


LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS, LES RÉSEAUX SOCIAUX : POURQUOI ET COMMENT ?



Travaux issus du Groupe de travail « Stratégie d'attractivité des TPE/PME »

Avec la participation de près de 50 entreprises du Club Génération Industrie de la Maison de l'emploi de Strasbourg, de l'ADIRA, et du réseau Résilian

Introduction



Construire et développer son propre réseau professionnel peut s'avérer compliqué (manque de temps, méconnaissance), mais incontournable dans un monde professionnel en constante évolution.

C'est l'opportunité de créer des synergies, développer son expertise, partager et échanger avec des pairs, confronter son expérience et ses idées, et générer des opportunités.

Quand on sait que **80% des 25 – 39 ans sont inscrits sur au moins un réseau social**, et **que 3 français sur 10 utilisent les réseaux sociaux** pour leur recherche d'emploi, comment faire pour se les approprier ?

Danger ou réelle opportunité pour le professionnel RH ?

Nous avons eu l'occasion de réfléchir, avec des entreprises partenaires, sur leurs pratiques actuelles en matière d'utilisation et de présence sur les réseaux sociaux, et leurs pratiques en matière de réseaux professionnels, afin de co-construire cette boîte à outils.

C'est pourquoi ce guide, illustré d'exemples, vous propose une démarche structurée pour mener à bien une approche pertinente, ciblée vers les réseaux professionnels au sein de votre organisation.

Bonne lecture !

Pour le comité de pilotage

Hélène BOUR, Maison de l'emploi de Strasbourg

Frédérique KARMANN, Club Génération Industrie

Sébastien LEDUC, ADIRA

Avec la collaboration de : **Mathilde LAFAYE**, ADIRA

Sommaire



- Le réseau professionnel, c'est quoi et c'est qui ?
- Pourquoi utiliser les réseaux professionnels ?
- Les réseaux sociaux
- Focus sur LinkedIn
- Quel intérêt pour le RH ?
- Remerciements
- Liens Utiles

Le réseau professionnel, c'est quoi et c'est qui ?

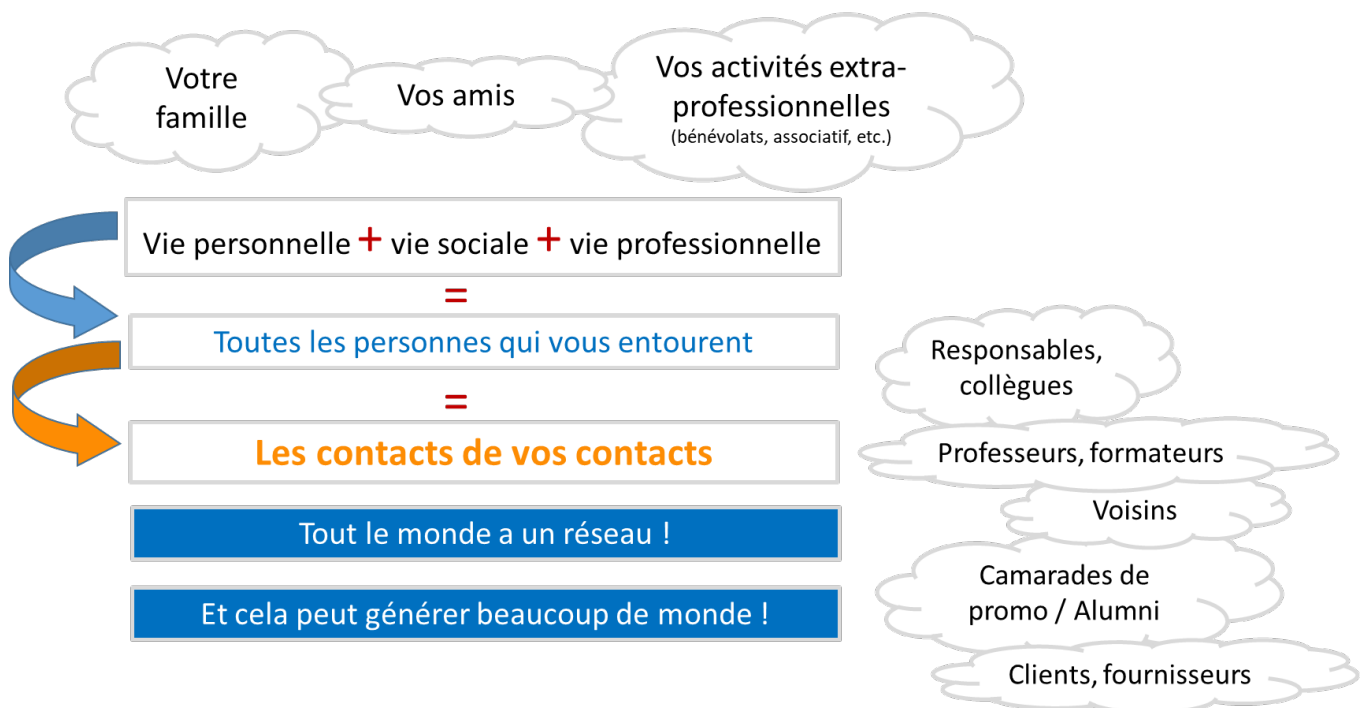
De quoi et de qui parle-t-on lorsque l'on évoque la notion de réseau ?

Un réseau est un ensemble de personnes en interactions :

- regroupées par un intérêt commun ou un parcours commun,
- souhaitant échanger,
- prêtes à s'entraider, à accepter de donner des « coups de main »,
- désirant faire évoluer leurs pratiques,
- au sein d'un cadre formalisé ou non, où les notions de corps, de grades et de hiérarchie ne sont pas prégnantes.

Il est avant tout constitué de personnes !

Un réseau professionnel, aussi appelé « réseau relationnel », se construit avec l'ensemble des individus côtoyés en face à face (réunions, clubs, etc.), et par le biais de divers moyens de communication (internet, email, visio-conférences, etc.) à la fois dans le cadre personnel et professionnel.



Votre réseau se constitue donc de personnes :

- de votre cercle familial (proches, frères, sœurs, parents, oncles, tantes, etc.) ainsi que des relations de proximité
- de votre cercle amical et étudiant, ceux qui étaient des anciens camarades de classe, des étudiants, des enseignants, etc.
- des personnes rencontrées durant la vie professionnelle (fournisseurs, clients, collègues, prestataires, etc.) ou durant divers événements (cocktail, forums, etc.).

De plus, un réseau professionnel peut également se constituer de contacts et de connaissances liées à une ou plusieurs plateformes de réseaux sociaux en ligne, pour les plus connues : Facebook, MySpace, Viadeo, LinkedIn, Instagram, TikTok, etc.

C'est pourquoi, il est important de faire vivre votre réseau, de donner de vos nouvelles régulièrement.

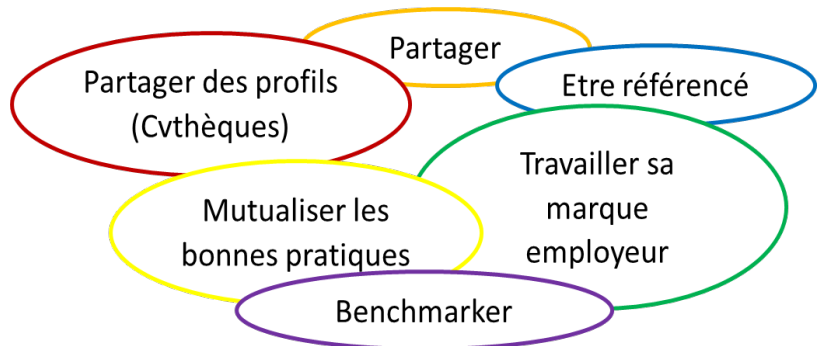
Autour de vous de nombreux réseaux se créent régulièrement, que ce soit au travers de groupements d'entreprises, de réseaux professionnels selon une spécialité (RH, industrie, sécurité-environnement, etc.), ou de centres d'intérêt (compétences, recrutement, formation, etc.).

Trouvez le vôtre !

Pourquoi utiliser les réseaux professionnels ?

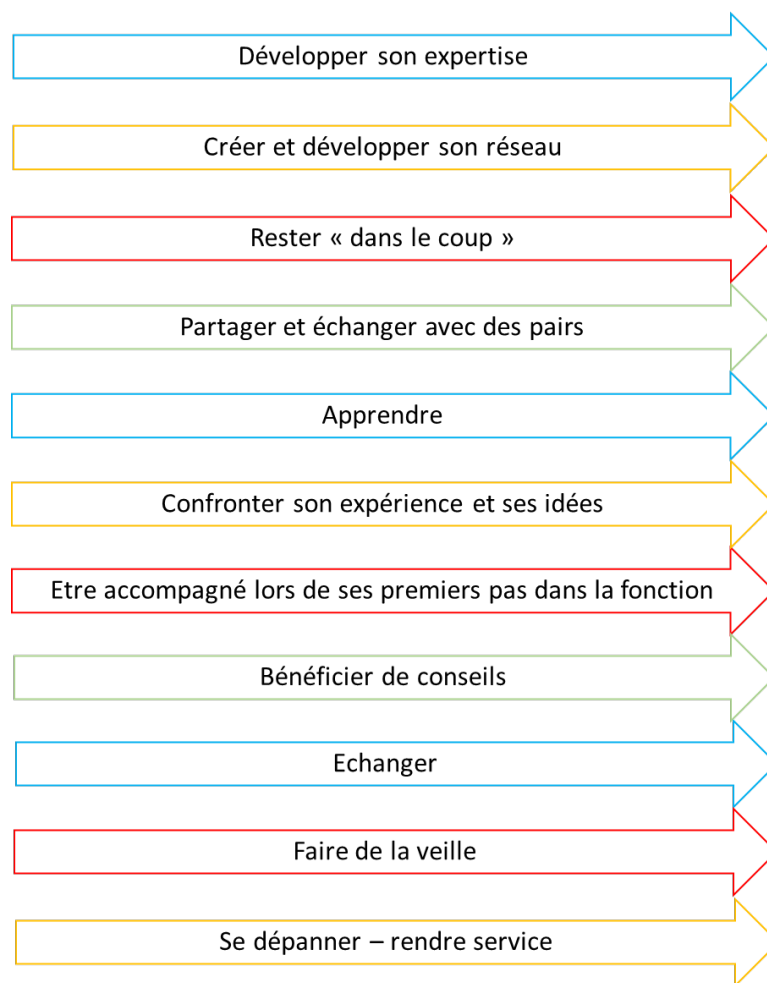
Nous avons posé la question suivante aux entreprises : « Pourquoi utilisez-vous les réseaux professionnels ? »

Et voici ce qu'elles nous ont répondu →



Identifier ses contacts cibles et construire son réseau (clients, prospects, partenaires, prescripteurs, confrères, voire concurrents), donner de la **visibilité** à son offre et/ou à son expertise, faire connaître son entreprise, ses produits et/ou services.

Les réseaux professionnels sont avant tout une opportunité pour :



Les réseaux sociaux

Un réseau social est un outil en ligne permettant aux internautes de se créer une page personnelle afin de partager et d'échanger des informations, des photos ou des vidéos avec leur communauté, leur réseau.

Chaque réseau a sa spécificité : une tranche d'âge ciblée, une passion commune, un type de publication, un objectif précis,...

Les réseaux sociaux ne cessent d'évoluer, que ce soit en termes de nombre d'adhérents que des fonctions qui leur sont attribuées.

Incontestablement, les réseaux sociaux professionnels jouent un rôle important dans les processus de recrutement et sont devenus de véritables supports pour développer sa carrière professionnelle.

Lieux d'échanges et de rencontres, ils constituent une formidable opportunité de réseautage.

En quelques chiffres...

52,9 millions de Français se sont connectés à internet début 2021 (78% de la population), dont 45,5 millions **chaque jour**. On compte 49,1 millions de visiteurs uniques sur les messageries et les réseaux sociaux en octobre 2020 soit **73% de la population française**.

En évaluant les utilisateurs mensuels actifs des plateformes sociales en France, toutes classes d'âge confondues, (chiffres fournis par les réseaux sociaux ou évalués par les instituts d'études) le classement est le suivant : Facebook se classe en premier, devant YouTube et Snapchat au coude à coude avec Instagram. TikTok occupe la 6ème place, ce qui est cohérent avec le classement mondial.

(Source : Datamind - Tendances 2021 - Les chiffres essentiels pour comprendre les réseaux sociaux)



Les réseaux sociaux professionnels regroupent **plusieurs fonctions principales** :

- la recherche d'emploi
- la constitution d'un carnet d'adresses, la gestion de son réseau (entrer en contact avec d'autres membres, se faire recommander,...)
- une veille informationnelle (surveiller les nouveautés, innovations de son secteur)
- la reconnaissance de ses pairs dans son domaine d'expertise
- une visibilité professionnelle
- et pour les entreprises, le développement de son image, la recherche de prospects, chasser des candidats potentiels,...

Par conséquent, ce n'est pas parce que l'on n'est actuellement pas en recherche d'emploi qu'être présent sur les réseaux sociaux professionnels n'est pas utile. Il est d'autant plus recommandé d'être présent dès le début de ses études pour alimenter son profil au fur et à mesure, mais aussi de multiplier les prises de contact.

Avoir un profil bien renseigné sur les réseaux sociaux professionnels sera un atout indéniable pour la valorisation de votre parcours mais aussi pour la promotion de votre entreprise.

Il est conseillé de bien définir quel est son objectif afin de choisir quel est le réseau social professionnel qui vous correspond le mieux.

Focus sur LinkedIn

LinkedIn existe depuis 2003 et représente le principal réseau professionnel BtoB.

70 % des cadres ont un compte LinkedIn afin de se rendre visible auprès d'une communauté à partir de son identité professionnelle, d'augmenter sa notoriété en acceptant et sollicitant de nouveaux abonnés.

LinkedIn permet aussi de valoriser son entreprise (booster sa marque employeur), son organisation, ses domaines d'expertise, etc.

LinkedIn dispose de plusieurs fonctionnalités liées à l'emploi (Open to Work, LinkedIn Jobs pour diffuser des offres d'emploi...)

Profil personnel

- Présentation de votre parcours (profil à jour), tagger son employeur
- Photo
- Contacts (demander des mises en relation)
- Messagerie privée



Page entreprise

- Crédibilité (attention à avoir une page entreprise à jour)
- Visibilité (logo, coordonnées, expertise...)
- Identification de vos salariés
- Attractivité pour de potentielles nouvelles recrues
- Possibilité d'être « tagué » en tant qu'entreprise



La **page entreprise** est votre carte de visite ainsi que le lieu d'expression de votre **marque employeur**. C'est là que vos clients et employés potentiels se rendront pour se faire une première opinion de votre entreprise. Il vaut mieux donc y consacrer un peu de temps pour qu'elle soit impeccable et régulièrement mise à jour !

Une fois que vous avez créé votre page, demandez à tous vos collaborateurs d'enregistrer s'ils le souhaitent ou de mettre à jour leur profil personnel. En faisant cela, ils deviendront automatiquement abonnés à votre page et pourront facilement partager les posts de votre entreprise. N'hésitez pas aussi à inviter tous vos partenaires et vos clients à vous suivre. Plus vous aurez d'abonnés, plus le rayonnement de votre marque employeur sera important.

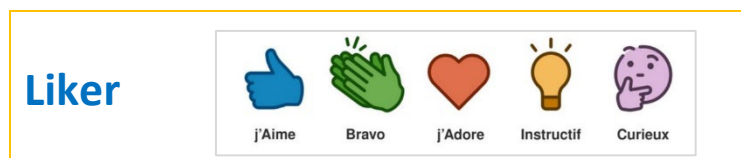
Point de vigilance : LinkedIn favorise les profils personnels aux pages entreprises (qui sont encouragées à publier des contenus sponsorisés donc payants).

Importance des interactions

Liker ? Partager ? Commenter ?



Vous disposez de différents **niveaux d'engagement** du like au partage :



Liker + partager

(à tous, à un groupe, sur une page Entreprise)

Partager + contextualiser

en rédigeant votre propre post qui introduit le post partagé

Commenter

en rédigeant votre propre commentaire qui sera visible par tous

Vous avez la possibilité **d'identifier** des personnes, entreprises, sujets :

@ [tag]

pour mentionner une personne ou une entreprise identifiée qui a un compte (envoi d'une notification)

[hashtag]

pour identifier une thématique, un sujet de discussion

Quel intérêt pour le RH ?



Que ce soit les réseaux professionnels (groupements, clubs, associations) ou les réseaux sociaux choisis, ceux-ci offrent de nombreuses opportunités.

- Rendre **visible** votre entreprise et valoriser votre marque employeur,
- **Communiquer** afin de valoriser votre entreprise, vos collaborateurs,
- Ouvrir votre champ de **sourcing** de candidats
- Créer une communauté de « salariés **ambassadeurs** ».

Visibilité de votre entreprise

Connaître vos valeurs, votre pourquoi, vos éléments différenciateurs, c'est poser les bases.

L'assurance d'avoir des fondations solides sur lesquelles s'appuyer.

Ensuite, pensez à valoriser votre entreprise, ses valeurs, en vue de développer son attractivité en partageant votre actualité et faisant vivre votre page « entreprise ».

Communiquer

A l'aide des réseaux sociaux, vous avez la possibilité de :

- Communiquer et mettre en avant l'arrivée d'un nouveau collaborateur ou apprentis voire stagiaire,
- Valoriser des actions d'équipe : séminaires, actions de team-building, voire des actions solidaires,
- Relayer des témoignages de salariés,
- Diffuser et mettre en avant vos offres d'emploi,
- Valoriser les départs en retraite et en profiter pour remercier vos collaborateurs

Sourcer des candidats

Votre présence sur les réseaux vous fera connaître et vous offrira l'opportunité de recherche des candidats potentiels en les approchant via LinkedIn par exemple, ou en diffusant vos offres d'emploi via votre club professionnel.

Rappel : la 1^{ère} offre d'emploi est gratuite sur la page entreprise de LinkedIn.

Créer une communauté - Salariés ambassadeurs

Votre positionnement en tant qu'entreprise fera interagir vos collaborateurs (70% de vos collaborateurs sont davantage susceptibles de réagir à vos post et à l'actualité de votre entreprise (par ex: cliquer, partager, liker), qu'un utilisateur lambda.

Il peut s'agir de :

- Partage des posts de votre page Entreprise
- Partage de leurs expertises / réalisations / contributions / cohésion d'équipe.

Nos recommandations :

La ligne éditoriale :

Lorsque vous activez votre présence sur les réseaux sociaux, il est important d'avoir une ligne éditoriale claire.

En effet, après avoir déterminé votre stratégie, il est temps de préparer votre feuille de route. C'est le rôle de la **ligne éditoriale**.

Elle rassemble tous les éléments qui permettront d'appliquer votre stratégie en communication digitale : le choix des réseaux sociaux (ou autres leviers de communication : site web, newsletter...), le ton, le vocabulaire, les mots-clés, les thèmes, les sources d'inspiration, les formats, etc.).

Pour cela, construisez un **calendrier éditorial**.

L'idée n'est pas de subir sa communication, mais plutôt d'en faire un véritable atout.

Élaborer un calendrier éditorial vous permet de gagner en temps, en sérénité et d'être régulier.

Cette planification de vos posts de réseaux sociaux vous donnera une vision globale de vos publications, vous pourrez y noter le format, le réseau, y préparer les mots-clés, les dates de programmation, etc.

Animer et modérer :

Il est important **d'animer et de modérer** la présence sur les réseaux sociaux :

- Définissez une ligne éditoriale claire, ainsi qu'un calendrier éditorial (postez régulièrement des informations, communications etc.)
- Le cas échéant, nommez un administrateur / des administrateurs de la page « Entreprise »
- Répondez régulièrement et systématiquement aux notifications, aux commentaires ou aux messages privés
- Postez fréquemment des informations, communications
- Faites en sorte que vos abonnés / collaborateurs interagissent sous vos publications (like, commentaires) et qu'ils les partagent auprès de leur propre audience. Et soyez présent et disponible.

Tout cela favorise votre positionnement sur les réseaux sociaux, mais surtout auprès de vos abonnés.


Soyez avant tout, être réactif avec bienveillance, et régulier tout en restant professionnel afin d'asseoir votre crédibilité !

Former et sensibiliser :

N'hésitez pas à **vous** former, mais aussi à **former et sensibiliser** vos équipes pour être efficace et à l'aise sur les réseaux, en faire bon usage, leur fournir des contenus.

Ne faites pas trop de contrôle, faites confiance à vos collaborateurs, et rédigez éventuellement ensemble une charte de bonne conduite.

Remerciements



La création de cette Boîte à Outils à destination des TPE/PME, a été l'occasion d'une belle collaboration avec une cinquantaine d'entreprises du Club Génération Industrie de la Maison de l'emploi de Strasbourg, de l'ADIRA, et du réseau Résilian.

Il est le résultat de belles rencontres, de riches échanges, avec une participation forte des entreprises sur une problématique commune.

Un grand merci également aux deux co-pilotes du projet, Frédérique KARMANN (membre du Club Génération Industrie), et Sébastien LEDUC (ADIRA), qui portent depuis de nombreuses années cette réflexion autour de l'attractivité des TPE/PME, plus particulièrement pour leur enthousiasme, leurs belles idées, qui ont constamment confronté les pratiques.



Hélène BOUR
Consultante Partenaire de la Maison de l'emploi de Strasbourg


daonna conseil 

la Maison de
l'EMPLOI
Strasbourg



Nos réflexions continuent à enrichir vos pratiques RH autour de deux questions qui ont donné lieu à deux autres boîtes à outils :

-  Réussir ses recrutements
-  Comment faire de l'entretien professionnel un outil de management



Une dizaine de réunions de travail, et la participation active de près de 50 entreprises du Club Génération Industrie de la Maison de l'emploi de Strasbourg, de l'ADIRA, et du réseau Résilian, auront permis la création de ces 3 boîtes à outil.

ACEA, ALSAPAN, ARPA, ATRYA, AZAE Strasbourg, BONGARD, BUERSTNER, BURGARD, BURKERT SAS, CARAMBAR & CO, CCI Alsace, COLIN INGREDIENTS, CRISTAL UNION, DE DIETRICH, ESPRIT TEAL, FESTEIN ALSACE, GAGGENAU, REGION GRAND EST, Groupe ACKERMANN, HERTA, IBAG, IDHEA SAVEURS ET SAUCES, KNAUF, LDE, LOHR INDUSTRIE, MECASEM, MECATHERM, MERCEDES BENZ Molsheim, NORCAN, PAUL HARTMANN SA, POLE EMPLOI, SCHILLER, SCHMIDT GROUPE, SCHROLL, SEEGMULLER & CIE, SEW USOCOME, SEWAPACK, SIAT-BRAUN, SOCIETE GENERALE - REGION GRAND EST, SOGESA - GROUPE, SCHERTZ, SOVEC, STIB Industrie, STOCKO, TARIFOLD, THERMEA, TRANSGENE, TRUMPF MACHINES, WIENERBERGER

Liens Utiles



Maison de l'emploi de Strasbourg

Club Génération Industrie



<https://www.maisonemploi-strasbourg.org/>

ADIRA

(Agence de Développement d'Alsace)



<https://www.adira.com/>

RESILIAN

(Réseau d'Industriels Innovants d'Alsace Nord)



<https://www.resilian.fr/>

ANDRH

(Association des DRH de France)



<https://www.andrh.fr/>

RAFAL

(Réseau des Acteurs de la Formation en Alsace)



<http://rafalap.cluster028.hosting.ovh.net/>

APEC



<https://www.apec.fr/>

Vos fédérations professionnelles ou tout autre groupe en fonction de la thématique qui vous intéresse

*Les fichiers source de tous les outils proposés dans cette boîte à outils
Pourront être fournis sur simple demande par mail à :
contact@daonna-conseil.fr.*

Prêts à passer à l'action ?

Vos contacts utiles :

contact@daonna-conseil.fr

sebastien.leduc@adira.com



Vos liens utiles :

<https://www.maisonemploi-strasbourg.org/club-generation-industrie/>

www.adira.com

<https://www.resilian.fr/>