

Réseaux sociaux professionnels (RSP)¹

Sommaire

1 Deux principaux réseaux sociaux professionnels.....	2
1.1 LinkedIn.....	2
1.2 Viadeo.....	3
1.3 Principales fonctionnalités de Viadeo et de LinkedIn.....	3
2 De la bonne utilisation des réseaux sociaux professionnels.....	4
2.1 Ne pas confondre RSP et jobboards.....	5
2.2 Enrichir son profil.....	5
2.3 Identifier des contacts pertinents.....	7
2.4 Créer des contributions denses et de qualité.....	9
2.5 Faire du <i>personal branding</i>	10
2.6 Respecter les règles de partage et de confiance mutuelle.....	11
3 Les RSP, un complément indirect pour la recherche d'emploi.....	11
4 Un premier pas pour l'entretien.....	13
Conclusion.....	14

Apparus au début des années 2000, les réseaux sociaux professionnels (RSP) sont destinés à des usages professionnels, tels qu'effectuer du réseautage², chercher un emploi ou chercher à recruter, rejoindre des groupes de discussion thématiques pour faire de la veille professionnelle³, ou faire de la prospection commerciale pour les entreprises. L'objectif est donc de trouver des relations qui permettront à une entreprise ou à une personne de se faire connaître, de débloquent des opportunités, de trouver des associés. Pour mener à bien son réseautage, il est essentiel de « cibler correctement les personnes avec qui on veut entrer en contact », témoigne la co-directrice incubation de La Ruche, Margaux Cosnier. « Il n'y a pas de règle à suivre absolument, c'est du sur-mesure : une fois qu'on sait quel est le but de son networking, on cible mieux les canaux. Rejoindre une communauté d'acteurs qui travaillent dans son champ d'action, c'est une clef pour la réussite de sa start-up » ou pour trouver un nouveau poste, etc.

Si en France LinkedIn a de loin le plus grand nombre d'utilisateurs et si Viadeo est bien placé auprès des TPE/PME, il en existe d'autres :

- ◆ [Shapr](#)⁴ qui est une application de réseautage professionnel suggérant des professionnels ayant des intérêts et des objectifs professionnels similaires aux vôtres ;

1 Entre autres d'après les articles/sites suivants : Wikipédia ; « [Chiffres LinkedIn – 2021](#) » ; « [Réseaux sociaux professionnels](#) » (2018) ; « [Réseaux sociaux professionnels](#) » (2017) ; « [Jobboards, leur efficacité remise en question](#) » (2017) ; « [Internet et le réseau de relations l'emportent](#) » (2016).

2 Réseauter, ou faire du *networking*, est le fait de créer un réseau de contacts sociaux et professionnels, notamment par le moyen d'Internet.

3 Que cette veille soit informationnelle – à cet égard, **Twitter** est un RSP important – ou concurrentielle.

4 [Shapr](#) comptait 2,4 millions d'utilisateurs en 2019. L'objectif est de créer un profil, d'expliquer ce que l'on cherche et où. Puis, chaque jour, une vingtaine de profils sont proposés. Si on décide que c'est intéressant, on peut ensuite échanger avec la personne grâce à la messagerie instantanée et organiser une rencontre. C'est donc beaucoup plus informel que d'autres réseaux, mais ce n'est pas évident d'instaurer un dialogue durable.

- ◆ [Workplace by Facebook](#)⁵ qui est un réseau social destiné aux professionnels.

Le défaut de tous les RSP, c'est l'utilisation opaque des données des utilisateurs. L'avantage d'un certain nombre, comme LinkedIn, est leur couverture internationale.

1 Deux principaux réseaux sociaux professionnels

1.1 LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel américain créé en 2003. Il est l'un des leaders sur ce créneau, et est **tourné vers l'international**, d'où une plate-forme strictement identique dans tous les pays. De plus, ce RSP possède une fonctionnalité multilingue qui permet aux membres de traduire leur profil en plus de 40 langues⁶. En 2021, le site revendiquait plus de 774 millions de membres dans le monde issus de 170 secteurs d'activités dans plus de 200 pays. En France, 22 millions de personnes sont inscrites sur LinkedIn (soit près de la moitié de la population active française). Si le ratio utilisateurs/membres est le même en France que dans le monde, on peut estimer à 3,7 millions le nombre de personnes qui utilisent LinkedIn chaque mois dans l'hexagone⁷.

LinkedIn fonctionne sur le principe de la connexion (pour entrer en contact avec un ou une professionnel-le, il faut le ou la connaître auparavant ou qu'une de nos connexions intervienne) et du réseautage (mise en relation professionnelle). Ainsi, il existe **trois degrés de connexion** :

- **connexions au premier degré** : contact direct ;
- **connexions au second degré** : un contact en commun ;
- **connexions au troisième degré** : les contacts de nos contacts de deuxième degré.

LinkedIn a aussi lancé des **pages de profils de sociétés** : elles permettent aux sociétés de se présenter, de connaître les connexions avec les membres de LinkedIn. Le réseau utilisera ces données pour publier aussi les récentes embauches, promotions, et offres d'emplois. Ainsi, il existe le groupe « [Alumni - DUT Informatique - IUT de Belfort-Montbéliard](#) » proposant essentiellement des offres de stage, d'apprentissage et d'emploi⁸.

5 [Workplace by Facebook](#) : lancé en 2015, ce réseau social propose deux versants :

- ◆ l'un *corporate* permettant aux différents salariés d'une entreprise de « discuter avec des collègues [...] et de collaborer à des documents » et aussi selon le CDO (Chief Data Officer : directeur des Données) de l'entreprise Seb de favoriser l'engagement des nouveaux collègues : « Quand on recrute un jeune collaborateur, raconte le CDO, les équipes oublient ou n'ont pas le temps de s'asseoir pour lui raconter ce dont il a besoin. Si vous adoptez un Facebook at Work, vous lui dites tu vas suivre telle ou telle personne. Tu vas suivre les projets que je suis et tu vas lire les fils de discussion... ». Cet aspect de Facebook at work destiné aux professionnels (le **B2B** : Business to business) vient concurrencer des entreprises spécialisées dans le service aux entreprises telles que **Yammer**, propriété de Microsoft, ou **Slack**, qui est canadienne ;
- ◆ l'autre permet « de se mettre en relation avec des professionnels », à la manière de LinkedIn qui permet de se constituer un réseau professionnel (messages, fil d'actualité, recommandations, offres d'emplois, etc.).

6 Pour créer son profil dans une autre langue, lisez le [tutoriel que propose LinkedIn](#). De plus, il est [possible de consulter un profil quelle que soit la langue dans laquelle il a été créé](#).

7 Non seulement LinkedIn communique rarement ses statistiques, mais encore moins son nombre d'utilisateurs actifs, car celui-ci est relativement faible. [Selon certaines sources](#), il aurait été de 310 millions en 2020...

8 Il y a également une page « École » : [IUT de Belfort-Montbéliard](#) pour les étudiantes et étudiants (actuel-le-s et ancien-ne-s). Elle est alimentée en offres de stage, d'apprentissage ou d'emploi et d'informations sur l'insertion et l'orientation.

1.2 Viadeo

Réseau social professionnel français, Viadeo a été fondé en 2004. L'une de ses caractéristiques est de **réunir des professionnel·le·s issu·e·s de TPE / PME** puisque les profils présents dans des entreprises de moins de 50 employés représentent 45 % des inscrits. C'est logique puisque Viadeo est le prolongement d'un club d'entrepreneurs (Agregator), créé en 2000.

1.3 Principales fonctionnalités de Viadeo et de LinkedIn

Ce sont deux réseaux sociaux qui permettent de **construire et d'agréger son réseau professionnel**. Leur objectif est de **faciliter le dialogue entre professionnel·le·s**. Pour leurs membres, c'est aussi un outil de gestion de réputation en ligne et de *personal branding*⁹. Une des finalités de ces réseaux est de rechercher un emploi, des contacts ou des opportunités de business, et d'être recommandé par quelqu'un de votre réseau de contacts. Enfin, les employeurs peuvent y diffuser des offres d'emplois. Vous pouvez d'ailleurs recevoir des listes personnalisées d'offres d'emplois.

Grâce à un partenariat avec l'Apec¹⁰, depuis mars 2008 les utilisateurs de cette association peuvent s'inscrire à LinkedIn et/ou à Viadeo, y créer un profil, ajouter des contacts, et rechercher des postes, directement à partir du site de l'Apec.

Les principaux intérêts de ces plateformes sont :

- **la création et la gestion de son profil professionnel** (rédiger un CV, mettre à jour ses activités, ses compétences, etc.) ;
- **la création et la gestion de son réseau** (entrer en contact avec d'autres membres, recommander un utilisateur à un autre, etc.) – ainsi, Stéphane Dahan, recruteur d'ingénieurs reçoit cinquante demandes par jour de contact direct via les réseaux sociaux. Il apprécie cette démarche : *« j'ai accès au CV du candidat, lui au mien. Il peut savoir qui je suis. Ce contact autorise de rentrer dans une relation d'égal à égal, sans cette posture d'évaluation »* ;
- **une meilleure visibilité sur les moteurs de recherche** puisque ces RSP sont bien référencés ;
- **la veille informationnelle.**

Une des clés pour une utilisation efficace consiste à **renseigner de manière aussi complète que possible votre profil** – qui n'est pas un CV en ligne puisqu'il est destiné à tout le monde et qu'il est beaucoup plus complet : *« à l'inverse d'un CV dans lequel on choisit ses expériences en fonction du poste visé, vous devriez lister l'intégralité de vos emplois sur LinkedIn »*, assure Nicole Williams, experte en gestion de carrière. *« Vous ne savez pas quels sont les critères recherchés par un employeur donc votre profil se doit d'être aussi solide que possible »*¹¹ – et à vous créer un réseau, non à obtenir un

9 Le marketing personnel (*Personnal branding*) désigne le fait de créer une image de marque personnelle non pour un produit mais pour quelqu'un. Cela consiste à gérer sa propre marque, son positionnement et son image.

10 Association Pour l'Emploi des Cadres.

11 Même si vous avez changé de carrière, votre dernier emploi en date n'est pas uniquement ce qu'il y a de plus important. Nicole William recommande même de faire apparaître vos jobs d'été, en particulier ceux qui mettent en avant votre côté responsable : *« On ne sait jamais. Vous avez peut-être travaillé au Gap et le manager qui regarde votre profil a peut-être eu le même parcours et cherche quelqu'un qui a suivi une formation similaire à la sienne »*.

Même chose pour tout ce qui est bénévolat. LinkedIn n'est pas l'endroit pour décrire vos rêves et vos espoirs mais dans la situation économique actuelle les employeurs savent que les bénévoles peuvent se voir confier des responsabilités. L'important est de décrire ces expériences de la même façon qu'un travail saisonnier : en expliquant clairement les tâches que vous avez effectuées et ce qu'elles vous ont apporté.

entretien d'embauche. Vous devez donc remplir un assez long formulaire, en y détaillant notamment vos études et votre expérience professionnelle. Il va de soi qu'il se doit d'être à jour.

L'objectif consiste à avoir un maximum de contacts (appelés « connexions »), certains via vos amis, collègues ou simples contacts.

Une des particularités de ces deux RSP réside dans des sortes de forums de discussion communautaires et thématiques, publics (lisibles par tous les membres) ou privés (réservés à une poignée d'inscrits) : les **groupes**. Ce sont **des cercles de réflexion et d'échange professionnels** qui se regroupent par centres d'intérêt pour partager leur expertise, réflexions, retours d'expérience.

Viadeo comme LinkedIn propose un service de base gratuit mais, en fait, il faut souscrire au service payant « premium » pour accéder à la plupart des fonctionnalités (consulter le profil et contacter sans limites les autres membres, partager et échanger sur les hubs (ou groupes), publier ses événements, discuter en temps réel avec les autres membres...). Par ailleurs, Viadeo et LinkedIn vous offre la possibilité de vous abonner à des flux d'informations provenant du site (offres d'emploi, etc.).

Lors de l'inscription, plus encore si vous êtes à la recherche d'un emploi, veillez à **soigner votre « profil »** et vos mots-clés.

2 De la bonne utilisation des réseaux sociaux professionnels

Si l'accès à l'emploi se concrétise d'abord grâce aux relations personnelles et professionnelles, 62 % des salariés et 60 % des demandeurs d'emploi interrogés estiment « *qu'aujourd'hui, sans Internet, on n'a aucune chance de trouver du travail* » (sondage mené fin août 2016 auprès de 501 chômeurs et de 504 salariés du privé en poste depuis au moins deux ans). En effet, les bénéfices d'une recherche d'emploi en ligne sont identifiés par la majorité des gens : gestion de carrière plus dynamique, meilleure ciblage de l'offre, gain de temps et d'argent...

Canaux utilisés par les entreprises pour recruter des cadres

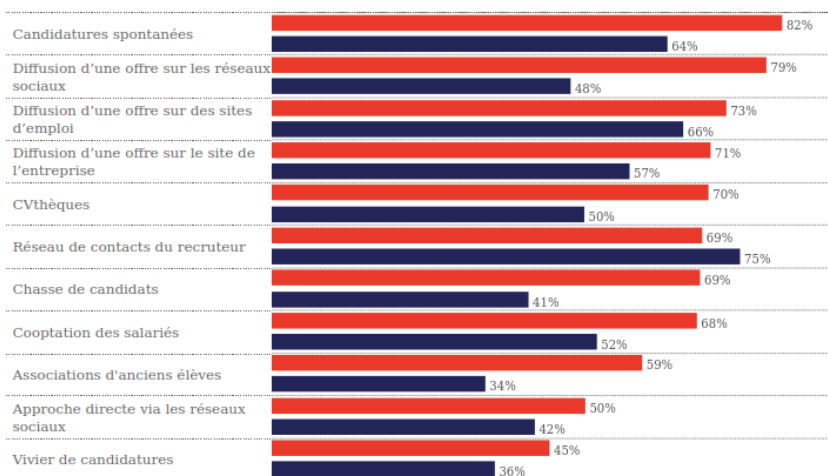
Recours à la diffusion d'une offre



Recours au réseaux sociaux



Détail des canaux utilisés pour recruter des cadres



Source : Apec (2022) – en rouge : dans le secteur de l'informatique ; en bleu : dans l'industrie

Viadeo et LinkedIn sont des réseaux professionnels assez traditionnels : selon le baromètre Trendence 2015, près de 2/3 des étudiants disent utiliser LinkedIn pour postuler directement à un emploi. Les métiers qui touchent aux technologies de l'information, au développement commercial, à

la vente et au marketing y sont très recherchés, loin devant les secteurs des télécommunications et des médias où les offres se font plus rares.

Pourtant, les RSP doivent s'utiliser d'une façon particulière si l'on veut qu'ils soient vraiment efficaces.

2.1 Ne pas confondre RSP et jobboards

Viadeo et LinkedIn n'ont pas été créés à l'origine pour chercher un travail, mais bien pour faire du *networking* et du *business*. S'ils sont devenus aujourd'hui des outils utiles et puissants pour la recherche d'emploi, c'est en raison de leur audience et de la richesse d'informations accessibles sur les personnes qui s'y trouvent, les métiers qu'elles exercent et les entreprises dans lesquelles elles travaillent.

LinkedIn et Viadeo proposent tous les deux un espace Offres d'emploi dans leurs rubriques « Carrière » et la possibilité évidemment pour les candidat-e-s de remplir leur profil comme il est possible de publier son CV dans la CVthèque d'un jobboard. Mais, il ne s'agit là que d'une toute petite partie des fonctionnalités offertes par ces outils.

En effet, dans le cadre d'une recherche d'emploi, les réseaux sociaux mettent les candidat-e-s à égalité avec les recruteurs, dans une relation enfin équilibrée puisque les RSP offrent la **possibilité de soigner son image, d'avoir accès à l'ensemble du marché des offres et des recruteurs et de collecter un grand nombre d'informations sur l'entreprise comme sur le recruteur.**

Or les gens s'y inscrivent généralement pour de mauvaises raisons (quelqu'un a dit qu'il fallait y être !) sans bien savoir à quoi ils servent réellement.

Beaucoup s'y inscrivent souvent au mauvais moment : lors d'une recherche d'emploi ou d'une mobilité professionnelle. Or, il faut considérer les réseaux sociaux professionnels comme des outils de pilotage de carrière. Donc se contenter de remplir son profil et d'attendre « tranquillement » qu'un recruteur tombe dessus comme sur un CV dans la CVthèque d'un jobboard est généralement improductif.

2.2 Enrichir son profil

- **Pour inciter les autres membres à vous contacter**, il est indispensable de bien compléter votre profil : parcours, compétences, spécialités, recherches... L'idéal est que le taux de remplissage de votre profil soit le plus proche possible de 100 % pour une meilleure visibilité sur le RSP et un meilleur référencement sur Google.
 - Il est donc nécessaire d'**améliorer votre « présentation courte »**, celle qui apparaît en haut de votre profil ou lors d'une recherche sur le moteur du RSP. Créez-vous un paragraphe résumant votre projet et vos atouts présentés clairement. **Faites court – mais pas trop : des mots clés doivent apparaître – et efficace**¹². Celui qui vous lit doit comprendre ce que vous faites et ce que vous cherchez, se souvenir facilement de vous, savoir parler de vous et vous recommander plus facilement. De ce fait, votre personnalité doit apparaître – en

¹² LinkedIn est une gigantesque base de données, donc quand un professionnel du recrutement cherche quelqu'un, il va saisir en moyenne 5 à 7 mots clefs, un mot clef représentant l'une de vos compétences. À partir de ce moment-là, l'algorithme de LinkedIn va se mettre en marche pour trouver les profils qui correspondent le plus à cette requête. **Si vous ne dites rien ou peu dans votre résumé LinkedIn, il y a peu de chances que vous fassiez partie des premiers résultats de recherche, d'autant plus qu'il y a fort à parier que le poids des mots qui sont utilisés dans le résumé du profil LinkedIn soit plus important que partout ailleurs sur votre profil ou presque** (et le poids des mots utilisés dans le titre est sans doute un peu plus important encore).

particulier grâce au **choix des mots**. D'ailleurs, l'écrire à la première personne pourra même lui donner plus d'énergie et de caractère.

- **Soyez très complet** dans la saisie des éléments de votre parcours (Études, Diplômes, Expérience...). Renseignez l'ensemble des champs : différentes expériences (stages), différents diplômes en précisant l'école ou l'université (cela vous permettra de retrouver plus facilement vos anciens camarades, mais aussi d'être retrouvé·e plus vite par eux !).
- Mettez aussi vos centres d'intérêt en valeur.
- Il est conseillé de mettre une **photo** : les fiches avec une photo sont quatre à sept fois plus consultées que les fiches qui en sont dépourvues.
- Utilisez les **bons mots clés** pour décrire vos expériences et vos compétences. Ces mots clés vont accroître votre visibilité et votre profil ressortira mieux lors d'une requête dans le moteur de recherche du RSP.
- N'hésitez pas à **insérer des liens hypertextes vers vos productions numériques** : blog, portfolio, articles, expertises, avis, créations... **à la condition qu'ils servent votre projet professionnel** et/ou que vous soyez très actif sur ces sites spécialisés. De plus, vous pouvez accroître encore votre visibilité et votre crédibilité professionnelle en participant activement à certains hubs (groupes de discussion) sur Viadeo ou LinkedIn voire en créant le vôtre sur votre domaine d'expertise.
- Demandez à vos contacts de rédiger un **témoignage sur votre profil**. Le mieux est d'illustrer chaque expérience par une recommandation **rédigée par votre ancien responsable hiérarchique ou par un ancien collègue**. Cette « référence » va permettre de valoriser vos compétences, une expérience réussie, en créant de la valeur, car elle implique la personne qui donne son avis. Les recommandations donnent une très forte crédibilité à votre profil. Plus les personnes sont reconnues comme des professionnels, plus la recommandation aura du poids.
- **Faites attention à l'expression** : selon une enquête menée par RégionsJob en 2013, **sur les 60 % de recruteurs qui étudient les profils des candidat·e·s sur les réseaux sociaux, 71 % repartent avec un a priori négatif face à des erreurs de langue...**

ECN | UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR VOTRE E-COMMERCE | 2021 | Lillian



LinkedIn

Le B2B
des réseaux sociaux

Quand publier ?

Lundi ☒

Mardi ☒

Mercredi ☒

Jeudi ☒

Vendredi ☒

Samedi ☐

Dimanche ☐

8h à 10h 17h à 18h

Conseils

- Utilisez les hashtags dans vos publications¹
- Utilisez les contenus visuels (image vidéo et pdf)
- Utilisez du storytelling de vos publications
- Soignez vos accroches pour attirer l'attention
- Identifiez les personnes impliquées dans votre publication²
- Misez sur l'engagement et sur la qualité.

1. En fonction de votre cible et des centres d'intérêt de votre communauté / 2. Cela vous permettra d'obtenir une portée supplémentaire.

Objectifs

- Développer son réseau**
faire de la prospection
- Promouvoir son activité**
montrer son expertise et augmenter la visibilité
- Partager du contenu et de l'actualité**
la vie de l'entreprise et mettre en avant son équipe

Audience

VISITEURS ACTIFS

17 millions par mois, en France

RÉPARTITION PAR GENRE

52% d'hommes
48% de femmes

TRANCHE D'ÂGE

Moyenne estimée à 44 ans

CHIFFRES CLÉS

85% des décideurs BtoB en France, utilisent LinkedIn

Outils LinkedIn

- REPORTING Campaign Manager
- Pn AUTOMATISER ProspectIn
- ANALYSE LeadFuze

Venez explorer le e-commerce sur www.ecommerce-nation.fr

Sources : Médiamétrie, Digidimind, CoSchedule, GlobalWebIndex, We are social et Hootsuite, Kantar média - Amplify - Statista.com - Étude sur les chiffres de 2019

2.3 Identifier des contacts pertinents

Si la constitution du profil est essentielle, ce n'est que la toute première étape d'utilisation d'un réseau social professionnel. Il est également utile de rechercher ses contacts professionnels afin de **matérialiser leur réseau** sur Viadeo et/ou LinkedIn. C'est la première vocation de ces sites qui sont des « réseaux » sociaux. Avoir tous ses contacts professionnels sur Viadeo et LinkedIn (sans forcément que ce soit les mêmes des deux côtés d'ailleurs), c'est disposer d'un classeur de cartes de visite intelligent, dynamique, vivant, interactif et évolutif, toujours consultable, surtout avec les applications pour smartphones.

Mieux vaut prendre son temps pour tisser des relations de proximité avec quelques personnes que de multiplier les contacts distants. **Privilégiez la qualité à la quantité.** Le temps bonifiera les relations authentiques, pas les relations artificielles. L'essentiel est de **ne pas accepter d'entrer en relation avec des personnes avec qui vous n'avez pas de lien direct : vos réseaux sur LinkedIn ou Viadeo doivent demeurer des réseaux qualifiés.** Un réseau social professionnel sert à cela : stocker au même endroit tous ses contacts professionnels pour avoir à portée de clics tous ses contacts.

Pour matérialiser votre réseau professionnel **pensez à toutes les personnes utiles pour votre réseau** : enseignants, intervenants rencontrés lors de conférences, maîtres de stage, collègues lors du stage, autres étudiants... **Dans la mesure où 30 % des postes ne sont jamais publiés parce qu'ils sont pourvus grâce aux réseaux personnels, cette démarche est importante – c'est même le seul vrai intérêt des RSP.**

Les réseaux sociaux professionnels disposent de moteurs de recherche pour faciliter la **recherche des membres proches de vos besoins ou centres d'intérêt professionnels** :

- trouver un membre qui vous intéresse, qu'il exerce le métier que vous désirez faire et/ou qu'il travaille dans les secteurs où vous souhaitez travailler ;
- consulter son profil pour voir qui il est, d'où il vient (**quels sont ses diplômes, quel est son parcours, quelles sont les compétences qu'il met en avant**), **ce qu'il cherche, à quels groupes de discussion il participe, ce qu'il peut vous apporter et ce que vous pouvez lui apporter**. Vous pourrez ainsi vous en inspirer pour construire votre propre profil, voire entrer en contact avec lui ;
- vous pouvez **identifier les personnes dans votre réseau qui sont en poste dans un secteur proche de celui que vous recherchez** et leur demander qui vous pouvez solliciter de leur part. Une fois la mise en contact faite, **trouvez un prétexte valable** : vous êtes jeune diplômé-e, vous souhaitez mieux connaître tel ou tel métier, vous vous intéressez à telle initiative... En somme, demandez tout sauf un emploi. L'objectif est d'établir un contact visuel avec un ou une professionnel-le, qui pensera peut-être à vous si un poste se crée ;
- vous pouvez aussi contacter la personne via la plateforme, pour échanger des informations, des astuces et pourquoi pas trouver un terrain d'entente pour vos affaires. Attention cependant : **en principe, cela ne se fait pas d'inviter quelqu'un qu'on ne connaît pas à rejoindre son réseau**. Une possibilité pour attirer l'attention de la personne que vous désirez avoir comme contact : vous pouvez écrire quelque chose « J'ai aimé cet article que vous avez écrit... Je travaille aussi dans ce domaine... C'est pourquoi j'aimerais que nous soyons connectés sur LinkedIn » ;
- si une affaire s'engage, retrouver le schéma classique de la prise de contact : téléphone, rendez-vous, conclusion de l'affaire.

2.4 Créer des contributions denses et de qualité

 **#bigdata** • abonné
3 j • Post de **Adrien Toul**

Retour du salon du **#bigdata** au Palais des Congrès.
Depuis 2016, j'ai participé à quasiment toutes les éditions.
Celle-ci fut particulière.

Particulière, tout d'abord car j'ai éprouvé un grand plaisir à revoir des visages familiers, anciens clients, anciens candidats, certains au fil du temps devenus l'un, puis l'autre; et de constater leur évolution positive dans des postes révélant tout leur potentiel.

Particulière également, de par le plaisir de rencontrer de nouvelles personnes et d'échanger autour de leurs métiers, de leurs entreprises, de leurs projets et de leurs idées, découvrant ainsi des trajectoires de vies et des opinions enrichissantes.

J'ai eu le plaisir de constater de mes propres yeux la forte croissance de l'écosystème data et IA en France.

Plus de participants, plus d'exposants, plus de start-ups, de nouveaux pure-players, des éditeurs et esn bien connus etc..

J'ai même eu l'agréable surprise de découvrir le stand RH avec des sociétés prestigieuses telles que Thalès, Rexel, Airbus ou encore le Crédit Agricole. Ces entreprises dont les données étaient il y a quelques années encore, sous-exploitées, ont su désormais pivoter afin faire de la data un enjeu stratégique prioritaire au cœur de leur métier et de leur organisation.

En 2016, peu d'usages big data et data science étaient industrialisés et industrialisables, peu de systèmes d'informations étaient qualifiés de data-centric. Une dizaine de grands noms se partageaient les parts du gâteau sur le marché.

En 2022 l'ensemble des acteurs ont progressé, rendant vivantes, non sans parfois quelques complexités, de superbes avancées techniques au service de business cases toujours plus variés grâce notamment au progrès de la R&D et à la puissance du Cloud public, du devOps qui ont décuplés le potentiel d'exploitation de la donnée.

Mais ce qui m'a le plus impressionné, fut de constater la présence de nombreux curieux, d'étudiants d'écoles d'ingénieurs, d'université voire des lycéens s'intéresser à ce marché; preuve que la data et l'IA s'ancrent définitivement dans le paysage mainstream de la tech et qu'elles attireront à l'avenir de plus en plus de talents.

Je ne sais pas ce que réserve 2023, mais j'ai déjà hâte de vous y retrouver.



Fréquenter quelques groupes de discussion thématique et, surtout, rédiger quelques articles permettent de se distinguer et surtout de pouvoir entrer en contact indirectement avec des interlocuteurs utiles pour sa carrière. Ainsi, vous pouvez **publier des données utiles et réagir à l'actualité et aux événements en cours à la condition d'apporter des informations et éclairages pertinents** – par exemple un article suite à une conférence ou à la lecture d'un livre ou à un salon professionnel.

En effet, piloter sa carrière sur Viadeo/Linkedin, c'est **cultiver le lien avec ses relations professionnelles, effectuer une veille sur son domaine d'activité via les groupes de discussion, la rubrique Actualités ou la rubrique Questions/Réponses, échanger avec ses pairs**. L'intérêt de ces réseaux est non seulement de permettre de consulter les profils des autres membres inscrits sur le même réseau et ayant les mêmes intérêts que soi, mais aussi de faire une demande pour les intégrer à sa liste de contacts. Pour ce faire, il est indispensable d'essayer de voir ce que l'on peut apporter à son contact, et ce qu'il peut apporter. Pour inciter les autres membres à entrer en contact avec soi, on doit **animer son réseau et entretenir ses relations en participant à des**

groupes de discussion¹³. C'est une façon de **se positionner en tant qu'expert·e sur une thématique donnée** et de développer sa visibilité auprès d'une communauté de professionnels qui peut se faire très rapidement une idée de votre expertise et de la pertinence de vos propos. Attention de **ne pas en faire trop cependant**. *« Avoir une activité trop soutenue sur les réseaux sociaux peut aussi desservir, estime Fabrice Coudray, directeur chez le cabinet de recrutement Robert Half International France. À force de réagir à tout et n'importe quel sujet, on donne l'impression qu'on est dans le réflexe de survie et on perd en pertinence. »*

Les bénéfices que vous retirerez de vos échanges sur les réseaux sociaux professionnels viendront surtout de la **densité et qualité de vos contributions**. Il est nécessaire d'**avoir une démarche active, de recherche et de prise de contact**. Pour cela, il est conseillé **de s'inscrire aux groupes de discussions ou d'en créer**. Par ailleurs, **Twitter peut être utile**. S'y engager, être en veille sur les tendances d'un métier ou d'un secteur, permet d'entrer dans un écosystème, d'en identifier les acteurs clés et de se faire remarquer d'eux, en les retweetant régulièrement. Le mieux dans ce domaine consiste à **tenir son propre blog et à devenir un producteur de contenus spécialisés**.

En effet, comme tout acte de communication, **votre visibilité n'a d'intérêt que si vous avez un message à faire passer**. Or que vous soyez à la recherche d'un travail ne fait que rarement partie des messages qui concernent ou intéressent vos interlocuteurs.

Mais ce qui est intéressant c'est ce que vous pouvez faire, ou les sujets sur lesquels vous pouvez échanger – le sujet de votre mémoire (pas forcément le titre académique, mais la « matière » de ce travail), de votre stage, etc.

Il faut donc que vous déterminiez quel message vous souhaitez faire passer. Ensuite vous bâtirez votre présentation autour de lui grâce à quelques mots ou phrases clefs. Mais attention, vos qualités ou atouts présumés (adaptable, courtois·e, motivé·e, etc.), ce n'est pas passionnant non plus...

2.5 Faire du *personal branding*¹⁴

Grâce à Viadeo et à LinkedIn, on peut optimiser sa visibilité sur ces outils, mais également sur le web. En effet, on profite de l'excellent référencement de ces sites pour voir ses profils (bien remplis si possible !) apparaître parmi les tous premiers résultats si on « **Googlise** » son nom. C'est ce que font les recruteurs avant de recevoir les candidats en entretien – d'où la nécessité de saisir ses prénom et nom sur Google pour prendre conscience de sa présence numérique.

Tout comme une entreprise va soigner sa marque, **il convient de soigner sa marque personnelle**. Cette marque est constituée de la **e-réputation** (ce que les autres disent de soi : nom apparaissant dans un organigramme ou un article, photo taguée, critique ou dénigrement, recommandation) et de son **identité numérique** (ce que l'on dit de soi : profil sur un réseau social, blog personnel ou professionnel, point de vue exprimé sur un média social). S'il n'est pas possible de contrôler son e-réputation, on peut en revanche construire son identité numérique pour choisir l'image que l'on souhaite véhiculer. Les réseaux sociaux professionnels sont d'excellents outils de *personal branding* qui permettent de communiquer sur une **identité professionnelle cohérente (même photo, même intitulé de fonction, mêmes mots-clés)** et maîtrisée.

Le principe du *personal branding* implique une phase d'introspection : **quelles sont ses forces et ses faiblesses ?** Pour avoir de l'aide, il faut se renseigner auprès de son entourage

¹³ Lire à ce sujet « [Publier sur LinkedIn, sept erreurs à ne pas commettre](#) » (2017) et « [10 conseils pour optimiser vos articles sur LinkedIn](#) » (2017) qui donnent des conseils d'écriture.

¹⁴ Le *personal branding*, c'est du marketing personnel.

concernant ses compétences, ses savoir-faire et savoir-être et se demander quels sont ses objectifs, ses valeurs. Cette introspection aide à mieux cerner ses atouts et à discerner les éléments permettant de se différencier des autres. Il est donc nécessaire d'analyser son comportement, l'image que l'on véhicule, et voir ce qui est en conformité avec soi et ses valeurs. Cette analyse permet de se (re)positionner. Enfin, il faut définir les cibles auprès desquelles on peut se promouvoir, et les supports (blogs, sites personnels, réseaux sociaux, articles...).

Sur les réseaux sociaux professionnels, il est utile d'**insérer des liens vers ses créations** (articles, blogs, site Internet, sites d'hébergement tels que Github) et de **parler de ses actions** (bénévolats, actions caritatives...). Attention : toutes ces informations ne doivent **pas être trop éloignées de son projet professionnel**, au risque de diminuer sa crédibilité.

Dans tous les cas, il faut garder à l'esprit que les réseaux sociaux professionnels sont des outils de veille très efficaces : beaucoup d'entreprises disposent d'un compte. Les recruteurs peuvent ainsi faire des recherches sur Internet pour **recouper un certain nombre d'informations avec celles qu'on leur présente**. Mieux vaut donc se demander avant eux si les éléments récoltés corroborent ceux qu'on leur envoie, s'ils ne sont pas contradictoires, ni déplacés, ni provocateurs, et enfin s'ils sont cohérents par rapport aux objectifs que l'on s'est fixés.

2.6 Respecter les règles de partage et de confiance mutuelle

La **notion de partage est essentielle** sur les réseaux sociaux professionnels. Vous donnez pour recevoir, des recommandations, des conseils, des propositions... Ces échanges favorisent la création d'un climat de confiance, qui facilitera ensuite la prise de contact et les négociations.

Le mauvais réflexe : s'intéresser aux réseaux sociaux lorsque vous êtes en demande. **Il est conseillé d'utiliser les réseaux sociaux professionnels lorsque vous n'en avez pas besoin**, et le jour où vous êtes en recherche d'opportunités, les personnes que vous avez aidées vous aideront certainement en retour, sachant que plus vous avez de contacts, plus vous avez de crédibilité.

En effet, si ces RSP permettent aux professionnels de constituer un réseau de contacts, ceux-ci sont, selon l'Apec, **utiles mais rarement efficaces en matière de recherche d'emploi**.

3 Les RSP, un complément indirect pour la recherche d'emploi

Selon une enquête de LinkedIn de 2019, « **seuls 14 % des utilisateurs des réseaux sociaux en général utilisent/construisent leur communauté sociale dans le but d'aider leur carrière, pour trouver un emploi... Même si 42 % pensent que c'est un réel avantage.** »

il faut penser à **se servir du moteur de recherche pour identifier les bons interlocuteurs**.

Les RSP peuvent être utiles dans la recherche d'emploi, car ils permettent aux cadres « **de repérer en amont des opportunités** », ou encore de « **trouver des contacts ou des informations susceptibles d'appuyer leur candidature** » et surtout de « **se renseigner sur un poste, sur l'ambiance dans l'entreprise** ». Cette utilité est davantage ressentie chez les jeunes cadres, mais aussi chez ceux qui exercent des métiers à forte composante relationnelle, comme les commerciaux, les cadres du marketing et ceux de la communication. Ainsi, en recherche d'emploi, Constant, community manager, donc parfaitement au fait des usages d'Internet, a commencé par expurger son compte Twitter. « *Ensuite, je me suis renseigné sur l'entreprise où j'avais postulé en tapant son nom dans Google bien sûr, mais aussi en me rendant sur sa page corpo. Je suis tombé sur des vidéos du personnel expliquant l'entreprise, l'ADN de la boîte, autant d'informations que j'ai pu replacer facilement lors de l'entretien. Je*

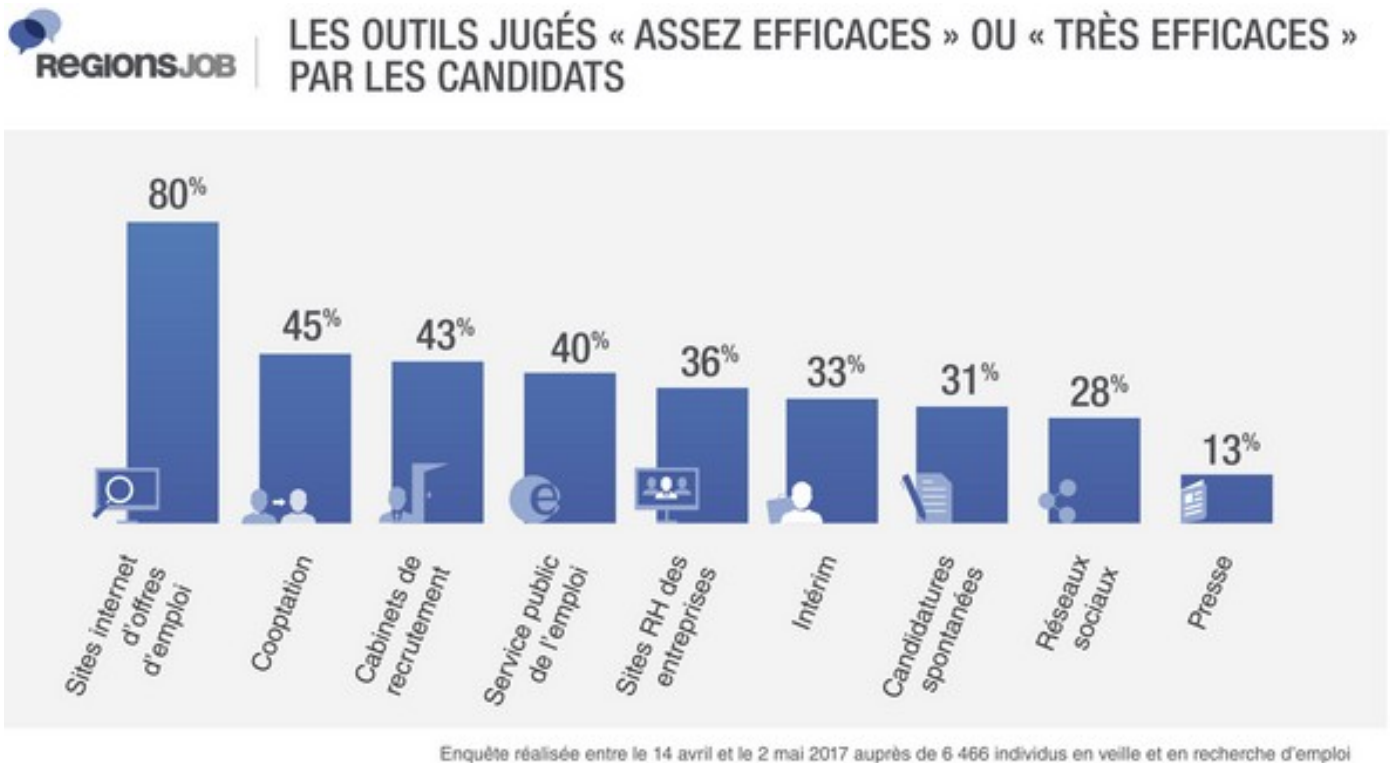
m'étais également déconnecté de mes comptes Viadeo et LinkedIn pour regarder, sans être vu, les profils des personnes avec qui je passais les entretiens d'embauche. Ça fournit des informations grâce aux bio professionnelles et cela permet de mettre un visage sur la personne qu'on va rencontrer. En revanche, je doute que si j'avais appris par ce biais la passion de la RH, cela aurait joué sur mon embauche. Si elle aime le curling, je n'aurais pas ajouté cette activité à mon CV ! »

Les RSP permettent également de « **benchmarker**¹⁵ » ses concurrents (en consultant les profils des autres professionnels de son domaine), de **faire une enquête métier** (validation de son projet professionnel), d'**échanger avec ses pairs**, **partager de l'information** de qualité, de **lancer des discussions** et d'**attirer les recruteurs** sur son profil.

Ainsi, celles et ceux qui utilisent ces outils le font pour plusieurs raisons :

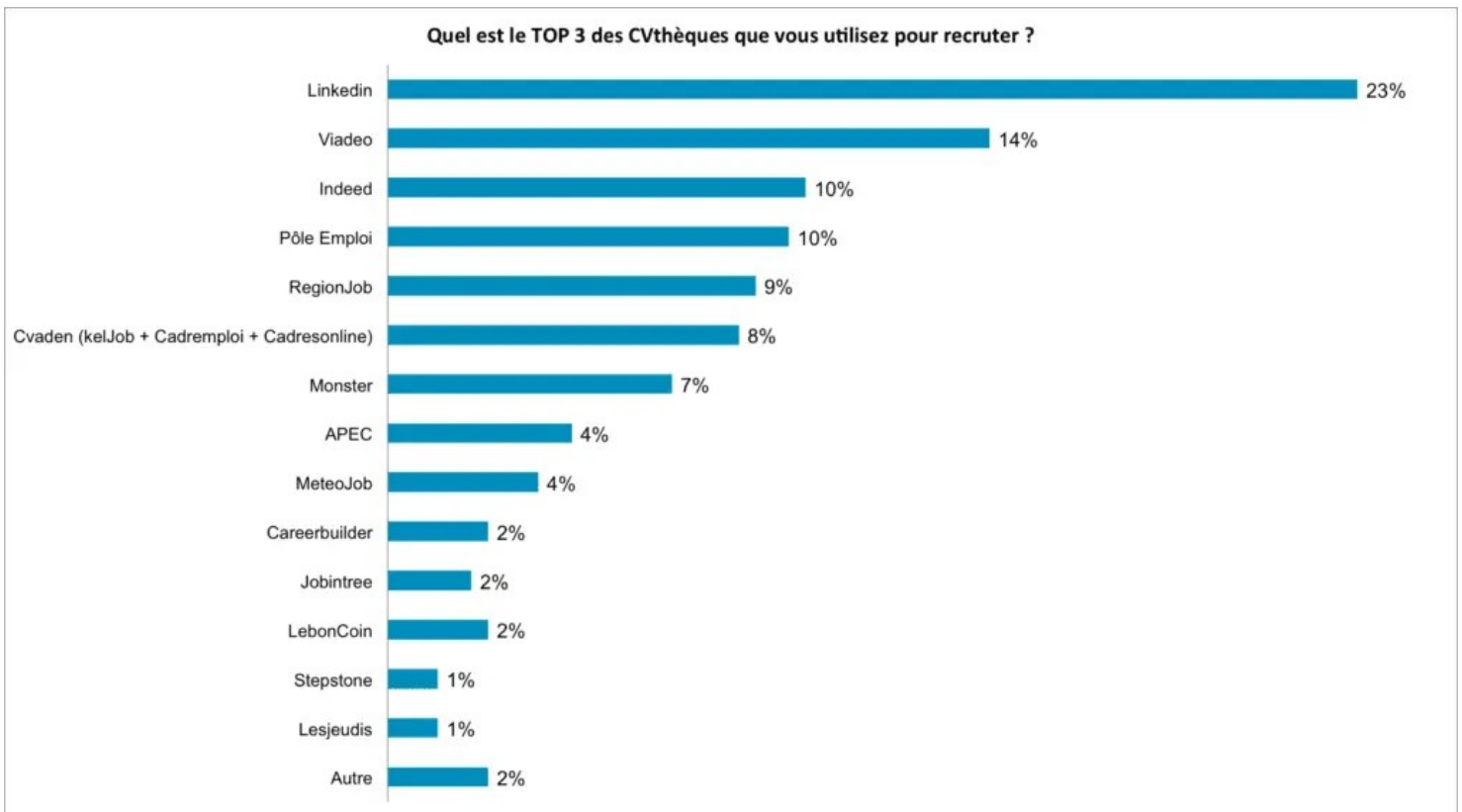
- pour rester active ou actif sur le marché de l'emploi ;
- pour trouver de nouvelles opportunités ;
- pour promouvoir sa marque employeur ;
- ou pour avoir des informations sur les candidat·e·s.

Les sites d'emploi représentent toujours le premier canal par lequel les candidat·e·s arrivent à décrocher leur emploi suivi des candidatures spontanées et des recommandations. Les RSP n'arrivent qu'en huitième position après les stages de pré-embauche, l'ANAEPEC (Agence nationale de promotion de l'emploi et des compétences), les cabinets de recrutement et les réseaux des anciens d'école. Les RSP devancent toutefois les annonces presse et les forums d'emploi. D'ailleurs, d'après une [enquête de 2017 menée par RégionsJob](#), les RSP semblent peu efficaces aux candidat·e·s en recherche d'emploi, même si 41 % d'entre eux les utilisent :



¹⁵ Étudier et analyser les techniques de gestion, les modes d'organisation des autres afin de s'en inspirer et d'en tirer le meilleur. C'est un processus continu de recherche, d'analyse comparative, d'adaptation et d'implantation des meilleures pratiques pour améliorer la performance des processus dans une organisation.

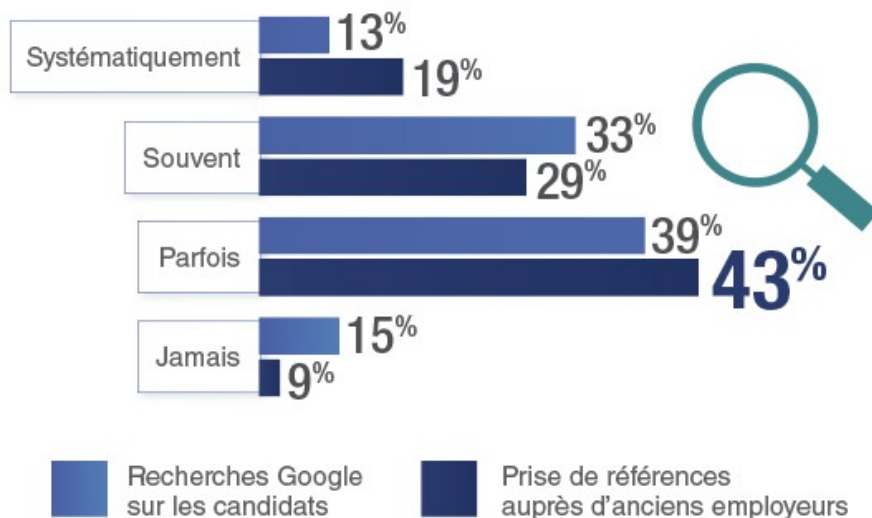
Pourtant, d'après une enquête *La Vie éco* réalisée en 2014, **63 % des contacts réalisés par le biais des RSP aboutissent à un entretien**, démontrant que **les RSP permettent une recherche sélective**. En outre, les recruteurs utilisent beaucoup les RSP comme des Cvthèques, comme le montre ce sondage de 2017 :



4 Un premier pas pour l'entretien

La plupart des candidat·e·s font **systématiquement des recherches en ligne sur les entreprises avant de répondre à une offre d'emploi**, via le site web de l'entreprise le plus souvent, mais aussi, dans une moindre mesure, à travers le bouche-à-oreille et les RSP.

La e-réputation est une réalité que les entreprises et candidat·e·s semblent de plus en plus intégrer de nos jours.



Enquête de RégionsJob, 2017

Ainsi, pour les entreprises, **les RSP servent à recueillir des informations sur les candidat·e·s (76,5 % des cas)**, faire une veille concurrentielle sur les profils en poste (50 % des cas), promouvoir sa marque employeur (35,3 %) ou veiller sur la mobilité des candidat·e·s (23,5 %).

Les RSP se positionnent en deuxième place comme support le plus efficace selon les recruteurs,

après les sites d'emploi. Leur efficacité vient du fait que **la recherche des profils surtout rares peut apporter des résultats**, parfois rapides. En outre, ils **donnent, autant au candidat qu'au recruteur, l'impression d'être plus proche de son interlocuteur et d'avoir une interaction plus directe avec lui**. C'est pour cela que **84 % des entreprises utilisent régulièrement les réseaux sociaux au cours de leurs recrutements** (d'après une étude menée en 2017 par SHRM – importante société de ressources humaines).

Conclusion

Seuls ceux qui font preuve d'engagement sur les réseaux sociaux professionnels en récoltent les fruits. En effet, il s'agit de **construire sur le long terme** puisque les réseaux sociaux professionnels reposent sur le principe du partage : on donne pour recevoir (des conseils, des recommandations...). On construit ainsi par ces échanges une relation de confiance.

Par ailleurs, il ne faut pas perdre de vue, surtout **en 2019 et en tant qu'étudiant·e, que le fait de ne pas appartenir à des réseaux professionnels tels que LinkedIn ou Viadeo n'est pas éliminatoire**. En effet, s'il y a une dizaine d'années, les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou LinkedIn étaient annoncés comme une petite révolution dans le recrutement, **leur utilisation comme outil de recherche d'emploi a baissé d'un point (35 % en 2012 vs 34 % en 2017)¹⁶** et seulement 21 % des personnes interrogées les utilisent pour postuler directement auprès des entreprises. Ils constituent toutefois un vivier d'informations pour les candidats. De même, côté recruteurs, les réseaux sociaux leur offrent la possibilité de vérifier certaines informations sur l'identité numérique et l'expertise des candidats, et de « travailler » leur marque employeur. Mais ils sont encore très loin de compter parmi les principaux moyens de postuler auprès d'eux.

De plus, un certain nombre de recruteurs préfèrent qu'une candidate ou un candidat joue la carte de la discrétion plutôt que d'afficher sa e-réputation à renforts de photos ou de commentaires compromettants.

En revanche, **la mention de son appartenance à des réseaux sociaux sur son CV a un vrai sens lorsque celle-ci témoigne d'une certaine activité de réseautage professionnel sur des forums, groupes de discussion et veilles spécialisés**.

Enfin, **concernant les recherches d'emploi en ligne en général, des interrogations demeurent** : la concurrence accrue entre candidats, le manque de transparence concernant les critères de sélection, les travers de l'e-réputation ou encore le risque de standardisation des profils liée aux filtres et aux algorithmes de tri inquiètent, sans oublier **l'exploitation des données personnelles collectées** – si [LinkedIn a été acheté en juin 2016 par Microsoft pour un montant de 26,2 milliards de dollars](#), c'est bien pour les données que ce réseau social engrange. Sans oublier que les RSP ne sont pas à l'abri du piratage. Ainsi, [en avril et en juin 2021, des pirates ont détourné des API LinkedIn pour récupérer les données de plus de 90 % des abonnés à ce réseau social](#). Depuis, il se vend sur le Dark Web des centaines de millions d'enregistrements, comprenant des adresses e-mail, des noms d'utilisateurs, des adresses postales...

¹⁶ Lire l'intéressante étude de RégionsJob de 2017 : « [La recherche d'emploi en 2017 : quelles sont les pratiques des candidats ?](#) »