

⚡ LE PARADOXE SAP

# Pourquoi certains consultants SAP décrochent une mission en une semaine... et d'autres galèrent pendant des mois ?

Deux consultants. Mêmes années d'expérience. Mêmes certifications. Même marché. Pourtant, l'un est sollicité régulièrement, l'autre envoie des candidatures dans le vide. Ce n'est pas une question de chance. Ce n'est pas une question de réseau. C'est une question de positionnement et ce carousel vous explique exactement pourquoi.

Voici le raisonnement complet, étape par étape →

LE CONSTAT

# Le marché SAP est saturé de profils identiques

Quand un recruteur reçoit des dizaines de candidatures, elles se ressemblent toutes : "SAP FI/CO consultant, 8 years experience, available immediately". À ce stade, il n'y a plus de vraie différence visible entre les profils.

Le recruteur n'a pas le temps de lire chaque CV en détail pour y chercher la perle rare. Il choisit d'abord le profil qui correspond immédiatement à ce qu'il recherche.

Si votre profil ressemble à tous les autres, vous n'êtes pas vraiment évalué. Vous êtes filtré avant même que la conversation commence.

Ce n'est pas un problème de compétences. C'est un problème de visibilité et de clarté.

# Le problème n'est pas vos compétences c'est comment vous les présentez

La plupart des consultants SAP décrivent ce qu'ils savent faire : les modules, les certifications, les années d'expérience. Mais ils n'expliquent presque jamais le problème précis qu'ils résolvent pour le client.

Or, un client n'achète pas une liste de modules. Il achète une solution à un problème concret : une migration qui se passe sans accroc, une clôture qui prend 3 jours au lieu de 15, un processus achats qui arrête enfin de faire perdre de l'argent.

Quand vous vous présentez comme **SAP FI/CO consultant**, vous parlez le langage de votre CV. Quand vous dites "**J'aide les PME industrielles à structurer leur clôture financière sur S/4HANA**", vous parlez le langage du problème du client.

C'est cet écart entre votre langage et celui du client qui vous rend invisible.

# Ce que fait concrètement un consultant bien positionné

Un consultant bien positionné ne s'adresse pas à tout le monde. Il cible une niche précise : un secteur spécifique comme l'automobile, la pharma ou le retail, un module précis, et un type de problème clair. C'est ce niveau de focus qui rend son profil immédiatement lisible.

Son titre LinkedIn, son résumé, son pitch tout raconte la même chose : **"Je résous ce problème, pour ces clients, avec cette approche."** Il n'y a pas d'ambiguïté. Le message est simple, cohérent et facile à comprendre.

Grâce à cette clarté, les recruteurs et les clients qui ont exactement ce besoin le repèrent plus vite ou le reconnaissent immédiatement quand il postule. Son positionnement agit comme un filtre naturel : il attire les bonnes demandes et laisse de côté les autres.

Ce n'est pas magique. C'est logique : un signal clair attire les bonnes personnes. Un signal flou n'attire personne.

# Construire un positionnement clair en 3 questions

Trois questions honnêtes et pratiques peuvent vous aider à trouver votre positionnement.

## 1. Quel type de client ai-je le mieux aidé ?

Secteur, taille d'entreprise, contexte (migration, rollout, support...). La réponse est déjà dans vos missions passées.

## 2. Quel problème concret ai-je résolu ?

Pas "j'ai implémenté SAP FI", mais par exemple : "j'ai aidé à clôturer les comptes en 3 jours au lieu de 15" ou "j'ai structuré le processus achats pour éliminer les erreurs manuelles."

## 3. Qu'est-ce qui me rend crédible sur ce sujet ?

Un projet précis, un contexte particulier, une expérience répétée. Pas une certification un vrai résultat.

Ces 3 réponses, combinées en une seule phrase claire, deviennent votre positionnement. Exemple : "J'aide les PME industrielles à structurer leur clôture financière sur S/4HANA." Simple. Précis. Immédiatement compréhensible.

## L'OBJECTION

# "Mais si je me spécialise, je vais rater des opportunités..."

C'est la peur la plus fréquente. Et elle est parfaitement compréhensible : quand on cherche une mission, le réflexe naturel est de vouloir élargir le filet au maximum.

Mais dans la réalité, c'est souvent l'inverse qui se produit : plus vous essayez de parler à tout le monde, moins vous devenez pertinent pour quelqu'un en particulier. Un recruteur qui cherche un profil précis préférera toujours un spécialiste à un généraliste même si le généraliste est techniquement capable.

Se spécialiser ne veut pas dire refuser toutes les autres missions. Cela veut dire être identifié pour quelque chose de clair et de précis, afin que lorsqu'un besoin exactement de ce type apparaît, vous soyez la personne évidente.

Vous pourrez toujours accepter une mission hors de votre niche. Mais c'est votre positionnement qui vous permet d'entrer dans la discussion au départ.

# Ce que change un bon positionnement concrètement

Quand votre profil est clair, vous cessez de vous battre sur le prix. Un spécialiste n'est pas comparé à un généraliste : il est évalué sur sa capacité à résoudre un problème précis. Et cela change complètement la dynamique de négociation.

Vous arrêtez aussi de perdre du temps sur des candidatures qui n'aboutissent pas. Vous ciblez moins d'opportunités, mais les bonnes celles où votre profil apparaît comme une évidence.

Votre confiance évolue également. Quand vous savez exactement ce que vous apportez et à qui, vous vous présentez différemment. Cette assurance se ressent en entretien, en négociation, et dans chaque échange.

Le positionnement n'est pas une astuce marketing. C'est la clarté que vous vous devez et que vous devez à vos futurs clients.

# Par où commencer cette semaine

- 1. Relisez vos 3 dernières missions.** Quel secteur ? Quel module ? Quel problème avez-vous réellement résolu ? La réponse à votre positionnement est déjà dans votre parcours.
- 2. Rédigez une phrase de positionnement.** Format simple : "J'aide [type de client] à [résoudre quel problème] grâce à [votre expertise SAP]." Pas besoin qu'elle soit parfaite du premier coup.
- 3. Mettez à jour votre titre LinkedIn.** C'est la première chose qu'un recruteur voit. Remplacez "Consultant SAP FI/CO" par votre phrase de positionnement.
- 4. Testez pendant 2 semaines.** Observez si les sollicitations changent en nature. Ajustez si nécessaire. Le positionnement se précise avec le temps.

Ce n'est pas un travail de plusieurs mois. C'est une décision que vous pouvez prendre aujourd'hui.

 EN RÉSUMÉ

# La réponse à la question de départ

La réponse n'est ni le talent, ni la chance, ni même le réseau. La vraie différence, c'est le positionnement.

Le consultant qui décroche vite a un profil clair, précis et immédiatement compréhensible. En 10 secondes, un recruteur ou un client sait si sa mission correspond à son besoin.

À l'inverse, le consultant qui galère a souvent un profil qui dit tout et rien à la fois. Il est techniquement compétent, mais invisible parce que son signal est trop flou pour être repéré.

Le positionnement ne consiste pas à se réduire. Il consiste à devenir lisible. À permettre aux bonnes personnes de vous trouver, de vous comprendre et de vous choisir plus facilement.

La bonne nouvelle, c'est que cela peut changer. Pas en plusieurs mois, mais en quelques jours. Tout commence par une phrase simple et claire : qui vous aidez, et quel problème vous résolvez.

# Prêt à clarifier votre positionnement ?

- ✔ Vous avez des compétences, mais sans positionnement clair, vous restez invisible sur le marché. Ce qui change tout : votre niche, le problème que vous résolvez et les résultats mesurables que vous annoncez.

Planifie ton audit gratuit selon t'es disponibilité : [!\[\]\(d219eb33a83c47f5c6c63c27bbe267cb\_img.jpg\) Réserver mon audit gratuit](#)