



01netPro
23 juillet 2009

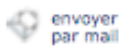
<http://pro.01net.com/editorial/504568/trouver-un-emploi-grace-aux-reseaux-sociaux/>

01net Pro / Emploi / Dossiers

Trouver un emploi grâce aux réseaux sociaux

Ces outils du web 2.0 peuvent ruiner vos chances d'être embauché. Mais, avec une démarche de marketing personnel, vous les utiliserez pour mettre tous les atouts de votre côté.

Pierre Tran | 01 Informatique | le 23/07/2009 à 00h00 |



Avec l'avènement du web, la recherche d'emploi dans les magazines spécialisés a laissé la place à la recherche en ligne sur des sites spécialisés (les job boards). Puis le web 2.0 a amené une évolution dans tous les domaines et la recherche d'emploi n'y a pas échappé. Les nouveaux recruteurs utilisent aujourd'hui les réseaux sociaux pour découvrir des candidats mais aussi pour les

évaluer par avance. Tout chercheur d'emploi se doit aujourd'hui d'être présent sur les job boards mais également de soigner sa réputation numérique et d'explorer les nouvelles pistes que sont les réseaux sociaux.

Comment faisait-on jadis - et encore aujourd'hui - pour trouver un emploi ? On commençait par en parler autour de soi, puis on en voyait des CV et des lettres de motivation. dans l'espoir d'obtenir un entretien. Le web et les réseaux sociaux accélèrent ces processus et agrandissent le champ d'action. Mais si en IRL (In Real Life, dans la vraie vie), votre porte-parole, c'est vous, sur internet votre représentant est votre identité numérique, c'est-à-dire l'ensemble des traces que vous laissez sur internet (un commentaire dans un forum, un achat sur Amazon...). Ne pas en avoir pourrait d'ailleurs paraître suspect aux yeux d'un recruteur. Surtout si vous œuvrez dans un domaine lié aux nouvelles technologies. Vous devez exister sur la Toile ! A cet effet, le personal branding (marketing personnel ou encore e-reputation) est une démarche s'appuyant sur les réseaux sociaux et qui vise à maîtriser l'identité numérique.

Se faire connaître sur la Toile

Une démarche de personal branding commence par la création de contacts professionnels à travers les réseaux sociaux. En France, on en compte quatre : Viadeo, LinkedIn, Facebook et Twitter. Viadeo est le premier réseau social professionnel francophone en termes d'audience. Basé à Paris, il est également présent en Angleterre, Espagne, Italie, Chine, Inde et au Mexique, et s'est spécialisé dans le recrutement. Olivier Fecherolle, directeur général, explique : “ Nous proposons trois familles de services pour les recruteurs. Nous avons la diffusion d'annonces, comme sur un job board, mais enrichie de services tels que le push, l'affichage sur tableau de bord, la viralité. Nous avons ensuite la profilthèque : une interface back office exclusivement réservée aux recruteurs, qui leur offre la possibilité d'utiliser des critères plus fins pour trouver le bon candidat. Enfin nous proposons de la publicité ciblée en ressources humaines soit l'utilisation des espaces pub du site associée au ciblage. ” Viadeo est devenu un terrain de chasse pour les recruteurs et si vous avez bien positionné les mots clés dans votre profil, vous aurez de fortes chances d'être “ visité ”. Ce réseau compte plus de 6,5 millions de membres dont 2 millions en France en avril 2009.

LinkedIn, lui, est utilisé par plus de 38 millions de professionnels dans 120 pays. Ce qui en fait le réseau professionnel le plus important au niveau mondial. En 2008, la version française du site a été lancée et un partenariat avec l'Apec (Association pour l'emploi des cadres) a été noué. Les utilisateurs du site de l'Apec bénéficient ainsi d'un mashup grâce auquel ils peuvent connecter leur compte LinkedIn avec leur compte Apec, sans quitter le site Apec. Une des fonctionnalités majeures du partenariat est d'identifier directement sur une offre d'emploi Apec les personnes de son réseau LinkedIn qui travaillent dans l'entreprise proposant le poste. Ce réseau est largement utilisé pour trouver un job, des employeurs, des prestataires, développer le business, etc.

Facebook, né d'un trombinoscope pour étudiants, est devenu depuis le réseau social le plus important toutes catégories avec plus de 200 millions de membres (en avril 2009). Utilisé principalement pour la mise en relation entre amis et membres de la famille, il sert de plus en plus aux sociétés et aux organisations de tous genres pour diffuser du buzz, promouvoir des marques, organiser des événements. Facebook est devenu une plate-forme à tout faire, avec un environnement d'applications plus ou moins utiles, parfois dangereuses. Son utilisation dans un cadre professionnel est possible, mais en prenant des précautions. Certaines applications sont très utiles, telles Profile, Business Cards, **Easy CV...**

Twitter, enfin, est un cas particulier. A la fois réseau social et plate-forme de microblogging (des messages courts de 140 caractères au plus), c'est un outil simpliste et malléable. Il a vu ses usages se multiplier et on y raconte sa vie, diffuse des news en temps réel, fait de la veille marketing ou technologique, du journalisme citoyen, etc.

Les recruteurs ont trouvé là un canal de diffusion d'annonces particulièrement réactif et les chercheurs d'emploi

peuvent y trouver des propositions qui s'affichent en temps réel. Pour ceux qui ne possèdent pas de blog, Twitter offre néanmoins la possibilité de diffuser de l'information et de créer son propre buzz.

Ces différents réseaux sociaux offrent des services très disparates mais complémentaires et peuvent être utilisés en parallèle. Une fois que vous en avez choisi un (ou plus), entrez en relation avec tous vos contacts connus et peuplez votre réseau. Mais cela doit se faire selon une logique gagnant-gagnant. Pour cela, il faut donner avant de recevoir : savoir aider avant de demander. répondre aux questions quand vous le pouvez, proposez votre expertise... Par la suite, prenez le réflexe d'ajouter systématiquement vos nouveaux contacts, car avoir un profil qui s'enrichit donne de vous une image dynamique et ouverte.

Savoir mettre en avant son expertise

Un des éléments important d'une démarche de personal branding est la mise en avant de son expertise par la publication d'articles sur un blog personnel. Ce dernier est comme un CV vivant qui s'enrichit de vos contributions. Comme un magazine, quel que soit la qualité de la publication, s'il n'a pas de lectorat, il n'a aucune valeur. Créer une communauté de lecteurs, engager la discussion, répondre aux questions ou aux commentaires laissés sur le blog... pour cela, Twitter est un complément idéal. Il permet d'informer votre communauté de la publication d'un nouveau billet et d'étendre votre lectorat.

Si vous n'avez pas envie de vous investir dans un blog personnel, Twitter peut faire office de plate-forme centrale pour votre e-réputation. Partagez les liens des pages que vous bookmarquez en fonction de votre domaine d'expertise. Vous mettrez ainsi en valeur vos compétences. Quel que soit le réseau choisi, l'étape ultime du personal branding est de se faire reconnaître. Sur LinkedIn, le système de recommandation permet de formaliser une référence professionnelle, une expérience réussie, un service rendu ou une compétence. Pour avoir du poids, une recommandation doit faire état du cadre de la relation (collègue, subordonné, employé, client, fournisseur...) et montrer en quoi vos compétences sont mises en valeur. Une recommandation crée de la valeur car elle implique la personne qui donne son avis. Les recommandations donnent une très forte crédibilité à votre profil.

Entretenir ses contacts quotidiennement

Comme toute construction, le réseau et la réputation doivent s'entretenir. De la même façon que vous passez une demi-heure ou une heure par jour pour lire et répondre à vos courriels, passez au moins trente minutes par jour à entretenir votre réseau et à surveiller votre réputation. Suivez l'actualité, répondez aux commentaires, créez du contenu, initiez des événements, agrandissez votre réseau... Et surtout n'hésitez pas à rencontrer vos contacts dans la vraie vie, c'est encore le meilleur moyen d'entretenir et de développer les liens. Mais n'oubliez pas que l'objectif est de se faire remarquer par des employeurs potentiels.

Si vous décrochez un entretien, sachez que votre interlocuteur aura probablement fait une recherche sur votre profil numérique. Retournez-lui la politesse et utilisez les réseaux sociaux pour vous armer à l'entretien. Renseignez-vous sur l'état de santé de la société, sur les conditions et l'ambiance de travail, le niveau de rémunération, les avantages proposés. Pour cela, prenez contact avec des employés en place, nouez des relations et faites votre enquête. Vous pouvez même faire une recherche sur le profil de votre interlocuteur, vous aurez peut-être la chance de vous découvrir des points communs (une passion pour la voile, les mêmes origines régionales...) et l'occasion d'engager la conversation sur des terrains sympathiques. Finalement, ces réseaux sont des armes à double tranchant, ils peuvent ruiner vos chances d'embauche comme les favoriser et vous donner des atouts décisifs. La maîtrise de votre avenir passe par la connaissance de ces nouveaux outils et de leur usage.