

Réaliser un CV vidéo

Pour se démarquer des candidatures classiques, il peut être opportun d'effectuer un CV vidéo. En revanche, avant de vous lancer, sachez qu'il y a des erreurs à ne pas commettre.

Caroline Baudin

Etre original dans sa manière de postuler peut vous permettre de capter l'attention des recruteurs et de vous différencier des autres candidats. Pour cela, le CV vidéo peut être un bon outil qu'il faut toutefois manier avec précaution. "Comme pour le CV papier, la vidéo est là pour déclencher l'attention et donner envie au recruteur de vous rencontrer", explique Ana Fernandez, créatrice et dirigeante du cabinet EnergyCoaching. La première règle est donc de ne pas tout dire dans votre CV vidéo et d'être concis. "Il faut que ce soit court, rapide et percutant. L'idéal est que cela ne dépasse pas trois minutes car le premier réflexe d'une personne qui ouvre une vidéo est de regarder au démarrage", insiste Ana Fernandez. Prenez le soin de bien préparer votre discours et de ne pas improviser.

OUTIL MARKETING

Demander de l'aide à un proche pour vous filmer, cela vous permettra d'être moins crispé et d'être plus avenant. "Quand on fait face à une personne, on a plus tendance à sourire. C'est plus agréable pour celui qui regarde la vidéo", explique Ana Fernandez.

En revanche, le CV vidéo ne doit pas être une simple copie de votre candidature papier. Au contraire, pour marquer les esprits, n'hésitez pas à détailler l'une de vos réalisations professionnelles et personnelles, comme du bénévolat. "Cela doit intervenir en complément du CV classique et doit vous permettre de rebondir sur une ou plusieurs compétences demandées pour le poste visé. C'est un outil marketing qui complète une candidature classique", estime Ana Fernandez. La coach conseille par ailleurs de ne pas envoyer un CV vidéo pour répondre à une offre mais de le communiquer quand il s'agit d'une candidature spontanée. "Privilégiez un lien plutôt que

d'intégrer directement la vidéo dans votre e-mail, propose Ana Fernandez. C'est vraiment plus pratique pour votre interlocuteur. À savoir que cela se prête plus facilement à des secteurs et des postes créatifs tels que la communication ou la publicité." Si vous maîtrisez les outils de montage, n'hésitez pas à ajouter dans votre vidéo des images ou à y faire apparaître des questions. Cela donnera plus de dynamisme et captera plus facilement l'attention du recruteur. "La façon de présenter la vidéo montrera certains de vos soft-skills qui peuvent être importants pour le poste et le futur employeur. Donc ne négligez absolument pas la forme", explique Ana Fernandez. ■

