

LinkedIn pour néophytes

Chapitre 1 - Les bonnes raisons d'être sur LinkedIn

version 0.9 – août 2011

www.MathieuLaferriere.com

© Tous droits réservés

Remerciements

À toute l'équipe de [Lise Cardinal & associés](#) qui m'a appris les bases du réseautage, et en particulier à [Lise Cardinal](#) qui m'a fait assez confiance pour que j'en fasse partie.

À [Luc Gendron](#) et [Louis-Martin Michaud](#) qui m'ont ouvert les yeux sur le fait que les réseaux sociaux sont avant tout des environnements et non pas des outils.

À tous ceux qui ont participé à mes conférences ou qui m'ont posé des questions sur mon blogue, vous m'avez inspirés et vous le faites toujours d'ailleurs.

À tous ceux qui partageront cet ebook à leurs réseaux respectifs. Votre aide et vos commentaires sont appréciés.

Mathieu Laferrière

<http://ca.linkedin.com/in/mathieulaferriere>

<http://twitter.com/#!/mlaferriere>

Table des matières

Qu'est-ce que LinkedIn ?	7
LinkedIn en chiffres	7
Réseaux sociaux versus réseautage en personne	8
Pourquoi réseauter?	9
Doit-on absolument être sur LinkedIn?	10
Établir ses objectifs (définir le quoi)	11
Identifier vos alliés potentiels (définir les qui)	12
Chercher les alliés potentiels (définir le où)	13
En résumé	13

LES BONNES RAISONS D'ÊTRE SUR LINKEDIN

Qu'est-ce que LinkedIn ?

Tout d'abord, il convient de définir ce qu'est LinkedIn.

Il s'agit d'un réseau social en ligne lancé aux États-Unis en 2003. Il est à vocation professionnelle depuis ses débuts et il continue de l'être en 2011.

C'est d'ailleurs cette spécialisation qui a fait en sorte que LinkedIn a eu les coudées franches jusqu'à maintenant vis-à-vis Facebook. La majorité des gens de plus de 35 ans ne veulent pas mélanger les volets professionnel et personnel. Ces 2 réseaux sociaux sont donc toujours complémentaires. Pour l'instant.

Reste à voir si la venue de Google+ ainsi que l'intégration de BranchOut et BeKnown à même Facebook vont changer la donne. Il est trop tôt pour le dire selon moi. LinkedIn a des avantages indéniables que ceux-ci n'ont pas encore.

LinkedIn en chiffres

Évidemment, le monde des réseaux sociaux progresse tellement vite que d'avancer des chiffres dans une version papier ou électronique est futile. Mais je vais le faire pour donner une idée et j'invite les plus curieux à

cliquer ici <http://marketing.Linkedin.com/audience> pour obtenir les dernières statistiques.

Le nombre de membres augmente assez rapidement, ayant déjà dépassé la barre des 100 millions au début de 2011. Il y en aurait un nouveau à toutes les secondes.

Voici les grandes lignes :

- La majorité de ceux-ci (près de 50%) habitent en Amérique du Nord.
- L'âge moyen est d'environ 45 ans, soit plus élevé que Facebook (~25 ans) et Twitter (~30 ans).
- La répartition homme/femme est de 59%/41%.
- Les 5 industries les plus représentées sont : hautes technologies, finances, manufacturier, médical et éducation.

Réseaux sociaux versus réseautage en personne

Auparavant, les gens se rencontraient presque exclusivement en personne lors d'événements et continuaient leurs relations en utilisant le téléphone, le fax, les courriels, etc. Certains diront même que c'était le bon vieux temps.

Les réseaux sociaux s'ajoutent maintenant à cette liste de moyens de communication. Il s'agit d'un mouvement réel->virtuel (R->V), c'est-à-dire que nous continuons dans le virtuel la relation créée dans la vie réelle.

Aujourd'hui, nous avons aussi la possibilité de nous connecter virtuellement avec des relations d'affaires et vouloir rencontrer celles-ci en personne par la suite.

Il s'agit d'une tendance relativement nouvelle. Nous parlons alors d'un mouvement virtuel->réel (V->R), c'est-à-dire que nous continuons dans la vie réelle la relation créée dans le virtuel.

Alors que plusieurs s'inquiètent que les réseaux sociaux vont contribuer à l'isolement des gens, je constate sur le terrain que cela les pousse au

contraire à se rencontrer plus souvent. Grâce à leurs échanges virtuels, ils se connaissent déjà un peu et ont découvert des intérêts communs.

Personnellement, je crois qu'un nouvel équilibre va se former, un mélange de ces deux mouvements complémentaires, chacun ayant ses propres avantages et inconvénients. Il convient donc de faire un rappel des bases du réseautage.

En résumé, il s'agit d'un nouveau moyen à exploiter pour garder son réseau en vie et pour dénicher des opportunités jusqu'alors invisibles. Il peut être à la fois le début d'une relation et sa continuité. »

Pourquoi réseauter?

Il y a évidemment plusieurs raisons de réseauter. Certains ont fait des listes de 10, 25 ou 50 raisons. Nous pouvons facilement dire que chaque personne aura ses propres intentions et que cela peut changer dans le temps. Les principales raisons qui viennent en tête sont souvent reliées à l'emploi, que ce soit pour en trouver un ou pour en combler un.

LISTE DE RAISONS DE RÉSEAUTER

Il s'agit évidemment d'une liste non exhaustive de raisons de réseauter, réunies par catégories :

- | | |
|-------------|---|
| Emploi : | <ul style="list-style-type: none">• Trouver un emploi• Obtenir des informations précises sur des entreprises |
| RH : | <ul style="list-style-type: none">• Faire connaître un poste à combler• Trouver un candidat ou en savoir plus sur lui |
| Affaires : | <ul style="list-style-type: none">• Qualifier de nouveaux partenaires d'affaires• Obtenir des informations sur de nouveaux marchés |
| Ventes : | <ul style="list-style-type: none">• Fidéliser les clients actuels• Séduire de nouveaux prospects |
| Marketing : | <ul style="list-style-type: none">• Connaître les tendances dans un domaine précis• Augmenter la visibilité de l'entreprise et de ses produits |

C'est évidemment limitatif et cela peut expliquer pourquoi plusieurs personnes trouvent que le réseautage ne rapporte pas. Il ne s'agit pas de le faire de façon opportuniste, mais bien d'en faire son mode de vie.

Avant d'aller plus loin, définissons réseauter :

« Action de créer et d'entretenir des liens avec un réseau de contacts qui pourraient être utiles dans un futur plus ou moins rapproché. »

Même si la majorité des gens sont foncièrement bons, ils sont sollicités par plusieurs personnes : leur famille, leurs patrons, leurs amis... Si vous demandez de l'assistance, rien ne garantit que vous en aurez au moment désiré. Il faut réellement entrer en relation et consolider ce lien.

Une relation se bâtit sur la confiance et cela prend du temps. Bâtir tout un réseau peut prendre des années. Être sur LinkedIn peut vous aider à mieux réseauter.

Ne vous inscrivez pas uniquement pour être un contact de plus dans le réseau de quelqu'un qui vous y pousse. Il est important de prendre quelques instants pour déterminer VOS propres raisons de réseauter, pas les siennes.

Doit-on absolument être sur LinkedIn?

Oui et non. Mais y être vous apportera plusieurs avantages dans vos démarches réseau et dans la réalisation de vos objectifs d'affaires.

Pour commencer, je vous poserai 3 questions :

- Avez-vous des objectifs à atteindre?
- Quelles personnes sont les mieux placées pour atteindre ces objectifs?
- Ces personnes sont-elles sur LinkedIn?

Évidemment, nous pouvons utiliser LinkedIn de différentes façons. Mais celle que je présente ici est basée sur la création d'un réseau fort,

responsable, durable et stratégique. Il s'agit à mon avis de l'utilisation fondamentale de LinkedIn, celle qui sert de fondation à toutes les autres.

Établir ses objectifs (définir le quoi)

Si vous n'avez pas d'objectifs précis, vous aurez vite fait le tour de n'importe quel réseau social. Plusieurs personnes créent leur profil sur LinkedIn, se connectent à d'autres, puis délaissent en se disant qu'il s'agit d'une perte de temps.

Pas d'objectif signifie peu de résultat. C'est l'équivalent de s'en remettre à la chance, au hasard et à la magie.

Définir un objectif clair est souvent la première étape à faire. Il s'agit évidemment d'un objectif indépendant de LinkedIn ou de toute plateforme.

Votre objectif doit être **SMART**, c'est-à-dire:

Spécifique,

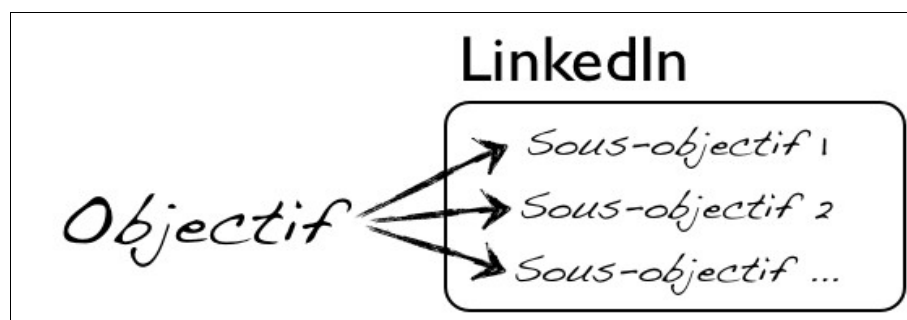
Mesurable,

Atteignable,

Réaliste dans le

Temps.

À partir de là, il faut déterminer comment LinkedIn peut vous aider à réaliser cet objectif, en créant des sous-objectifs propres à LinkedIn.



EXEMPLE D'OBJECTIF D'AFFAIRES

Mettre sur pied un projet de lancement d'un nouveau produit commercial XYZ destiné au marché européen d'ici décembre 2011.

Vous pourriez définir les sous-objectifs LinkedIn suivants :

- Entrer en contact avec un directeur des ventes qui a de l'expérience au niveau de la mise en marché en Europe.
- Trouver un groupe de discussion existant sur le sujet pour trouver de l'information
- Sonder mon réseau si quelqu'un peut m'aider dans cette démarche
- Qualifier une firme de marketing
- Embaucher un spécialiste en lancement de produits
- ...

Vous n'avez toujours pas d'objectif en tête? Dans ce cas, je vous suggère quelque chose d'aussi simple que d'utiliser LinkedIn pour rester en contact avec les gens que vous rencontrez.

La construction d'un réseau se fait beaucoup plus facilement lorsque nous ne sommes pas en urgence de résultats. Nous sommes au naturel.

Aussi, il est important d'établir des objectifs à plus long terme. Qu'aurez-vous besoin dans 5 ou 10 ans?

Identifier vos alliés potentiels (définir les qui)

À partir du moment où vous avez un objectif, tout devient plus facile parce que vos actions prennent du sens.

L'étape suivante est d'identifier les personnes les mieux placées pour vous aider à atteindre celui-ci. Il s'agit d'alliés potentiels.

Si vous ne connaissez pas le nom exact des personnes, pensez en terme de poste, de titre, de secteur, etc.

Chercher les alliés potentiels (définir le où)

Lorsque nous parlons de recherche sur le web, la majorité des gens pense aux moteurs de recherche tels que Bing ou Google. Il s'agit effectivement d'un bon endroit pour commencer, surtout que les profils LinkedIn y sont souvent bien référencés. Mais vous pouvez également chercher directement dans LinkedIn pour des données plus ciblées.

C'est de moins en moins pertinent, mais il faut quand même le mentionner, notamment pour l'exemple cité plus haut. En visant le marché européen, il se pourrait que vous ayez besoin d'établir des contacts en France ou en Allemagne. Les réseaux sociaux Viadeo et Xing pourraient être plus adéquats. Aussi, certaines professions ne sont pas très présentes encore. Avant de mettre les efforts, validez si vous ciblez le bon environnement.

En résumé

Si vous avez des objectifs d'affaires et que vos alliés potentiels sont sur LinkedIn, vous avez toutes les chances de votre côté.

LinkedIn est un environnement qui relie des êtres humains. Nous verrons dans un prochain ebook les différentes interactions que nous pouvons avoir via celui-ci. Pour l'instant, sachez que vos comportements peuvent être amplifiés, positivement ET négativement.

Il vous faudra travailler pour parvenir à vos fins. L'inscription à LinkedIn est uniquement une toute petite étape dans tout le processus. Il faut ensuite faire des actions de façon périodique.

Ceux qui vont miser à la fois sur les mouvements réel-virtuel et virtuel-réel auront une longueur d'avance sur les autres. D'ailleurs, un indicateur « réel » de la qualité de votre réseau virtuel est probablement le nombre de rencontres réelles qu'il a générées. Cela implique une transaction, un engagement.