



MINISTÈRE DE
L'ÉDUCATION NATIONALE

MINISTÈRE DE
L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE

Conférence Viadeo Compte-rendu

Mercredi 28 Avril 2010

Développer sa stratégie sur les médias sociaux

viadeo  tour

Le Viadeo Tour sur le Salon de la Mêlée Numérique

Réalisé par
Marc Pacquetet (LP Roland Garros Toulouse)
Membre du groupe de travail sur les réseaux sociaux

Anne-Marie Giacometti
IEN Économie-Gestion
Tertiaire administratif

SOMMAIRE

I - L'identité numérique, le concept de communication Web 2.0

- A. Les médias sociaux [p 3](#)
- B. Pourquoi communiquer ? [p 3](#)
- C. Les principes clés de la communication [p 3](#)
- D. L'identité numérique [p 3](#)
- E. La stratégie de communication (de l'entreprise) [p 4](#)

II -Les réseaux sociaux professionnels et la stratégie

d'optimisation

- A. Définition d'un réseau social professionnel (RSP) [p 4](#)
- B. Les étapes de création de profil sur Viadeo [p 4](#)
- C. Les conseils dans l'usage des RSP [p 5](#)
- D. Les étapes dans la demande de mise en relation [p 5](#)
- E. L'intérêt d'entrer en relation [p 5](#)
- F. Les groupes sur Viadeo [p 5](#)
- G. Développer son réseau [p 5](#)
- Conseils pratiques [p 6](#)

I - L'identité numérique, le concept de communication Web 2.0

A. Les médias sociaux

- ▶ Quelques exemples de sites de réseaux sociaux professionnels : Myspace, LinkedIn, Orkut, Babeo...
- ▶ 77 % des utilisateurs d'internet sont membres d'un réseau social
- ▶ 100 millions de personnes sont connectées à un réseau social professionnel
- ▶ 2 millions de profils sont consultés sur Viadeo
- ▶ 25 millions de membres sur Viadeo au total dont entre 150 et 200 milles personnes en Midi-Pyrénées.

B. Pourquoi communiquer ?

- ▶ Pour avoir une forte audience
- ▶ Contrôler son image, son e-réputation
- ▶ Développer une communication plus ciblée
- ▶ Sortir de la relation commerciale classique, où l'offreur de compétence démarché le demandeur. Le demandeur vient chercher l'offre directement.

➔ Les réseaux sociaux permettent aux entreprises de développer leur image, de fidéliser la clientèle, de promouvoir leur produit et d'ajuster l'offre en fonction des suggestions.

C. Les principes clés de la communication

Les 5 P du marketing :

- ▶ Permission (pouvoir et autoriser de rentrer en contact)
- ▶ Proximité (rentrer en contact facilement avec des DRH)
- ▶ Perception (surveiller son e-réputation)
- ▶ Participation (à un réseau social)
- ▶ Permanence (gérer sa carrière à long terme en restant connecté)

➔ Trouver la bonne cible, c'est-à-dire la personne qui appartient à la même « communauté » qui utilise les mêmes codes et le même langage.

D. L'identité numérique

Définition : l'identité numérique correspond à l'ensemble de traces laissées sur le web (coordonnées, avatar, commentaires, avis...).

☞ De cette identité numérique découle une e-réputation. D'où la nécessité de contrôler son e-réputation sur les blogs, forum,..., aussi bien pour une personne que pour une entreprise. E-réputation que l'on peut se construire soi-même mais qui peut être construite par les commentaires d'autres personnes (Cf. Google alerte qui envoie les sites où notre nom apparaît).

☞ Il faut contrôler son identité numérique et son e-réputation car elles constituent une opportunité et à la fois une menace.

E. La stratégie de communication (de l'entreprise)

Communiquer par le web nécessite une procédure à respecter :

- ▶ Définir ses objectifs, la cible que l'on souhaite atteindre, identifier le réseau d'influence et comprendre les codes de la communauté
- ▶ Choisir les bons médias sociaux et définir les bons messages à donner aux bonnes personnes, aux bons moments, sur le bon ton
- ▶ Attribuer les ressources (une personne référent)
- ▶ Fédérer et intégrer l'entreprise dans une stratégie de réseaux sociaux
- ▶ Définir les indicateurs de performance (d'une présence sur des réseaux sociaux)
- ▶ Définir un plan d'action :
 - Créer une identité numérique à développer sur les différents médias
 - Instaurer un dialogue avec les clients sur le long terme pour créer un climat de confiance
 - Mettre en œuvre le réseau social de manière concrète par des soirées, événements...

II - Les réseaux sociaux professionnels et la stratégie d'optimisation

A. Définition d'un réseau social professionnel (RSP)

- ▶ **Un RSP est un carnet d'adresses de connaissances et de collègues.** L'intérêt est d'être informé du réseau, des contacts de nos connaissances.
- ▶ **Accélérateur de mise en relation** avec les clients, fournisseurs et DRH. Cela représente un gain de temps car nous pouvons directement contacter la personne qui nous intéresse en fonction de notre recherche de contact dans une entreprise.
- ▶ De plus, le RSP permet de mettre en place une « **veille concurrentielle** » en permettant de consulter l'organigramme d'une entreprise et de faire du « mailing » de manière très ciblée.
- ▶ Gestion de carrière. Un RSP permet une **plus grande visibilité de notre profil**. 30 millions d'employeurs recrutent en consultant les CV et profils sur Viadeo.

⇒ En créant des liens, on obtient des informations sur le marché de l'emploi que l'on cible, on développe ses contacts et on vérifie si notre offre est en adéquation avec le marché.

B. Les étapes de création de profil sur Viadeo

- ▶ Création de son profil (photo fortement recommandée, énoncer clairement que l'on est en recherche d'emploi mais uniquement dans la partie présentation du profil. Éviter les références mutuelles.
- ▶ Définir les mots clés qui caractérisent notre profil. Recherche des profils par mots-clés dans le moteur de recherche de Viadeo. Possibilité de référencer notre profil dans le moteur de recherche Google, visible par tous les utilisateurs d'internet et pas seulement les membres de Viadeo
- ▶ Référencer nos sites et blogs (lien hypertexte)
- ▶ Intégrer des applications de plateforme communes « Open social » comme les anciennes écoles, avec possibilité également de synchroniser son compte Viadeo avec son compte Twitter

- ▶ Voir les membres qui ont consulté notre profil
- ▶ Paramétrer notre compte pour s'assurer de la confidentialité des données. Ex : rendre inaccessible par tout le monde ses « news » dans le cas où nous sommes en recherche d'emploi ou éviter ainsi que l'employeur actuel consulte ces informations par exemple.

C. Les conseils dans l'usage des RSP

- ▶ Importer son carnet d'adresses pour voir qui est déjà connecté
- ▶ Accéder aux contacts de nos contacts
- ▶ Établir de nouveaux contacts
- ▶ Entrer en contact directement ou par recommandation
- ▶ Utiliser le moteur de recherche du site par nom ou mot-clé
- ▶ Appartenir à une communauté
- ▶ Créer et développer une communauté ou groupe, être acteur dans le groupe et agrandir sa visibilité (son E-réputation)
- ▶ Gérer et pérenniser son réseau

D. Les étapes dans la demande de mise en relation

- ▶ Se présenter en deux mots
- ▶ Rassurer l'interlocuteur, « je cherche des informations » et non pas « je vous sollicite »
- ▶ Souligner sa valeur ajoutée
- ▶ Laisser une ouverture au dialogue (demande de discussion ou rencontre, question...)

E. L'intérêt d'entrer en relation

- ▶ Valider et faire évoluer son projet
- ▶ Obtenir de l'information sur son marché
- ▶ Obtenir des contacts et de nouveaux relais-réseaux

F. Les groupes sur Viadeo

Deux formes de groupes :

- ▶ Les HUBS (forum)
- ▶ Les communautés (espace privé, comme association d'anciens élèves)

G. Développer son réseau

Pour cela il faut être acteur de son réseau social professionnel, comment ?

- ▶ Recommander des articles de presse
- ▶ Mettre en relations nos contacts
- ▶ Transformer notre réseau virtuel en réel
- ▶ Créer des hubs et y participer
- ▶ Devenir expert d'un sujet et entrer en contact avec eux
- ▶ Publier des annonces
- ▶ Participer aux événements

Conseils pratiques

- ↳ Contrôler le temps passé sur son réseau
- ↳ Maîtriser son image
- ↳ Rester proche du réseau
- ↳ Personnaliser son tableau de bord
- ↳ Taguer ses contacts

Ont participé à cette conférence :

- Madame Espagnacq (LP Jolimont)
- Madame Nassoy (LPP Vincent de Paul)
- Monsieur Pacquetet (LP R Garros)