



Manager du numérique, faites décoller votre carrière

par Cyril Pierre de Geyer Le 09/10/2015 [Google+](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Twitter](#) [Email](#)



Dans un contexte globalement attentiste, regardons le verre à moitié plein : certaines branches de notre économie génèrent des opportunités concrètes pleines d'avenir.

Intéressons-nous ici aux métiers du numérique, spécifiquement aux métiers dans les NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication). Comme la plupart des secteurs d'activité, celui-ci n'est pas épargné par le chômage mais il évolue très vite. Or, sa capacité à se renouveler génère de nouveaux besoins en talents, et donc des emplois.

De récentes données présentent, sur ce thème, des signaux très positifs. En juin 2015, la demande en compétences NTIC avait augmenté de 15% sur un an (selon le baromètre **HiTechPros**). En avril dernier, c'était l'APEC qui nous apprenait que les offres d'emploi des cadres du métier avaient augmenté. Les fonctions de Direction des Systèmes d'Information (DSI) ont enregistré, elles, une progression de 9%.

Une dernière étude montre enfin que 90% des DSI prévoyaient de recruter en CDI au cours du 2ème trimestre 2015 (étude Robert Half, réalisée auprès de 100 Directeurs, Responsables des Systèmes d'Information en France). Ces prévisions se seraient conclues par des créations de postes (46,5%) et des remplacements (42,5%).

Une guerre des talents

Le secteur des NTIC a fait émerger, ces derniers temps, des spécificités désormais incontournables, entraînant des besoins de ressources elles aussi particulières. Citons, par exemple, le mouvement « Big Data », dont les experts sont plus que bienvenus dans les entreprises actuellement. Et cette discipline est loin d'être isolée, le « cloud computing », le « product management » et bien entendu le développement web sont aussi demandés.

En conséquence, les recruteurs se livrent à une « guerre des talents », ils rivalisent d'arguments et d'avantages pour séduire ces profils numériques et pénuriques. Le rapport de force est donc à la faveur des candidats. Malgré tout, les choses ne sont pas si simples pour ces candidats généralement issus de la technique car l'obsolescence des compétences nécessite une remise en question permanente et une adaptabilité au changement, qualités que les recruteurs ciblent en priorité.

Focus sur quelques bonnes pratiques pour faire évoluer votre carrière :

1- Faites votre personal branding

Près des deux tiers des recruteurs utilisent Internet et les réseaux sociaux pour se renseigner sur les candidats (enquête RegionsJob « Emploi & réseaux sociaux »). Première action donc : agissez comme un recruteur et constatez comment il vous verrait. Seconde action : un bon coup de ménage sur Internet et sur les réseaux sociaux professionnels pour offrir une image vous correspondant.

Manifester son intérêt pour l'innovation ou les derniers langages informatiques sera, par exemple, bien vu. Et si vous publiez régulièrement sur le sujet, via un blog ou autre, cela prouvera que vous avez une véritable culture du secteur. Pour Gabriel Giesberger, conseiller de carrière chez AgoraTIC, « il faut bien faire attention à définir le poste visé et orienter ses publications dans cette direction pour être le plus 'job ready' possible. »

2- Projetez-vous

Durant cette phase, il est nécessaire de se livrer à un exercice d'introspection. Quelles ambitions motivent ce changement de poste : bénéficier d'un meilleur environnement ? Gagner plus ? Travailler plus ? Diriger ? Multiplier les succès ?... De cette manière, d'autres pistes apparaissent. Dessinez également les contours de ce qui serait, pour vous, l'entreprise idéale. Est-ce une start-up pour (re)partir de zéro et toucher à tout ; une ESN (Entreprise de services du numérique, également appelée SSII) avec un véritable challenge à la clé ; une DSI en pleine expansion ; un groupe international déjà sur orbite ?

3- Passez à l'action

Il s'agit ensuite de lancer la phase de concrétisation, de traduire ses objectifs, ses performances, ses échéances en solutions. Le contexte d'une demande plus grande que l'offre est, ici, une force. Les besoins existent et sont clairement exprimés. Dans ce contexte, une démarche de candidature proactive est une stratégie gagnante. Autant prendre de l'avance sur la concurrence, plutôt que d'attendre d'être repéré par un chasseur de têtes.

4- Investissez en formation

Le secteur des NTIC offre la possibilité à des profils issus de la technique de se positionner à des postes de management. Mais attention pour prendre de la hauteur, il faut savoir tout faire pour être en mesure de communiquer et d'interagir efficacement avec tous les services de l'entreprise. Dans cette perspective, il faut se former car le marketing, la finance, la conduite du changement, le management et toutes les compétences du manager sont rarement innées. Pour Jean-François Naud, responsable des projets Web chez Relais & Châteaux, la solution a été de passer par un Executive MBA : « J'avais besoin de me former pour être plus efficace dans mes interactions avec les autres responsables, les clients et les fournisseurs. Ma problématique était le temps, or l'avantage est que je pouvais le suivre en dehors de mon temps de travail. »

5- Le jour J, distinguez-vous

Le bras de fer, l'entretien. Même si la demande est forte dans ce secteur, la concurrence existe. C'est pourquoi, votre objectif est de vous distinguer. Profitez toutefois de votre position de force pour obtenir du recruteur des informations, des éléments précieux, plus difficiles à avoir dans d'autres circonstances : cernez le périmètre de responsabilités, les objectifs et les résultats attendus... Cela vous permettra de faire le tri entre les belles promesses, qui ne préfigurent pas de l'intérêt du poste, et les réels avantages à long terme.