

FÉVRIER 2014

# LE LIVRE BLANC DES RÉSEAUX PROFESSIONNELS ET DE L'ENTREPRENEURIAT



# Sommaire

## 03 **Entrepreneuriat et réseaux professionnels**

05 Le Cercle des Jeunes Entrepreneurs par Laurent Allias

06 Ce que les entrepreneurs doivent savoir des réseaux professionnels

## 07 **Question 1 : Les réseaux professionnels permettent-ils de développer son business ? Réponse : oui, et voici comment.**

08 Témoignage - Richard LÉVY - Skill2Invest

09 Les bons conseils de LinkedIn - Comment développer son business sur LinkedIn

## 10 **Question 2 : Comment se lancer sur les réseaux professionnels ?**

11 Témoignage - Edouard PETIT - Bunkr

13 Les bons conseils de LinkedIn - 3 étapes pour bien débiter

## 14 **Question 3 : Comment un entrepreneur peut-il trouver des talents sur les réseaux professionnels ?**

16 Témoignage - Hicham EZZAHIRI - Makers & Bankers

17 Témoignage - Maxime VERNER - Hesychia

18 Les bons conseils de LinkedIn - Utilisez les pages « Entreprise » et « Carrières » de LinkedIn

## 19 **Conclusion - Faites des réseaux professionnels votre Business Partner !**

# Entrepreneuriat et réseaux professionnels

Depuis plusieurs années, l'entrepreneuriat, y compris en France, n'est plus réservé à un petit cercle de pionniers. C'est un état d'esprit et un mode d'action qui ont gagné une population toujours plus large. Le mouvement des auto-entrepreneurs en France en a été la matérialisation la plus spectaculaire de la décennie.

Le Cercle des Jeunes Entrepreneurs en est un des représentants les plus actifs et les plus innovants dans l'Hexagone.

Cet esprit croissant d'entrepreneuriat en France, parfois sous la contrainte d'une situation économique, d'autres fois dans le cadre d'un désir profond de changement de carrière, s'est développé parallèlement à un autre phénomène : celui de l'essor des réseaux sociaux. L'utilisation des réseaux sociaux est devenue aujourd'hui quasi incontournable pour une majorité de gens, quel que soit leur âge ou leur situation. Et les réseaux professionnels se sont imposés en France dans la recherche d'emploi, le développement d'une carrière ou de son entreprise.

L'ambition de LinkedIn avec ce Livre Blanc est de mettre en avant la convergence de ces deux phénomènes, Entrepreneuriat et Réseaux Sociaux. A la question préalable existe-t-elle, la réponse paraît désormais évidente : oui, bien sûr, car les réseaux sociaux sont devenus très vite, d'un espace personnel, du rendez-vous au sein d'une tribu, un moyen également de promotion commerciale et professionnelle, tant pour les individus que pour les marques. LinkedIn, avec ses 259 millions d'utilisateurs dans le monde dont sept millions en France, en est la preuve la plus éclatante. Se faire connaître professionnellement,



mettre en avant ses compétences, ses savoir-faire, son originalité, informer sur l'évolution de sa carrière ou s'informer sur son secteur d'activité: autant d'éléments que la caisse de résonance offerte par les réseaux professionnels permet de mettre désormais en valeur auprès du plus grand nombre.

Ces réseaux sociaux offrent deux atouts irremplaçables à tout entrepreneur qui monte ou qui veut développer son business : la puissance et la qualification.

↳ La **puissance** parce qu'il permet de toucher un très grand nombre de clients, de prospects et de talents et de souligner la fiabilité, la qualité et la vision de l'entrepreneur et de son entreprise.

↳ La **qualification** dès lors qu'un réseau social est capable, comme LinkedIn, d'affiner les informations sur les contacts pour être sûr qu'au-delà de l'effet de masse, l'entrepreneur réussit à bien cibler ses contacts pour optimiser ses chances de développer ses activités, notamment en s'adressant aux bons prospects ou en choisissant les bons collaborateurs.

C'est cette association prometteuse et déjà considérée comme « gagnant-gagnant » pour beaucoup que ce « Livre Blanc » entend mettre en lumière.

↳ Mettre en lumière avec la mise en avant d'**expériences** glanées par le Cercle des Jeunes Entrepreneurs, expériences variées, entre celui

qui a fait du Web le booster de ses ventes, celui qui en saisit tous les intérêts mais hésite encore sur le mode opératoire et celui qui s'interroge et craint – avec raison – de passer à côté d'une formidable opportunité. Vous le constaterez, leur passion et leur engagement suscitent l'enthousiasme.

↳ Mettre en lumière aussi avec des **conseils**, des **bonnes pratiques** parce que les réseaux professionnels ont des codes et que les connaître et les suivre permet à un entrepreneur de développer plus efficacement et plus rapidement son Business. Vous vous ferez peut-être la réflexion : « ah, je n'y avais pas pensé » et vous le mettrez en pratique demain.

# Le Cercle des Jeunes Entrepreneurs

Le CJE (Cercle des Jeunes Entrepreneurs) est un réseau créé en 2009 par Laurent ALLIAS (également dirigeant de l'agence Cabarey) et Richard LÉVY (également dirigeant de Skill2Invest). Il compte aujourd'hui plus de 3000 chefs d'entreprise, décideurs, journalistes, investisseurs... Les entreprises d'aujourd'hui qui créent Demain.

C'est à la fois un réseau physique (près d'une quarantaine d'événements de 50 à 600 personnes ont été organisés à date) et un réseau « digital » avec plus de 10.000 personnes sur les différents réseaux sociaux de l'association. A dire vrai, l'aventure a commencé sur les réseaux sociaux : de l'envie de créer cette dynamique (les réseaux d'entrepreneurs étaient encore peu développés en 2009 dans la capitale) aux premières rencontres, il n'y a eu qu'un pas. Nous étions 10 pour la 1ère dans notre salon, 30 pour la 2ème dans le sous-sol d'un bar à Opéra, 80 pour la 3ème puis de la 4ème à la n° 40 nous ne

sommes jamais descendus en dessous de 120 avec un pic à 600 pour la soirée des CJE awards. Et ce premier pas ce sont les réseaux sociaux professionnels qui nous l'ont fait faire.

C'était très simple : il fallait trouver les quelques dizaines d'entrepreneurs de la capitale qui seraient potentiellement intéressés pour participer à des événements comme le CJE. Ensuite le bouche-à-oreille a fonctionné. Amplifié par les réseaux sociaux évidemment. Les premières briques ont été posées ici. Du réseau social au réseau physique il n'y a eu que quelques échanges par email et une bonne idée. Il était donc logique, 5 ans après, de créer quelque chose avec ce qui a fait les fondations de notre propre réseau : le premier des réseaux sociaux professionnels.

Merci LinkedIn.

**Laurent ALLIAS**



## Laurent ALLIAS

*Cofondateur du CJE ([www.lecje.fr](http://www.lecje.fr)), Directeur associé de Cabarey ([www.cabarey.fr](http://www.cabarey.fr)), l'agence indépendante de communication (dé)connectée, Eleveur de Chatons d'Or ([www.leschatonsdor.fr](http://www.leschatonsdor.fr)), le prix de créativité qui récompense l'humain avant tout.*

*Diplômé de l'Ecole Centrale de Lyon, mes mots-dièse sont : #Digital #Entrepreneur #Pub #Usages #Innovation #Prospective #Créativité.*

 <http://www.linkedin.com/pub/laurent-allias/16/712/b51>

**LinkedIn et le Cercle des Jeunes Entrepreneurs vous souhaitent une bonne plongée dans ce Livre Blanc !**

# Ce que les entrepreneurs doivent savoir des réseaux professionnels

Les réseaux professionnels sont devenus incontournables pour les entreprises. Leurs dirigeants doivent apprendre aussi bien à dompter les codes et à optimiser leur utilisation pour booster leur business.

Ces canaux de communication vous permettent à la fois de renforcer la notoriété de votre entreprise et de votre « personal branding », d'accroître votre nombre de clients en vous adressant à de nouveaux publics, d'être en permanence informé sur votre secteur d'activité, et de profiter d'un incroyable vivier de contacts qui vous permet de rencontrer plus facilement des partenaires et trouver les futurs talents de votre entreprise.

## Qu'est-ce que les réseaux sociaux professionnels ?

Les réseaux professionnels sont des plateformes qui permettent de mettre en relation des millions de personnes dans un cadre exclusivement professionnels, tout en mettant en avant son identité professionnelle (parcours, compétences, expertise). A l'inverse des autres réseaux sociaux qui résultent de la sphère privée.

Ces réseaux professionnels sont également une vitrine pour les entreprises avec une exposition incomparable. A titre d'exemple, LinkedIn compte plus de 3 millions de pages entreprises dans le monde.

Ces réseaux représentent un nouveau moyen pour les entreprises d'accroître leur activité, de mettre en avant les produits et services, de développer un réseau de partenaires, rechercher des prospects, dénicher des talents.

Les deux points forts de ces espaces sont l'immédiateté et la rapidité. Ces deux points de différenciations par rapport à un site internet 1.0 permettent aux entreprises d'imaginer dans leur communication un élément différenciant qui fera que son produit ou service est remarqué par les internautes et qu'ils le relayeront à leur réseau provoquant dans un effet de bouche à oreilles en ligne : la viralité.

La notion d'information est également un élément essentiel sur LinkedIn. Chacun peut chercher ou partager de l'information avec son réseau, ou participer voire animer des groupes de discussion.

## A propos de LinkedIn



LinkedIn est le premier réseau professionnel au monde avec plus de 259 millions de membres. Il permet de mettre en avant son 'personal branding', de développer son réseau professionnel, de faciliter le dialogue entre professionnels et d'être en veille sur les actualités des différents secteurs d'activité, et ce depuis partout grâce à ses services mobiles.

Pour les entreprises c'est un excellent moyen pour recruter mais aussi mettre en avant ses produits et services et valoriser sa marque employeur afin d'attirer les talents.



# Question 1

## Les réseaux professionnels permettent-ils de développer son business ? Réponse : oui, et voici comment

### En restant à la pointe de l'actualité du secteur et de ses prospects

Les professionnels doivent avoir accès à toute l'information essentielle au développement de leur activité : vie de leur secteur, du marché, lancement d'appels d'offre, projets, actualité des concurrents... Grâce aux contenus partagés notamment sur les réseaux professionnels ou à l'information diffusée (par exemple via LinkedIn Pulse), ou directement au sein des groupes de discussion thématiques, les entrepreneurs peuvent rester au faite des problématiques au cœur de leur secteur d'activité ou de celui de leurs prospects.

### En construisant et en élargissant son réseau

Le réseau de clients, de prospects, de partenaires, de talents est une mine d'or que les réseaux professionnels permettent aujourd'hui

d'exploiter à plein. La prise de contact s'en trouve, par ailleurs, facilitée. La mobilité est venue ajouter une dimension supplémentaire. Même en rendez-vous, loin de votre bureau, en recherche de nouveaux collaborateurs ou prestataires, vous pouvez ajouter directement les experts que vous rencontrez pour enrichir votre réseau.

### En préparant ses rendez-vous

En amont de toute rencontre professionnelle, les réseaux sociaux professionnels vous permettent de vous renseigner au mieux sur vos interlocuteurs : parcours professionnel, expertise, réseau... Vous avez accès à des informations clés qui vous permettront de mieux cerner le professionnel ou le candidat en question et d'engager la conversation sur des thématiques qui le concernent et sur celles qui vous intéressent.





## Richard LÉVY

*Richard est directeur associé de Skill2Invest, cabinet de conseils spécialisé en recherche d'associés et recrutement pour TPE/PME et co-fondateur du CJE. Diplômé de l'Ecole Centrale de Lyon, il a débuté sa carrière dans le montage d'opération de fusions-acquisitions chez Natixis. Il a poursuivi en tant que responsable du développement chez Biowind (JEI Greentech) puis a passé 3 années dans un cabinet de conseil où il a capitalisé une réelle compréhension des problématiques de la TPE-PME. Il accompagne aujourd'hui de jeunes entrepreneurs en création par le biais du CJE et des talents plus expérimentés grâce à Skill2Invest.*

 <http://fr.linkedin.com/in/richardlevy1/>



# Témoignage LinkedIn, mon exosquelette entrepreneurial

L'entrepreneur doit à la fois assurer sa promotion, la production de son activité, le suivi de ses clients, fournisseurs et partenaires. Mais heureusement, il n'est pas seul et un outil lui permet de le décharger d'une partie de ses tâches, explications ...

Skill2Invest accompagne des chefs d'entreprises dans la structuration de leurs équipes. Nous les aidons à trouver des associés, des franchisés et des salariés. Comme dans toutes activités de recrutement, pour exercer notre activité, nous avons besoin de clients « entreprises » et de candidats. La première chose à faire est donc de valoriser sa propre entreprise, son savoir-faire, ses consultants, sur un réseau social, professionnel, qualitatif afin de rencontrer ses futurs clients. Toute relation B2B, notamment dans le consulting, repose sur une relation personnelle, un intuiti personae fort entre le chef d'entreprise mandataire et le consultant. Les contacts en commun, les références, les publications, les implications dans divers projets sont autant d'atouts à utiliser sur un réseau tel que LinkedIn afin d'approcher de façon naturelle ses prospects. Un échange de carte de visite aujourd'hui n'est que la première étape physique qui consiste à se lier à un individu, puisqu'au-delà

de ce simple échange instantané, se traduit la volonté partagée de « garder contact » de façon dématérialisée et prolongée jusqu'à la prochaine opportunité business réelle. Un réseau social professionnel, c'est donc pour moi la création d'un vivier d'opportunités.

Dans notre activité de recrutement, nous avons aussi besoin de candidats. Il y a encore quelques années, avant l'avènement des réseaux sociaux professionnels, l'accès aux CVthèques était une étape couteuse et indispensable dans le développement d'une activité de chasse de tête. Aujourd'hui, sur LinkedIn, nous avons accès facilement et partout dans le monde aux meilleurs profils. Les outils de recherche personnalisée sont puissants et permettent d'affiner au mieux la recherche. Le profil LinkedIn, au-delà d'un simple CV déclaratif, constitue la carte d'identité professionnelle dynamique de l'individu. De plus en plus d'entreprise intègre de façon systématique LinkedIn dans leur processus de recrutement.

Alors peut-être à bientôt sur LinkedIn pour de nouvelles opportunités ... business !

**Richard LÉVY**



# Comment développer son business sur LinkedIn

- Mettez en avant votre société au sein de votre profil LinkedIn en y insérant des liens vers des articles de presse, des blogs posts, des présentations, ou le site de votre société.
- Faites vous recommander par des clients ou partenaires qui peuvent mettre en avant l'apport de votre société à leur business.
- Elargissez votre réseau afin de multiplier vos chances d'être mis en relation avec les décideurs ou les bons contacts.
- Restez informés en suivant les influenceurs de votre secteur d'activité (plus de 300 influenceurs écrivent régulièrement des billets exclusifs pour LinkedIn).
- Faites de la veille concurrentielle en allant sur les pages entreprises de vos concurrents et en vous informant sur leurs produits et le positionnement qu'ils utilisent. Cela vous aidera à vous différencier.
- Rendez-vous visible en faisant partie de groupes de discussions (plus de 2 millions de groupes sur LinkedIn) relatifs à votre secteur d'activité. Cela vous permettra également de discuter avec des clients et prospects et de mieux comprendre leurs besoins.
- Si vous avez du mal à bâtir votre liste de prospects vous pouvez utiliser l'outil **Sales Navigator** proposé par LinkedIn. L'outil propose de faire des recherches via des filtres tels que le nom de l'entreprise, la seniorité ou la fonction... Cela vous permettra d'identifier rapidement les décideurs en rapport avec votre activité. Contactez des prospects en dehors de votre réseau via l'**Inmail** (messagerie de la plateforme). Le taux de réponse est trois fois supérieur à celui d'un email.
- Faites en sorte que votre réseau professionnel soit toujours accessible, y compris en déplacement. Aujourd'hui, 38% de l'audience de LinkedIn provient des connexions en mobilité. En téléchargeant les applications mobiles gratuites LinkedIn, les professionnels peuvent suivre l'évolution de leur réseau et de leur secteur d'activité en temps réel, même en déplacement.



# Question 2

## Comment se lancer sur les réseaux professionnels ?

### Une posture et des objectifs à fixer pour optimiser l'image de son entreprise

Comme sur n'importe quel canal social, une simple présence ne suffit pas. Avant de mettre en avant votre entreprise, en premier sur LinkedIn pour allier puissance et ciblage, l'entrepreneur doit définir des objectifs précis. En complément d'une présence en ligne qui peut passer par un site internet, par exemple, prendre la parole permet de donner un nouvel élan au dynamisme de votre société. En fonction des objectifs que vous vous fixez, vous pourrez : toucher une communauté d'experts, entrer en contact avec de nouveaux partenaires, influencer des communautés professionnelles, attirer des prospects.

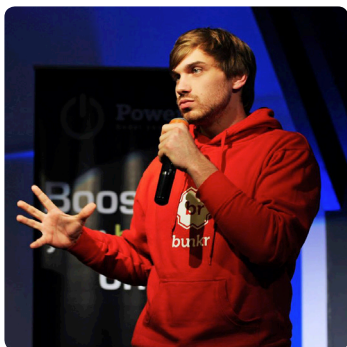
### Un discours et des messages à définir

La ligne éditoriale et le discours ne s'improvisent pas non plus sur les réseaux professionnels. La présence de votre entreprise sur les réseaux doit s'appuyer sur une animation éditoriale définie en amont.

Votre politique éditoriale doit être portée par l'expertise de votre entreprise et ce qu'elle offre mais doit également mettre en avant ses forces et ses valeurs. A chaque fois vous devez vous interroger sur la valeur ajoutée que vous apportez à un potentiel partenaire, une communauté, un talent...

Votre entreprise est reconnue pour proposer une technologie de pointe, vous vous êtes démarqué par des prix et récompenses, vous avez obtenu un soutien de taille ? Autant d'atouts que vous pouvez valoriser avec des messages portés par vos collaborateurs, vos partenaires, vos clients.





## Edouard PETIT

*Je suis co-fondateur / CMO de Bunkr. Après 2 années passées en agence de communication chez Publicis Conseil en tant que planneur stratégique digital, j'ai décidé avec Alexis JAMET et Jean-Christophe FOSSATI de partir dans l'aventure startup en créant Bunkr. Je suis également intervenant en stratégies social média à l'EFAP et à Pôle Paris Alternance.*

 <http://fr.linkedin.com/in/petitedouard>

# Témoignage LinkedIn, le réseau pour développer sa start-up

Lancer sa startup, c'est écrire une nouvelle page de sa vie professionnelle. Un papier vierge sur lequel on va coucher ce qui va constituer son entreprise pour le futur : son produit, sa marque, ses premiers clients, ses partenaires,... Dans cette nouvelle aventure, votre réseau est sûrement votre meilleur compagnon de route.

Quand nous avons commencé à travailler sur Bunkr, nous n'avions qu'une idée, une vision. Notre réseau et les plateformes comme LinkedIn nous ont aidé à développer et structurer notre startup, la faire exister et créer des liens forts avec nos utilisateurs et nos clients. Voici mes quelques conseils pour exploiter au mieux vos contacts pour développer votre startup.

## 1. Activez vos réseaux : "intro", "recommandation" exploitez toutes les opportunités !

Au commencement d'une startup il est important de recréer des points de connexion avec son réseau. Pour que des opportunités puissent venir à vous, vos contacts doivent être au courant de votre nouvelle activité. Prenez le temps de revoir

les acteurs majeurs de votre réseau, donnez-leur de vos nouvelles c'est la première étape clé. Si personne ne connaît votre activité, personne ne pensera à vous.

Une fois que vous êtes "référéncé", n'hésitez pas à solliciter votre entourage professionnel pour élargir votre cercle. Dans ce cas, LinkedIn est l'endroit idéal pour trouver des relations communes à une personne cible. Quand vous avez trouvé le bon intermédiaire, demandez-lui une introduction ou une recommandation qui facilitera le premier contact.

## 2. Jetez vos cartes de visite papier, synchronisez tout en ligne !

J'ai longtemps passé mon temps à échanger des cartes de visite. Le grand problème de ce support est sa temporalité et surtout sa tendance à s'entasser sur un coin de votre bureau sans être trié. Retrouver rapidement une information devient alors une perte de temps quand on en possède 1500. Aujourd'hui, chaque carte de visite récupérée me sert de point de contact pour me connecter sur LinkedIn avec cette personne.





# bunkr

*Bunkr est le nouveau PowerPoint Killer ! Avec Bunkr on souhaite aller au delà du support de présentation. Nous sommes convaincus qu'après 25 ans de bons et loyaux services Powerpoint n'est plus adapté à nos usages. Avec cette nouvelle application, nous voulons permettre aux professionnels de gagner du temps dans la création de leurs présentations. 6 mois après notre lancement nous comptons plus de 40 000 utilisateurs (dont plus de 600 clients), dans plus de 150 pays.*

Les réflexes à adopter quand vous récupérez une carte de visite sont :

1. Se connecter avec cette personne sur un réseau professionnel comme LinkedIn
2. Entrer ses coordonnées dans un gestionnaire de contacts synchronisés : Google Contact est un très bon outil pour cela
3. Jeter la carte de visite !

### 3. Animez votre communauté, existez !

Le troisième point important quand on est une startup c'est d'exister. Ce qui effraie le plus vos potentiels clients ou partenaires c'est votre longévité. S'il décide de travailler avec vous, serez-vous encore là demain ? Il est donc logique que le moins vous engendrez cette peur, le plus vous aurez de chances de construire un

business durable ! Pour cela il faut passer son temps à les rassurer. Les réseaux professionnels sont un bon point de contact pour contextualiser l'histoire de votre entreprise, exprimer des cas concrets que résout votre produit/service et ainsi les rassurer.

A travers une page entreprise LinkedIn, chaque semaine nous partageons les événements de notre startup. En racontant l'histoire de notre entreprise et son développement, nous impliquons notre communauté à la réussite de celle-ci. C'est donc une source incroyable d'opportunités et surtout une très bon canal pour rassurer notre audience.

Alors, prêt à vous lancer ?

**Edouard PETIT**

*Co-fondateur & CMO de Bunkr*

# 3 étapes pour bien débuter

## 1. Inscrivez-vous sur LinkedIn

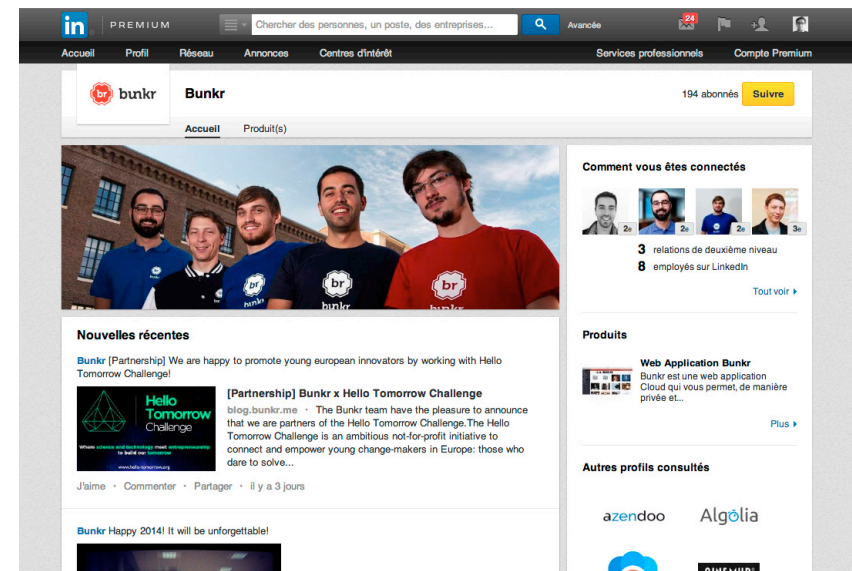
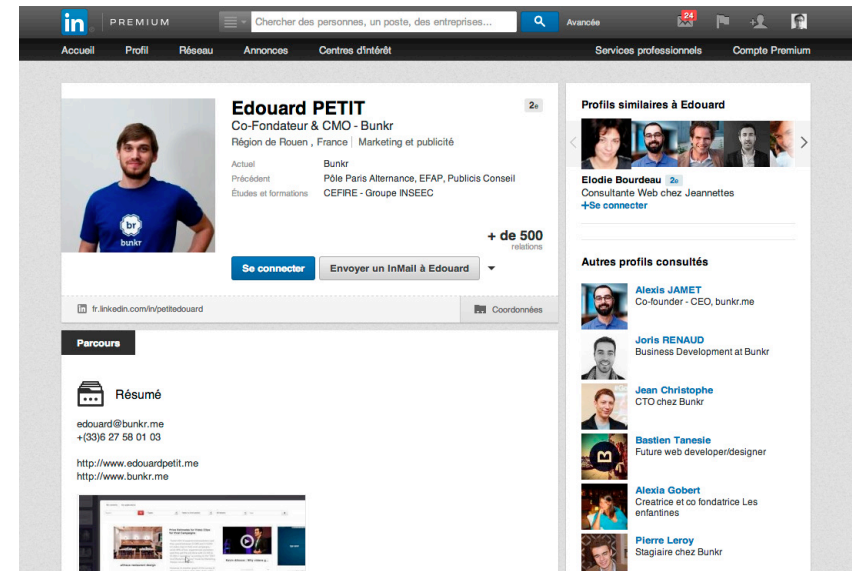
Le réseau social professionnel qui va vous permettre de prendre la parole pour faire valoir votre expérience, votre savoir-faire, votre vision et vous différencier.

## 2. Travaillez votre « personal branding »

En créant votre **profil personnel** complet sur LinkedIn.

## 3. Faites la promotion de votre entreprise

- Créez une **page entreprise** (c'est gratuit) afin de présenter votre entreprise et vos produits.
- Rajoutez des informations relatives à vos spécialités, spécificités afin d'être plus visible sur les moteurs de recherche Google et LinkedIn.
- Mettez en avant vos produits et services via l'onglet « **Produits et Services** » afin d'attirer un maximum de 'followers'. Les entreprises qui les mettent en avant ont en moyenne deux fois plus de followers.
- Pour attirer des « **followers** » il est également recommandé de demander à ses collaborateurs de mettre leur profil à jour avec leur fonction actuelle et le nom de l'entreprise. Ils deviendront ainsi automatiquement 'followers' de votre page entreprise.
- Vous pouvez également participer à des **groupes de discussion** pour attirer de nouveaux followers.
- Créez la discussion avec des followers en postant régulièrement des **statuts** sur votre page entreprise.
- Elargissez votre audience et attirez plus de followers grâce au **statuts sponsorisés** ou aux **LinkedIn ads** (formats publicitaires adaptés aux TPE/PME). Vous avez la possibilité d'établir un ciblage précis avec ces formats publicitaires afin de toucher l'audience idéale.



## Question 3

# Comment un entrepreneur peut-il trouver des talents sur les réseaux professionnels ?

Si les réseaux professionnels permettent d'identifier plus facilement qu'avant l'ère digitale des clients potentiels et de s'informer sur ses prospects, ils permettent aussi sinon surtout de chercher et de trouver les talents et profils qui vous manquent. Voici ce qu'il faut savoir pour recruter sur LinkedIn :

### 1. Préparez avec soin votre campagne de recrutement

La première étape, avant de trouver un ou de nouveaux collaborateurs, est de préparer efficacement votre recherche.

- Développez une proposition de valeur claire pour les candidats (culture d'entreprise, environnement de travail, etc...)
- Posez-vous les bonnes questions sur les talents que vous recherchez, les candidats avec qui vous souhaitez être mis en contact et bâtissez votre réseau avec soin. Définissez clairement le profil que vous recherchez avant de vous lancer tête baissée dans la chasse aux meilleurs candidats
- Analysez le marché en effectuant des premières recherches sur les réseaux professionnels pour estimer le nombre de candidats. La rareté ou au contraire un grand nombre de candidats potentiels vous permettront d'affiner votre stratégie de recrutement.

### 2. Mettez en avant votre présence sur les réseaux professionnels

- Créez vous un profil attractif : insérez une photo, descriptions de la mission et des réalisations de votre entreprise.
- Bâtissez votre réseau. Il faut que vous ayez déjà un minimum de relations avant de pouvoir compter sur la puissance du réseau. Vous pouvez vous connecter à vos collègues, amis, anciens élèves. Tout l'enjeu est de vous mettre en relation avec des personnes que vous connaissez déjà et pour lesquels votre potentiel de notoriété-appréciation-confiance existe forcément.
- Participez à des groupes de discussion : trouvez des groupes en rapport avec le recrutement afin d'en apprendre un peu plus sur les compétences nécessaires pour le job.

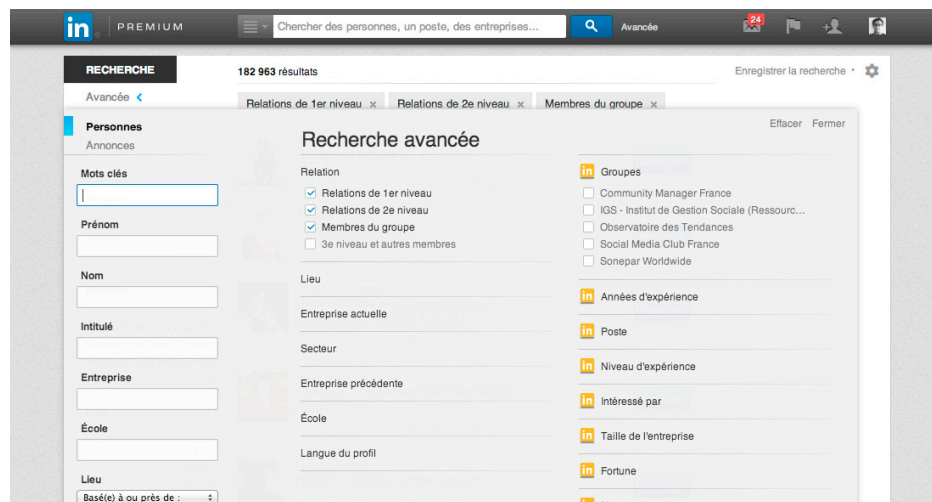




### 3. Recherchez avec pertinence les profils

Une fois vos objectifs définis avec précision et votre réseau construit, votre recherche de profils pertinents peut commencer. Elle peut s'effectuer grâce aux paramètres offerts par le moteur de recherche. Demandez à vos contacts de relayer votre recherche.

LinkedIn propose également l'outil **LinkedIn Recruiter** qui permet de trouver des candidats en dehors de votre réseau, et d'avoir accès à leur profil. Vous pouvez effectuer des recherches en fonction de nombreux critères tels que la seniorité, zone géographique, etc...



### 4. Contacter les candidats sur LinkedIn

Une fois la recherche lancée vous pouvez contacter les candidats sélectionnés via **LinkedIn Recruiter**. Cet outil vous permet de leur envoyer un **InMail** (messaging de la plateforme). En moyenne, le taux de réponse d'un InMail est 3 fois supérieur à celui d'un email.

Vous pouvez également demander aux personnes de votre réseau qui sont en contact avec le candidat de vous présenter. Cela peut aider à faciliter la mise en relation.

Aussi, n'hésitez pas à mettre en avant des compétences très spécifiques du candidat pour montrer qu'il n'a pas été choisi au hasard et le mettre ainsi en valeur.

Enfin, vous avez également la possibilité de poster également une **offre d'emploi**. LinkedIn met en avant votre offre auprès des membres qui correspondent le mieux à votre offre.



## Hicham EZZAHIRI

*Hicham est président de Makers & Bankers, première plateforme social de crowdfunding (financement participatif). Diplômé d'HEC, il s'est d'abord orienté vers la finance d'entreprise. Il a débuté sa carrière dans l'audit et le conseil financier chez PricewaterhouseCoopers. Il a poursuivi sa carrière en tant que Manager dans un cabinet de conseil en fusion-acquisition, où il a accompagné la direction, les actionnaires et les fonds d'investissement dans plusieurs opérations d'investissements ou de restructurations. En 2013, Il crée avec son associé la première plateforme qui rend accessible le crowdfunding à tous. C'est avant tout un réseau social, permettant de faire se rencontrer des porteurs de projets (les Makers) et des soutiens (les Bankers), afin d'échanger leurs expériences, leurs moyens, leurs visions.*

 <http://www.linkedin.com/pub/hicham-ezzahiri/7/544/22b>

# Témoignage

## LinkedIn démocratise la communication et les relations professionnelles

Avec Internet, nous assistons une démocratisation de l'accès à la connaissance et l'information. LinkedIn a renforcé cette tendance en devenant un lieu incontournable d'échange et de capitalisation des savoirs. Nous pouvons y trouver et y signaler des contenus. Cette explosion des échanges est rendue possible grâce à la démocratisation de la production des savoirs. En retour, la révolution numérique affecte en profondeur les possibilités d'accès à la connaissance et de communication.

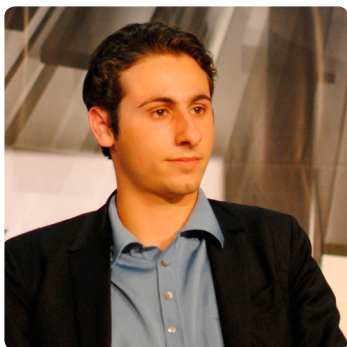
La production du savoir est aussi devenue coopérative et participative. Si plus de 90 % restent de simples utilisateurs, ils sont désormais 5% à commenter, évaluer, diffuser et 2% à produire du contenu. Nous voulons tous en faire partie, et grâce à LinkedIn nous disposons pour cela d'un média puissant et performant. Il permet de développer un lien permanent avec notre communauté, avec ceux qui partagent la même vision et les mêmes valeurs.

Internet est en passe de devenir l'infrastructure économique par excellence grâce aux réseaux sociaux, et particulièrement LinkedIn. Pour Makers & Bankers, c'est le meilleur outil pour découvrir et échanger avec de nouveaux porteurs de projets. Grâce aux moyens mis facilement à sa disposition, chaque entreprise peut rechercher et entrer en contact avec les publics qui partagent leurs valeurs. LinkedIn est devenu un business partner indispensable pour Makers & Bankers.

## Hicham EZZAHIRI

*Président de Makers & Bankers  
Plateforme social de crowdfunding*





## Maxime VERNER

*Diplômé du Celsa, entrepreneur, président d'Hesychia, société qui conseille les entrepreneurs, Maxime s'est illustré en étant le candidat de la jeunesse aux élections présidentielles de 2012. Fort de 358 parrainages de maires, il se retire de la campagne pour lancer Hesychia.*

 <http://fr.linkedin.com/in/maximeverner>

# Témoignage

## Mon business partner s'appelle LinkedIn

Le réseau social professionnel n'est pas seulement un carnet de contacts mis à jour en temps réel. C'est d'abord un formidable moyen de se rapprocher de nos contacts existants, de découvrir des liens entre eux, des centres d'intérêts communs... Le premier levier de développement de son réseau sur LinkedIn, l'import de son carnet d'adresses, permet de resserrer ces liens, de suivre l'évolution de chacun, de les encourager et les féliciter dans leurs transitions (recherche active, promotion, nouveau poste...).

Comme entrepreneur, je considère LinkedIn comme mon principal business partner. En participant activement aux groupes de discussion, en découvrant les articles publiés sur LinkedIn Today, en suivant les publications de mes contacts, je m'informe sur les sujets brûlants, les positions de chacun et je porte mes opinions sur les sujets qui me concernent. J'ai pris le réflexe d'ajouter sur LinkedIn tous mes contacts professionnels et pas seulement mes clients, car leur diversité me permet, au fur et à mesure, de leur suggérer des relations qui peuvent les intéresser parmi mon réseau.

Comme consultant, mon travail de veille ne s'arrête pas à l'information stricto sensu. Lorsque je cherche un expert, je me dirige en premier sur LinkedIn. Quand j'ai vent d'une offre, je pense d'abord à mon réseau LinkedIn pour la diffuser de manière ciblée, personnelle. Je peux aussi rechercher les articles qui m'intéressent par rédacteur, et ainsi découvrir et suivre les influenceurs sur mes sujets de prédilection, et saisir les tendances le plus tôt possible.

Comme employeur, LinkedIn est pour moi le meilleur moyen de constituer et d'échanger avec un vivier de talents, via notamment les recherches par mots-clés et la page Entreprise d'Hesychia. Je compte accompagner la croissance de mon activité en gardant le contact avec mes prospects, clients, partenaires, collaborateurs, contacts, via une plateforme conviviale, ouverte et réactive : LinkedIn est donc pour moi bien plus qu'un réseau social professionnel. Et pour vous ?

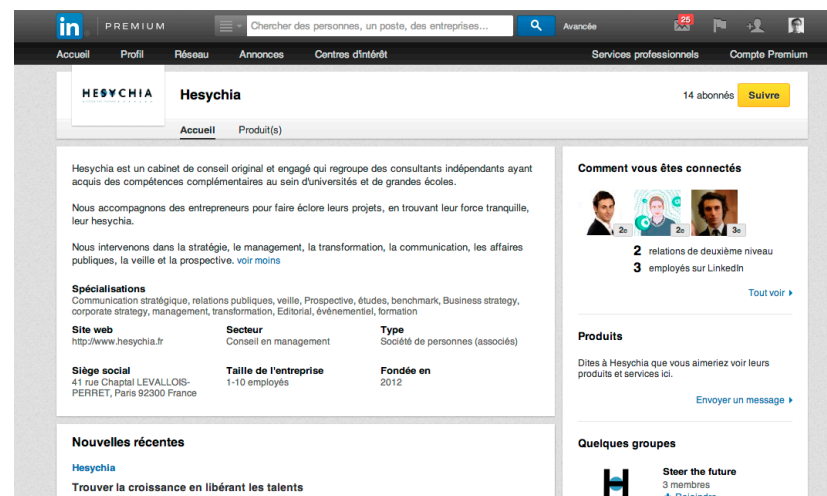
Maxime VERNER

**HESYCHIA**  
• STEER THE FUTURE • • • • •

# Utilisez les pages « Entreprise » et « Carrières » de LinkedIn

Pour les entrepreneurs soucieux d'aller encore plus loin dans leur campagne de recrutement sur LinkedIn, et ainsi mettre en avant leur marque employeur :

- Adaptez la présentation de votre entreprise pour la rendre plus attractive. Votre page « **Entreprise** » est une véritable vitrine commerciale. Mais elle est également un excellent outil de recrutement et d'attractivité de nouveaux candidats. Si une grande partie du contenu de cette page et de ses sous-parties est tirée pour la société, vous pouvez obtenir le contrôle sur certains éléments incontournables :
  - Description de l'entreprise : faites une description intéressante et attrayante, sans en faire un message promotionnel.
  - Articles de blog : les articles de blog de votre entreprise se révèlent automatiquement dès qu'un nouvel article est publié sur votre blog.
  - Détails pratiques : vous pouvez indiquer le type d'entreprise, sa taille, son adresse internet, son secteur d'activité principal, son statut d'exploitation, son année de création et les lieux de l'entreprise.
- Consultez la liste des personnes qui suivent votre entreprise.
- Parmi les membres de la liste des professionnels qui suivent votre entreprise, vous avez toutes les chances de trouver, plus qu'ailleurs, vos candidats. Cette liste est sans aucun doute un vivier particulièrement intéressant de contacts motivés et déjà informés sur votre activité, le fonctionnement de votre entreprise, ses stratégies, etc. Ne négligez pas cette étape qui sera sans aucun doute fructueuse.



- Bénéficiez des possibilités offertes par la page « **Carrières** ».
- La page « Carrières » de LinkedIn ne peut être « activée » que si vous publiez une offre d'emploi sur le réseau ou si vous souscrivez à une page « Carrières » payante. Elle vous offre un panel de possibilités qui vous accompagneront de manière pertinente dans votre recherche du « candidat idéal ».
  - Vous pouvez proposer une expérience personnalisée : votre contenu s'adapte aux profils LinkedIn de vos visiteurs ; les chercheurs d'emploi accèdent à des annonces correspondant à leur parcours ; vous pouvez contrôler et mettre à jour votre contenu.

# Conclusion

## Faites des réseaux professionnels votre Business Partner !

Le CJE et LinkedIn ont réalisé ce Livre Blanc pour tous ceux qui imaginent le potentiel du Web mais n'en voient pas clairement les bénéfices pour leur affaire, ceux qui croient que ce n'est pas pour eux, ceux qui renoncent, pensant à tort que cela va se révéler trop complexe ou trop chronophage, mais aussi pour ceux qui utilisent déjà les réseaux professionnels mais n'ont pas encore le meilleur usage.

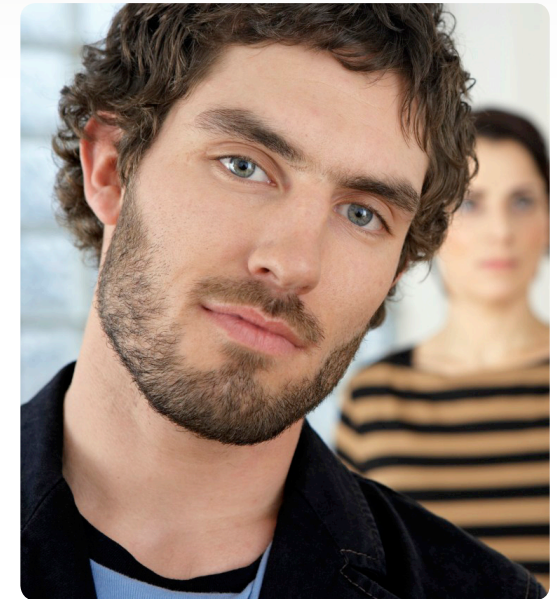
Nous espérons que les témoignages concrets d'entrepreneurs, que les conseils très pratiques de LinkedIn leur feront comprendre les enjeux et les potentialités qui les attendent.

Comment passer à côté ? Comment ignorer un outil qui permet de multiplier les contacts,

d'optimiser et décupler son réseau physique, de solliciter et d'obtenir des soutiens et des relais, de continuer à faire savoir que l'on avance, d'échanger des contenus et des idées, de mettre en valeur ses savoir-faire et ses talents pour mieux valoriser son attractivité, de fédérer une communauté ?

A condition de choisir un outil puissant, avec de nombreuses et riches fonctionnalités, comme LinkedIn.

Comme le déclare un de nos entrepreneurs témoins, « lancer sa startup, c'est écrire une nouvelle page de sa vie professionnelle. Dans cette nouvelle aventure, votre réseau est sûrement votre meilleur compagnon de route. » LinkedIn et le CJE ne pouvaient pas mieux dire !





Web : [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)  
Twitter : [@LinkedInFrance](https://twitter.com/LinkedInFrance)



Web : [www.lecje.fr](http://www.lecje.fr)  
Twitter : [@LeCJEfr](https://twitter.com/LeCJEfr)