

La Voie de l'emploi

Revue sur la recherche d'emplois et la planification de carrières à l'Î.-P.-É.

Ta nouvelle carrière commence au
COLLÈGE de l'île
 ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD
 CANADA
 Programmes de 1 ou 2 ans,
 cours individuels, en personne et à distance
collegedelile.ca

L'art de jongler avec la carrière et l'éducation

Avec Michaël Bergeron de Cavendish, l'image de la jonglerie s'impose. Plus jeune, il a suivi des cours à l'École du cirque à Montréal et il a conservé cette compétence dans sa besace jusqu'à obtenir trois records Guinness de course en jonglant.

Michaël Bergeron vit à l'Île-du-Prince-Édouard depuis deux ans. Au bout de sa troisième année, il prendra sa «retraite» des Forces armées canadiennes et entreprendra une autre étape dans sa vie.

«Je suis entré dans les Forces armées canadiennes et avec leur Programme d'études subventionnées, tous mes frais de scolarité ont été pris en charge. En plus, je recevais un salaire annuel pendant mes études et à la fin, j'avais un emploi garanti. Pour moi, c'était avantageux», dit celui qui est maintenant prêt à entreprendre sa seconde carrière.

Titulaire d'un baccalauréat en histoire et études canadiennes, il aura travaillé 15 ans dans les Forces armées canadiennes lorsqu'il prendra sa «retraite».

«Mes 15 années arrivent à leur fin. Après, j'ai l'intention de poursuivre ma formation pour devenir enseignant. Du moins, c'est le plan. Je vais tester les possibilités d'emplois dans ce domaine lorsque le temps sera venu de m'inscrire. S'il n'y a pas d'emplois garantis, mon plan pourrait changer.»

En attendant de prendre sa décision, Michaël Bergeron teste ses talents de pédagogue de temps à autre en donnant des ateliers de jonglerie. «À l'Île, je n'en ai pas donné beaucoup, mais en Nouvelle-Écosse, où j'étais auparavant, j'ai fait de nombreuses écoles. J'essaye toujours de prendre les jeunes où ils sont dans leurs habiletés, et de les faire progresser, chacun à leur rythme. Il y en a toujours qui sont à l'aise très rapidement et d'autres qui ont besoin de



Pour montrer à des jeunes comment jongler, Michaël Bergeron commence par la base. (Photo : J.L.)

pratiquer plus longtemps avec une seule balle.»

Michaël Bergeron est issu d'une famille militaire. Il connaissait déjà le Programme d'études subventionnées des Forces armées canadiennes. Ce programme existe toujours. Le site

Web des FAC offre des options qui peuvent correspondre à un profil de carrière recherché.

Michaël Bergeron travaille comme Officier d'administration à NCSM Queen Charlotte à Charlottetown.

- Jacinthe Laforest

«DépasseToi», une invitation à l'intention des jeunes

La Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF) est fière de présenter son nouveau programme, «DépasseToi», qui vise à faciliter la transition de plus de 1 200 jeunes vers le marché du travail, d'ici mars 2023.

«DépasseToi» est un programme, trois volets d'action :

1. Formations en ligne et hors ligne pour le renforcement et le développement de compétences en employabilité.
2. Soutien financier en vue de soutenir des initiatives de perfectionnement professionnel.
3. Occasions d'emploi de qualité en français dans des organismes sans but lucratif, auprès du secteur public ou d'entreprises de communau-

tés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), permettant aux jeunes d'acquérir une expérience de travail.

Le programme a été créé pour soutenir les jeunes dans le développement et le perfectionnement de compétences personnelles et professionnelles, tout en permettant la création d'emplois de qualité dans les CLOSM. Dédié à la jeunesse d'expression française de 15 à 30 ans, «DépasseToi» offre des outils et des

ressources personnalisées pour répondre aux défis et aux obstacles auxquels les jeunes font face. La FJCF est convaincue que tous les jeunes ont la capacité de se réaliser pleinement et souhaite les encourager à s'engager dans le cheminement professionnel qui leur correspond le mieux.

À ce jour, deux jeunes sont déjà en poste et huit partenaires des CLOSM sont en processus de recrutement. L'année prochaine (2021-2022), ce seront 26 emplois de plus qui seront

financés par le programme. Le programme offre un milieu d'évolution inclusif, stimulant et enrichissant, dans lequel les jeunes pourront grandir pendant les 52 semaines.

La plateforme www.DepasseToi.ca a été mise en ligne, pour permettre aux jeunes admissibles au programme d'accéder à des formations et des offres d'emplois. C'est également sur cette plateforme que les formulaires de demande de soutien financier sont disponibles.

Que ce soit pour des formations sur les compétences entrepreneuriales ou les compétences essentielles, les jeunes pourront transmettre leur demande en ligne. Plus de 300 soutiens financiers seront distribués en 2021.

Entre le secondaire
et les études
postsecondaires

L'année sabbatique bien planifiée peut être un bon placement

Il arrive que, dès l'enfance, un jeune sache déjà dans quel domaine il ira. Certains talents, certaines aptitudes, apparaissent tôt et continuent de grandir au même rythme que le jeune être humain. La plupart du temps, cependant, le jeune de 10^e, 11^e, ou 12^e année peine à trouver sa voie, ou tout simplement, à se trouver une voie. Et ce n'est pas nécessairement parce qu'il s'en fiche, comme l'explique Sylvie Desjardins, conseillère en orientation et spécialiste en carrière au Nouveau-Brunswick.

«**D**ans ma pratique, je n'ai jamais rencontré un jeune qui n'était pas préoccupé par l'avenir, qui n'était pas affecté par le stress de prendre la bonne décision. Mais j'ai vu des jeunes qui n'étaient tout simplement pas prêts. Certains prennent plus de temps que d'autres à se connaître, à trouver leur chemin. Dans ces circonstances, une année sabbatique peut être une solution», a suggéré Sylvie Desjardins aux parents de la région Évangéline le lundi 1^{er} février à l'occasion de la première de plusieurs rencontres, par visioconférence, organisées par le projet Transition Jeunesse.

Dans la salle, les parents présents ne semblaient pas être totalement contre l'idée. «Je suis plus inquiet que contre l'idée», a dit un parent, appuyé par des hochements de tête des autres parents.

Dans le passé, prendre une année sabbatique était mal vu et même

encore de nos jours, un léger tabou persiste. «J'ai encore des parents qui viennent me voir et qui s'inquiètent que leur enfant va partir autour du monde en sac à dos et ne rien faire de sa vie. C'est normal pour un parent de s'inquiéter et je dirais que la réponse à cela serait de bien planifier son année, pour atteindre des objectifs précis».

«Lorsque l'année est bien planifiée, dans 90 % des cas, elle se solde par un retour aux études», dit la jeune professionnelle.

Une année qui n'a de sabbatique que le nom

On l'appelle année sabbatique, mais en fait, cette année est davantage une année de découverte de soi et du monde qui nous entoure. L'entrepreneuse recommande aux parents de parler avec leur enfant, de lui poser des questions ouvertes qui l'amènent à réfléchir aux objectifs qu'il veut avoir atteints à la fin de

cette période.

L'objectif est-il de mettre de l'argent de côté pour un voyage? Pour entrer à l'université ou au collège? Ou les deux? Ou consiste-t-il à tester différents environnements professionnels?

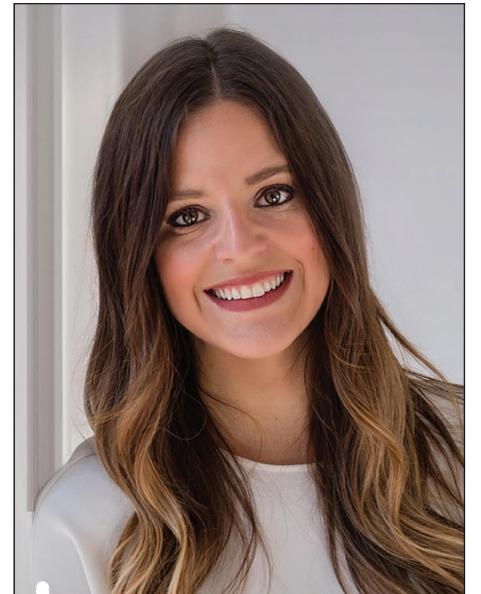
Sylvie Desjardins cite un jeune client qui voulait justement faire une pause après le secondaire. «J'ai travaillé avec lui. On a parlé de ses objectifs. On a identifié des milieux de travail qui seraient en lien avec ses objectifs. On a parlé de son budget, de ce dont il aurait besoin pour son voyage et ses études, et des salaires qu'il devrait viser. Avec l'accord du client, j'ai appelé sa mère pour lui dire ce qu'on avait fait et elle était rassurée parce qu'il avait un plan».

Savoir poser les bonnes questions

À l'adolescence, les jeunes sont tiraillés entre leur besoin de s'affirmer et leur besoin d'appartenir. Il faut toujours avoir cela à l'esprit lorsqu'on aborde le sujet des études et de la carrière avec des adolescents qui sont très influençables.

«Si votre enfant vous dit qu'il veut aller en criminologie, plutôt que de lui répondre : "En criminologie? Y'a pas de job là-dedans", demandez-lui ce qui l'attire dans ce domaine, pourquoi il pense qu'il serait bon là-dedans et encouragez-le à faire une liste de 10 différents types d'emplois reliés à la criminologie. S'il le faut, aidez-le dans sa recherche. Il peut trouver que le type de carrière est intéressant ou au contraire, constater que ce n'est pas pour lui».

Sylvie Desjardins soutient qu'elle-même a eu de la difficulté à trouver son domaine, lorsqu'elle était à l'école. «J'ai voulu aller en criminologie, en enseignement, en journalisme. Pour le journalisme, je me souviens d'un commentaire qui m'avait marquée, sur le besoin d'être très bon en français. J'avais de bonnes moyennes, mais ça s'est cristallisé dans mon cerveau que je ne serais jamais assez bonne en français pour être journaliste. En résumé, faites toujours attention à



↓ Sylvie Desjardins, spécialiste en carrières et en réadaptation professionnelle au Nouveau-Brunswick. (Photo : Gracieuseté)

ce que vous dites de votre travail ou du travail des amis devant vos enfants. Ça peut détruire des rêves».

Plutôt que de demander à votre enfant ce qu'il veut faire plus tard, demandez-lui quelle sorte de problème il veut régler?

Depuis la création de son entreprise NxCareer, Sylvie Desjardins a accompagné et guidé plus de 500 clients afin qu'ils obtiennent un emploi qui correspond mieux à leurs attentes et à leurs ambitions. Diplômée d'une maîtrise en orientation, elle est conseillère canadienne certifiée (CCC) depuis 2011, thérapeute en counselling depuis 2017 et elle est devenue spécialiste en réadaptation professionnelle en 2018 après avoir réussi l'examen national.

Le programme Transition jeunesse a été développé par RDÉE ÎPÉ dans un continuum d'appui aux jeunes qui inclut également PERCÉ et Faut que ça grouille! Transition jeunesse outille les jeunes pour qu'ils réussissent leur transition vers les études postsecondaires et le marché du travail.

La présentation de Sylvie Desjardins s'adressait aux parents qui, parfois, sont eux-mêmes dépassés par l'importance de la décision à prendre.

- Jacinthe Laforest

L'art de poser les bonnes questions à son jeune

- ✓ Demeurez à l'écoute et soyez ouvert d'esprit
- ✓ Vous pouvez lui demander quels sont ses objectifs de carrières, ses intérêts, ses aptitudes, ce qu'il recherche dans une université, le style de vie qu'il désire mener, etc.
- ✓ « Quel problème désires-tu régler? » VS « Que veux-tu être quand tu seras grand(e)? »



↓ Extrait de la présentation de Sylvie Desjardins aux parents de la région Évangéline le lundi 1^{er} février.

Établir sa marque va bien au delà d'un logo

Dans notre monde interconnecté, où chaque personne est bombardée à longueur de journée d'images qui défilent à la vitesse grand V, établir sa différence et son unicité est un défi et un besoin. Stephanie Perreault-Terpstra, graphiste professionnelle, a établi son entreprise, Summer Street Creative, sur cette prémisse et depuis mai 2018, elle a aidé un grand nombre d'entreprises à se démarquer par une identité distinctive et, plus important encore, dans l'établissement de leur marque.

«Établir sa marque va bien au-delà d'un simple logo. C'est un ensemble de stratégies dans le but de définir sa voix dans le monde, ses valeurs. Cela dépasse le produit à vendre, c'est la relation de confiance que la compagnie établit avec ses clients et plus important encore, qu'elle entretient et conserve au fil des années. C'est intangible. L'idéal recherché, c'est lorsque votre logo devient un symbole qui signifie quelque chose de plus que le produit. Un bon exemple est le crochet de Nike», dit Stephanie Perreault-Terpstra.

Native d'Edmonton en Alberta et ayant de la famille au Québec, elle a choisi de vivre dans la province natale de son mari et c'est donc à l'Île-du-Prince-Édouard qu'elle fait sa marque graduellement. «Je suis graphiste depuis huit ans. Juste avant de fonder mon entreprise, je travaillais pour une société de jeux vidéo. Après un an et demi, mon emploi a été supprimé. C'est là que j'ai décidé de monter mon entreprise. J'ai entendu parler des programmes de Compétences ÎPÉ et avec l'aide du

programme pour les travailleurs autonomes, j'ai pu me consacrer à m'établir».

Stephanie n'est pas partie de zéro lorsqu'elle a décidé de créer sa propre société. Elle avait quelques clients et prenait des contrats en «à côté». Cela l'a aidée à établir sa crédibilité. Un autre coup de pouce a été son entrée à la Start Up Zone à titre de spécialiste sur appel pour tout ce qui concerne l'image en ligne.

«Les entreprises résidentes à la Start Up Zone sont en général des entreprises jeunes, qui veulent tout de suite se démarquer. Avec mes expériences, je pouvais les conseiller pour leur image, pour les meilleures façons de maintenir une présence en ligne, sur les facteurs à considérer à court et à long terme, pour les aider dans leur réflexion. On m'appelait seulement lorsque c'était nécessaire, mais ça m'a tout de même permis de rencontrer plusieurs jeunes entrepreneurs et me faire des contacts et des connaissances qui me sont très utiles».

S'éloigner des gabarits préfabriqués

Dans sa pratique, et en tant que citoyenne et consommatrice, Stephanie Perreault-Terpstra voit des logos, des cartes professionnelles, des publications sur les réseaux sociaux et elle avoue qu'elle peut identifier les gabarits qui viennent de Canva ou les cartes d'affaires de Vista Print.

«Quand on se lance en affaires, c'est tentant de se tourner vers des plateformes qui offrent des gabarits préfabriqués, presque gratuits. En particulier depuis que Canva est arrivé, je vois les mêmes gabarits un peu partout. Pour moi, ce n'est pas la meilleure façon de se démarquer».

Stephanie rappelle que ce n'est pas parce qu'un entrepreneur connaît bien son produit qu'il sait nécessairement comment le promouvoir. «Vous



Stephanie Perreault-Terpstra, graphiste professionnelle, propriétaire de l'entreprise, Summer Street Creative.

vous brossez les dents chaque jour, mais pour un nettoyage en profondeur, vous allez chez le dentiste. C'est la même idée».

Lorsqu'elle rencontre un client, elle prend le temps de le connaître tout en mettant l'accent sur le type de clientèle qu'il espère joindre. «Un site web peut être beau et bien fait, et plaire à l'entrepreneur, mais s'il ne joint pas la clientèle visée, c'est un échec. Même chose pour un logo. Je peux fournir à mon client le logo qui correspond à son idée, mais je lui soumetts toujours une ou deux suggestions de mon cru. Et 9 fois sur 10, il préfère celui que je lui propose. C'est pour ça qu'on fait appel à des professionnels».

Tendances changeantes

Tout va très vite dans notre monde. Les tendances se suivent et parfois, elles ne se ressemblent pas. Une bonne identité visuelle a le mérite de traverser toutes les tendances sans vieillir ou dater. «Il n'est pas recommandé de changer trop souvent d'identité visuelle, mais un petit ajustement de temps à autre est souhaitable pour s'adapter à l'époque et donner au client la confiance de faire affaire avec une entreprise qui sait évoluer».

En général, dit Stephanie, la tendance vers le minimalisme et la simplicité des lignes est là pour de bon. À l'opposé, les lettrages très ornés ont tendance à vieillir plus vite. Cela étant dit, il faut tenir compte de ce que l'entreprise veut projeter.

Sur son propre site web profession-

nel, Stephanie utilise des lignes pures et des couleurs pastel. «Quand je travaille avec des clients pour créer un site web, ou peu importe, je disparaiss. D'une manière positive, j'essaie de rentrer dans leur cerveau pour bien comprendre ce qu'ils veulent et ce que leur image devrait être».

Quelques sites web signés Summer Street Creative : <http://www.clearbuildsolutions.com>, <https://inspire-socialstudios.com>, <http://dustbusterjanitorial.ca>, <https://www.peittravelconcierge.com>, <https://therecoverystudio.ca>.

Lorsque la pandémie a frappé, après les effets déstabilisateurs initiaux, le monde s'est retrouvé devant des écrans comme principal interlocuteur. C'est durant ces premiers mois que Stephanie s'est associée à la coach entrepreneuriale, Julie Ann Gauthier, pour filmer et publier des podcasts sur la plateforme Podbean (Thriving Tides Podcast).

C'est une façon de joindre des clients potentiels et de se faire connaître sans dépenser un sou en publicité. «Ce qui a été bon pour moi pendant la pandémie, c'est que des entreprises ont eu accès à des fonds spéciaux pour assurer leur présence en ligne. J'ai donc eu des clients parmi ces entreprises. Mais plus que jamais, les gens ont réalisé à quel point avoir une présence en ligne doit s'inscrire dans une stratégie qui repose sur autre chose que des statistiques».

- Jacinthe Laforest



↓ Pour en savoir plus sur l'entreprise de Stephanie Perreault-Terpstra, visitez le <https://summerstreetcreative.com/graphic-designer/>.

Stratégie de marketing numérique en sept étapes résumées par Jacinthe Lemire

Forte de son expérience, après avoir monté la plate-forme de vente en ligne Shop-PEI Marketplace, Jacinthe Lemire a animé récemment un atelier sur le marketing numérique et ses nombreuses composantes.

Elle a identifié sept composantes distinctes qui peuvent être utilisées par elles-mêmes ou en combinaison avec d'autres. Ces sept composantes sont la publicité Web, l'optimisation des moteurs de recherche, un site Web, les courriels (incluant les infolettres), le mobile (applications ou autres), les réseaux sociaux et le conversationnel.

Dans le passé, il y avait trois avenues pour la publicité : la radio, la télé et le papier. Les prix étaient fixés sur la grandeur, le tirage, le temps d'antenne, la fréquence, etc. Le Web est venu offrir des options qui présentent de nombreux avantages. L'un de ceux-ci est de pouvoir assez facilement mesurer l'efficacité, par des codages spécifiques à une dite publicité. L'industrie touristique fait partie des domaines qui savent tirer parti de ces avantages, en temps normal.

«Le coût de ces publicités peut être fixe ou par clic, ça peut varier selon l'entente que vous avez par exemple, avec La Voix acadienne, pour mettre une publicité sur son site. Vous pouvez aussi utiliser les réseaux sociaux. Pour cela, vous devez avoir une page Facebook professionnelle. Ça présente des avantages comme la possibilité de cibler son marché».

Jacinthe Lemire explique qu'elle a elle-même testé le système, lors du lancement de la plate-forme de Shop-PEI. Elle avait accordé une entrevue au Téléjournal Acadie, diffusé partout en Atlantique et le lendemain, elle avait diffusé une publicité sur les réseaux sociaux en ciblant en particulier la population du Nouveau-Brunswick, pour capitaliser sur l'entrevue diffusée la veille.

«Avec ce type de publicité, on peut viser la démographie qui correspond aux clients qu'on recherche. Le genre, l'âge, etc., et ce sont des options qui ne sont pas possibles avec des publicités traditionnelles», rappelle-t-elle.

Les publicités sur les réseaux sociaux sont aussi très efficaces pour une technique qui s'appelle le remarketing, pour maintenir l'intérêt des personnes qui ont aimé votre page, à titre d'exemple.

Les annonceurs, surtout les plus grandes sociétés, achètent des publicités qui se placent en haut de la page dans vos résultats de recherche. Ces publicités sont associées à des mots clic et elles apparaissent aussitôt que vous utilisez ces mots dans vos recherches. «Elles peuvent même mettre le nom de leur compétiteur en mot-clé, pour doubler leurs chan-



Jacinthe Lemire, a animé récemment un atelier sur le marketing numérique et ses nombreuses composantes. (Photo : J.L.)

ces de faire une vente», assure Jacinthe Lemire, qui trouve cette pratique quelque peu discutable.

L'optimisation pour les moteurs de recherche : Un outil incontournable

L'optimisation pour les moteurs de recherche ne doit surtout pas être négligée. En quelques mots, c'est l'idée d'associer à votre URL (adresse qui commence par http) les mots-clés les plus représentatifs, pour que votre site Web se trouve dans les premières propositions, lorsque des internautes font des recherches reliées à votre domaine.

Les moteurs de recherche ont besoin d'une URL unique par élément de contenu pour pouvoir l'explorer, l'indexer et y rediriger les internautes. Pour une URL efficace :

- Utiliser des mots simples dans l'URL
- Séparer les mots par des tirets
- L'URL doit décrire le contenu de la page

Un site Web : essentiel

Les gens entendront peut-être parler de vous sur Facebook, mais pour en savoir plus, ils iront voir votre site Web. Si votre site ne pa-

raît pas professionnel, s'il y a des fautes de grammaire, ça paraîtra mal. Cela étant dit, c'est tout à fait possible de faire soi-même son site Web, à partir des plates-formes qui existent sur le marché.

«C'est assez facile à faire, c'est peu coûteux et on peut le modifier souvent pour le garder vivant. Il faut être prêt, cependant, à y passer du temps», dit Jacinthe Lemire.

Les réseaux sociaux viennent en complément des autres éléments de stratégie de marketing numérique. On les utilise pour engager la conversation, des interactions avec le public ou avec ses abonnés. Les publications peuvent être sérieuses, drôles, éducatives en alternance. Elles permettent de montrer à vos clients potentiels ce qu'une publicité plus traditionnelle ne ferait pas, comme votre chat couché sur votre clavier, des petits incidents du quotidien qui font que les gens s'identifient à vous. Assurez-vous de toujours répondre aux commentaires et de toujours utiliser des images qui vous appartiennent. Il faut aussi être constant, présent, mais pas trop.

- Jacinthe Laforest

La Voie de l'emploi

Revue sur la recherche d'emplois et la planification de carrières à l'Î.-P.-É.

5, Ave Maris Stella, Summerside, Î.-P.-É. C1N 6M9

Tél. : (902) 436-6005 / Téléc. : (902) 888-3976

marcia.enman@lavoixacadienne.com

La publication est disponible en ligne à lavoiedelemploi.com

• RESPONSABLE DE LA PUBLICATION :
MARCIA ENMAN

• JOURNALISTE :
JACINTHE LAFOREST

• RESPONSABLE
DE LA MISE EN PAGE :
ALEXANDRE ROY

La Voie de l'emploi est une publication mensuelle de langue française sur la planification de carrières et la recherche d'emplois à l'Île-du-Prince-Édouard. Elle est le résultat d'une entente financée dans le cadre de l'Entente Canada-Île-du-Prince-Édouard sur le développement du marché du travail. Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur.e et ne représentent pas nécessairement celles des gouvernements du Canada et de l'Île-du-Prince-Édouard.