

## Balado, vidéo, article: pas juste du marketing, mais outils d'intervention

La visibilité a toujours représenté un enjeu dans la pratique d'un conseiller d'orientation. Il n'est pas facile d'avoir une tribune dans les médias traditionnels pour transmettre un message de qualité.

Avec la pandémie, beaucoup de gens ont ressenti de l'isolement, ce qui les a amenés à consommer davantage de contenu numérique et à trouver des solutions à leurs problèmes via le web.

Pour le conseiller d'orientation, développer du contenu sur des plateformes numériques permet donc de rejoindre la clientèle et prendre sa place sur le marché. C'est aussi une occasion de réseautage en invitant de gens de son milieu à participer à son contenu. Bien entendu, c'est une formidable promotion de la profession et de l'étendu de notre champ de pratique.

Les clients découvrent notre personnalité par le contenu, ce qui les aide dans le choix du conseiller, un peu à la manière d'une bande annonce d'un film. À la suite d'une démarche d'orientation, les clients peuvent demeurer à l'écoute des contenus, ce qui permet de maintenir le lien.

Les avantages marketing sont considérables et il y a beaucoup de potentiel pas encore exploré de ce côté.

Toutefois, les contenus ne se limitent pas à la visibilité, mais ils deviennent de véritables compléments aux rencontres avec le client. Du point de vue du client, c'est avantageux, car il a accès à un contenu gratuit en lien avec son besoin et qui lui permet d'approfondir.

Exemple 1 : Le client éprouve de la difficulté avec une compétence en particulier comme son réseautage. Il est invité à écouter un épisode de balado traitant du sujet où il est question d'un livre pertinent et d'un invité excellent sur cette compétence. Lors de la séance suivante, le client discute de ce qu'il a retenu avec son conseiller.

Exemple 2 : Le client a un biais négatif envers l'entreprise privée et les patrons, ce qui le limite dans certaines démarches. Il est invité à écouter un épisode de balado où il entend une vice-présidente des ressources humaines parler de sa vision avec passion et

de son modèle d'entreprise. Ça devient un point de référence pour de prochaines discussions.

Exemple 3 : Le client veut explorer un profil en particulier comme celui de la consultation. Encore une fois, il est invité à écouter un épisode fait sur mesure pour ce type de besoin où le conseiller détaille de manière beaucoup plus élargie de ce qu'il se permettrait de faire durant une séance avec son client.

L'avantage est que le conseiller construit son propre matériel en fonction des besoins anticipés de son client. Il assure une cohérence entre ses interventions et le contenu diffusé. Il peut faire un montage de son enregistrement, ce qui l'assure de produire un contenu de haute qualité.

De plus, développer un contenu est aussi une façon pour le conseiller d'orientation d'assurer son propre développement professionnel et de se mettre à jour.

Dans cette conférence, Mathieu fait part de sa propre expérience de conseillers d'orientation qui a développé du contenu au fil des années sur une variété de sujets en lien avec sa pratique :

- *Le chercheur d'emploi authentique* (2018) – vidéo Youtube + Articles Jobboom
- Le balado *Les Ambitieux* (depuis 2019) sur Spotify et iTunes

Dans les avis de ces anciens clients sur Google, 25% mentionnent le balado dans leur appréciation, ce qui amène à penser que le contenu numérique est considéré comme un réel avantage.

Dans cette conférence, Mathieu partage avec authenticité de sa démarche, des réflexions qui en découlent ainsi que des résultats obtenus.