



Réseaux sociaux... les utiliser professionnellement

Les réseaux sociaux sont plébiscités par un large public et connaissent un réel engouement. Ce moyen de communication est aussi en train de se répandre dans le monde professionnel au point de devenir un média à part entière. Quel en est l'intérêt pour les entreprises ? Ce qu'il faut savoir avant de se lancer.

Avec 350 millions de personnes actives sur Facebook dans le monde, dont 22 millions en France, 2,4 millions d'utilisateurs français de Twitter, 2,6 millions pour LinkedIn... les réseaux sociaux sont en pleine croissance et permettent de démultiplier ses propres contacts grâce aux contacts de ses contacts.

Référencement, notoriété, rapidité ... 3 bonnes raisons pour y être

Le premier avantage pour une entreprise en se positionnant sur les réseaux sociaux, c'est d'optimiser son référencement sur Internet. En effet, en créant des liens vers un blog ou un site, il est plus facile de doper la fréquentation de ces mêmes sites ou blogs. De plus, les éléments inscrits sur les pages

sont indexés dans les moteurs de recherche.

Autre avantage : la rapidité à la fois de mise en œuvre et de diffusion d'une information, par exemple communiquer sur un événement comme le lancement d'un nouveau service, un arrivage de produits ... Il est bien évident que les informations diffusées sur un réseau social ne seront pas les mêmes que celles se trouvant sur le site. Il doit y avoir complémentarité et non "copier-coller".

Enfin, les réseaux sociaux sont un bon moyen pour une entreprise d'améliorer sa notoriété compte tenu d'un taux de passage important.

Les réseaux sociaux commencent également à être utilisés par les entreprises pour recruter, rechercher des partenaires et des clients.

Comment ne pas y perdre son temps ?

Pour être efficace sur un réseau social, il faut y passer un minimum de temps. Encore plus qu'un blog qu'il est nécessaire d'actualiser de façon hebdomadaire, le réseau social réclame une présence journalière. Il ne s'agit toutefois pas d'y passer des heures. Il est même possible d'y limiter son temps volontairement afin que l'activité ne devienne pas chronophage, quitte à augmenter son temps de présence en fonction de la rentabilité.

Et la confidentialité ?

Les médias se font souvent écho de la difficulté de gérer les millions de données récupérées par les réseaux sociaux sans que ne se profile l'ombre de Big Brother. Il appartient donc à chacun des utilisateurs d'être suffisamment avisé pour en mesurer autant les bénéfices que les dangers. La meilleure des protections étant de ne publier que ce que l'on souhaite voir devenir public et corollairement de garder pour soi ce que l'on ne veut pas voir diffuser.

La notion de partage est importante sur



les réseaux sociaux. C'est à la base un concept de communauté partageant les mêmes intérêts. Pour recevoir, il est donc important de donner en échangeant conseils, propositions, recommandations

Quel réseau social ?

- **Les réseaux sociaux grand public**, avec possibilité d'usage professionnel, comme Facebook, My space, Twitter, YouTube. Avec plus de 350 millions d'utilisateurs dans le monde, Facebook est le réseau leader. Il est donc utile pour un chef d'entreprise de s'y positionner notamment en créant une "Fan page".

- **Les réseaux sociaux exclusivement professionnels** comme Viadeo ou LinkedIn.

La première tâche consiste à "recruter" des "amis". Ne pas oublier d'y inclure les institutionnels comme les Chambres de Commerce ou de Métiers.

Pour inciter les autres membres à vous contacter, il est indispensable de bien compléter son profil. Les réseaux sociaux professionnels disposent par ailleurs de moteurs de recherche pour aider à trouver des membres proches de ses besoins ou de ses centres d'intérêt professionnels. ■

* Fan page : terme qui désigne le profil Facebook d'une entreprise.

Des formations sont assurées dans votre Centre de Gestion sur les réseaux sociaux, renseignez-vous.

Quel réseau social ?

Facebook

Inscription conseillée, même s'il est difficile d'y faire du business.

Twitter

Outil de microblogging qui permet d'envoyer des messages de 140 signes (ou "tweets") aux internautes qui suivent chaque compte : les "followers" ou abonnés. Permet de suivre l'actualité en direct.

LinkedIn

Réseau social professionnel qui compte 50 millions de membres issus de 170 secteurs d'activité dans plus de 200 pays.

Viadeo

Réseau social professionnel pour les personnes souhaitant développer leur réseau de contacts professionnels.

Flickr

Réseau social de photos. Les photographes, professionnels ou amateurs peuvent y télécharger leurs photos et s'en servir de portfolio.

YouTube

Vidéotheque communautaire qui permet de partager des vidéos en ligne.

Myspace

Un des premiers réseaux d'actualité musicale et vidéo. En perte de vitesse en tant que réseau social.

Foursquare et **Gowalla** sont les deux principaux sites nouvelle tendance se basant sur la géolocalisation.