



Tout le monde se précipite sans trop savoir pourquoi sur les réseaux sociaux en ligne. Effet de mode ou motifs commerciaux, les raisons d'en être sont aussi nombreuses que lesdits réseaux. Quelle en est l'utilité pour un créateur d'entreprise? LinkedIn, qui s'affiche comme le plus professionnel, est ausculté par Olivier Hamel, consultant chez Sponsorize, cabinet évoluant dans le sponsoring et le marketing relationnel, qui utilise les nouveaux outils multimédia dans son travail de gestion des réseaux quotidien.



Olivier Hamel

Selon son fondateur, Reid Hoffman, un ancien de PayPal: «MySpace, c'est le bar, Facebook, c'est le barbecue au fond du jardin, et LinkedIn, c'est le bureau.» Un bureau dans lequel on aurait 38 millions de collègues venants de 120 pays qui exerceraient leur activité dans 150 secteurs différents. Les chiffres laissent dubitatifs...

Les sociétés y ont aussi un siège puisqu'il est possible de créer le profil de son entreprise, à l'instar des 16 600 qui y ont déjà laissé leur carte visite.

Un petit monde

Le principe de fonctionnement est basé sur le phénomène du petit monde du psychologue américain Stanley Milgram, comme l'explique Olivier Hamel: «Dans son hypothèse, Milgram suppose que chaque individu sur terre est lié à n'importe quel autre par une chaîne de relations sociales n'excédant pas six degrés de séparation. LinkedIn fonctionne sur ce présupposé. Si vous avez par exemple 10 connections, qu'on dit de 1er rang, ceux-ci ont aussi des connections, donc de 2^e rang pour vous, avec lesquelles vous pouvez être mis en relation si vous en faites la demande. Vous pouvez aller jusqu'au 3^e rang. Cela revient à dire qu'avec 10 connections vous pourriez entrer en contact avec des milliers d'autres.»

Recherche d'emploi

LinkedIn permet d'introduire une personne à une autre qui lui est inconnue, grâce à l'entremise d'une troisième, une lettre de recommandation du 21^e siècle, en quelque sorte.

Recommandation que l'on retrouve noir sur blanc sur son profil de façon plus détaillée. C'est d'ailleurs là que réside la plus value. Son réseau personnel est affiché ainsi que son cv détaillé, à côté duquel les anciens collègues, patrons, partenaires commerciaux peuvent écrire des recommandations, comme celles demandées par un futur employeur.

Le site se révèle d'ailleurs un outil très performant pour la recherche d'emploi. Un onglet de confidentialité évite même que votre actuel patron puisse avoir vent de votre prochain départ. A tel point que certaines entreprises, principalement américaines, ne passent leurs annonces que sur LinkedIn. Une tendance qui se confirme en France où l'Association pour l'Emploi des Cadres a ajouté une fonctionnalité sur son site qui permet à l'utilisateur d'avoir accès à son réseau LinkedIn pour identifier les personnes travaillant dans l'entreprise convoitée.

Pour les entreprises aussi

Ce qui valable pour un individu convient parfaitement à une entreprise. Les recommandations s'appliquent de la même manière. Recevoir de bons commentaires d'un client satisfait rehausse l'image d'une société et de la qualité de ses services. Or toutes ont besoin de soigner leur réputation. Celle-ci se trouve d'autant plus renforcée lorsque la société se profile comme spécialiste en répondant aux questions posées par les autres utilisateurs. Sur le modèle des «yahoo answers», les membres de LinkedIn posent leurs requêtes et choisissent parmi les réponses celle qui leur paraît la plus pertinente. Une entreprise peut ainsi tirer son épingle du jeu en se profilant comme une spécialiste du sujet. LinkedIn devient alors une vitrine mondiale.

Bien entendu le système des 3 rangs permet, à partir d'un réseau restreint, d'avoir accès à une quantité de clients potentiels. Le seul hic, pour en faire un usage vraiment professionnel, le service devient payant. Pour envoyer des mails à des personnes n'appartenant pas à son réseau, les prix s'échelonnent entre 25 et 500\$ par mois, voire plus s'il l'on souhaite un service personnalisé. A ce tarif, plus d'un restera sur Facebook.

Idee que ne semble pas partager Olivier Hamel: «LinkedIn donne une image beaucoup plus professionnelle, Facebook est trop connoté plaisir. Il est nécessaire de passer plus de temps sur LinkedIn mais c'est un effort sur la qualité qui se révélera à terme bien plus payant pour la société et l'image qu'elle cherche à dégager. Nous utilisons LinkedIn pour notre service *Mise en Relation IZE*, pour mettre en réseau nos contacts dans le cadre de nos projets.»

Donc en short hawaïen sur Facebook et en costume trois-pièces sur LinkedIn! ■

Frédéric Vormus

