

Travaillez votre visibilité sur les réseaux sociaux

Ne vous contentez pas des modes de recherche d'emploi classiques. Faites-vous connaître des recruteurs grâce à Viadeo, Facebook, Twitter ou LinkedIn.

Lorsque son CDD est arrivé à son terme, Meryème Tricoire a tout mis sur les réseaux sociaux pour retrouver un emploi : elle a ouvert un profil sur Viadeo et LinkedIn, un compte Twitter et une page Facebook. «Je voulais être partout pour accroître rapidement mon réseau et être visible par un maximum de recruteurs. Et cela a fonctionné : trois mois plus tard, je devenais chef de produit 2.0 chez Orange.» Les traditionnels CV et lettre de motivation ? Meryème n'y a même pas songé !

Que ce soit du côté des entreprises ou des demandeurs d'emploi, on observe effectivement une montée en puissance des réseaux sociaux dans le recrutement. D'après une enquête du site d'emploi Keljob.com, en 2008, près de 70% des Français considèrent les réseaux sociaux en ligne comme un bon moyen de faciliter leur recherche d'emploi. Ils permettent en effet de se faire repérer, d'enrichir son carnet d'adresses et de solliciter ses relations pour décrocher un nouveau poste. Ils se révèlent également efficaces pour entrer directement en contact avec des dirigeants d'entreprise, des responsables RH ou des chasseurs de tête.

Si tous les réseaux sociaux ont des points communs, chacun a ses spécificités et ses attributs, qu'il faut bien ap-

préhender pour mettre en place la meilleure stratégie. Quel réseau choisir ? Qu'écrire sur son profil ? Comment augmenter ses contacts ? Suivez les conseils de nos experts.

Viadeo : le plus généraliste des sites professionnels

Ce réseau français, qui compte 5 millions de profils en France (40 millions dans le monde), se définit comme «la communauté professionnelle la plus diverse au monde». «Il est vrai qu'y sont présents des cadres du marketing et de la communication, des ressources humaines, des nouvelles technologies mais aussi des commerciaux, des consultants et des indépendants de tous les secteurs», confirme Selim Kharrat, consultant chez Mercuri Urval.

Comment se faire repérer dans cette multitude ? «Présentez votre projet en tête de votre profil : "J'ai passé trois ans chez... en tant que... Je cherche un poste de... dans telle spécialité, dans tel secteur d'activité." Si vous êtes en poste, préférez les formules plus vagues : "Je suis à l'écoute du marché", "Je suis ouvert aux contacts"», conseille Mounira Hamdi, manager dans le marketing digital. Renseignez votre profil en étant clair, concis et précis. Même si Internet laisse plus de place et de liberté qu'un

CV papier, il ne s'agit pas de tout détailler mais de mettre en valeur les expériences importantes. «Précisez vos missions, les objectifs fixés et les résultats atteints, les compétences développées, indique Jean-François Ruiz, expert des réseaux sociaux et créateur du blog Webdeux.info. Complétez par des liens vers vos employeurs ou vos réalisations. Si vous avez un blog ou un compte Twitter, pensez aussi à les mentionner.» Et ajoutez votre photo : les profils ainsi illustrés sont sept fois plus consultés.

Ensuite, créez votre réseau : collègues, amis, fournisseurs, clients... Elargissez autant que possible votre sphère d'influence mais n'invitez que des personnes que vous avez côtoyées et qui évoluent dans votre secteur d'activité, occupent la même fonction ou affichent des centres d'intérêts proches des vôtres. «Un réseau se caractérise par la qualité des liens entre ses membres, pas par le nombre de noms sur une liste», affirme Selim Kharrat. Faites-vous remarquer en montrant votre valeur ajoutée. «Participez à des discussions sur des hubs, indique Mounira Hamdi. Répondez à des questions, partagez des liens vers des articles qui vous intéressent.»

Certains se contentent de la version gratuite de Viadeo, mais la formule payante permet de savoir qui a ►►►



►►► consulté votre profil. Vous pourrez aussi accéder aux fiches de tous les membres, cibler vos recherches sur un secteur d'activité, une région... Le prix de l'abonnement étant raisonnable (5 euros par mois), c'est un investissement valable.

Facebook : celui qui offre la plus grande visibilité

A priori, Facebook n'est pas le plus approprié pour une recherche d'emploi, sa vocation première étant de partager des informations personnelles. Pour-

tant, impossible de l'exclure. «Avec plus de 22 millions de Français inscrits, Facebook offre la plus grande visibilité possible à un candidat, reconnaît Jacques Froissant, fondateur du cabinet Altaïde, spécialisé dans le recrutement de profils 2.0. Qui plus est, chaque membre a en moyenne une centaine d'amis qui sont autant de contacts capables de relayer une recherche d'emploi et de transmettre une candidature.» Pour profiter au mieux de cette vitrine, faites savoir à vos contacts que vous êtes

disponible ou à la recherche d'une nouvelle opportunité professionnelle via votre statut. «Devenez "fan" des pages des entreprises pour découvrir leurs métiers et être au courant de leur actualité», suggère Mounira Hamdi. Vous pouvez aussi entrer en contact directement avec l'administrateur de la page pour avoir plus de détails sur la société. Autre solution : utiliser l'une des nombreuses applications professionnelles du réseau social (lire l'encadré page ci-contre). Meryème Tricoire avait, elle,

choisi de créer une page «Reality Job Search», où elle communiquait spécifiquement sur sa recherche d'emploi. Attention cependant à bien configurer vos paramètres de confidentialité afin de ne pas diffuser des informations privées à des contacts professionnels.

Twitter : pour avoir les offres d'emploi en avant-première

Avec 2,5 millions d'utilisateurs en France, on est loin de la visibilité offerte par Facebook. En revanche, Twitter s'avère particulièrement efficace pour connaître en temps réel, voire en avant-première, les postes à pourvoir. «Je publie les nouvelles annonces de mon cabinet simultanément sur Twitter et sur notre site institutionnel», indique Jacques Froissant. Plus intéressant encore, Twitter permet d'avoir connaissance d'offres «souterraines». «Ceux qui recherchent un profil spécifique postent un message en demandant à leurs contacts de le "retweeter", c'est-à-dire de le relayer», explique Anthony Babkine, spécialiste du marketing en ligne. Twitter est d'ailleurs le site idéal pour mettre en avant des expertises particulières. «Twitter s'adresse à un public restreint, principalement des professionnels du Web, du high-tech, de la communication ou du marketing», précise Jean-François Ruiz.

LinkedIn : davantage adapté aux profils internationaux

Cette plate-forme anglophone, qui compte 120 millions de membres (2,5 millions en France), est l'autre réseau social professionnel incontournable pour ceux qui veulent donner une orientation internationale à leur carrière. Compte tenu de la forte proportion de cadres dirigeants et de patrons de multinationales, il est recommandé de créer son profil en français et en an-

L'ORÉAL RECRUTE EN DIRECT SUR FACEBOOK

Le leader mondial de la cosmétique a trouvé la formule magique pour communiquer ses opportunités de carrière. Grâce à l'application "Work for Us" et à la base de données de Facebook, L'Oréal diffuse des centaines d'offres de stage ou d'emploi sur les pages des membres les plus pertinents. Ces derniers voient s'afficher

une publicité sur le côté de leur écran leur proposant, par exemple, un poste en marketing. Un bouton permet même de postuler d'un clic. La page peut aussi suggérer d'autres offres du même type et proposer de transmettre instantanément l'annonce à leurs amis. L'objectif de L'Oréal? Toucher en priorité les étudiants. Le groupe

embauche chaque année près de 600 jeunes diplômés et 3 000 stagiaires. Pour étoffer sa présence sur Facebook, L'Oréal a aussi ouvert 20 pages relatives au recrutement et d'autres dédiées à Brandstorm et B-Revealed, les deux "business games" que la firme organise dans les écoles de commerce ou d'ingénieurs.

glais. «Renseignez bien vos "skills" (compétences) : si vous êtes informaticien, indiquez les technologies, les logiciels, les langages que vous maîtrisez, insiste Anthony Babkine. Ces mots-clés permettront de vous faire rapidement repérer. Et pour renforcer votre crédibilité, faites-vous recommander.» Mais pas par n'importe qui! «Privilégiez les recommandations de DRH, de directeurs généraux, de managers... Evitez les appuis de collègues ou de clients, mal vus car assimilés à du copinage», précise Jacques Froissant.

Comme sur Viadeo, il est possible de payer un abonnement (30 dollars par mois) pour savoir qui a consulté son profil, faire des recherches plus approfondies et contacter directement n'importe quel membre du réseau. Mais il existe des astuces pour développer son carnet d'adresses gratuitement : il faut repérer les groupes professionnels qui correspondent au métier que vous voulez exercer et les rejoindre. Vous pourrez ainsi inviter plusieurs

membres sans abonnement. «Ceux qui visent un poste en Allemagne, en Europe centrale ou en Asie peuvent aussi s'inscrire sur le réseau Xing, très bien implanté dans ces zones géographiques», suggère Selim Kharrat.

Réseaux hyperspécialisés : confidentiels mais ciblés

Des plates-formes visant un secteur précis sont apparues. C'est le cas d'ImmoWebPartner pour l'immobilier, de Pacioli pour les experts-comptables ou de Digikaa pour les professionnels du Web. D'autres s'adressent à une population ayant des besoins spécifiques comme Wizbii et Yupeek, qui s'adressent aux jeunes diplômés. «Être présent sur ces réseaux peut être efficace pour se faire remarquer par ses pairs et échanger des informations et des contacts très ciblés, indique Jean-François Ruiz. Mais ils restent confidentiels : peu de recruteurs en sont membres.» La meilleure stratégie est donc de s'y inscrire en plus d'un réseau généraliste. ■ Céline Deval

