



Guide pratique
réseaux sociaux

04

LinkedIn



« **Mon entreprise sur le web** » est un programme de sensibilisation aux enjeux et usages des TIC (Technologies de l'information et de la communication) mis en place par la Chambre de commerce et d'industrie Rochefort et Saintonge.

LinkedIn est le **premier réseau social professionnel** dans le monde (to link = connecter). La majorité des entreprises qui y sont présentes recrutent. LinkedIn est également un excellent outil en matière de communication B to B.

Nombre d'utilisateurs

8 millions de comptes en France.

Source : <http://rmsnews.com/chiffres-recrutement-mobile-social-2014/> (2014)

Présent dans **200 pays** et en **19 langues**.

Quelques chiffres

67% des utilisateurs français l'utilisent pour recruter.

Source : www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/ (2015)

Les cinq principaux secteurs d'activité sont **information/technologies et service** (40M), **service financier** (2.03M), **enseignement supérieur** (1.95M), **logiciel et informatique** (1,65M) et **télécommunications** (1.59M).

Source : <http://blog.linkedin.com> : 200 Million Members! (janv. 2014)

Bon à savoir

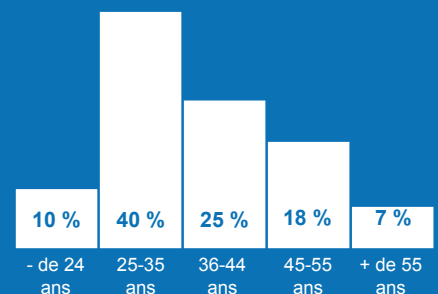
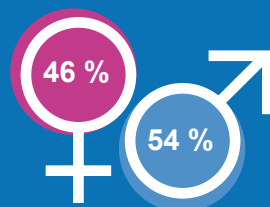
Fiche technique :

- Date de création : 2002
(ouverture officielle le 5 mai 2003)

- Nom des créateurs : Allen Blue, Reid Hoffman, Jean-Luc Vaillant, Eric Ly et Konstantin Guericke

- Origine : Etats-Unis

Profil des utilisateurs



Âge médian : 44 ans

Sources : www.blogdumoderateur.com : Panorama des réseaux sociaux (janv. 2013)
www.caresocial.fr/tag/linkedin-today

Sur LinkedIn



Plus de 2 millions d'entreprises présentes

Sources : www.blogdumoderateur.com : Panorama des réseaux sociaux (janv. 2013)
www.blogdumoderateur.com/chiffres-linkedin-q3-2013 (nov. 2012)

LinkedIn, pour quoi faire ?

Se créer un réseau professionnel

En reliant ses contacts, connaissances, collègues, anciens élèves, partenaires (fournisseurs clients)...

Partager son expérience, son point de vue, ses idées auprès de ce réseau. Identifier les leaders d'opinions de son activité et entrer en contact avec eux.

Exemple : un viticulteur peut avoir un compte LinkedIn et suivre des clients, fournisseurs... Il peut participer à des groupes de discussions sur les vins biologiques et entrer en contact avec de grands œnologues.

Faire de la veille

Intégrer des groupes de discussions et échanger avec les membres sur différentes thématiques.

Exemple : www.linkedin.com/groups?gid=4238931, les réseaux et médias sociaux pour les TPE et les PME.

Savoir sur quoi ses contacts travaillent, ce qu'ils pensent, leurs projets...

Se renseigner sur ses concurrents, ses fournisseurs...

Utiliser « LinkedIn Today » pour compléter votre veille : fonctionnalité intéressante qui permet d'afficher les articles les plus récents sur les thèmes et les leaders d'opinion que vous suivez. Vous pouvez vous inscrire aux notifications par email pour recevoir une sélection des meilleures actualités de votre domaine (www.linkedin.com/today).

Tisser des liens commerciaux

Attirer plus de clients grâce aux nombreux profils individuels : un profil LinkedIn est une vitrine commerciale. Obtenir l'avis des leaders d'opinions, des prescripteurs sur ses domaines d'activité.

Faire de la publicité : aussi bien pour les TPE que pour les grandes entreprises

Source : <http://www.commentcamarche.net/faq/36766-linkedin-creer-et-animer-une-page-d-entreprise> 2015 - LinkedIn : créer et animer une page entreprise.

Communiquer sur des événements

En repérant les contacts susceptibles d'être intéressés par un sujet, il suffit de partager votre événement avec ces contacts.

Recruter

Publier et distribuer des offres d'emploi pour l'entreprise. Veiller sur les futurs collaborateurs : de nombreux étudiants sont présents sur LinkedIn.

Une offre « recruteur » permet de mieux cibler les nombreux profils disponibles sur le réseau, et de garder ceux qui sont les plus adaptés à vos besoins :

<http://business.linkedin.com/talent-solutions>

Gérer des cartes de visite virtuelles

Repérer des contacts LinkedIn à proximité, via l'application LinkedIn pour iPhone et le Bluetooth, pour envoyer et recevoir des cartes de visite. Cela permet de communiquer sur des événements également.

Améliorer sa visibilité sur la toile

Rendre publiques ses informations professionnelles et montrer ses compétences.

Etre trouvé pour des opportunités professionnelles.

Publier des liens vers son site ou blog afin de générer plus de trafic.

Exemple : Profil, www.linkedin.com/in/jvaillant ou www.linkedin.com/in/cricly

Installer des applications

LinkedIn propose quelques applications permettant d'enrichir votre profil. L'application « Présentations SlideShare » permet de partager vos présentations sur LinkedIn et « Blog Link » qui connectera votre blog à votre profil.

! LinkedIn génère **4 fois plus de leads** (contact qualifié) en B to B que les autres réseaux sociaux.

Source : Etude Hubspot « Learning LinkedIn From the Experts » (avril 2012)

www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/leads-linkedin-btob-0412.shtml

Conditions d'accès

Sur LinkedIn, la page de l'entreprise est publique mais limitée. Elle est résumée et abrégée car elle est visible par tous (même par les non-inscrits lorsqu'ils font une recherche par entreprise via un membre).

Chaque compte est à titre professionnel et le profil entreprise est modifiable à partir de l'adresse e-mail d'entreprise.

Il existe également des groupes : libre ou avec inscription.

Les fonctionnalités de bases sont gratuites.

Il est important de qualifier au mieux le profil professionnel et de saisir un minimum d'informations :

- ▶ nom
- ▶ prénom
- ▶ email
- ▶ localisation
- ▶ photo de profil
- ▶ information sur la carrière
- ▶ compétences

Pour le profil d'entreprise :

- ▶ nom
- ▶ logo
- ▶ description
- ▶ adresse
- ▶ certification
- ▶ etc.

Pour la création d'un groupe :

- ▶ titre clair et attractif
- ▶ logo / identité visuelle
- ▶ email du propriétaire
- ▶ type
- ▶ description
- ▶ conditions d'accès

Des fonctionnalités payantes

- ▶ Les **InMails** sont des messages fiables que vous pouvez utiliser pour contacter n'importe qui sur LinkedIn. **La réponse est garantie.**
- ▶ **Identifiez les candidats** grâce à des filtres de recherche avancée.
- ▶ Les membres ayant un compte LinkedIn gratuit ne peuvent voir que 100 profils par recherche. **Un compte Premium vous permet de voir jusqu'à 10 fois plus de profils par recherche**, augmentant ainsi votre accès aux profils « parfaits ».
- ▶ **Recherchez facilement au sein des groupes.** Les membres de LinkedIn peuvent rejoindre jusqu'à 50 groupes.
- ▶ **Gérez facilement les candidats avec l'organisateur de profils :**
Enregistrez les candidats importants en un clic
Créez plusieurs dossiers pour organiser vos candidats
Ajoutez vos remarques à chaque profil de candidat
- ▶ **Obtenez une description exhaustive** grâce aux profils complets de quiconque dans votre réseau.
- ▶ **Profil Open augmente vos chances de trouver des candidats**, car n'importe qui sur LinkedIn peut vous envoyer un message gratuitement sans voir vos coordonnées et quelque soit votre niveau de relation.
- ▶ **Obtenez la liste complète des personnes qui ont consulté votre profil avec les statistiques du profil professionnel.** Vous découvrirez également comment ces personnes vous ont trouvé et vous en apprendrez plus sur elles.
- ▶ **Gagnez du temps en enregistrant vos recherches.** LinkedIn effectuera automatiquement vos recherches et vous préviendra lorsque de nouveaux candidats correspondront à vos critères.
- ▶ **Voyez rapidement toutes les relations que vous avez en commun avec un candidat.** Cela vous permet de rapidement identifier des personnes auxquelles vous vous adresserez pour obtenir leurs avis.

Se lancer

Ressources nécessaires

- Matériel : Ordinateur ou téléphone mobile avec connexion Internet
- Temps à prévoir : 20 à 30 minutes par jour
- Budget : outil gratuit mais options payantes
- Compétences : peu de compétences techniques sont requises, l'outil est accessible par tous

Première étape :

S'inscrire et compléter son profil

Commencez par créer un compte sur www.linkedin.com avec votre nom, prénom et email.

Puis, enrichissez votre profil :

- ▶ complétez le profil : le parcours, les spécialités, les compétences, les recherches...
- ▶ mettez une photo d'identité
- ▶ développez un second profil en anglais ou indiquez toute autre langue pratiquée
- ▶ créez des liens vers votre site : blog, articles, expertises, avis
- ▶ liez votre compte à vos différentes boîtes mails pour identifier tous vos contacts déjà présents sur le réseau
- ▶ optimisez votre profil pour les moteurs de recherche : intégrez dans votre profil les expressions clés auxquelles vous souhaitez être associé afin d'être trouvé par les bonnes personnes.

Deuxième étape :

Identifier des contacts pertinents et les contacter

Faites une recherche sur le moteur interne pour trouver des contacts.

Identifiez des profils en fonction des besoins et de l'apport mutuel.

Echangez des informations, des astuces et collaborez.

Troisième étape :

Faire vivre son profil LinkedIn

Ajoutez régulièrement de l'information sur la page « entreprise ».

Inscrivez-vous à des groupes (hubs) liés à votre thématique, proposez des sujets et discutez sur ces thèmes.

Créez des groupes, des événements et diffusez des offres d'emploi.

Mettez à jour régulièrement votre profil avec des informations professionnelles : idées, dernières réunions...

Ajoutez des applications comme Twitter, Slideshare...

Pour résumer

	Points forts	Points faibles
Technique	Simplicité de l'outil et prise de contact facile Page visible sur les moteurs de recherche Recherche avancée des profils par fonction	Ergonomie de l'outil
Animation	Gérer et participer facilement à des réseaux Partager le savoir en encourageant sa diffusion	Attention à la gestion de son temps
Image et business	Accélère la recherche de nouveaux collaborateurs, clients ou partenaires Offres d'emploi internes et offres du web Utile pour la visibilité sur le web Mise en avant des salariés par rapport à l'entreprise Utiliser la puissance des groupes comme diffuseurs de contenus	Le volume de la cible touchée par le message est international

10 conseils pour réussir sa présence sur LinkedIn

- 1 Complétez au mieux votre profil**
Utilisez votre photo de CV pour votre avatar et complétez le profil de manière précise : lien vers vos blog, vos sites web, événements ou entreprises, titre accrocheur, votre formation, vos compétences, votre métier...
- 2 Restez clair et concis**
Il faut que les internautes puissent identifier clairement ce que vous pouvez leur apporter, avant même de lire votre profil. Exposez clairement vos objectifs : qu'attendez-vous de LinkedIn, souhaitez-vous développer des partenariats d'affaire, proposer vos services, trouver des prestataires, recruter ? Adressez vous directement à votre cible comme par exemple « Nous souhaitons collaborer avec les PME de Charente-Maritime ». Faites des phrases courtes et simples, et pensez à aérer votre texte ; il faut que la lecture soit rapide. Optimisez votre temps. Estimez votre temps de présence, 10 minutes par jour pour commencer.
- 3 Améliorez votre visibilité sur le web**
LinkedIn est complémentaire avec d'autres outils : Twitter, Slideshare... ou encore l'APEC. Ajoutez votre compte à votre signature email, dans les commentaires sur d'autres blogs et sur vos autres réseaux. Sur votre profil LinkedIn faites des liens vers votre Twitter, blogs, sites internet ou CV en ligne.
- 4 Faites attention à votre image**
Surveillez votre e-réputation (personne ou entreprise) cela passe par le choix d'une stratégie de contenu et de communication efficace : www.youseemii.fr.
- 5 Inscrivez-vous sur des groupes**
Échangez des informations sur des groupes. La densité et la qualité de vos contributions permettront de vous créer un réseau et de gagner en crédibilité. C'est une démarche active qui demande du temps, autant pour la création que pour l'animation d'un groupe.
- 6 Faites attention à l'usurpation d'identité**
Choisissez un mot de passe suffisamment complexe, alternant chiffres/lettres, et ne le communiquez jamais.
- 7 Donnez pour recevoir**
N'hésitez pas à « partager » les contenus des autres internautes. Recommandez d'autres internautes, ils seront plus enclins à vous recommander le jour venu. Postez des avis positifs sur les profils de vos partenaires, ils en feront sûrement de même sur votre profil.
- 8 Faites vivre votre profil LinkedIn.**
Postez régulièrement des informations sur votre profil LinkedIn, faire preuve d'assiduité est une qualité. En effet, beaucoup de profils sont laissés en friche. Ils sont utilisés seulement lorsque l'utilisateur en a besoin. Cette démarche vous permettra de créer un lien avec les autres internautes. Un réseau est long à développer.
- 9 Elaborez une stratégie**
S'interroger sur le message que l'on veut faire passer, et faire le point sur ses compétences et ses objectifs : métier, responsabilités, salaire, etc. pour diffuser une information claire.
- 10 Comparez-vous**
Effectuez une recherche sur votre titre professionnel et trouvez des gens qui ont la même expertise. Vous verrez où ils travaillent, quels postes ils occupent et comment ils interagissent sur LinkedIn.