

Christophe BLAZQUEZ  
Samir ZAMOUM

# Développez votre IDENTITÉ NUMÉRIQUE

**CIBLER ET GAGNER DES CLIENTS, SE FAIRE CONNAÎTRE,  
TROUVER UN JOB... AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX**



# Développez votre identité numérique

**Cibler et gagner des clients, se faire connaître,  
trouver un job... avec les réseaux sociaux**

**Édition 2015**

**Auteurs: Christophe BLAZQUEZ, Samir ZAMOUM**

Ouvrage conçu et réalisé sous la direction de Catherine FOURMOND

Suivi éditorial et conception graphique intérieure: GERESO Édition

Principe de couverture: ATMOSPHERE COMMUNICATION - Angers - France

Illustration: © P2007 / iStockphotos.com

**© GERESO Édition 2013, 2015**

38 rue de la Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France

Tél. 02 43 23 03 53

Fax 02 43 28 40 67

**[www.gereso.com/edition](http://www.gereso.com/edition)**

**e-mail: [edition@gereso.fr](mailto:edition@gereso.fr)**

Reproduction, traduction, adaptation interdites

Tous droits réservés pour tous pays

Loi du 11 mars 1957

Dépôt légal: Mai 2015

ISBN: 978-2-35953-278-4

EAN 13: 9782359532784

GERESO SAS au capital de 160640 euros - RCS Le MANS B 311 975 577  
Siège social: 38 rue de La Teillaie - CS 81826 - 72018 Le Mans Cedex 2 - France



**Des mêmes auteurs :**

- Les nouveaux outils bureautiques gratuits



« L'identité numérique professionnelle est l'ensemble de ce que je dis et de ce que je fais à titre professionnel sur Internet ».

Christophe Blazquez

« La stratégie 2.0 est la réalisation d'un projet ou d'un objectif professionnel par le biais d'outils et techniques du Web 2.0 ».

Samir Zamoum



## Remerciements

Nous tenons tout d'abord à remercier l'ensemble de nos proches pour leur soutien et leurs encouragements.

Toutes celles et tous ceux que nous avons croisés sur Internet et avec lesquels nous avons eu l'occasion de partager.

Benjamin Chaminade et Eric Delcroix pour leurs conseils.

Merci aux experts qui ont accepté de témoigner dans ce livre : Mustapha Benkalfate, Fadhila Brahim, Isabelle Clément, Loïc Laborde, Fabrice Landois et Patrick Rey.

Merci à Raphaëlle Cormier pour son aide technique et son regard extérieur.

Merci enfin à Catherine Fourmond pour sa confiance avant et pendant la réalisation de ce projet.



# SOMMAIRE

Remerciements .....	7
Préface .....	13
Introduction.....	15
<b>Chapitre 1 - Se sensibiliser par une enquête sur soi-même !.....</b>	<b>19</b>
Souriez, vous êtes « googlé » !.....	19
<i>En quoi consiste ce « réflexe Google » ? .....</i>	<i>20</i>
Attention aux requêtes Google associées ! .....	20
Les outils complémentaires .....	20
<i>Testez-vous sur Google Score Tiki'mee !.....</i>	<i>22</i>
Faire l'état des lieux.....	24
<b>Chapitre 2 - Votre bilan professionnel 2.0.....</b>	<b>29</b>
Le projet professionnel .....	29
<i>L'exemple d'un projet professionnel .....</i>	<i>30</i>
Le bilan professionnel.....	32
L'objectif professionnel .....	33
Le bilan professionnel 2.0.....	34
<i>Le savoir-être et le savoir-faire .....</i>	<i>34</i>
<i>Une attitude 2.0 nous amène à un savoir-être 2.0.....</i>	<i>35</i>
<i>Le savoir-faire 2.0 : Un avantage indéniable.....</i>	<i>36</i>
<b>Chapitre 3 - Déterminer votre cible en trouvant vos influenceurs....</b>	<b>43</b>
Qu'est-ce qu'un influenceur ? .....	43
Cibler vos actions .....	44
<i>Cibler selon votre profession .....</i>	<i>44</i>
<i>Ciblage quantitatif ou qualitatif ? .....</i>	<i>45</i>

Quels sont les meilleurs outils pour capturer vos influenceurs ? .....	45
<i>Première étape : rechercher votre influenceur</i> .....	46
<i>Deuxième étape : utiliser le bon réseau social ou la bonne plateforme</i> .....	47
<i>Troisième étape : vérifier la viabilité 2.0 de votre cible évite de commettre des erreurs !</i> .....	47
Devenir un infiltré des réseaux sociaux professionnels 2.0.....	48
La méthode de la cooptation 2.0 me permet-elle uniquement d'atteindre ma cible ? .....	49
<b>Chapitre 4 - Mettre en place votre stratégie 2.0</b> .....	53
La stratégie 2.0.....	53
<i>Confirmer votre identité professionnelle</i> .....	56
<i>La biographie permet d'attirer et de se démarquer</i> .....	56
Les éléments pour créer votre profil .....	59
<i>La langue utilisée</i> .....	59
<i>La photo de profil</i> .....	60
<i>Distinguez-vous grâce à votre valeur ajoutée</i> .....	61
<i>Analysez votre marché</i> .....	61
Choisir, utiliser le ou les bons outils.....	62
<i>Les réseaux sociaux généralistes</i> .....	63
<i>Les réseaux sociaux professionnels</i> .....	63
<i>Les outils et méthodes de veille</i> .....	65
<i>Les flux RSS</i> .....	66
<i>Les outils de veille : Les agrégateurs de flux</i> .....	68
<i>Les autres plateformes</i> .....	70
<b>Chapitre 5 - Utiliser les réseaux sociaux</b> .....	87
Faut-il être sur Facebook ? .....	88
<i>Prenez des précautions !</i> .....	88
<i>La page professionnelle au service de votre personal branding</i> .....	89
<i>Facebook comme outil de votre recherche d'emploi</i> .....	92
Les réseaux sociaux professionnels.....	94
<i>Viadeo, le champion français</i> .....	94

<i>LinkedIn, le leader mondial</i> .....	98
<i>Google +, le réseau social de Google</i> .....	101
<i>Les autres réseaux sociaux professionnels</i> .....	102
<b>Chapitre 6 - Prendre la parole via les outils de diffusion</b> .....	107
Les forums de professionnels.....	107
Un blog comme « quartier général » sur le Net.....	108
<i>Adoptez une ligne éditoriale</i> .....	108
<i>Variez les contenus</i> .....	109
<i>Créez du contenu de qualité</i> .....	110
Tirer parti des usages professionnels de Twitter .....	111
<i>Créer un compte Twitter</i> .....	111
<i>Les utilisations professionnelles de Twitter</i> .....	112
<i>Les fonctionnalités de Twitter</i> .....	112
<i>Les usages propres à Twitter</i> .....	117
<i>Devenez une « Twitter rockstar » !</i> .....	118
<b>Chapitre 7 - Le CV 2.0 : vers la fin du CV papier ?</b> .....	123
Le CV 2.0.....	123
<i>Qu'est-ce qu'un CV 2.0 ?</i> .....	124
Réaliser votre CV 2.0 en quelques clics grâce aux plateformes automatiques .....	125
<i>Doyoubuzz</i> .....	125
<i>MonCV.com</i> .....	129
Les sites Internet ou blogs professionnels .....	130
<i>Le site Internet comme CV 2.0</i> .....	130
Le CV vidéo : une idée hollywoodienne ! .....	131
<i>Les plateformes spécialisées</i> .....	131
<i>Youtube et Dailymotion seront vos meilleurs alliés</i> ... ..	131
<i>D'Hollywood au cinéma du dimanche</i> .....	132
<b>Chapitre 8 - La carte de visite numérique ou le portail de sa présence online</b> .....	135
Utiliser une plateforme pour créer sa carte de visite 2.0 .....	136
<i>Les outils gratuits</i> .....	136

<i>Un exemple de plateforme payante : Tiki'mee</i> .....	138
La carte de visite 2.0 intégrée à votre blog.....	139
<b>Chapitre 9 - Les nouveaux outils</b> .....	143
Votre parcours professionnel sous forme d'infographie .....	143
Les usages professionnels de Pinterest.....	144
<i>Votre CV sur Pinterest</i> .....	145
<i>Votre e-portfolio sur Pinterest</i> .....	145
<i>Relayer les articles de votre blog ou site Web sur Pinterest</i> .....	146
Votre CV vidéo sur Snapchat .....	146
Une application mobile à votre nom .....	147
Générer du buzz en utilisant le muticanal .....	148
<b>Chapitre 10 - L'identité numérique globale</b> .....	151
Le référencement global.....	151
La stratégie de présence globale .....	152
Conclusion.....	157
Table des témoignages.....	159
Table des cas pratiques.....	161
Glossaire .....	163
À propos des auteurs .....	167

## Préface

Quand Christophe, précurseur de l'identité numérique professionnelle à une époque où être visible sur Internet faisait peur (Euh... encore plus peur qu'aujourd'hui en tout cas), m'a proposé de préfacier son ouvrage sur l'identité numérique avec Samir j'ai eu envie de lui demander :

A - WTF\* ! Un livre sur Internet, il ne faut pas faire le contraire plutôt ?<sup>1</sup>

B - Si c'est un livre sur la diversité, il manque une femme non ?

C - Mais, ce n'est pas un peu tard ? Tout le monde est déjà sur Internet, n'est-ce pas ?

À la réflexion, il faut reconnaître qu'alors que le Net est devenu un réflexe et un mode de vie, être présent sur la toile inquiète toujours autant les étudiants, chercheurs d'emploi et professionnels. Même si des initiatives existent ici ou là, la plupart ignorent par où commencer. Fermer son compte Facebook ? Créer un profil Viadeo ou LinkedIn ? Créer un compte Google + ? Les possibilités semblent aussi infinies que le risque de s'afficher. C'est en cela que ce livre est absolument-complètement-essentiel, #mercidelavoirachetévousnallezpasleregretter !

Rester invisible sur Internet n'est plus une option ! Enfin... sauf si vous êtes sur Meetic parce que là dans ce cas, hum, enfin bref... Être trop visible non plus. Ce qui rend les choses difficiles. Imaginez que vous vous « autogooglisiez », en français, que vous utilisez Google pour trouver des résultats sur votre nom :

- Il n'y a aucun résultat sur vous. C'est étrange, vous ne savez pas vous servir d'internet ? La technologie vous fait peur ? Le monde moderne aussi ? Bref, vous êtes un « Nobody, » ou un hippie, vous n'avez rien fait de votre vie ou alors vous avez des choses à cacher...

*1. Les termes dont la première occurrence est suivie d'un \* sont dans le glossaire en p.163.*

- Par contre, si l'on trouve des résultats que trouve-t-on ? Des photos de vous sur Copains d'avant qui donnent votre âge car pour être sur Copains d'avant faut pas être tout jeune. Des commentaires sur des communautés de jeux qui vous cataloguent dans la case « Nolife » passant votre vie enfermé dans votre chambre plongée dans le noir avec pour seule lumière votre écran connecté sur Facebook. Ou alors peut-être que vos homonymes sont plus visibles que vous et que les recruteurs ne sachant pas comment faire le tri pour vous trouver, vous confondent avec quelqu'un d'autre qui les fera fuir ou sera recruté à votre place.

C'est là qu'intervient le bouquin que vous avez dans les mains ! Vous allez pouvoir pas à pas viser le juste milieu et commencer à construire et organiser votre présence numérique étape par étape pour trouver un emploi, faire valoir votre expertise dans votre entreprise ou trouver la personne de votre vie !

Ce livre va vous apprendre que le CV est un des éléments de votre communication mais pas le seul, que des outils du Net vont vous permettre de vous donner une posture professionnelle reconnue sans déboursier un sou et vous permettre de recruter votre emploi !

Benjamin Chaminade,  
enthousiaste RH spécialisé  
en gestion des talents et recrutement innovant,  
fondateur de Trendemic, conseil en innovation.

## Introduction

Dans mon enfance, je ne manquais pas un seul épisode de l'Île aux enfants ou de Goldorak à la télévision. J'ai écouté mon premier 45 tours *Dites-moi qui est ce grand corbeau noir* la reprise des Buggles par Ringo sur mon tourne-disques. À cette époque, j'ai joué à mes premiers jeux vidéos (en noir et blanc) sur un ordinateur appelé ZX. J'ai passé mes premiers appels téléphoniques sur un téléphone à cadran. Pour enregistrer de la musique pendant mon adolescence j'utilisais un magnétophone et des cassettes. Je me tenais au courant de l'actualité musicale en regardant le Top 50.

En ce qui concerne les films, je les visionnais sur un magnétoscope. J'ai utilisé un ordinateur avec des logiciels bureautiques durant la fin de mes études. J'ai enregistré mon premier CV sur une disquette. Lorsque j'ai commencé à chercher un emploi à la sortie de l'université, j'envoyais toutes mes candidatures par La Poste...

Ces quelques lignes ci-dessus vous sont incompréhensibles ? Alors, vous êtes de la génération Y\* ! Comme vous l'aurez compris, je ne suis pas un digital native !

Mon appétence pour les réseaux est assez ancienne. Le premier réseau auquel j'ai adhéré est NGRH ([www.ngrh.fr](http://www.ngrh.fr)), association des anciens diplômés en ressources humaines de l'IAE de Bordeaux. Pendant ma dernière année d'études à l'IAE, je devais effectuer un stage en entreprise afin de valider mon diplôme. En 1993, j'ai trouvé ce stage par l'intermédiaire de NGRH qui relayait des offres de stage en version papier auprès des étudiants de ma promotion. En effet, à cette époque l'usage d'internet n'était pas très répandu ! En vertu du principe de réciprocité, bien connu dans le fonctionnement des réseaux, j'ai rejoint NGRH en 1994 dès la fin de mes études.

Par ailleurs, je suis très attiré par les activités high-tech. Cela s'illustre dans ma carrière professionnelle en tant que salarié où j'ai exercé différentes fonctions (vente, management et relations humaines) dans les secteurs des télécommunications, de l'informatique et de l'électronique. Depuis 2005, j'ai créé ma propre société dans le secteur du conseil et de la formation. Très tôt, j'ai introduit l'utilisation des médias sociaux dans mes pratiques professionnelles. Dès 2004, j'ai investi LinkedIn afin de découvrir les possibilités offertes pour la chasse de têtes par ce réseau social professionnel en ligne.

Je me suis ensuite lancé dans l'aventure du blogging en 2005. Cela m'a permis de découvrir progressivement l'univers de la production de contenu Web ainsi que celui de l'animation de communautés. Depuis cette époque, je teste régulièrement de nouveaux réseaux et médias sociaux pour percevoir les applications que l'on peut en faire en marketing, en communication ou en relations humaines. Aujourd'hui, j'accompagne les entreprises et les particuliers dans la mise en place et l'animation de leur présence sur les médias sociaux.

Dans le cadre d'un recrutement pour l'un de mes clients, j'ai commencé par diffuser une offre d'emploi sur mon blog. Une demi-heure plus tard, je recevais par mail une candidature sous forme d'un CV 2.0. Cette candidature était celle de Samir Zamoum. C'est ainsi que nous nous sommes rencontrés, d'abord dans le virtuel puis IRL (In Real Life).

Lorsque j'ai demandé à Samir comment il avait identifié mon offre d'emploi aussi rapidement, il m'a répondu qu'il était abonné au flux RSS\* de mon blog. Il avait assisté à une conférence que j'avais donnée en décembre 2010 et, depuis cette période, il était en alerte sur des mots-clés sur mon blog... J'en arrive encore à être surpris par la puissance des interactions rendues possibles par le Web social !

C'est la preuve qu'une identité numérique professionnelle peut permettre d'obtenir des opportunités professionnelles intéressantes. À condition qu'elle soit bien maîtrisée !

Christophe Blazquez

Les NTIC semblent être tellement déroutantes pour mes parents. Je me souviens avoir expliqué une dizaine de fois comment envoyer un SMS à ma mère ou encore comment utiliser Internet. Lorsqu'elle utilisait un souris, je me demandais si elle n'avait pas un bras robotique tellement cela semblait mécanique! Tout ceci semble tellement naturel pour quelqu'un comme moi : un simple enfant de la génération Y. En l'espace d'une dizaine d'années, le monde a connu des changements conséquents en termes de technologie et de communication. Je suis un enfant des années 90 : j'ai aussi connu le magnétoscope, les cassettes vidéo et audio, les baladeurs CD portatifs...

Contrairement à Christophe, je parlerais plus de Club Dorothée, de Minikeums, de mangas comme DBZ ou Les Chevaliers du Zodiaque, du nouveau PES ou Callof... J'ai aussi connu l'apparition d'internet avec le modèle 56Kbits, l'offre illimitée AOL qui avait révolutionné notre quotidien. J'ai appartenu aux premiers abonnés de la Freebox qui ressemblait d'ailleurs à un magnétoscope ! Je télécharge depuis toujours plus vite que mon ombre, mes doigts tapent plus vite que mes pensées sur un clavier et je suis connecté 24h/24.

Si vous ne pouvez comprendre que la moitié de ce que j'ai dit alors vous êtes de la génération X\* ! Ma génération a vécu dans le changement, je peux même dire qu'elle a été à deux vitesses. Nous sommes nés dans un monde où tout change « très vite » pour nous mais « trop vite » pour vous !

Internet a réalisé une partie de mes devoirs de lycée. J'ai appris à l'utiliser, à le filtrer et à en tirer la meilleure utilisation assez vite. À mes débuts, j'ai beaucoup tchatté sur Caramail, utilisé MSN Messenger et téléchargé grâce à Kaaza ou Emule. Obtenir un film en trois jours me semblait à l'époque quelque chose de normal, vous imaginez ! J'ai eu, comme beaucoup de garçons de mon âge, ma période jeux en ligne Counter-Strike que l'on peut facilement assimiler aux Sims pour les filles de ma génération.

En troisième, j'ai effectué un stage dans un service informatique qui m'a donné le goût d'en savoir plus. J'ai alors décidé d'ouvrir mon PC et de l'améliorer en rajoutant des barrettes de mémoire ou en changeant ma carte vidéo. La rue Montgallet était d'une aide précieuse surtout lorsque je grillais ma carte mère !

Cette passion des NTIC a toujours été très présente pour moi tout au long de ma scolarité. Je l'ai un peu mise en suspens pendant mon année de terminale. Lorsque j'ai intégré mon école de commerce, je m'y suis remis de plus belle, même lorsque j'étais à l'étranger. Internet m'a permis une meilleure ouverture sur le monde ou encore d'apprendre la langue de Shakespeare.

Grâce à une bonne utilisation des nouvelles technologies, j'ai pu trouver mon stage à l'étranger, communiquer lorsque je faisais une licence aux USA ou encore trouver un emploi dans une grande entreprise américaine, dans une région souhaitée avant même d'être diplômé !

Lors de ma brève recherche d'emploi, j'ai été recruté par un chasseur de têtes qui se prénomme Christophe Blazquez. J'ai connu son blog en assistant à une conférence à l'ESC Pau. J'ai alors décidé d'utiliser différents outils pour mettre son blog en veille. J'étais ainsi informé de tout ce qui se passait le concernant.

Lorsque j'ai reçu une alerte pour une offre d'emploi provenant du blog de Christophe, je l'ai contacté dans les trente minutes pour lui demander des renseignements sur cette même offre. Christophe était très surpris. Après le processus de recrutement nous nous sommes rencontrés autour d'un café pour lui et d'un sandwich kebab pour moi. Je lui ai alors proposé ce projet qui semblait fou et dans lequel nous nous sommes aventurés. Notre complémentarité s'est révélée et ce projet a vu le jour.

Maîtriser mon identité numérique, élaborer une stratégie et connaître les outils m'ont permis d'obtenir un travail, d'agrandir mon réseau professionnel dans une région qui n'était pas la mienne mais aussi d'écrire ce livre, projet qui est né entre deux collaborateurs que tout opposait.

Samir Zamoum

## Chapitre 1

# Se sensibiliser par une enquête sur soi-même !

D'où proviennent nos nouvelles expressions comme « Google-moi », « Tu es taggé sur le net ? ». La réponse est simple : de la toile. Ceci ne démontre-t-il pas l'influence du Web dans notre vie quotidienne ? Toutes ces expressions très courantes semblent être ancrées dans notre vocabulaire mais en comprenons-nous la signification ? Pour assimiler ce que nous voulons vous démontrer, il vous suffit de vous Googler avec vos « prénom + nom » respectifs. Après quelques minutes de recherche, vous risquez d'avoir deux types de réactions : « Je n'existe pas » ou « J'existe sans le vouloir ». Quel est le juste milieu ?

*Souriez, vous êtes « googlé » !*

Aujourd'hui, une grande majorité d'internautes se renseigne sur les personnes qu'ils vont être amenés à rencontrer dans le réel : candidat en recherche d'un emploi, prospect, futur partenaire, futur fournisseur...

Selon AT Internet, Google représentait, en août 2014, 92,9 % des visites générées par les moteurs de recherche en France. Google est donc primordial concernant les requêtes éventuellement effectuées sur vous.

### En quoi consiste ce « réflexe Google\* » ?

Le « réflexe Google » est une requête Google sur « prénom + nom ». En général, les internautes s'intéressent à votre première page Google, en particulier aux trois premières lignes de résultats. Un certain nombre de mots-clés apparaissent sur ces lignes. Il est préférable qu'ils reflètent votre savoir-faire professionnel. Travailler sa première page Google est donc devenu stratégique pour tout particulier ayant besoin d'asseoir une image positive sur le Web...

## *Attention aux requêtes Google associées !*

Avez-vous remarqué que lorsque vous effectuez des recherches sur Google, il vous est parfois proposé des suggestions ?

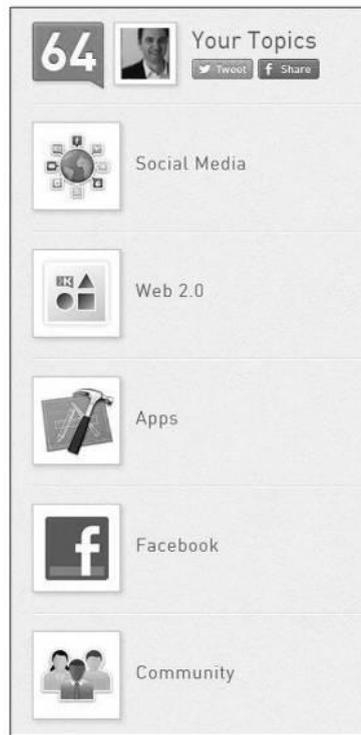
En effet, si par exemple nous effectuons une requête sur « Christophe Blazquez », Google vous suggère « christophe blazquez pau », « christophe blazquez gereso » et « christophe blazquez amazon ».

Ainsi, il associe à cette recherche la localisation géographique de Christophe, son éditeur et ses publications sur Amazon.

## *Les outils complémentaires*

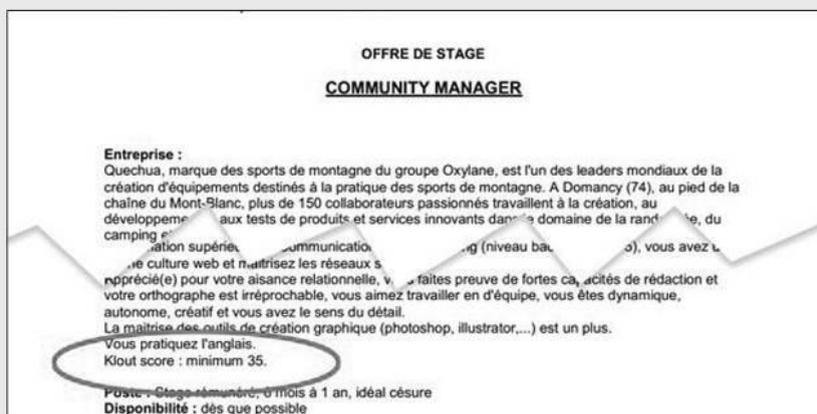
Nous utilisons un certain nombre d'autres outils afin d'affiner nos recherches numériques sur une personne.

Tout d'abord, Klout qui est un site de mesure de l'influence en ligne. Certes, il existe une polémique sur la manière dont Klout calcule son indice. Néanmoins, dans notre palette d'outils, Klout est celui qui permet d'identifier les termes dont parle de façon récurrente une personne sur le Web. À condition qu'elle soit inscrite sur Klout, cela nous donne une idée de ses centres d'intérêt. Par exemple, en ce qui concerne Christophe, les sujets qui ressortent en premier sur Klout sont : social media et Web 2.0\*.



## À savoir

Aux États-Unis, de plus en plus de sociétés exigent des candidats jeunes diplômés, un score Klout supérieur à 35 dans le cadre de leurs recrutements. En France, cette pratique commence à apparaître pour les postes du Webmarketing et de la communication digitale. Dans une offre de stage publiée en août 2012 par Quechua, le score Klout figurait parmi les critères d'embauche.



## Testez-vous sur Google Score Tiki'mee!

Ce test gratuit proposé par la plateforme Tiki'mee calcule la qualité de votre première page Google. Comparons François Hollande avec Christophe avant l'élection présidentielle.



Son score Google Score *Tiki'mee* était supérieur à celui de François Hollande! Et vous, quel est votre score ?

WebMii, quant à lui, vous permet de calculer votre coefficient de présence sur Internet. C'est un outil assez ludique qui effectue également une synthèse. En un coup d'œil, quelques informations sur Samir Zamoum!

Le reconnaissez-vous? Est-il en costume cravate ou bien torse nu accompagné d'un chimpanzé?



Nous utilisons également des moteurs de recherche de personnes tels que Pipl ou Yatedo.

Ces moteurs peuvent permettre de trouver des informations supplémentaires et de croiser les informations obtenues sur d'autres outils. Par exemple, les moteurs de recherche de personnes ont permis à Christophe de découvrir, en 2007, l'existence d'un homonyme parfait. Il ne connaissait pas l'existence de cet homonyme car, sur Google, il n'apparaissait pas sur les premières pages !

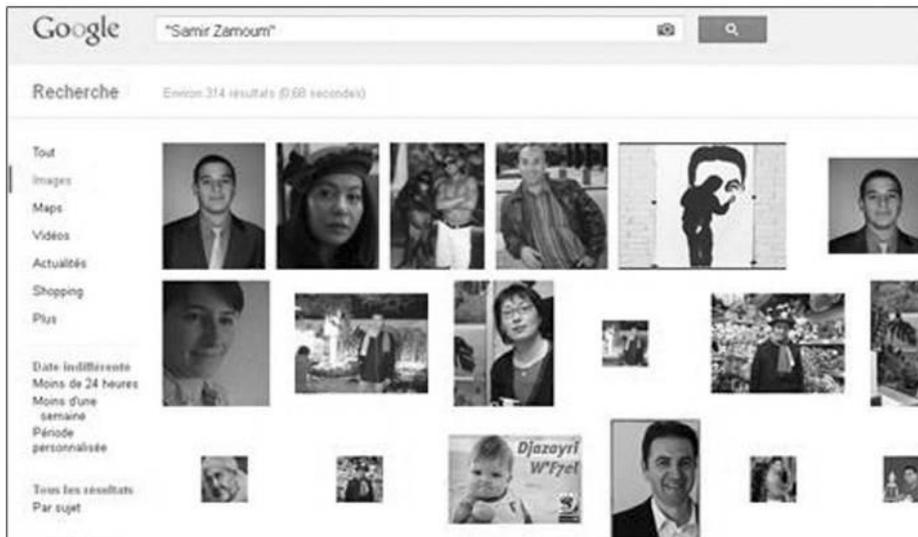
Sur Yatedo, il apparaît immédiatement :



Les moteurs de recherche de personnes ont chacun leurs spécificités. Yatedo peut être utilisé comme levier pour gérer son identité numérique professionnelle. En effet, il vous offre la possibilité de prendre le contrôle de votre profil en créant votre compte afin d'ajouter ou de modifier des informations vous concernant.



Enfin, Google Images permet de repérer certaines connexions de votre réseau même si les internautes qui effectuent la requête ne sont pas inscrits sur ces réseaux !



Nous pouvons apercevoir la photo de Christophe sur la première page de Google Images associée à la requête « Samir Zamoum ». En effet, nous sommes en contact sur Viadeo et nos deux photos de profil Viadeo ressortent sur cette page.

En outre, les photos de Fadhila Brahimi et d'Emilie Ogez apparaissent également. Elles sont extraites de Christophe Blazquez Blog où elles ont été interviewées. Samir a également été interviewé sur ce blog...

En conséquence, sur Google, les amis de mes amis sont mes amis !

## *Faire l'état des lieux*

Il est important, lorsque nous nous interrogeons sur notre identité numérique professionnelle, de savoir d'où nous partons. En effet, un étudiant ou bien un jeune diplômé a en général une identité numérique moins développée qu'un professionnel confirmé. Le professionnel junior doit alors bâtir son identité sur le Web. En revanche, un professionnel confirmé devra consolider son identité numérique ou bien, s'il désire changer d'orientation, modifier cette identité.

S'il existe des traces numériques, il faut évaluer la teneur de ces traces. En particulier, est-ce que certaines traces rattachées à mon nom sont négatives ? Enfin, il est primordial de repérer l'existence d'éventuels homonymes et d'analyser leur positionnement sur Internet.

Ensuite, nous devons faire face à ces informations et filtrer celles qui nous sont préjudiciables de celles qui nous mettent en valeur. Il est important de prendre en considération une chose : tout ce que l'on réalise sur Internet laisse une trace indélébile qui peut être utilisée par toutes les entreprises ou personnes. Nous pouvons tout simplement le voir au niveau juridique avec l'utilisation des comptes Facebook ou encore des forums. Par exemple, certaines personnes ont même été licenciées pour des propos tenus contre leur employeur sur leurs murs Facebook.



### ***Christophe, génération X***

Étant issu de la génération X, j'ai commencé à utiliser les outils du Web 2.0 à l'âge de 33 ans. J'ai toujours eu un certain recul à l'égard de ces nouveaux outils de communication sur Internet. Ainsi, mon approche a toujours été liée à une stratégie. Dès le départ, j'ai ainsi pris le contrôle de mon identité numérique.

Aujourd'hui, le "Google juice" me concernant approche les 30 000 pages. Je suis néanmoins parvenu à une certaine maîtrise de ma première page Google avec 9 lignes sur 10 qui sont des liens forts dont j'ai la maîtrise du contenu.

J'ai eu l'occasion d'échanger avec l'une de mes étudiantes en école de commerce. Elle s'inquiétait du fait qu'elle avait participé à l'émission L'île de la tentation. Sa participation remontant à quelques années et grâce aux traces qu'elle avait créées depuis, rien n'apparaissait sur les premières pages Google la concernant.

Dans certains cas, les homonymes peuvent se révéler extrêmement gênants. Je me souviens d'une stagiaire qui est venue me consulter car elle avait un homonyme qui faisait de la prostitution et passait des annonces sur le Web. Cette personne avait choisi un pseudonyme qui était identique à son "prénom + nom" ! Fort heureusement, après notre discussion, elle a pu se construire une identité numérique professionnelle à partir de son nom de jeune fille car elle était en train de divorcer.



### **Samir, génération Y**

Pour nous, enfants de la génération Y, il est tout aussi naturel de poster des photos de notre vie sur les réseaux sociaux que de boire un verre d'eau. Il est d'ailleurs très courant de retrouver des photos compromettantes prises en soirée quand tout le monde est un peu "joyeux". Il est vrai que nous sommes jeunes, que nous devons nous amuser mais pensez-vous aux conséquences à la fin de votre scolarité lorsqu'il sera temps pour vous de trouver un travail, un contrat d'apprentissage ou même un stage de pré-embauche ?

J'ai vite pris conscience de cette problématique et même lorsque l'on essaye de contrôler son image on ne peut jamais être à l'abri d'une photo volée d'un camarade ou encore d'une vidéo mise sur YouTube qui fait le buzz\* et dans laquelle vous apparaissez... Cette vulnérabilité existe dans tous les secteurs d'activité de notre société et à tous les niveaux (hommes politiques, photos privées volées dans un téléphone lors d'une soirée et rendues publiques le lendemain...). Il est indispensable de prendre conscience de tout cela car la première action que le recruteur va accomplir est de lire votre CV et la deuxième est qu'il vérifiera les informations sur Internet! (étude RégionsJob)

En 2009, j'ai décidé de taper mon nom et prénom sur Google et Yahoo. Je me suis aperçu que je n'étais pas du tout présent sur la toile et qu'il y avait énormément de Samir Zamoum. En allant sur la partie "images" des moteurs de recherche, j'ai vu des photos aberrantes : des jeunes qui posaient à côté de voitures de sport, d'autres faisant des gestes pas très distingués et le comble, un Samir Zamoum posant avec un chimpanzé les bras croisés ou encore avec un tigre du Bengale !

Dans un premier temps, toutes ces photos m'ont fait sourire et m'ont même amusé. Mais, après quelques heures de réflexion, j'en ai déduit que je devais réagir. En effet, à cette période, j'étais à la recherche d'un stage en entreprise à faire en France ou à l'étranger.

### **Cas pratique : Le e-lynchage de DSK**

Une requête « Dominique Strauss-Khan » effectuée sur Google Images deux jours après son arrestation, en mai 2011, le montrait en photo dès la première page, entre deux policiers avec des menottes. Son « Google juice\* » avoisinait les 10 millions de pages.

De nombreux articles de presse mentionnant son arrestation figuraient en première page Google. Depuis, tous ces articles ne sont plus visibles en première page rattachée à son nom.

Par ailleurs, pour en retrouver trace aujourd'hui, il faut descendre jusqu'à la 3<sup>e</sup> page de Google Images !



Nous pouvons aisément imaginer qu'un travail important a été effectué en termes de « nettoyage » de réputation sur la toile en inondant les moteurs de recherche de photos plus « positives » le concernant.

Maintenant que nous sommes sensibilisés, il est temps d'établir un bilan et de définir son projet professionnel.



## Chapitre 2

# Votre bilan professionnel 2.0

Après une prise de conscience qui peut parfois être difficile, le moment d'établir une stratégie semble logique. Néanmoins, entre ces deux étapes, il y en a une toute aussi importante qu'il ne faut pas oublier : la définition de votre projet professionnel. Nous savons que ce genre d'expression est très utilisé dans le monde professionnel ; une chose est sûre, votre projet est indispensable car il appartient à votre future stratégie.

Cette partie du livre est la plus difficile à assimiler car elle fait appel à des éléments qui sont compliqués à décoder comme vos savoir-être et savoir-faire, vos compétences, les tâches que vous connaissez ou que vous pensez savoir effectuer...

### *Le projet professionnel*

Le projet professionnel comprend les éléments suivants :

- la fonction recherchée ;
- le secteur d'activité ;
- le type d'entreprise (PME, grande entreprise...);
- la zone géographique ;

- la fourchette de salaire recherchée.

Il faut également établir vos points forts et vos axes d'amélioration par rapport à votre projet professionnel. Cette étape permet de définir les mots-clés qui caractérisent votre bilan et votre projet professionnel. Ils serviront sur Internet à être visibles dans les moteurs de recherche et sur les réseaux sociaux.

### L'exemple d'un projet professionnel

**Fonction recherchée :** chargé de communication.

**Secteur d'activité :** communication.

**Type d'entreprise :** indifférent.

**Zone géographique :** Sud-Ouest de la France.

**Fourchette de salaire recherchée :** 23 à 30 K€.

**Principaux mots-clés rattachés au projet :** TIC, Internet, événementiel, curieux, dynamique, travail en équipe, communication, multimédia, PAO.

À ce stade, nous faisons majoritairement appel à des notions de ressources humaines, à votre autocritique ainsi qu'à vos envies personnelles et professionnelles. La première étape est tout simplement de mettre votre CV à jour, d'en voir l'évolution et les tendances qui en ressortent. À partir de cette base, nous vous conseillons de répondre aux questions suivantes afin d'affiner votre projet professionnel 2.0.

En effet, nous sommes là pour vous aider à établir un projet qui nécessite une identité numérique professionnelle. En aucun cas, nous vous conseillerons d'utiliser Internet par défaut ou pour l'effet tendance car cela vous portera plus préjudice qu'autre chose.

#### *Première série de questions*

- Quel est votre métier ? Aimerez-vous changer de métier ? Si oui, voulez-vous rester dans le même secteur d'activité ?
- Votre secteur d'activité fait-il appel à une certaine visibilité professionnelle ? Quelles sont les relations entre ce secteur et Internet ? Faut-il vraiment que vous soyez sur Internet afin de réaliser votre projet ? Votre nouveau projet nécessite-t-il lui aussi une présence sur Internet ?

- Est-ce un projet professionnel (ex. changer de poste, trouver un travail) ou un objectif professionnel (augmentation du chiffre d'affaires, acquisitions de nouveaux clients, recrutement de profils...)?
- Votre activité est-elle étroitement liée à votre vie personnelle (ex. chef d'entreprise)? Si oui, définissez vos barrières entre ces deux vies.

Après avoir répondu à ces quelques questions, vous pouvez d'ores et déjà vous situer et répondre à cette question : ai-je vraiment besoin d'un projet professionnel 2.0 ?

Si la réponse est oui, alors continuez à répondre aux questions suivantes, dans le cas contraire passez directement à la partie sur les savoir-être et savoir-faire.

### *Question intermédiaire*

Est-ce un projet professionnel ou un objectif professionnel ? Cette question est essentielle car il s'agit ici de définir votre stratégie. Une image que l'on souhaite véhiculer nécessite des critères différents par rapport à un projet d'acquisition de nouveaux prospects par exemple. Ainsi, vous n'allez pas utiliser les mêmes canaux de diffusion ou encore les mêmes méthodes de communication. Le temps nécessaire à votre stratégie sera d'autant plus long pour un changement d'activité ou d'image (long terme) que pour un développement de votre base de données clients (moyen terme).

## **À savoir**

Dans tous les cas, l'utilisation des outils 2.0 qui vous permettent d'établir, de gérer ou de créer votre identité numérique professionnelle requiert une stratégie sur le moyen terme. Certes, le changement numérique est plus rapide que le changement réel, mais, il nécessite quand même un peu de temps.

En effet, comme nous allons le voir avec le cas pratique de Samir, les changements s'opèrent avec le temps. C'est la raison pour laquelle nous préconisons à nos lecteurs d'y recourir le plus tôt possible afin que leur identité numérique professionnelle soit la plus judicieuse possible le moment venu. L'adage qui dit que « *Rome ne s'est pas construite en un jour* » prend tout son sens ici. Ainsi, un jeune actif doit impérativement agir lorsqu'il est étudiant afin de mettre toutes les cartes de son côté !

### *Deuxième série de questions concernant le projet professionnel*

- Quelle est l'ampleur du changement ? Quelle sera l'implication de ce changement dans ma vie ?
- Est-ce une simple évolution de carrière dans mon entreprise ou un déménagement à l'étranger ? Est-ce un nouveau métier ou un poste proche du mien ?
- Quel est le degré de changement (radical ou modéré) ? Quel est le degré d'influence d'une identité numérique professionnelle dans mon projet ?
- La stratégie 2.0\* est-elle la bonne voie ? Est-ce une stratégie primaire ou secondaire ? Complète-t-elle d'autres outils ?

Les réponses à ces questions vous permettent d'y voir plus clair et surtout d'engendrer d'autres questions plus en rapport avec votre situation. Par ailleurs, vous pouvez dès maintenant évaluer votre degré d'implication concernant votre identité numérique professionnelle. En effet, il est préférable de définir toutes les stratégies nécessaires à votre succès et de les classer. La stratégie 2.0 peut ainsi être primaire ou encore secondaire, indispensable comme complémentaire...

### *Le bilan professionnel*

Nous pouvons distinguer ici trois types de compétences. Tout d'abord, les compétences de savoir, qui ont été acquises par la formation. Puis, celles relatives au savoir-faire, que nous avons validées par le biais de l'expérience professionnelle. Enfin, les compétences de savoir-être sont liées à l'utilisation de vos points forts en termes de personnalité.

Nous vous invitons à lister vos compétences professionnelles à l'aide de ce tableau :

Postes occupés	Missions réalisées	Compétences utilisées		
		Savoir	Savoir-faire	Savoir-être

Vous pourrez ainsi mettre à jour vos compétences de savoir, de savoir-faire et de savoir-être en phase avec votre projet professionnel.

Par exemple, il s'agit de commencer par faire le point sur vos qualités personnelles et sur vos points d'amélioration. Ce bilan vous permettra de faire ressortir les points forts de votre personnalité en adéquation avec votre projet professionnel.

Vous pourrez ainsi répertorier vos compétences de savoir-être, nécessaires à la réalisation de votre projet. Cette étape vous permettra également de lister vos réalisations les plus probantes sur le plan professionnel.

## *L'objectif professionnel*

Comme nous l'avons vu précédemment, l'objectif professionnel est différent du projet professionnel. Si votre intention est un objectif professionnel, répondez aux questions suivantes.

### *Troisième série de questions concernant l'objectif professionnel*

- Ce que je pense être un objectif professionnel, n'est-il pas un projet professionnel ? Les questions du projet professionnel ci-dessus ne font-elles pas appel à mon objectif ?
- Est-ce un objectif qualitatif (rencontrer le directeur commercial du projet) ou quantitatif (obtenir 200 nouveaux prospects et en rencontrer 50 sur l'année N +1) ?
- L'objectif provient-il d'une intention personnelle ou de celle de mon employeur ? Provient-il de mon entourage ou de moi-même ? Est-il réalisable ? Nécessite-t-il une identité numérique professionnelle ?
- Une présence sur Internet ne me serait-elle pas préjudiciable ? Mes concurrents (entreprises ou demandeurs d'emploi) utilisent-ils les outils 2.0 ?
- Si non, qu'est-ce qu'ils utilisent ? Pourquoi ? Est-ce réellement efficace ? Si oui, j'ai intérêt à y être !

### **Pour aller plus loin**

Vous voulez affiner vos objectifs ? Nous vous conseillons d'utiliser l'approche SMART (Specific, Measurable, Accepted, Time-bound). Ainsi, vous pourrez aborder notre approche avec un objectif spécifique, clair, réalisable qui peut être mesuré dans le temps.

#### *Quatrième série de questions concernant les généralités*

Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? Avec qui ? Sans qui ? Combien ?

À la fin de ce questionnaire, vous devriez normalement y voir plus clair et prendre conscience de l'importance d'une stratégie d'identité numérique professionnelle selon votre projet ou objectif professionnel.

## *Le bilan professionnel 2.0*

### **Le savoir-être et le savoir-faire**

Ne vous inquiétez pas, nous n'allons pas rentrer dans des analyses de psychologies du travail ou encore dans un délire philosophique sur le bien-être des personnes par rapport aux (...) ; nous arrêtons ok ? Ok !

Bien entendu, il s'agit ici du savoir-faire et du savoir-être en rapport avec l'identité numérique professionnelle. Ainsi, il est important de se connaître en tant que personne et en tant que professionnel pour aborder sereinement une stratégie 2.0.

En effet, vous êtes maintenant devenu un super enquêteur grâce au chapitre précédent. Vous connaissez ainsi vos homonymes, vous avez peut-être appris que vous étiez sur le Net à vos dépens, sur Facebook grâce ou à cause de vos enfants... Vous êtes alors conscient que lorsqu'on décide d'être présent sur Internet, on y restera pour quelques années...

Il est de plus en plus difficile de faire enlever les données des réseaux sociaux surtout lorsque ces derniers dépendent de lois étrangères aux nôtres. C'est pourquoi nous allons approfondir notre sensibilisation en parlant des actions que vous allez effectuer pour créer et gérer votre identité numérique professionnelle.

## Une attitude 2.0 nous amène à un savoir-être 2.0

Lorsque nous vous parlons de savoir-être 2.0 ou encore d'attitude 2.0, nous aimons dire qu'il s'agit de la même définition mais qu'on y ajoute tous les facteurs conjoncturels du Web. En effet, lorsque vous décidez de créer une identité numérique professionnelle, il faut accepter de partager des informations personnelles liées à votre parcours professionnel.

Êtes-vous prêt à accepter cette exposition 2.0 ? Êtes-vous prêt à ce que l'on vous trouve en 10 secondes à partir de Google ? Êtes-vous prêt à partager votre vie professionnelle avec vos voisins qui seront susceptibles de connaître votre activité ? Nous vous avons fait peur ? Vous avez pensé à tout laisser tomber ? Ne vous inquiétez pas, toutes les informations peuvent plus ou moins être filtrées.

Pourquoi avoir fait cela ? Pour une nouvelle fois vous faire prendre conscience qu'une stratégie est indispensable et pour vous rappeler qu'il faudra respecter une certaine attitude sur Internet. Intégrer des communautés, des loisirs ou encore un réseau social professionnel requiert des comportements complètement différents que vous devez comprendre. Certains nécessiteront de la communication, d'autres de la confidentialité. Il est important de ne pas mélanger « les torchons et les serviettes » dans le contexte professionnel.

Il va sans dire que si une réputation est difficile à établir dans la vie, votre e-réputation le sera tout autant ! Un savoir-être 2.0 peut alors être assimilé à une ligne de conduite sur le moyen terme. Cependant, nous tenons à vous rappeler que la destruction d'une réputation grâce aux NTIC peut se faire sur le court terme !

Nous vous conseillons de vous fixer des limites, d'utiliser des pseudonymes sur un réseau tel que Facebook ou encore de sécuriser vos différents comptes. L'identité numérique professionnelle est un avantage concurrentiel indéniable mais elle nécessite un peu de préparation qui se caractérise par un savoir-être.

Dans un contexte professionnel, on ne doit pas assimiler un Tweet\* à un SMS, ou encore un groupe sur Viadeo à un forum de cuisine. Il est alors important d'agir et de communiquer comme dans un contexte professionnel. Cette notion de barrière peut très vite être oubliée sur la toile,

par conséquent faites attention, car vous pouvez rencontrer vos propres collaborateurs !

### **Le savoir-faire 2.0: Un avantage indéniable**

Il s'agit ici de l'utilisation des outils 2.0 associés à vos différents savoir-faire. En effet, un manager expérimenté qui travaille sur un plan budgétaire adoptera une stratégie plus rapidement qu'un jeune diplômé qui recherche sa voie. Pourtant, ces deux personnes disposent des mêmes outils mais n'ont pas le même niveau d'utilisation ou encore la même expertise.

Les jeunes diplômés seront plus rapidement opérationnels sur les réseaux sociaux car ils ont grandi avec. Ce n'est pas pour autant qu'ils les utilisent mieux qu'un quadragénaire qui aura un regard plus précis. Il y a des exceptions partout mais il est important de se sentir à l'aise avec ces outils devenus incontournables dans 90 % des secteurs d'activité.

L'objectif est de lister tous vos savoir-faire et ainsi répertorier vos points forts et vos points faibles. Par exemple, si vous êtes très technique (ex. un ingénieur), il est souhaitable de vous améliorer sur des points faibles comme la communication ou encore le commerce. Au contraire, si vous êtes un commercial pur et dur, vous allez un peu plus approfondir l'aspect technique des réseaux utilisés.

Nous savons qu'il existe toujours des exceptions, mais nous conseillons à tout le monde de travailler sur ses points faibles et de tirer parti de ses points forts. À vous de vous démarquer afin que votre stratégie soit la plus adéquate possible et qu'elle vous permette de réaliser vos projets, d'obtenir un emploi ou de conquérir de nouveaux marchés. N'oubliez pas que toute nouvelle compétence est bonne à prendre. Dans ce livre, vous allez acquérir un certain savoir-faire très recherché par les entreprises alors n'hésitez pas à mettre vos CV à jour !

## Pour aller plus loin

Si vous voulez lister vos compétences, vos tâches et votre savoir-faire 2.0, nous vous conseillons de vous rendre au chapitre 5 du livre afin de répertorier tous les réseaux sociaux. À partir de cette liste, pourquoi ne pas réaliser un tableau de compétences et de tâches que vous savez effectuer ou non. Ceci vous permettra de choisir votre réseau social en fonction de votre stratégie mais aussi de vos compétences. Vous pourrez ainsi vous focaliser sur vos points faibles et vos points forts. Le petit tableau ci-dessous devrait vous faciliter l'exercice. Ce tableau fonctionne pour tous les types de compétences.

### Portefeuille de compétences

Le tableau ci-dessous vous permettra de réaliser la synthèse de vos compétences professionnelles en les regroupant par domaines de compétences.

Domaines de compétences	Missions	Tâches

Pour vous aider à compléter ce tableau, prenons un exemple :

Le « commercial » est l'un de vos domaines de compétences. La prospection fait partie des missions que vous réalisez sur le plan commercial. La prise de contact téléphonique est l'une des tâches que vous accomplissez au titre de la prospection commerciale. En répétant cette opération pour l'ensemble de vos domaines de compétences, vous obtiendrez les missions et les tâches qui leur sont rattachées.

À l'issue de votre bilan professionnel vous devez avoir défini vos points forts, vos talents, mais aussi vos valeurs professionnelles caractéristiques de ce qui vous motive réellement.



### **Christophe, génération X**

Avant d'entamer une réflexion stratégique, il est fondamental de prendre du recul en détaillant par écrit son bilan et son projet professionnel. Pour savoir où nous voulons aller, il faut savoir d'où l'on vient.



### **Samir, génération Y**

Nous sommes une génération pleine d'ambition, nous aimerions tout avoir tout de suite. Avant d'obtenir une maison avec piscine et de faire le tour du monde il faut d'abord s'établir. Il est important de ne pas sous-estimer son projet ou son bilan professionnel afin de ne pas se tromper de direction !

### ***Témoignage d'un expert***

Témoignage de **Mustapha Benkalfate**, directeur de JOBTimise, premier cabinet spécialisé dans l'accompagnement des jeunes diplômés dans leurs démarches de recherche d'emploi.

#### **Quels sont, pour vous, les points importants pour un jeune diplômé afin qu'il réalise son projet professionnel ?**

Le plus dur pour un jeune diplômé est d'affronter ce qu'il vit comme « un saut dans le vide ». En effet, le choix d'une carrière, surtout en son début, est vécu comme une perte de liberté de changement. Les jeunes diplômés répugnent à choisir car ils découvrent que « choisir c'est renoncer ». Les points les plus importants sont donc la capacité à, calmement, identifier les voies qui correspondent le mieux aux désirs du futur employé et d'éliminer (pour les rejoindre plus tard) celles qui sont difficilement atteignables en début de carrière. Un jeune diplômé doit avoir « un plan de carrière », expression taboue dans les années 2000 mais ô combien pertinente. Un plan de carrière, cela ne veut pas dire une ligne toute tracée que l'on est sûr de suivre mais plutôt une sorte « d'étoile du berger » qui n'empêche ni les surprises ni la souplesse.

### **Comment déterminer mes objectifs professionnels en tant que jeune diplômé ?**

En période de crise, un jeune diplômé doit être raisonnablement optimiste. Cela suppose, ainsi, d'être réaliste. Ce qu'attendent les recruteurs, ce sont de jeunes employés qui les rassurent quant à leurs capacités à être rapidement opérationnels. Dès lors, le critère numéro un, l'objectif numéro un, c'est de faire ressortir ses savoir-faire. C'est ce que le candidat « vendra » en entretien. Il doit donc puiser dans ses expériences antérieures (stages, cours, mémoire) des compétences acquises qui seront utiles dans son futur poste. Ensuite, il est important de choisir des missions ou des entreprises qui permettent de monter en compétences. Il faut voir plus loin que la première mission : les responsabilités, le salaire, le management évoluent rapidement si l'on est un jeune compétent, impliqué et fiable.

Aparté : C'est parce que les entreprises recrutent des jeunes qui « possèdent un métier » que nous déconseillons fortement aux jeunes de papillonner de mission en mission. S'ils choisissent de tester le marketing, puis la finance, puis le conseil, ils perdent une bonne occasion de se spécialiser et de dominer un sujet. En période de crise, beaucoup de recruteurs ont horreur de ces profils.

### **Votre valeur ajoutée, le petit plus de JOBtimise pour les jeunes diplômés...**

La valeur ajoutée de JOBtimise est l'accompagnement étroit des candidats. Paradoxalement, le plus précieux pour nos clients est d'avoir à leurs côtés des consultants qui pointent d'abord du doigt les multiples défaillances dans leurs démarches puis les aident à combler les brèches. En effet, nous avons constaté que les jeunes diplômés ont d'abord tendance à « bâcler » leurs recherches puis tombent très rapidement dans la déprime et dans le manque total de confiance en soi. Nous leur démontrons qu'il existe des explications rationnelles à leurs difficultés, que ces difficultés ne sont pas du tout insurmontables, nous les aidons à les maîtriser puis, miracle, ils trouvent un poste ! Cela peut aller très vite ; nous réussissons presque toujours à faire embaucher nos clients en moins de deux mois.

Pourquoi ne pas rendre cela encore plus concret avec l'exemple de l'un des auteurs ?

## Cas pratique : Le projet professionnel d'un jeune diplômé

Nous espérons que cet exemple vous sera bénéfique. À travers celui-ci, nous aborderons un certain mode de pensée et surtout nous allons démontrer qu'il n'est pas facile de changer de vie. Ainsi, les outils disponibles dans ce chapitre vous seront d'une grande utilité car ils proviennent de la pratique et non de la théorie.

Contexte : Samir Zamoum est en Master 2 à l'école de Management Léonard de Vinci Paris-La Défense. Il est spécialisé en management et ressources humaines. C'est un profil que l'on nomme « junior » car il a moins de trois années d'expérience et vient de sortir des bancs de l'école. Samir a effectué toute sa scolarité en région parisienne, son réseau professionnel se situe principalement dans la région Île-de-France.

Au cours de sa scolarité, il n'a cessé de travailler pour payer ses études et acquérir le maximum d'expérience. Il a ainsi effectué un stage à l'étranger qui lui a permis de travailler en Irlande, en Angleterre et en Écosse. Ce stage à l'étranger d'une durée de 6 mois a été suivi d'un échange universitaire aux États-Unis dans l'université NSULA en Louisiane.

Ces expériences professionnelles étaient constituées uniquement de stages et de jobs d'été. Samir partait avec l'inconvénient de ne pas avoir effectué son cursus en alternance mais avait une petite expérience. Néanmoins, pour des raisons personnelles, il ne pouvait pas profiter de son réseau parisien car il devait déménager dans le Sud-Ouest de la France et plus précisément dans la ville de Pau.

La fonction recherchée : Voici une question plus que difficile pour un jeune diplômé surtout lorsqu'il se rend dans une région qu'il ne connaît pas du tout. Néanmoins, Samir avait acquis une certaine expérience (plus d'un an et demi) en tant qu'attaché commercial. Après avoir fait un bilan professionnel, s'être posé toutes les questions possibles, il a donc convenu qu'il rechercherait un poste d'attaché commercial.

Pourquoi ? Les profils Bac + 5 d'attaché commercial bilingue ne courent pas les rues. Généralement, les jeunes diplômés ont une idée assez floue de cette fonction commerciale. Par ailleurs, un attaché

commercial peut trouver du travail dans toute la France. Cette fonction permettait donc à Samir d'acquérir une certaine expérience... Néanmoins, il n'a jamais oublié son objectif sur le moyen terme qui était de trouver un emploi dans sa fonction de prédilection. le management/ ressources humaines.

Le secteur d'activité: Samir avait une sensibilité pour le secteur des NTIC mais il a dû modifier ses projets en vue de son changement de région. Samir était prêt à intégrer n'importe quel secteur d'activité. Comme beaucoup de jeunes diplômés, il ne savait pas encore ce qu'il voulait faire, il se cherchait et entrait dans le monde du travail dans un contexte de crise.

Le type d'entreprise: Il voulait travailler pour une grande entreprise internationale car ce type d'entreprise lui permettait d'utiliser son anglais. Il voulait impérativement utiliser la langue de Shakespeare quotidiennement car il y était très attaché. L'idéal pour lui à cette période était une entreprise américaine dans laquelle il pouvait évoluer localement.

La zone géographique: La région des Pyrénées-Atlantiques et plus précisément aux alentours de Pau.

La fourchette de salaire recherchée: Après s'être renseigné sur la réalité du marché, de la région et du niveau de vie, Samir demandait un salaire fixe qui était compris entre 1 900 et 2 100 € bruts sans commissions ni avantages.

Mots-clés: Attaché commercial, bilingue anglais, Pyrénées-Atlantiques, entreprise internationale, flexible et dynamique, école de commerce, motivé.

Les difficultés rencontrées lors de l'élaboration de ce projet professionnel ?

« Je me souviens que j'étais complètement démotivé lorsque j'ai vu la différence d'employabilité entre la région parisienne et celle des Pyrénées-Atlantiques. Il a fallu que je me reprenne pour établir une stratégie. Pour cela, j'ai tout simplement fait mon propre bilan professionnel que j'ai dû adapter à mon secteur géographique.

En effet, dans cette région j'en ai déduit que l'on produisait et que l'on vendait uniquement. Il était très difficile d'obtenir un emploi dans les fonctions supports. J'ai alors fait beaucoup de concessions et nous pouvons voir à travers ce projet qu'il y a un véritable fossé entre ce que je voulais faire et ce que mes compétences et surtout ce que la zone géographique me permettaient de faire.

Ainsi, j'aime dire que ce projet était de type transitoire afin de me constituer un réseau dans la région pour atteindre mes véritables objectifs. J'ai trouvé un CDD de six mois qui répondait à mes principaux critères.

Nous pouvons voir que ma vie personnelle était indéniablement liée à ma future vie professionnelle. Néanmoins, j'ai dû, pendant une courte période, mettre mes envies d'entreprendre et ma spécialisation de côté afin de pouvoir m'installer dans le Sud-Ouest. Tout au long de ces quelques mois, j'ai toujours gardé une attitude conquérante, positive et surtout je n'ai jamais oublié mon objectif initial.

Le plus difficile est de sortir de sa sphère de jeune diplômé. En effet, lorsque l'on est dans le cocon de l'apprentissage, il est alors difficile de connaître la dureté du monde du travail. Ainsi, j'ai dû revoir beaucoup de mes objectifs, du moins les premiers mois, afin de connaître mon nouvel environnement.

Réaliser son bilan professionnel est quelque chose qui semble très simple à première vue. Cependant, se remettre en cause, avouer ses faiblesses et accepter que certaines de ses qualités ne seront pas ou jamais exploitées est quelque chose de plus difficile qu'il n'y paraît. J'aime appeler cela le "blues du jeune diplômé" ! »

Nous avons pu démontrer que le bilan professionnel ou encore que le projet professionnel était une chose qu'il ne fallait pas prendre à la légère. Une fois ce bilan réalisé, il est alors temps de passer à la pratique.

## Chapitre 3

# Déterminer votre cible en trouvant vos influenceurs\*

Pour réussir, il vous faut connaître votre cible principale afin d'élaborer la stratégie d'approche la plus efficace possible. En d'autres termes, l'objectif de cette partie est d'établir une liste de cibles potentielles qui pourraient vous aider dans votre projet professionnel. Nous appellerons ces cibles « les influenceurs ».

### *Qu'est-ce qu'un influenceur ?*

C'est une personne qui dispose d'un réseau important dans votre domaine de recherche et qui pourra vous aider à obtenir un avantage concurrentiel (contact direct, conseil, entretien d'embauche, invitation dans des salons professionnels...). C'est aussi une entreprise influente pour laquelle vous souhaitez collaborer car elle vous apportera une certaine image ainsi que d'autres opportunités. Donc, nous parlons d'« influenceur » en tant que cible directrice pour votre projet professionnel.

Votre mission est de cibler vos « influenceurs », de les localiser, de trouver une manière de les contacter et même de collaborer avec eux. Si vous arrivez à ajouter ces personnes, ces entités à votre « *most wanted list\** », alors vous optimiserez vos chances d'obtenir votre récompense : la réalisation de votre projet professionnel !

## *Cibler vos actions*

### **Cibler selon votre profession**

Le ciblage sera différent en fonction des objectifs de chacun. Prenons quelques exemples :

#### *Cadre en recherche d'emploi*

La cible que vous cherchez à atteindre sur Internet doit être définie en adéquation avec votre projet professionnel. À partir de la fonction, du secteur d'activité et de la zone géographique recherchée vous saurez qui contacter. Il sera alors utile d'établir la liste des interlocuteurs avec lesquels vous souhaitez entrer en contact : DRH, responsable de service, chef d'entreprise...

#### *Chef d'entreprise*

En plus de la zone géographique sur laquelle il voudra asseoir son influence (locale, nationale ou internationale), tout chef d'entreprise présent sur le Web devra définir quel public il souhaite atteindre. Sa cible est déterminée en fonction du domaine d'activité de son entreprise et de l'environnement dans lequel elle évolue : professionnel, grand public, BtoB, BtoC...

#### *Artistes et sportifs de haut niveau*

Ils devront également s'attacher à définir sur quelle zone géographique ils souhaitent être visibles.

Par ailleurs, ils définiront qui sont leurs fans potentiels en vue de construire et de développer une communauté en ligne. Leur cible tiendra compte d'un certain nombre de paramètres : âge des personnes ciblées, catégorie socioprofessionnelle, sexe...

## Ciblage quantitatif ou qualitatif ?

Nous traitons ici une question bien connue dans le monde de l'entreprise, de la recherche ou même de la vie quotidienne. En effet, depuis notre plus jeune âge nous faisons face à cette question lorsque nous effectuons notre liste de Noël. Qui n'a pas hésité à privilégier un gros cadeau que plusieurs petits ? Enfin, tout ceci ne répond pas à notre problème de ciblage : devons-nous contacter plusieurs influenceurs ou pas ?

Comme vous devez vous y attendre, il n'y a pas de réponse précise ; elle sera surtout traitée au cas par cas. Donc, nous vous répondrons que cela dépend ! En effet, nous encouragerons l'utilisation du ciblage quantitatif à un commercial contrairement à un ingénieur agroalimentaire qui lui, utilisera un ciblage axé sur le qualitatif. Cependant, un commercial qui travaille sur un marché de niche utilisera plutôt l'approche qualitative que quantitative. Comme nous pouvons le voir cette question est assez difficile ; à vous de peser le pour et le contre de ces deux méthodes. Rien n'interdit d'être flexible ou encore d'utiliser les deux à la fois !

### À savoir

Le ciblage qualitatif semble le plus judicieux pour une recherche d'emploi. Néanmoins, il ne faut pas oublier qu'une seule approche n'aboutira que très rarement sauf si vous avez une grande part de chance. Nous vous conseillons donc d'avoir un juste milieu entre ces deux méthodes si votre projet le permet (personnes à contacter, secteurs d'activité, objectifs professionnels...). Bien entendu, un projet professionnel clair, un bon ciblage et une stratégie adaptée augmenteront indéniablement vos chances de succès.

## *Quels sont les meilleurs outils pour capturer vos influenceurs ?*

Nous vous conseillons d'utiliser les outils les plus efficaces en fonction de vos cibles. Les outils de recherche (moteurs de recherche, générateurs...), les réseaux sociaux professionnels ou non sont très variés. De ce fait, nous vous recommandons d'utiliser ceux qui pourront vous aider le plus dans votre ciblage. Le verbe « rechercher » est indéniablement lié au verbe « cibler ». Par ailleurs, la plupart du temps les réseaux sociaux profession-

nels vous suffiront pour trouver vos influenceurs. Encore faut-il savoir quels sont les réseaux les plus efficaces en fonction du profil de votre cible. Nous préconisons donc une approche en trois étapes.

### **Première étape : rechercher votre influenceur**

« Googler » la personne ciblée peut la plupart du temps suffire pour la trouver. Dans le premier chapitre, nous vous avons montré comment utiliser un moteur de recherche ou certains outils pour retrouver une personne (Yatedo, 123people, « prénom + nom » sur Google...). Nous vous invitons donc à revenir à ce chapitre pour les détails de recherche. Néanmoins, l'utilisation de ces méthodes et outils n'est pas toujours efficace. Comment faire ?

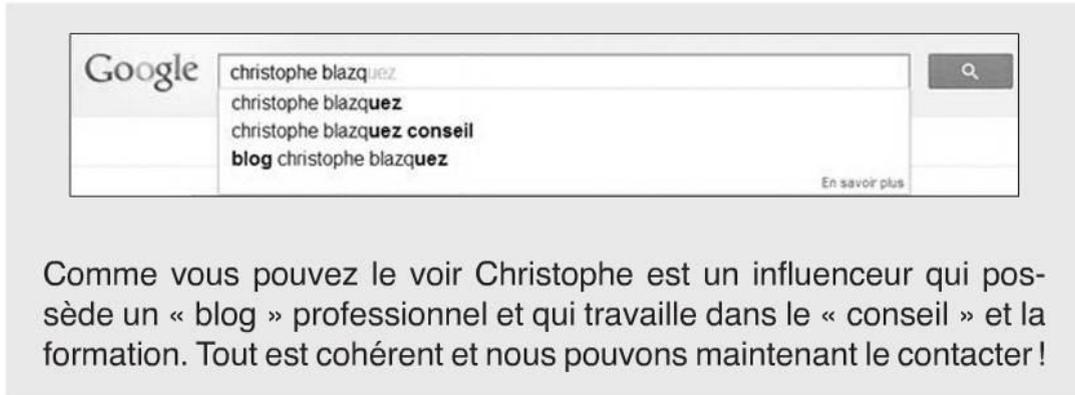
Précédemment, nous avons évoqué la notion de mots-clés. Vous avez peut-être dû remarquer qu'un outil de recherche comme Klout associe vos « prénom et nom » à votre identité numérique professionnelle en fonction de vos domaines de compétences. En effet, un domaine de compétence est un mot-clé lorsque vous recherchez votre cible. Il ne faut alors pas hésiter à associer les noms de vos cibles à des mots-clés. Bien souvent, vos domaines de compétences et ceux de votre cible se rapprochent à 80 % si vous êtes dans le même secteur d'activité. Bien entendu, il est normal qu'ils deviennent différents si vous changez complètement de vie professionnelle. N'hésitez pas à prendre exemple sur vos influenceurs pour construire votre identité numérique professionnelle. Si nous préconisons cela, c'est pour établir le contact afin d'échanger sur les domaines que vous avez en commun.

### **À savoir**

Il est parfois très efficace de taper la moitié du nom de famille de votre influenceur et de regarder ce que vous propose le filtre déroulant de votre moteur de recherche.

Ce filtre est lié à la présence en ligne de votre influenceur et surtout à ses activités et domaines de compétences. Gardez cette petite astuce pour vous !

Pourquoi ne pas faire cette petite technique avec Christophe Blazquez : est-il réellement celui qu'il dit être ?



Comme vous pouvez le voir Christophe est un influenceur qui possède un « blog » professionnel et qui travaille dans le « conseil » et la formation. Tout est cohérent et nous pouvons maintenant le contacter !

## Deuxième étape : utiliser le bon réseau social ou la bonne plateforme

L'utilisation des réseaux sociaux est devenue indispensable pour contacter vos cibles. Il est difficile de passer la barrière de la secrétaire ou encore d'obtenir le numéro de téléphone de votre cible. Cependant, rien n'est plus facile que de le contacter sur les réseaux sociaux. Faut-il encore savoir quel réseau social utiliser. Nous vous invitons à vous rendre directement au chapitre 5 pour choisir le bon réseau. Ainsi, LinkedIn sera plus efficace pour une cible anglophone que Viadeo. Facebook et Twitter pourront eux aussi en dire long sur la véritable influence de votre cible (fans, followers\*, activité des pages...).

Il est important de ne pas se focaliser uniquement sur les réseaux sociaux les plus connus. Comme nous allons le voir un peu plus tard dans ce chapitre, Samir a contacté et trouvé Christophe grâce à son blog professionnel. Ainsi, les blogs, les chroniques professionnelles ou la presse peuvent aussi être des outils très efficaces pour cibler les bonnes personnes. L'intitulé de la fonction ne fait pas tout, loin de là !

## Troisième étape : vérifier la viabilité 2.0\* de votre cible évite de commettre des erreurs !

Il est important que votre cible soit une personne qui pourrait répondre à vos attentes. Il est essentiel de ne pas contacter un potentiel concurrent qui pourrait vous « spoiler » et par la même occasion utiliser votre réseau professionnel.

Tout comme un client pour une entreprise, vous devez vérifier ses références, déterminer son influence et surtout son expertise. Nous parlerons ici de la viabilité 2.0 de vos différentes cibles. De plus, il ne faut pas oublier que votre nom pourrait être associé à une personne qui a une mauvaise identité numérique professionnelle. Quelques questions et données suffiront pour le vérifier : cohérence entre les réseaux sociaux, recommandation, nombre de followers ou de fans, pertinence d'un blog ou des forums professionnels...



## Astuce

Comment accéder aux réseaux et profils Viadeo de vos cibles sans qu'ils s'en doutent ?

Il vous suffit de ne pas avoir de compte Viadeo ou LinkedIn ou encore de vous déconnecter de vos profils. Ensuite, vous devez taper sur un moteur de recherche de type Google le « prénom + nom » suivi du nom du réseau. Prenons l'exemple de Christophe avec le réseau social professionnel Viadeo :



En première ligne de Google, vous pouvez apercevoir la page qui nous intéresse. À vous de cliquer sur ce lien pour accéder au profil public de Christophe sans qu'il le sache. N'oubliez surtout pas de vous déconnecter. N'hésitez pas à vous exercer sur les profils de Christophe et Samir pour vous faire la main !

## *Devenir un infiltré des réseaux sociaux professionnels 2.0*

L'avantage des réseaux sociaux professionnels est qu'ils mettent à votre disposition le réseau de vos influenceurs. Nous l'avons déjà évoqué, vos influenceurs auront le même profil, peut-être se connaissent-ils ? Leurs

réseaux vous permettront éventuellement d'ajouter de nouvelles cibles à votre « most wanted list ». L'expression « l'ami de mon ami est mon ami » prend tout son sens ici. Cette approche vous permettra même de connaître vos ennemis.

Il est assez risqué de prendre tout de suite contact avec votre influenceur car celui-ci pourrait être méfiant. Par contre, si vous avez en contact une personne qu'il connaît et en qui il a confiance alors vous maximiserez vos chances d'appartenir à son réseau. En outre, échanger avec une personne qui n'est pas directement votre influenceur vous permettra d'obtenir son appui ; dans ce cas on parle de cooptation\* 2.0. Ainsi, n'hésitez pas à vous constituer un réseau autour de vos cibles pour rentrer naturellement dans leurs propres réseaux.

### **À savoir**

De nombreux postes ne sont pas diffusés sur les canaux de diffusion de l'emploi. Pourquoi ? Car ils sont pourvus en amont par le réseau professionnel qui découle de l'employeur. On parle ici de recrutement par cooptation : un employé conseille un membre de son réseau pour le poste. Quoi de plus efficace pour une entreprise ? Néanmoins, la cooptation comporte aussi de nombreux inconvénients en ce qui concerne le recrutement. Par exemple, la personne conseillée peut être tout simplement un bon ami mais pas un bon professionnel...

## ***La méthode de la cooptation 2.0 me permet-elle uniquement d'atteindre ma cible ?***

Vous pouvez aussi tirer parti de cette méthode afin d'asseoir votre conviction sur la réputation et la viabilité 2.0 de votre influenceur : « Dis-moi qui tu fréquentes et je te dirai qui tu es ». Quoi de plus efficace que de connaître le comportement et les échanges qu'entretiennent les membres du réseau de votre influenceur ? À ce stade, vous pouvez avoir de grandes surprises (bonnes ou mauvaises) mais aussi obtenir l'information qui vous permettra d'approcher votre influenceur avec un véritable avantage concurrentiel.



### **Christophe, génération X**

Une fois que nous savons où aller, il est important de bien régler la mire afin de ne pas manquer sa cible ! En conséquence, il est important de bien réfléchir avant d'agir.



### **Samir, génération Y**

Trouver sa cible est une tâche longue et stressante ; tout ce qui ne nous convient pas ! Pourquoi ne pas cibler efficacement afin de gagner un temps précieux au lieu de se disperser pour manquer d'efficacité ?

## **Cas pratique : Affiner ses cibles professionnelles**

Continuons avec l'exemple de Samir pour rendre cette approche plus pratique.

« Je me souviens, je ne connaissais ni la région ni ses entreprises et encore moins les personnes. J'ai commencé par localiser deux types d'entités : les centres de formation et les grandes et petites moyennes entreprises influentes de la région. »

Samir a donc compris que le centre de formation influent de la région est l'École supérieure de commerce de Pau. Cet établissement qui appartient à la « Conférence des grandes écoles » est l'un des plus prestigieux du pays. Une conférence a eu lieu à une période où il se trouvait à Pau dans les locaux de l'ESC Pau. Il décida alors de s'y rendre.

« Je connais le fonctionnement des écoles de commerce car j'en avais fait une. Je savais que les personnes qui intervenaient dans ce type d'établissement étaient des cibles potentielles provenant de l'entreprise et de l'enseignement régional ou national. »

Samir ne s'était pas trompé, il a relevé des noms intéressants et décide alors de se renseigner sur ces personnes. Il décide de cibler deux personnes travaillant dans son secteur d'activité : le management et les ressources humaines.

« J'avais référencé deux intervenants, le premier était celui de Viadeo France qui n'était pas présent dans la région et le second était

Christophe Blazquez. Le lendemain de la conférence, je m'étais renseigné sur cette personne. J'y ai trouvé une activité folle sur Internet. Néanmoins, la quantité ne faisant pas la qualité, j'ai décidé de le suivre sur les réseaux sociaux pendant deux mois. »

Samir étant sûr de sa cible, il décida alors de l'ajouter à sa « most wanted list » et de faire son enquête afin de vérifier son influence ! À cet instant, Samir qui utilisait de faux comptes sur Facebook et Twitter devait se rendre sur des réseaux sociaux professionnels. Garder l'anonymat sur ce type de réseau est beaucoup plus difficile. En effet, lorsque vous allez visiter un profil Viadeo, la personne peut connaître votre nom et votre prénom surtout si elle possède un compte premium.

Néanmoins, susciter votre intérêt trop tôt pour un influenceur peut aussi s'avérer fatal. Samir peut vous en parler...

« Je me souviens avoir contacté Christophe une année plus tôt sans le connaître réellement afin de lui demander s'il recherchait un stagiaire ou s'il était intéressé par un contrat d'apprentissage. Je me souviens avoir envoyé un mail sans m'être réellement renseigné sur la personne. J'ai quand même reçu une réponse qui sortait de l'ordinaire. Je comprends maintenant cette réponse quand on connaît l'homme qui a beaucoup d'empathie et d'humilité. Néanmoins, ce refus m'avait paru justifié car si je m'étais un peu plus renseigné sur les activités de Christophe je ne l'aurais pas contacté de cette manière !

J'ai utilisé toutes ces méthodes qui étaient plus ou moins efficaces car elles m'ont permis de comprendre la façon de penser de Christophe qui, je le rappelle, était ma cible prioritaire. En effet, j'avais référencé toutes les grandes entreprises de la région : tous les dirigeants et managers opérationnels de ces différentes entreprises étaient en contact direct ou avaient déjà travaillé avec Christophe. Le forum professionnel de Christophe sur Viadeo m'a permis de comprendre que les participants qui figuraient dans le réseau de Christophe étaient tous des experts dans leurs domaines respectifs. J'en ai alors conclu que je devais mettre en pratique ma stratégie dans le but de le contacter. J'étais convaincu qu'une opportunité professionnelle apparaîtrait si je le suivais à la trace... »



## Chapitre 4

# Mettre en place votre stratégie 2.0

Vous avez déjà commencé à élaborer une stratégie tout au long des trois premiers chapitres. Rappelez-vous ! Vous avez enquêté sur vous-même, vos objectifs ont été définis, vos cibles ajoutées à votre « most wanted list ». Il est maintenant temps de prouver que votre entraînement a été bénéfique. À vous de passer à l'action et de faire vos preuves !

### *La stratégie 2.0*

Une stratégie est « l'art d'organiser et de coordonner un ensemble d'opérations pour parvenir à un but ». Ainsi, avant de construire son identité numérique professionnelle, l'élaboration d'une stratégie est indispensable si vous ne voulez pas aller droit dans le mur. Nous vous conseillons de reprendre les informations des chapitres précédents et de répondre à ces quelques questions très rapidement :

- Quelle image est-ce que je souhaite donner ?
- À qui est-ce que je veux m'adresser ?
- Quels canaux vais-je utiliser ?

Comme vous avez pu le voir, vous avez déjà répondu aux deux premières questions. Il ne vous reste plus que la troisième question pour laquelle vous avez malgré tout quelques idées de réponses. Afin d'affiner votre connaissance sur les canaux et les outils, nous vous invitons à vous rendre aux chapitres suivants sur les moyens de diffusion de votre image.

La stratégie se traduit aussi par la définition de votre cible à partir de votre projet ou objectif professionnel. Cela concerne principalement le métier recherché, le secteur d'activité et le contexte géographique (local, national ou international). À la suite de cela, vous avez déterminé les entreprises à contacter, détecté vos influenceurs afin d'accomplir votre projet.

### À savoir

Maîtriser sa réputation sur Internet, c'est réussir à faire de son identité numérique professionnelle un outil qui vous aidera à atteindre vos objectifs !

Votre e-stratégie doit faire appel aux 3 C du personal branding\* que sont :

- la Cohérence ;
- la Clarté ;
- la Constance.

Ainsi cette méthode conduit à faire son bilan, à se projeter dans l'avenir mais aussi à travailler sur son image. En outre, une vision à long terme sera nécessaire dans cette approche. Il vaut donc mieux amorcer ce processus en début de carrière, voire même dès l'entrée dans la vie active. Samir qui vient de décrocher son premier emploi en est l'exemple même. En effet, il n'existait pas il y a quelques années sur la toile. Ses homonymes entachaient son image. Il a alors pris conscience de l'importance d'une stratégie à long terme comme il en témoigne ci-dessous.



#### ***Samir, génération Y***

« J'ai réalisé que je devais réagir lorsque j'ai vu l'un de mes homonymes. Internet est un outil qui peut vous faire beaucoup de mal malgré vous. J'ai compris pendant mes études que je devais travailler mon image et mon projet au fur et à mesure. Il est très facile de détruire une réputation mais beaucoup plus difficile de la for-

ger. Le référencement\* sur les moteurs de recherche diffère en fonction des outils utilisés. Ainsi, un changement sur votre profil Viadeo prendra beaucoup plus de temps que sur LinkedIn. Néanmoins, vos anciennes pages pourront toujours être trouvées d'où l'importance d'une stratégie sur le long terme afin d'affirmer votre nouvelle image. Pour vérifier cette approche, il suffit de taper mon nom sur Internet et de voir l'évolution entre les captures réalisées au début de ce livre (cf. chapitre 1) et maintenant. »

Nous allons vérifier les dires de Samir sur sa stratégie à moyen terme.

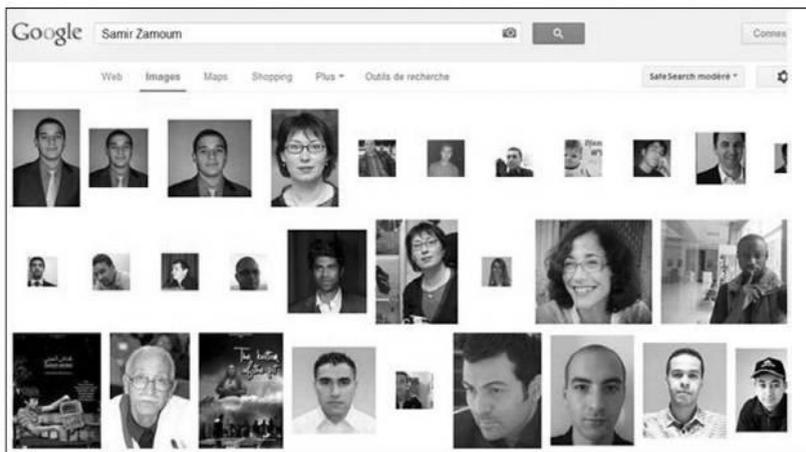
Voyez le résultat d'une recherche « Samir Zamoum » il y a plus d'une année<sup>2</sup>.

La photo de Samir apparaissait ainsi que celle de Christophe. Nous pouvons apercevoir des personnes du réseau de Christophe comme Fadilah Brahimi. Samir avait déjà commencé à mettre en pratique cette approche depuis plus d'un an et demi. Néanmoins, le fameux chimpanzé était toujours là !

### À savoir

S'entourer d'influenceurs du Web vous aidera dans votre démarche car vous bénéficierez de l'influence de leurs réseaux en termes d'image et de cooptation !

Regardons ce qu'une requête sur « Samir Zamoum » donne un an plus tard :



2. voir image page 24.

Nous pouvons voir qu'il y a trois photos de Samir, une de Christophe, une petite de l'homonyme de Samir et surtout que sa stratégie lui a permis d'évincer la photo du chimpanzé. Nous en déduisons que même avec une connaissance pointue des réseaux, Samir n'a pas encore pu s'imposer définitivement sur la toile. Qu'en pense-t-il ?



### **Samir, génération Y**

« Je ne peux que faire le même constat que vous. Malgré mes connaissances technique et stratégique, mon approche n'a pas encore pu aboutir définitivement. L'exposition de mes différents projets professionnels me permettra de la finaliser. Je pense obtenir d'ici six mois le résultat souhaité. Si mes calculs sont bons, le résultat définitif ne sera apparu que trois années plus tard à moins qu'il n'y ait un changement drastique de l'algorithme de Google par exemple. »

## **Confirmer votre identité professionnelle**

Avant de vous attaquer à votre e-réputation, encore faut-il définir le message que vous souhaitez véhiculer. Qu'est-ce qui vous distingue des autres ? Quelle image souhaitez-vous renvoyer ? Comment pourriez-vous vous présenter en quelques lignes ? Une réflexion qui vous mènera au coeur de votre identité professionnelle. Cette approche que vous avez déjà réalisée dans le chapitre 2 vous permettra de confirmer vos intentions. Une identité professionnelle ne se résume pas à une fiche de poste. Elle est constituée de multiples ingrédients. Pour être capable de résumer ce patchwork qui vous constitue, vous devez isoler ces multiples parcelles, les trier et les hiérarchiser.

Réunissez les ingrédients en répondant aux quatre questions suivantes :

- Quel est mon parcours ?
- Quelles sont mes motivations ?
- Quels sont mes atouts ?
- Quels sont mes objectifs ?

## **La biographie permet d'attirer et de se démarquer**

Elle est un condensé de votre identité professionnelle. Vous devez y résumer vos expériences, votre valeur ajoutée et vos aspirations. Elle va donc

bien plus loin qu'un simple CV. L'objectif est de comprendre ce qui vous distingue, ce que vous pouvez apporter aux autres. Cet exercice n'est pas facile car il fait de nouveau appel à votre esprit critique mais surtout synthétique.

Une mauvaise biographie aura les conséquences suivantes :

- peu de visites sur vos profils ;
- une image 2.0 ternie car peu claire ;
- confirmation que vous n'êtes pas le bon candidat pour un poste dans le cas d'une vérification de profil par un employeur.

Votre biographie sera commune sur tous les outils utilisés. Le marché du travail étant très tendu, vous devez vous démarquer. Les recruteurs ne regarderont peut-être pas votre profil s'il n'est pas composé d'une biographie professionnelle. Dans le cas contraire, si votre biographie est peu précise ou trop longue, ils ne s'attarderont pas non plus sur votre profil. Il est très fréquent qu'un profil corresponde aux demandes des employeurs mais que ces derniers ne le prennent pas en compte au vu d'un manque ou d'un trop plein d'informations. Faites alors très attention et prenez le temps de rédiger votre biographie.



### Astuce

Faire lire sa biographie à une personne extérieure (hors proche et entreprise) peut être redoutablement efficace. Connaissez-vous tous les recruteurs ou clients potentiels ? La réponse est non, ainsi, une personne extérieure aura une approche qui ressemblera à celle d'un recruteur ou d'un prospect.

Une biographie efficace doit répondre à l'acronyme **CSVP** « **C**laire **S**'il **V**ous **P**laît ! ». Elle doit :

- Être **C**laire : la clarté apporte aux lecteurs un certain plaisir et donne envie d'en savoir plus.
- Être **S**ynthétique : l'esprit de synthèse est très bien perçu : il est synonyme d'efficacité et de perspicacité !
- **V**endre : vous devez vous vendre au travers elle : considérez-vous comme un produit ou un service ! Vous devez persuader les employeurs/ les clients que vous êtes la ou le meilleur(e) !

## DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE

- Être **Précise** : les recruteurs n'ont plus le temps de lire des romans, la précision augmentera vos chances d'être recruté ou d'obtenir de nouveaux clients.

Ainsi l'acronyme **PERL** est proscrit. Elle ne doit surtout pas :

- **Polluer** : trop d'informations parasitent votre discours ; sélectionner et classer les bonnes expériences sont deux choses indispensables.
- Être **Évasive** : pas de généralités, soyez précis afin de répondre au mieux aux attentes des recruteurs.
- **Relater** : ne racontez pas votre parcours, il faut vendre ses acquis (savoirs, expériences, compétences).
- Être **Longue** : quelques lignes suffisent pour rédiger votre biographie...

Prenons l'exemple d'une biographie de Christophe : Ci-dessous sa biographie sur le réseau social Twitter. Comme nous pouvons le voir, Christophe y a intégré son entreprise et son métier, les mots-clés, sa situation géographique et enfin l'un de ses supports de travail qui est son blog.



The image shows a Twitter profile card for Christophe Blazquez. On the left, there is a large background image of him speaking at a podium. To the right of this image is a smaller circular profile picture of him smiling. Below the profile picture, his name 'christophe blazquez' is written in a bold, white font, followed by his handle '@c\_blazquez'. Underneath the handle, his bio is listed: 'Formateur Consultant marketing digital, communication digitale, branding, RH, développement professionnel, web 2.0, collaboratif, identité numérique'. At the bottom of the bio section, it says 'Pau (FRANCE) · <http://blazquez.over-blog.com/>'. Below the bio, there are three statistics: '8,878 TWEETS', '3,524 FOLLOWING', and '4,860 FOLLOWERS'. To the right of these statistics is a white envelope icon on a dark background, representing the 'message' or 'contact' button.

Regardons maintenant la biographie de Samir sur Viadeo :



Dans un style différent de celui de Christophe, Samir présente son activité et vend ses services à travers sa présentation sur Viadeo.

La biographie est donc une bonne entrée en matière afin de mettre en pratique votre stratégie. Lorsque vous pensez qu'elle est claire, synthétique et précise alors le temps de choisir vos outils et de créer vos profils est arrivé.

## *Les éléments pour créer votre profil*

Pour inciter les autres membres à vous contacter, il est indispensable de compléter le plus précisément possible votre profil et votre CV. Plus votre profil sera fourni, plus vous aurez de chance de multiplier les contacts ! Un profil complet, soigné et démontrant votre valeur ajoutée vous permettra d'obtenir un maximum de contacts qualitatifs.

### **La langue utilisée**

Si vous échangez avec des interlocuteurs étrangers, complétez d'autres profils en anglais, espagnol, allemand... Il est aussi important de s'adapter à la culture de la langue bien qu'il n'y ait pas de nombreuses différences. En effet, certains petits détails de votre profil démontreront à un natif que vous connaissez sa culture et que vous avez le niveau de langue prétendu !

*A fortiori*, votre profil anglais peut comporter des expériences différentes de votre profil français. Néanmoins, nous conseillons d'uniformiser au maximum vos différents profils.

### À savoir

Adapter votre CV en fonction de l'entreprise et de l'annonce est une pratique qui est vivement conseillée. *A contrario*, les profils de réseaux sociaux sont moins flexibles que les CV et les lettres de motivation car ils ciblent un panel de recruteurs pour des postes dont vous ne connaissez pas forcément l'existence. C'est la raison pour laquelle nous vous recommandons l'uniformisation sur vos différents outils et profils.

### La photo de profil

Lors de votre inscription, gardez en tête qu'une fiche dotée d'une photo est quatre fois plus consultée qu'un profil sans photo. Certes, la photo n'est pas obligatoire mais elle est vivement conseillée pour augmenter l'attractivité de votre profil. Nous pouvons ici parler de « première impression » comme dans la vie quotidienne. Cependant, contrairement à la vie quotidienne les recruteurs ou visiteurs sont susceptibles de réagir sans concessions car ils sont dans un monde social virtuel. En effet, les réactions peuvent être plus rapides, agressives ou même excessives derrière un écran ! Une photo travaillée, sans artifices dans laquelle vous êtes souriant et professionnel à beaucoup plus de chance de réduire cet effet.

#### *Comment doit être ma photo ?*

Remplaçons le Y par le I et adoptons l'acronyme **SIMPA** pour votre photo : **S**ourire/**S**érieux : le sourire peut être sincère comme commercial mais il reste indispensable tout comme le sérieux.

**I**dentité : la photo plein pied est moins conseillée : privilégiez la photo de type identité qui est plus formelle. Cette photo doit aussi représenter votre personnalité.

**M**otivation : votre regard ne doit pas être fuyant : il doit montrer votre détermination.

**P**rofessionnalisme : en tenue de travail. État de la photo : pas de coupure, arrière-plan neutre, votre posture...

**Attractive** : toujours en rapport avec votre motivation : il s'agit ici de vous distinguer de vos concurrents. N'hésitez pas à innover dans la mesure du raisonnable. Par exemple : une caricature ou un avatar pour ceux qui sont dans la communication ou encore une photo plein pied prise par un professionnel ou lors d'un événement...

Christophe a choisi sur son Twitter l'action et la mise en situation lors d'une conférence... **SIMPA** non<sup>3</sup> ?

### Distinguez-vous grâce à votre valeur ajoutée

L'objectif principal d'un profil est de démontrer que vous êtes la bonne personne. Nous vous conseillons de vous démarquer grâce à votre valeur ajoutée qui peut aussi bien être une compétence, une personnalité, une expérience ou encore les outils que vous utilisez. Votre identité numérique professionnelle sera plus attrayante si vous savez vous vendre et mettre en avant votre valeur ajoutée, en d'autres termes, ce qui vous distingue des autres concurrents.

Pour enrichir votre profil n'oubliez pas de partager les liens de vos productions numériques : blogs, sites Web, articles, CV 2.0, cartes numériques... Par ailleurs, les mots-clés sont indispensables pour démontrer votre avantage concurrentiel !



#### Astuce

Une grande partie de votre identité numérique professionnelle reposera sur les fondamentaux ; il vous faudra alors trouver le juste milieu entre tous les outils que vous utilisez ainsi que leur complémentarité afin d'uniformiser au mieux votre profil. Ceci est la base d'une stratégie efficace qui vous permettra de faire la différence. Ne soyez pas timide, innovez sans trop choquer !

### Analysez votre marché

« Soyez proche de vos amis et encore plus proche de vos ennemis ».

Vous vous devez de connaître les forces et les faiblesses de vos concurrents. Vous pouvez leur prendre certaines bonnes idées, mais il faut uniquement s'en inspirer, afin de garder sa personnalité. Copier une personne

3. Voir image page 58.

n'est pas éthique, cela peut complètement changer la logique de votre stratégie et modifier votre ligne directrice. Ne faites pas ce que vous n'aimeriez pas que l'on vous fasse ! En outre, copier un concurrent peut ternir votre e-reputation. Sur la toile nous connaissons les précurseurs dans tous les domaines car le Web est un monde petit !

Paradoxalement, il est important de s'aligner sur certains outils ou stratégies afin de rester compétitif. Nous conseillons donc un juste milieu entre personnalité et innovation. Les tendances changent très rapidement : les codes, les attentes des employeurs évoluent continuellement sur la toile. Intégrer un nouvel outil en complément d'un autre démontre que vous êtes un professionnel curieux, flexible et réactif : des qualités que bien des employeurs recherchent...

Une bonne stratégie alliée à de bons outils complémentaires vous aidera à obtenir un avantage concurrentiel ainsi qu'à étudier votre marché.

## *Choisir, utiliser le ou les bons outils*

Votre stratégie n'a pas beaucoup de chance d'aboutir sans un choix précis de vos outils. Nous pouvons classer ces outils en trois parties :

- les réseaux sociaux généralistes (Facebook, Twitter ) et réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo...);
- les outils et méthodes de veille (Netvibes, flux RSS...);
- les autres plateformes (Youtube, Doyoubuzz, site Internet, blog professionnel...).

### **À savoir**

Nous vous invitons à vous rendre aux chapitres suivants pour prendre connaissance des outils dans le détail afin que votre stratégie soit la plus efficace possible. Intégrer au préalable les outils gratuits qui sont à votre disposition vous donnera une vision beaucoup plus claire et vous rendra incontournable sur la toile.

## Les réseaux sociaux généralistes

Facebook et Twitter sont les réseaux sociaux les plus répandus étant donné qu'ils sont dorénavant ancrés à notre quotidien. La montée en puissance des smartphones n'a fait qu'asseoir leur influence. La majeure partie des internautes a un compte Facebook. Plus de 80 % des 15-25 ans en possèdent un. À travers son milliard d'utilisateurs dans le monde, Facebook est le premier réseau social. Twitter est quant à lui beaucoup plus répandu outre-Atlantique et commence de plus en plus à se démocratiser (utilisation à la TV, grandes marques). Néanmoins, les utilisateurs les plus courants appartiennent au monde professionnel et la « génération SMS ».

Utiliser ces réseaux dans le cadre de votre stratégie peut être tout aussi intéressant que dangereux. En effet, ce sont des réseaux publics que vous pouvez privatiser bien sûr, mais qui requièrent une certaine stratégie. Il faudra donc faire la différence entre votre vie privée et votre vie professionnelle.

Néanmoins, ces outils restent incontournables pour leur référencement, leur utilité et le nombre d'utilisateurs. Si vous décidez d'utiliser ces outils, un objectif s'offre à vous : cibler. Il est cependant beaucoup plus difficile de cibler en utilisant seulement Facebook. A contrario, Twitter peut être plus intéressant car vous décidez de suivre vos influenceurs afin qu'ils vous suivent en retour ; encore faut-il qu'ils aient un compte Twitter...

Le smartphone\* a rendu l'utilisation des réseaux sociaux presque indispensable. Aujourd'hui, dans un contexte professionnel, nous vous conseillons de les utiliser avec prudence et d'en faire des outils complémentaires pour les moins avertis. Des centaines de réseaux sociaux voient le jour chaque année, autant disparaissent. Il est donc important de choisir un réseau viable sur le moyen et le long terme : Twitter, Facebook et Google +.

Des pages professionnelles, des contacts ou des followers bien ciblés ne pourront que vous être bénéfiques en termes de crédibilité dans votre secteur d'activité mais aussi d'image (fort référencement sur les moteurs de recherche).

## Les réseaux sociaux professionnels

Les deux réseaux sociaux professionnels les plus courants sont LinkedIn et Viadeo. L'avantage de ces deux réseaux est qu'ils sont à la fois des

réseaux professionnels et sociaux. L'utilisation de ces outils est moins dangereuse car elle fait appel à un modèle type, commun à tous les utilisateurs. Par ailleurs, il sera plus facile de trouver vos influenceurs sur ce type de réseaux sociaux professionnels. Néanmoins, le nombre d'utilisateurs est inférieur à celui de Facebook par exemple ; il est alors possible de passer à côté de certaines opportunités.

Viadeo et LinkedIn proposent des moteurs de recherche et sont très bien référencés. Entamer une démarche sur ces réseaux peut être une façon rapide et efficace de prendre ou reprendre le contrôle de votre image. Une simple inscription ne suffit pas à atteindre sa stratégie tout comme ajouter des influenceurs ou agrandir votre réseau. Nous vous conseillons d'avoir un réseau qualitatif plus que quantitatif.

En outre, participer ou créer des forums professionnels, renseigner pleinement votre profil et proposer du contenu ciblé vous procurera une certaine crédibilité et attractivité. Grâce à cette démarche proactive, votre réseau n'en sera que plus qualitatif tout comme votre référencement.

### **À savoir**

Il ne s'agit pas d'ajouter simplement des personnes à son réseau pour obtenir des résultats sur un réseau social professionnel. En adoptant ce type de démarche vous risquez d'avoir des spammers ou des concurrents directs dans votre réseau. En effet, être lié directement à une personne qui a une mauvaise réputation peut s'avérer très handicapant sur le moyen terme. Sur ces réseaux nous sommes dans un contexte professionnel : mettez-vous dans un contexte d'entreprise et non de loisirs comme sur Facebook. N'ajoutez pas n'importe qui, enquêtez sur les personnes avant de les intégrer dans votre réseau et surtout soyez vigilant !

Les réseaux sociaux professionnels peuvent être reliés à d'autres outils comme votre blog professionnel, votre Twitter. Dans ce cas précis, le multipostage\* peut être très intéressant afin de vous donner de l'exposition et de tirer parti de vos différents travaux. Cependant, nous vous conseillons de ne pas spammer votre réseau d'informations inutiles. Votre réseau sera réactif uniquement si vous avez des informations ciblées et en rapport avec votre fonction ou votre secteur d'activité.

Dans votre stratégie, vous devez savoir qu'il existe une logique géographique professionnelle. Viadeo est plus destiné à un public francophone contrairement à LinkedIn qui est plus international bien que ce dernier monte en puissance dans un pays comme la France afin de rattraper son retard. Ainsi, certains influenceurs ou clients seront plus présents sur Viadeo que sur LinkedIn et vice versa.

### À savoir

Nous mettons en garde les chefs d'entreprise avec cette double utilisation des outils. Christophe est un expert qui est arrivé à ce résultat en plusieurs années. Il ne faut pas penser que l'on peut monter cette stratégie sur le court terme. Par ailleurs, il peut être très risqué de relier votre identité numérique professionnelle à votre entreprise si votre société est fragile. En cas de dépôt de bilan par exemple votre identité numérique professionnelle disparaîtra aussi, tout autant que votre crédibilité... Ce risque justifie la stratégie d'un jeune entrepreneur comme Samir qui est en train de se construire. La sagesse est la meilleure des stratégies dans ce cas précis si vous n'êtes pas ancré depuis plusieurs années dans vos activités !

### Les outils et méthodes de veille

Il existe différents outils ou méthodes de veille afin d'affiner votre stratégie et d'obtenir un avantage concurrentiel. Une utilisation judicieuse vous permet de suivre à la trace vos influenceurs sous leurs supports respectifs (blogs professionnels, sites Internet, compte Viadeo ). Cet avantage indéniable vous permettra de prendre connaissance d'offres d'emploi, d'opportunités ou d'événements professionnels dans lesquels vous pourrez être directement ou indirectement en contact avec vos influenceurs.



#### Astuce

Si vous pouvez rencontrer vos cibles ou clients dans un contexte réel et non virtuel n'hésitez pas ! À l'heure des NTIC, les contacts dits « à l'ancienne » se font de plus en plus rares. Prendre le temps de connaître votre interlocuteur, d'échanger en face-à-face fera la différence sur vos concurrents. Ainsi, lors d'une prochaine rencontre vous aurez des événements en commun et le dialogue sera beaucoup plus facile. Il est très courant que votre cible lors

d'une deuxième rencontre vous parle d'opportunités ou encore vous présente d'autres personnes de son réseau ! Vous n'avez pas obtenu de rendez-vous ? Soyez patient, il ne faut surtout pas être « lourd » car cela donne une mauvaise impression. Pourquoi ne pas se rendre à un salon ou à une conférence de votre cible pour ensuite lui proposer un rendez-vous ? Il sera beaucoup plus à même de vous rencontrer si vous avez un sujet de conversation qui vous lie (comme un sujet de conférence par exemple).

Vous devez utiliser ces outils au même titre que les réseaux sociaux c'est-à-dire en fonction de votre stratégie. L'utilisation stratégique d'un outil fait donc appel à une approche « sur mesure » et flexible. Vous pouvez utiliser ces méthodes seules ou en complémentarité, elles peuvent être associées à un réseau ou non, à vous de juger !

### Les flux RSS

Un flux RSS (Really Simple Syndication) « est un flux au format XML permettant à ses abonnés de récupérer automatiquement une partie (titre ou extrait) ou la totalité d'un article nouvellement créé<sup>4</sup> ». Ils sont très utilisés par les lecteurs de blogs ou de sites Internet afin d'être informé des news ou d'un nouvel article.

Pourquoi utiliser les flux RSS peut s'avérer redoutable ? Lorsque vous avez référencé vos cibles vous devez de vérifier leur viabilité 2.0 à travers leurs supports respectifs, leurs réseaux. Si votre influenceur possède un support comme un site Internet, un blog ou un espace d'échanges (forum) vous avez pu le suivre et surtout vous rendre compte que cela nécessite beaucoup de temps.

Pour faciliter cette enquête, mais aussi obtenir de solides informations sur les événements qu'il fréquente ou organise, vous devez donc le suivre quotidiennement pendant quelques semaines. Connaître ses centres d'intérêt, savoir où le rencontrer ; ce sont des informations très longues à collecter. Afin d'optimiser votre temps dans votre stratégie, nous vous conseillons de vous abonner aux flux RSS de vos influenceurs ou des sites qu'ils utilisent. Ainsi, vous serez au courant de tout ce qui se passe et vous pourrez faire preuve de réactivité en temps voulu.

4. Source : <http://www.definitions-webmarketing.com>

Comment faire pour s'abonner ?

Prenons l'exemple du blog de Christophe : nous utiliserons le navigateur Mozilla Firefox dans cet exemple. Le principe reste le même sous Chrome et Internet Explorer.

Il vous suffit de trouver le support de votre cible :



Vous avez simplement à cliquer sur l'un des symboles entourés : vous pouvez le suivre sur Facebook ou encore Twitter. Si vous n'avez ni Facebook ni Twitter, il vous suffit de cliquer sur le symbole/afin de vous abonner.

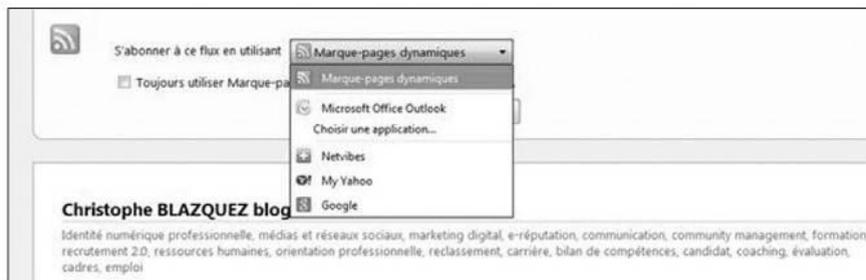
Vous avez donc le choix de vous abonner soit aux « flux RSS des articles » donc au contenu posté par notre influenceur qui est Christophe, soit aux « flux des commentaires » afin de connaître les commentaires échangés sur cet article. Cette deuxième option est très intéressante lorsque vous postez un commentaire et que vous voulez connaître le fil de discussion.



## À savoir

Un commentaire de soutien ou un commentaire dans lequel vous montrez votre expertise en indiquant votre nom et votre prénom ne pourra que vous donner de la crédibilité. Nous conseillons cette méthode pour vous faire connaître de vos cibles mais aussi pour tester leur ouverture relationnelle.

En sélectionnant l'un des flux, vous avez ensuite la possibilité de choisir un outil qui gère les flux RSS comme Netvibes ou encore tout simplement de vous abonner avec votre navigateur. Vous pouvez par la même occasion confirmer l'expertise de votre cible en y trouvant ses mots-clés...



## Les outils de veille: Les agrégateurs de flux\*

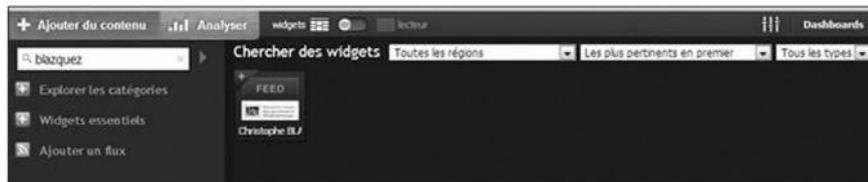
Netvibes, My Yahoo, Feedly, Reeder, TinyTiny RSS... sont des outils qui vous permettent de vous abonner à des flux RSS mais aussi de les classer, les filtrer et les gérer. Tous ces outils sont gratuits et nécessitent une simple inscription. Ils permettent ainsi de suivre son quotidien préféré, son site Internet préféré et surtout ses influenceurs. Pourquoi ne pas lier l'utile à l'agréable ?

Pourquoi utiliser ces outils de veille alors qu'un simple clic suffit pour suivre le support de votre influenceur ? Tout simplement parce que votre « most wanted list » n'est pas composée que d'une cible : votre liste peut ensuite s'agrandir ou se réduire une fois que vous avez vérifié leur viabilité 2.0. Suivre 20 influenceurs à la fois s'avère impossible au vu du volume d'informations que vous allez avoir. Ainsi, nous vous proposons d'utiliser ces outils pour optimiser votre temps et surtout classer les informations qui vous intéressent grâce aux filtres ou encore aux catégories.

L'outil le plus courant est Netvibes. C'est un dashboard ludique intelligent qui vous permettra d'obtenir plus de visuel. L'inscription sur Netvibes est très simple. Un lien de confirmation sur votre adresse e-mail vous sera envoyé.

Les agrégateurs comme Netvibes disposent de leur univers, culture et vocabulaire. En effet, dans Netvibes vous recherchez des widgets alors que sur d'autres agrégateurs vous vous abonnez à des « flux ». Netvibes a un vocabulaire atypique et semble être plus destiné à la génération Y par son dashboard interactif. Néanmoins, il existe des outils un peu plus conventionnels comme TinyTiny RSS qui répondront à la génération X. Il est important de choisir l'agrégateur qui nous convient le mieux.

Abonnons-nous au blog de Christophe sur Netvibes :



Ces outils de veille apporteront une certaine visibilité à votre stratégie. À travers eux, la vérification de la viabilité 2.0 de vos cibles ne pourra qu'être confirmée. Par ailleurs, vous pouvez suivre tous vos influenceurs et ainsi sélectionner vos flux grâce aux mots-clés. Par exemple, vous êtes à la recherche d'un emploi: les mots-clés « annonce, poste, rechercher un, votre profession, candidature » pourront être des possibilités de filtres. A contrario, si vous recherchez un CDI il est important de proscrire sur vos outils les mots-clés « CDD, alternance, emploi saisonnier ».

Il est essentiel de suivre tous vos influenceurs afin d'être le plus réactif possible en cas d'annonce. N'hésitez pas à le contacter dans la demi-heure afin de lui demander des informations sur le poste par exemple (processus de recrutement, informations complémentaires ). Il n'en sera qu'agréablement surpris ; cette méthode vous donne un avantage concurrentiel indubitable.



### **Astuce**

N'hésitez pas à multiplier les dossiers et les filtres automatiques afin d'obtenir des informations ciblées. Ces outils peuvent aussi vous servir à sélectionner les offres des sites d'emplois. En avez-vous assez de vous connecter sur tous les sites d'emploi ? Il vous suffit de créer un compte, de vous abonner à ces mêmes sites et de surtout de les filtrer. Grâce à ces outils vous optimiserez votre temps de recherche d'emploi pour le remplacer par la recherche d'influenceurs par exemple...

### **Pour aller plus loin**

Différents tutoriels gratuits sont accessibles sur Internet si vous souhaitez assimiler ces outils de veille. Vous pouvez, bien entendu, utiliser les tutoriels officiels qui sont très complets. Par ailleurs, un outil comme Corporama vous permet de rassembler différents outils de générateurs de flux. Enfin, Socialmention vous permet de trouver vos influenceurs plus facilement ! Parfois, la simple utilisation de Google alertes peut être redoutable.

### **Les autres plateformes**

Tous les outils ou méthodes qui seront susceptibles de vous aider à accomplir votre projet ou objectif professionnel seront à intégrer intelligemment à votre stratégie. Nous voulions vous rappeler dans cette partie qu'un outil mal maîtrisé peut fausser votre approche et donc être un rempart indirect à la réalisation de votre projet. Vous vous devez d'analyser cet outil et de déterminer sa valeur ajoutée sur le court, moyen et long terme.

En effet, certaines méthodes ou outils vous permettront de buzzer sur le court terme. Nous préconisons des outils de moyen/long terme car avec une exposition sur le court terme vous vous devez de confirmer ce buzz. Il

est très difficile de faire mieux qu'un buzz volatile sans parler de l'« après buzz » qui est souvent dévastateur pour votre image. Donc, vous serez souvent assimilé à une case et les internautes ne pourront pas vous voir autrement.

Voyons ces autres plateformes comme des outils ciblés ou complémentaires. Afin d'en tirer parti, il vous est primordial de les assimiler pleinement. Nous vous conseillons de réfléchir dûment avant d'intégrer un outil atypique à votre secteur d'activité. En effet, dans certains domaines d'activité, il est parfois très mal vu de rentrer dans un conflit des genres. Nous vous faisons confiance à ce niveau pour prendre les bonnes décisions en fonction de vos projets et objectifs professionnels (profession, secteurs d'activité, type d'influenceur, exposition souhaitée, type de stratégie).

Nous vous exposerons toutes les plateformes qui pourront vous accompagner dans la construction de votre identité numérique professionnelle. Nous estimons, que vous êtes maintenant autonome pour prendre les bonnes décisions afin de mener au mieux votre quête.

« Votre mission, si vous l'acceptez, est d'établir votre identité numérique professionnelle afin de réaliser votre objectif ou projet professionnel ». Nous vous fournirons tous les outils et techniques dans les prochains chapitres... À vous de les exploiter !

Ainsi, nous aborderons les réseaux sociaux généralistes et réseaux sociaux professionnels dans le détail. Nous vous présenterons les avantages des publications professionnelles, la façon de les réaliser à travers différents témoignages et cas pratiques. Nous vous informerons sur la montée en puissance du CV 2.0\* pour ensuite vous parler des nouveaux outils et de votre présence globale en ligne.

*Quel réseau social choisir en fonction de sa stratégie ?*



### **Christophe, génération X**

Mon cas est un cas particulier dans le sens où mon nom de famille est aussi devenu ma marque. En conséquence, je dois impérativement veiller à garder une cohérence d'ensemble en ce qui concerne ma présence sur le Web. Ma stratégie est relativement simple puisque le personnel et le professionnel doivent être alignés. Mon utilisation des médias sociaux est donc professionnelle

même sur des outils généralistes comme Twitter et Facebook. Cela s'applique également si vous êtes chef d'une entreprise qui ne porte pas votre nom. Les internautes feront rapidement le lien entre votre nom et celui de votre entreprise. Votre image personnelle est donc automatiquement rattachée au domaine professionnel. La notion de personal branding est donc devenue essentielle pour tout dirigeant de société.



### **Samir, génération Y**

J'ai moi aussi un compte Twitter et Facebook sous deux pseudonymes. Je ne dis pas que ce ne sont pas des outils efficaces, bien au contraire. Prenons l'exemple de Christophe : il les utilise pleinement grâce à une stratégie bien définie. Mon activité professionnelle ne nécessite qu'une utilisation partielle de Facebook et Twitter ; c'est la raison pour laquelle je me limite à Viadeo et LinkedIn. Lorsque j'aurai plus de visibilité sur ma stratégie professionnelle d'entreprise, j'utiliserai ces outils sous mes nom et prénom. À l'heure actuelle, bien que je sache les maîtriser pleinement, je ne les utilise pas pour mon identité numérique professionnelle car je n'en ai pas l'utilité. Néanmoins, pour certains de mes projets, j'utilise ces réseaux qui ont beaucoup de portée. Par exemple, j'ai un projet d'entrepreneuriat dans la restauration rapide et je sais qu'ils sont indispensables en termes de communication et de visibilité. Une entreprise doit être sur ces réseaux mais pour moi je n'estime pas nécessaire qu'une personne le soit. Christophe Blazquez Conseil & Formation (l'entreprise de Christophe) est sur Facebook et je ne peux que concevoir son approche stratégique. Son nom est aussi son entreprise d'où le choix de Christophe d'être sur ces outils !

Le témoignage de Samir démontre qu'il est important de faire la différence entre son identité numérique professionnelle et celle d'une entreprise. Néanmoins, à travers Christophe, nous pouvons voir qu'elles peuvent aussi être très complémentaires. Christophe est une personne qui a beaucoup de réseaux et d'expérience professionnelle. C'est aussi un chef d'entreprise et un expert dans ce domaine. Ce sont les raisons principales de son succès dans la mise en place d'une stratégie efficace.

Nous dirons que Samir adopte une stratégie de croissance de son réseau et de prudence ; qu'il est en train de construire son réseau et d'acquérir

de l'expérience. *A contrario*, Christophe est présent sur ces deux types de réseaux sociaux (généraliste et professionnel) car il arrive, grâce à une stratégie précise, à associer son identité numérique professionnelle à celle de son entreprise.

L'exemple de Christophe et de son entreprise Christophe Blazquez Conseil & Formation :



### *Témoignage d'une experte*

Votre identité numérique, la partie visible de votre marque personnelle. Témoignage de **Fadhila Brahimi**, Conférencière et co-auteure de *Moi 2.0* accompagne les marques dans leur stratégie de présence et de communication digitale.

« En franchissant les portes du bureau d'un recruteur ou d'un prospect, vous avez à peine deux minutes pour séduire votre interlocuteur. Votre démarche, votre tenue vestimentaire, votre coupe de cheveux, votre poignée de main, le ton et le rythme de votre voix et tout ce qui émane de votre aura guideront la suite de votre entretien. Dès les premiers instants, votre interlocuteur aura une impression de vous. Tel un photographe, son écoute, son regard et ses pensées seront filtrés par la première impression.

Dans la foulée, votre posture, vos comportements, vos argumentaires et les expressions de votre visage lui enverront des signaux qui étayeront son premier jugement.

À ce moment précis, si l'interview est interrompue, ce dernier est déjà en capacité de dire "Je n'y crois pas", "Je veux en savoir plus" ou "Je suis certain que c'est LE candidat".

Bien entendu, vos documents de présentation (CV ou plaquette commerciale) joueront un rôle dans cette perception. Et, bien entendu, il est possible de modifier cette impression. Si vous en avez le temps ! Car soyons réalistes...

Consciemment ou inconsciemment nous jugeons notre prochain dès le premier contact en lui laissant souvent peu de possibilité de se rattraper. D'ailleurs, qu'est-ce qui vous donne envie de vous arrêter dans la rue pour secourir une personne qui vous semble dans le besoin ? Qu'est-ce qui vous donne envie de répondre à un téléopérateur ou qu'est-ce qui vous donne envie d'ouvrir la porte à un inconnu ? Votre tempérament de bienfaiteur peut-être ; votre première perception de l'autre, sûrement !

L'industrie du cinéma sait aussi que les premières secondes d'un film donneront ou non l'envie de poursuivre l'intrigue ; la presse mise sur la "une" de ses magazines pour exploser les ventes ; les journalistes démarrent toujours le JT par des phrases marquantes voire alléchantes en disant peu avec des phrases qui en disent long, etc.

Lorsqu'une personne vous demande de bien vouloir transmettre son CV ou sa carte de visite, c'est sur la base de cette première impression et de la qualité de la relation que vous entretenez avec cette dernière qui vous incitera à agir et à engager votre réputation en la recommandant. La qualité de la relation se construit à partir d'un échange, d'une expérience de vie ou d'une collaboration professionnelle. Autrement dit, d'un événement vécu ensemble agréablement ou avec un sentiment de réussite. Lorsqu'un ami vous sollicite pour l'aider à résoudre un problème, vous vous engagez pleinement car vous avez le sentiment que cette personne mérite une attention et une implication de votre part.

Ces phénomènes de la vie quotidienne mettent en exergue que le reflet de votre image dans son ensemble inspire des émotions positives ou négatives allant de la confiance à la méfiance, de la recommandation au « dé-conseil », du soutien à l'ignorance. Ils sont présents dans la vie physique comme dans la vie numérique.

Savez-vous qu'un internaute moyen passe 1 minute 30 secondes sur une page avant de décider de zapper ou de poursuivre sa navigation. À votre avis, qu'est-ce qu'il regarde en 1 minute et 30 secondes ? Qu'est-ce qui alimente sa perception ?

Au même titre que lors d'un entretien, sa première impression sera alimentée par sa perception du type de site, de votre photo, de votre intitulé, de l'aspect général de votre profil ou page en fonction des éléments que vous faites figurer, des indicateurs graphiques et chiffrés...

Sa perception l'incitera à regarder de plus près votre profil en recherchant des éléments qui consolideront son jugement. Ce dernier s'étofera en fonction de la tonalité et de la nature de vos échanges.

Par ces exemples, je ne souhaite pas vous orienter vers un discours à l'effigie de la magie, de l'extravagance ou du superficiel visant à magnifier votre première impression, mais vers des évidences afin que vous puissiez acter que la première impression que vous dégagez, dicte l'avenir de vos relations et des actions qui peuvent en découler.

- Le premier objectif est de renvoyer une image positive pour engager un premier contact favorable.
- Le deuxième objectif est de fournir des éléments factuels qui permettront à vos contacts de constater la véracité de ce que vous dites être et faire.
- Le troisième objectif est de mettre en scène cette image dans la régularité, la cohérence et la congruence en toutes circonstances dans la vie physique et dans la vie digitale pour que vos contacts vous mémorisent et aient envie de vous recommander et de vous soutenir.
- Le quatrième objectif est d'entretenir cette image pour qu'elle rayonne dans la durée et exprime une dynamique positive de changement et d'évolution afin que vos contacts imaginent pour vous des opportunités nouvelles.

Mais le travail en valorisation de votre image ne peut s'opérer sur la base d'éléments construits en bouts de ficelle à la va-vite, ni même sur une sous-évaluation ou une surévaluation de vous-même.

L'essence de votre image prend sa source dans la perception que vous avez de vous-même avant d'influer sur les autres.

Vous inspirerez confiance si vous avez confiance en vous. Vous inspirerez l'excellence si vous êtes convaincu d'avoir un talent. Vous inspirerez la recommandation si vous êtes certain de le mériter.

Ainsi, le tout premier atout de votre image : c'est vous ! Vous êtes un être humain vivant. Votre image doit être humaine et vivante.

Un être humain vivant a une histoire avec un passé et un avenir désiré, des valeurs et des croyances, des savoirs et des compétences, etc. À la différence d'un CV qui n'accorde de l'importance qu'à votre parcours professionnel et à vos attestations scolaires, l'image que vous avez de vous-même est composée de tous les éléments de vos identités personnelle, professionnelle, sociale et familiale. Vos points forts et vos talents s'expriment dans l'ensemble de ces sphères. Ils transpirent en vous et sont également des éléments clefs pour construire vos rêves et votre image.

Vous avez certainement eu votre premier job grâce à votre entourage proche. Lors de vos premiers échanges en cours de récréation vous avez certainement usé de la formule suivante "Oh, comme moi". Et oui, nous autres humains, nous cherchons à trouver ce qui nous différencie par rapport aux autres pour affirmer notre identité tout en recherchant ceux qui nous ressemblent pour appartenir à un groupe pour enfin trouver notre place au sein de ce collectif.

Cette ambiguïté humaine induit que l'image que les autres perçoivent de vous est nourrie par l'image que vous avez de vous sur la base d'éléments identitaires qui vous reviennent comme un boomerang par le regard des autres pour nourrir la perception que vous avez de vous-même, etc.

L'image n'est donc pas statique. Vous en êtes l'investigateur et votre entourage peut influencer son évolution.

L'image est composée de votre identité dans son unicité. Vous portez en vous un ADN unique et riche.

L'image évolue de manière circulaire et réflexible. Vous êtes ce que vous êtes et voulez être ainsi que celui (celle) qui se reflète à travers le regard des autres.

Lorsque vous êtes invité chez une personne, vous vous préparez afin de donner une bonne impression. Lors de votre arrivée vous observez le lieu, les personnes et leurs manières d'évoluer dans l'espace

pour identifier le comportement qui conviendra pour passer une bonne soirée. Lorsque vous serez en confiance, vous vous autoriserez à dévoiler votre personnalité et très vite vous vous connecterez avec les personnes qui semblent vous inspirer de la sympathie. Si le collectif se met à partager des histoires drôles, peut-être serez-vous spectateur, peut-être emprunterez-vous le rôle d'animateur ? Si vous recevez un accueil favorable, vous poursuivrez votre élan.

En somme, votre image évolue en fonction de l'environnement et de l'objectif recherché. En fonction des réactions, vous adapterez votre comportement.

Le Web est également un espace composé d'espaces avec des personnes de différentes cultures et des identités qui vous ressemblent ou pas. Dans ces espaces, les comportements s'appellent des usages. Tout comme dans la vie physique, ces usages génèrent des "codes familiers" et des terrains neutres à investir et à animer.

Le point commun entre votre image (celle perçue par les autres) et l'image que vous avez de vous-même repose sur les composantes de votre identité globale.

Que recherchez-vous à savoir sur une personne lorsque vous la rencontrez pour la première fois ? Sa fonction, son activité professionnelle et sa position sociale si vous êtes dans un contexte strictement professionnel.

Mais, si vous rencontrez cette personne chez un(e) ami(e), très vite les échanges dériveront vers les origines géographiques, les goûts et les passions, les opinions... Bref, mieux connaître l'identité souterraine de la personne ou tout au moins les éléments satellites au statut professionnel.

Sur le Web, les frontières entre les vies personnelle et professionnelle s'estompent. Si vous utilisez des noms et des coordonnées différentes pour chacune de vos actions numériques (inscription, publication, diffusion), vous pourriez dissocier a priori toutes vos identités. Mais vous ne seriez pas à l'abri d'un œil averti qui saura vous démasquer un jour. Parallèlement, ce n'est pas dans une sphère spécifique et restreinte que vous obtiendrez des opportunités.

Parfois, l'heureux hasard, la proposition rêvée, le numéro de téléphone clef peut provenir de votre club de gymnastique. L'impression recherchée par un contact virtuel est de vous connaître et de savoir quoi dire sur vous pour vanter votre profil.

Cette impression se résume sous l'injonction "Je connais bien cette personne". Cette formule veut signifier : je connais des éléments sur cette personne qui me confèrent la possibilité de la décrire en tant que personne humaine habitant là, originaire de, elle a fait telle ou telle chose, ses centres d'intérêt sont, ses qualités sont, elle est capable de, elle correspond à, etc.

Vous comprendrez aisément que ces affirmations sont alimentées par la connaissance de votre identité et de la façon dont vous la communiquez.

Cette identité c'est votre marque de fabrique, ce qui vous singularise et vous distingue de vos homonymes et de vos semblables. Et ils sont nombreux ! Entre ceux qui portent le même nom que vous, ceux qui ont les mêmes diplômes que vous, le même parcours, le même objectif... Votre identité est votre seul atout pour vous démarquer.

Se démarquer pour se faire remarquer telle est la vocation du personal branding.

Le personal branding, souvent traduit en français par la mention "marque personnelle" ou encore le "marketing de soi" introduit l'idée que vous êtes unique et que, telle une marque pour un service ou un produit, votre identité est une marque.

Le personal branding est un processus qui va vous amener à exsuder votre identité de marque pour créer une empreinte, une signature ou encore un label. Tel un artiste peintre, votre réseau pourrait dire "Je connais cette personne, son talent réside dans le fait de..., ou encore, tiens, ça c'est une mission pour..., ou bien, tiens là je reconnais la patte de..."

À la lumière des arguments pré-explicités, vous devez en déduire que vos contacts et toutes les personnes qui rechercheront des informations sur vous ont besoin de vous voir tel une marque pour vous ouvrir des portes vers des opportunités attendues ou correspondant à votre image.

Si vous travaillez votre image et votre identité de marque vous alimenterez votre réputation au-delà de votre réseau proche et bien au-delà de ceux qui vous cherchent nominativement.

Si les internautes recherchent à 70 % des noms sur les moteurs de recherche de personne, ils recherchent aussi des mots-clefs. Alors, quels seraient les mots-clefs qui leur permettraient de venir à vous ?

Et, lorsqu'ils examineront votre profil et les différentes traces où votre nom apparaîtra, est-ce qu'ils trouveront suffisamment d'informations positives qui les inciteront à entrer en relation avec vous pour vous proposer une offre ? Est-ce que ces informations sont impactantes, singulières et pertinentes ?

Vous êtes ce que Google et les médias sociaux disent de vous. Les informations et les données que vous avez affichées publiquement, les interactions que vous avez avec votre réseau, les commentaires et les recommandations écrites que l'on trouve sur vous si tant est que vous ayez su inspirer de la recommandation et de la conversation. Mais, il trouvera également ce que les services comme 123people ou Webmii disent de vous.

Ces services agrègent tous les contenus se rapportant au nom que vous portez (homonyme compris) en divulguant photos, vidéos, documents, coordonnées, présence sur les réseaux sociaux, appartenance à des groupes de discussion, etc. D'autres outils comme Klout vous attribuent même un indice de capital social et relationnel en évaluant votre degré d'activité sur le Web, la quantité de vos échanges et le niveau de résonance de vos contributions. En résumé, ces indicateurs calculent votre niveau d'influence sociale en donnant une note à votre capacité à être reconnu comme un acteur important ou pas.

Cette dernière démonstration a pour objectif de vous faire comprendre que valoriser votre identité de marque a quatre intérêts :

- Vous démarquer pour agir sur la perception que l'on a de vous.
- Vous démarquer pour vous faire remarquer.
- Vous démarquer pour vous faire recommander.
- Vous démarquer pour orienter les moteurs de recherche et les services Web d'analyse.

Tout comme la perception de votre image dépend de l'image que vous avez de vous, le personal branding sert à mettre en exergue votre identité de marque pour travailler sur l'image que vous reflétez et celle que vous nourrissez intérieurement.

En développant votre marque personnelle, vous explorerez votre personnalité et votre vision de la vie. Cette introspection vous donnera des clefs pour apprendre à rebondir en cas de changement de vie professionnelle et pour faire vos choix.

J'ai tellement rencontré de personnes en recherche d'emploi ou en mal-être dans leur poste pour affirmer combien il est important d'être en accord avec soi pour "bien vivre".

Vous passez entre sept et huit heures au travail et même plus en tant qu'entrepreneur ou salarié multi-casquettes. Est-il absurde de clamer combien il est important de vivre au quotidien en fonction de ses aspirations, de ses valeurs et de la vision que l'on a de la vie idéale !

Notre société vibre sous de nouvelles normes : l'entreprise n'est plus éternelle tout comme l'emploi. Nous changeons en moyenne trois à quatre fois de métier dans notre vie. La carrière n'existe plus, tout au moins dans la vision traditionnelle de nos grands-parents. L'heure est à la navigation professionnelle, ou l'art de mener sa vie professionnelle comme un entrepreneur quelle que soit sa situation.

Le personal branding repose essentiellement sur l'ambition de vous rapprocher de votre projet de vie personnelle et professionnelle et de votre identité de marque pour gérer votre réputation professionnelle sur le Web comme dans la rue.

Nous définissons le personal branding ainsi : c'est le "processus par lequel les particuliers et les entrepreneurs cultivent l'art de se différencier et de promouvoir leur singularité professionnelle et personnelle en utilisant les outils de communication Web pour projeter un message et une image cohérents dans le but d'atteindre un objectif dédié".

Dans le livre que j'ai publié en 2011 aux éditions Leduc. S, *Moi 2.0* (adaptation du livre *Me 2.0* de Dan Schawbel, le pape du personal branding selon le Time Magazine), vous trouvez une méthode de travail en quatre étapes :

- Première étape : découvrir sa marque. Ce premier pas vous invite à travailler sur vous-même afin de trouver les clefs de la confiance

en soi. Il s'agit d'analyser tel un business man (woman) vos qualités personnelles, vos valeurs à travers vos différentes expériences de vie, vos principaux axes de progression et votre environnement (concurrents compris). En utilisant la grille d'analyse SWOT - forces (strengths), faiblesses (weaknesses), opportunités (opportunities) et menaces (threats) - et en réalisant un plan marketing, vous apprendrez à vous situer et à vous projeter.

- Deuxième étape: créer sa marque. Pour communiquer, il vous faut une boîte à outils personnalisée composée certes d'un CV et d'une lettre de motivation mais aussi d'une mini-biographie et d'un pressbook sur vos réalisations contenant des recommandations ou références. Une ou des photos pour constituer votre avatar et des espaces multimédias bien adaptés à votre projet (blog, podcast, vidéo, profils réseaux sociaux). Cette étape doit prendre en compte que votre personal branding se vivra on et off line. Ainsi, l'appartenance à des réseaux, les soirées networking, les salons ou forums sont aussi importants que les réseaux sociaux.

- Troisième étape: communiquez autour de votre marque. Vous êtes le RP de vous-même. Composez un dossier de presse et un dossier personnel en ligne. Soignez votre carte de visite et vos signatures e-mail. Manifestez-vous dans les forums et les blogs pour affirmer vos domaines d'expertise afin de vous faire repérer par les médias. En somme, suscitez l'envie que l'on vous cite et vous recommande. Peut-être même en créant votre propre événement!

- Quatrième étape: entretenir votre marque. Votre identité numérique est vivante. Elle est alimentée par vous et par les internautes qui interagissent avec vous. À ce stade, vous devez vous armer d'outils de gestion, de tableau de bord et connaître des bases en SEO\* pour amadouer les moteurs de recherche. Vous devez également apprendre à protéger vos données et à communiquer friendly sur les médias sociaux. »

Le témoignage de Fadhila Brahimi nous démontre à la fois l'importance d'une stratégie et de la notion d'identité numérique professionnelle. Cette analyse d'une experte du Web issue de la génération X ne fait qu'affirmer nos dires.

Néanmoins, n'oubliez pas d'intégrer dans votre stratégie la dimension réelle (In Real Life). C'est ce que nous allons aborder au travers du témoignage de Patrick Rey, issu de la génération « Baby-boomers ».

### ***Témoignage d'un expert***

Témoignage de **Patrick Rey**, consultant-formateur, accompagnateur de consultants autonomes.

Avec une triple expérience de l'entreprise, de la création et du conseil, Patrick Rey accompagne les professionnels autonomes qui souhaitent développer leurs activités de conseil, expertise, formation et autres prestations intellectuelles. Il assure cette mission pour ITG, premier groupe de conseil en portage salarial, en régions Aquitaine, Poitou-Charentes et Pays de la Loire, à partir de Bordeaux et Nantes. Consultant-formateur, il a réalisé de nombreuses missions de formation ou d'accompagnement de managers, de commerciaux et d'équipes, en France comme à l'international. Spécialisé dans le « développement de compétences comportementales », il valorise la présence interactive des consultants autonomes et produit du contenu en ligne depuis 2005.

#### **Prolonger le réel dans le virtuel**

« Combien de temps faut-il passer en ligne ? Un temps minimum par jour, un temps maximum par semaine ? Le temps qu'on a décidé d'y passer, en tout cas sans de longues périodes la tête dans le sable. Ce qui veut dire choisir au lieu de subir, ne pas se laisser surfer sur une vague non maîtrisée. Oui, je sais qu'on ne maîtrise pas tout et c'est précisément un des bénéfices d'une activité numérique en ligne : découvrir des choses nouvelles ou qu'on ne cherchait pas (la fameuse sérendipité ou exploitation créative de l'inattendu). C'est au fond ce qui fait peur à certains qui voudraient tout maîtriser. Se sont-ils demandé comment, par exemple, Steve Jobs avait révolutionné plusieurs domaines de la vie professionnelle et personnelle ? Comment Xavier Niel avait radicalement changé la vie des internautes avec sa Freebox, avant de s'attaquer à la téléphonie mobile, et maintenant à la formation des informaticiens, avec son école 42 ?

Il est vital de sortir des schémas classiques, des liens forts ou des réseaux limités “entre soi” pour pouvoir accélérer une évolution professionnelle. Car, que ce soit en ligne ou dans la vie réelle, c’est en faisant de la veille, en “réseautant”, qu’on va apprendre, échanger, mettre en relation des personnes entre elles et recevoir en retour de l’information, des contacts, des mises en relations. Les free lances, consultants, formateurs, experts et autres prestataires de services le savent bien ou s’en rendent compte parfois sur le tard : tout est réseau, bouche-à-oreille, prescription.

Face à cette inflation de l’offre, comment le client fait-il pour chercher, évaluer et faire son choix ? Selon ses préférences cognitives, le prospect ou client va s’en tenir à son réseau proche en chair et en os, ou il va chercher en ligne des personnes, organisations ou marques susceptibles de lui apporter autre chose que son premier cercle. Dans le meilleur des cas, c’est-à-dire s’il exerce son sens critique et fait une analyse attentive avant de choisir son prestataire, le client va combiner les approches et comparer les sources.

C’est là qu’en face les amateurs de tout poil persistent dans une stratégie de minimum vital : soit quelques soirées pour se montrer, distribuer sa carte de visite et faire leur “promo”, ce qui agace profondément les prospects et contacts, soit une présence assez passive ou épisodique sur Internet, ce qui n’apporte pas la cohérence multicanal devenue incontournable, soit un peu des deux.

En conclusion, je dirais que depuis plus de sept ans de présence en ligne, je me suis rendu compte de la très grande similitude entre la vie réelle et la vie en ligne. Dans les deux cas, il faut donner, contribuer, être dans l’échange, au lieu de rester centré sur soi. Dans les deux cas, il faut être clair sur ce qu’on exprime et engageant dans la manière de communiquer. Dans les deux cas, l’impression laissée est durable : “La première impression est toujours la bonne, surtout quand elle est mauvaise !” (Henri Jeanson). Je l’ai même appris à mes dépens, lorsque ma tendance à l’humour caustique a pris le dessus et que je me suis lâché dans un article ou un billet de blog, par exemple en critiquant directement une personne ou une société parfois nommée ou qui peut se reconnaître facilement. La longue traîne est une conséquence de l’écrit qui reste et un contraste avec l’immédiateté de certaines plateformes. »

## Cas pratique : Trouver, contacter et rencontrer son influenceur

**Samir** : « Cibler mes actions et trouver mon influenceur ont été pour moi assez naturel. J'ai donc décidé de suivre son blog et tous ses autres supports sous forme de pseudonymes. Si Christophe était une star de la chanson j'aurais pu être assimilé à un fan ! J'ai utilisé Netvibes pour déterminer la viabilité 2.0 de Christophe et des autres influenceurs de la région. J'aime beaucoup Netvibes car il est très ludique et ses filtres sont redoutables. J'ai alors mis en place une série de filtres relatifs à certains mots-clés. Ainsi, lorsqu'une annonce dans la région était publiée par l'un de ces chasseurs de têtes j'étais au courant si elle me concernait. »

**En réalisant cela, Samir pouvait travailler sur son identité numérique en intégrant de nouveaux outils comme son CV 2.0 ou en affinant son approche sur certains réseaux sociaux professionnels. Lorsqu'une annonce d'« attaché commercial junior bilingue » pour une entreprise américaine apparut, alors il en fut directement informé grâce à cette pratique.**

« Mettre en place un outil de veille peut prendre du temps : il s'agit aussi de tester les filtres et les mots-clés utilisés. Ce procédé peut aussi être risqué s'il est mal effectué car nous pouvons passer à côté de certaines opportunités si elles sont filtrées. Avant de réaliser cela sur mes influenceurs, j'ai décidé de le faire sur les sites d'emplois comme Sudouestjob, Indeed, APEC... Cette méthode m'a permis de gagner beaucoup de temps. »

**Comment s'est déroulée la prise de contact à la suite de l'annonce de Christophe pour le poste ?**

« J'avais relié mon Netvibes à ma messagerie personnelle car j'utilisais Yahoo. Je regardais très souvent les articles de mes influenceurs et un jour vers 15h00 Christophe a posté cette annonce. J'ai eu de la chance car elle semblait correspondre pleinement à ma demande. J'en ai donc pris connaissance et j'ai alors réfléchi. Je savais que les annonces pour recruter un bac + 5 bilingue anglais dans la région était rares. J'ai alors décidé de contacter Christophe trente minutes après qu'il ait posté cette annonce. Je me souviens lui avoir demandé quelles étaient les procédures de recrutement.

Il m'a alors proposé de lui envoyer une lettre de motivation et un CV. À ce moment-là, je savais que si j'envoyais ma lettre de motivation et mon CV dans la journée j'aurais marqué beaucoup de points pour le poste. Cependant, je manquais de temps et je connaissais ses centres d'intérêt j'ai alors décidé de lui envoyer uniquement un CV 2.0! »

Christophe était très surpris de la réactivité de Samir. Le recruteur avait donc porté son attention sur Samir, c'était le bon moment pour garder l'avantage concurrentiel qu'il venait de créer.

« Je savais que mon profil était celui du poste et en envoyant ce lien Doyoubuzz j'étais convaincu qu'il allait me rappeler... C'est exactement ce qu'il s'est passé. Nous avons des points en commun, ma personnalité devait maintenant faire le reste en entretien. Lors du processus de recrutement qui était assez long comme dans toutes les grandes entreprises internationales je me souviens avoir suivi à la loupe mon Doyoubuzz afin de savoir si je passais la prochaine étape. Mes méthodes 2.0 ne se sont jamais trompées car j'ai obtenu le poste.

Bien entendu, les e-mails de suivi, les remerciements et tenir informé Christophe sur l'état d'avancement de mon processus de recrutement m'ont permis de débiter une relation professionnelle avec lui. En effet, je me souviens même lui avoir envoyé des articles ciblés pour son blog afin qu'il me voie dès le départ comme un collaborateur. Je lui ai ensuite proposé de me rencontrer et il a gracieusement accepté. Une personne intriguée devient curieuse et veut obligatoirement connaître le pourquoi du comment ! »

**Christophe :** « Les outils du Web 2.0 ou Web communautaire permettent aux candidats à un poste d'obtenir des informations sur un recruteur potentiel. Vous pouvez ainsi cerner ses centres d'intérêt, ses attentes et ses comportements sur le plan professionnel. Ces outils donnent également l'opportunité d'engager des conversations avec les recruteurs en amont du processus de recrutement c'est-à-dire avant la présélection des candidatures. Ainsi, lorsque vous postulez, le décideur aura le sentiment de déjà vous connaître ! ».

### **Pour aller plus loin**

Nous reviendrons dans le chapitre 7 sur le CV 2.0 et les techniques de suivi qui ont permis à Samir d'obtenir un avantage indéniable et une certaine sérénité tout au long du processus de recrutement.

## Chapitre 5

# Utiliser les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux professionnels sont devenus un outil incontournable afin de construire ou de renforcer notre identité numérique sur le Web.

Selon une enquête (5<sup>e</sup> édition) réalisée par RégionsJob et diffusée en février 2015, les réseaux sociaux se positionnent comme un outil de sourcing complémentaire aux outils existants (Jobboards, CVthèques...). Parmi les recruteurs interrogés, 53 % utilisent les réseaux sociaux pour recruter.

Même si les réseaux sociaux se positionnent encore pour l'instant comme un outil complémentaire aux outils existants (Jobboards, CVthèques...), il est important de noter que 37 % des recruteurs interrogés ont tout de même déjà embauché quelqu'un *via* un réseau social.

Les réseaux sociaux professionnels sont bien évidemment utiles pour d'autres usages que celui du recrutement et de l'emploi. En effet, nous pouvons aussi y travailler notre réputation en ligne et notre image de marque, trouver de nouveaux clients, fidéliser nos clients, trouver des fournisseurs, trouver des partenaires ou effectuer une veille.

Qu'en est-il des réseaux sociaux généralistes ? Peuvent-ils servir notre identité numérique professionnelle ? Nous verrons dans ce chapitre qu'il faut, de manière générale, faire attention au mélange des genres entre vie privée et vie professionnelle sur Internet.

## *Faut-il être sur Facebook ?*

Facebook a été créé le 4 février 2004. Au départ, c'est un réseau social fermé, destiné uniquement aux étudiants. Facebook demeure aujourd'hui un réseau social généraliste. Alors, Facebook peut-il être utile pour une personne qui souhaite valoriser son image et ses compétences en ligne ?

Certainement, car la situation du réseau a bien évolué depuis sa création. Il est devenu incontournable par le potentiel d'audience qu'il représente. Facebook a dépassé le milliard d'utilisateurs en octobre 2012. En janvier 2015, la France compte 28 millions d'utilisateurs sur Facebook.

Mais, il faut faire attention au mélange des genres entre vie privée et vie professionnelle. En effet, il ne faut pas oublier que Facebook a été créé pour un usage personnel. Par ailleurs, c'est un réseau social qui privilégie le partage des données entre ses utilisateurs avec un risque non négligeable en termes de réputation sur la toile.

### **Prenez des précautions !**

Si vous souhaitez créer une page professionnelle sur Facebook, vous devez obligatoirement disposer d'un profil personnel pour l'administrer.

Il est donc primordial de commencer par contrôler le degré d'ouverture de son compte personnel Facebook. Est-ce que certaines de mes données privées sont visibles par d'autres membres que mes contacts ?

Il est à noter que Facebook change régulièrement sa politique de confidentialité. Il est donc utile de penser à vérifier le paramétrage de son compte tous les six mois.

Afin de minimiser les risques, nous vous invitons également à cloisonner le professionnel et le personnel. Pour cela, vous avez la possibilité de créer deux comptes sur Facebook. D'un côté, vous disposerez d'un profil sous votre « prénom + nom » qui vous servira de vitrine car il sera repérable

sur les moteurs de recherche. D'un autre côté, vous aurez un profil sous pseudonyme qui pourra héberger des données plus privées.

### À savoir

Les informations laissées sur la toile (Facebook, YouTube, Flickr...) peuvent un jour se retourner contre vous. Dès 2008, les anecdotes sur les « victimes du Web » se sont multipliées. En janvier 2009, Le-Monde.fr relate la mésaventure d'un jeune homme qui cherchait un job : « Lors d'un entretien d'embauche, un jeune homme s'est vu présenter une photo de ses fesses. Ses employeurs potentiels l'avaient trouvée sur Internet. Cette image était la conséquence d'une soirée arrosée. Il n'a pas eu l'emploi. »

### La page professionnelle au service de votre personal branding

La page professionnelle sur Facebook également appelée *fan page*\* se révèle être un outil très intéressant pour toute personne qui veut valoriser son image en ligne.

Son fonctionnement est sensiblement différent de celui d'un profil personnel Facebook et permet notamment de cloisonner le personnel et le professionnel. Sur une page professionnelle, vous n'avez pas de demandes « d'amis », pas de sollicitations pour les rejoindre sur des jeux de toutes sortes.

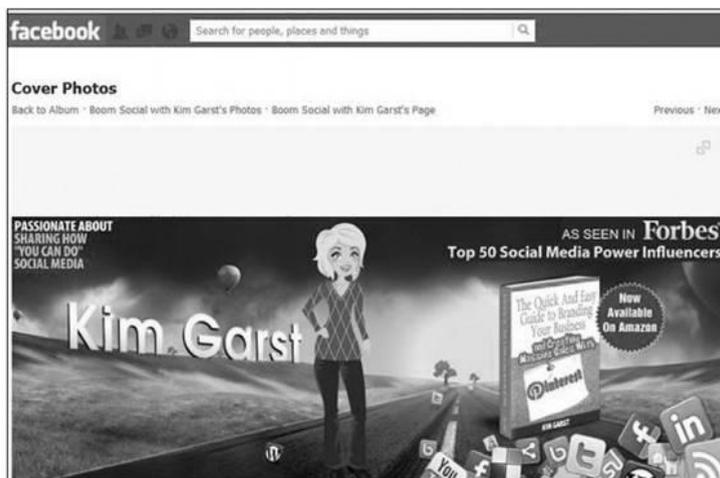
Vous pouvez vous constituer une base qualifiée d'abonnés appelés « fans » et qui partagent les mêmes centres d'intérêt professionnels que vous.

Autre avantage significatif, vous disposez de statistiques précises qui vous permettent d'évaluer en temps réel la « portée » de vos publications. Ainsi, vous pouvez mesurer quels sont les sujets qui intéressent le plus vos abonnés.

La photo de couverture (*cover photo*), que nous retrouvons aussi sur les profils personnels, est l'élément visuel principal de la *timeline*\* Facebook. Dans un contexte professionnel, le bandeau de couverture est un formidable outil. Il peut s'utiliser de différentes manières.

## DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Tout d'abord, un auteur d'ouvrages professionnels peut s'en servir pour faire la promotion de son dernier ouvrage. Kim Garst, spécialiste des médias sociaux, y a communiqué à l'occasion de la sortie de son livre sur l'utilisation de Pinterest par les marques.

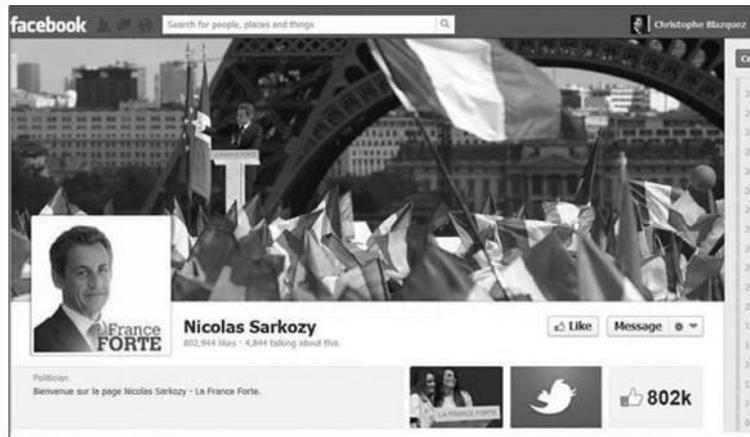


François Hollande et Nicolas Sarkozy ont employé une *fan page* dans le cadre de leur campagne pour la présidentielle 2012. En janvier 2013, les photos d'illustration sur la couverture sont telles qu'en page suivante.

François Hollande en profite pour remercier les électeurs qui lui ont fait confiance en couverture de sa page officielle.

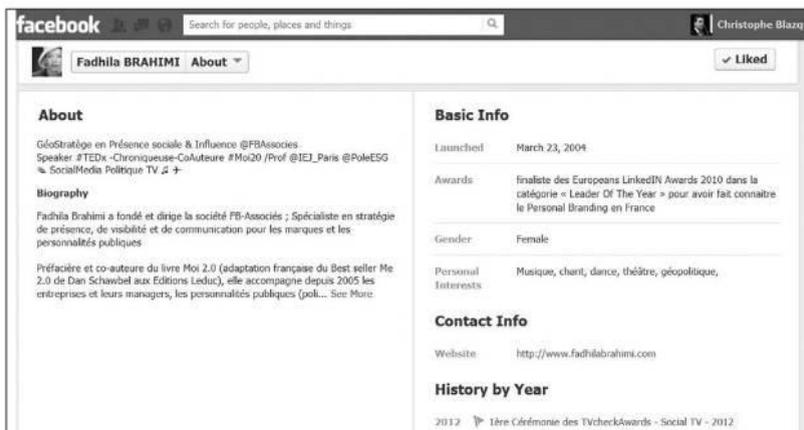


Nicolas Sarkozy affiche une photo de meeting ainsi que son slogan dans le carré de la « photo du profil ».



Le bandeau de couverture Facebook est également un moyen de mettre en avant des événements liés à des saisonnalités. Christophe, dans le cadre de son activité de formation et de conseil, intègre tous les ans en janvier une carte de vœux dans sa photo de couverture<sup>5</sup>.

La rubrique « À propos », située juste en dessous de la photo de couverture, vous permet de relater votre biographie. Cette biographie doit bien sûr être rédigée avec soin avant d'être mise en ligne sur Internet. Les chapitres précédents (2, 3 et 4) vous ont indiqué comment élaborer une biographie optimisée en fonction de votre projet professionnel, de votre cible et de votre stratégie.



5. Voir image page 73.

## DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE

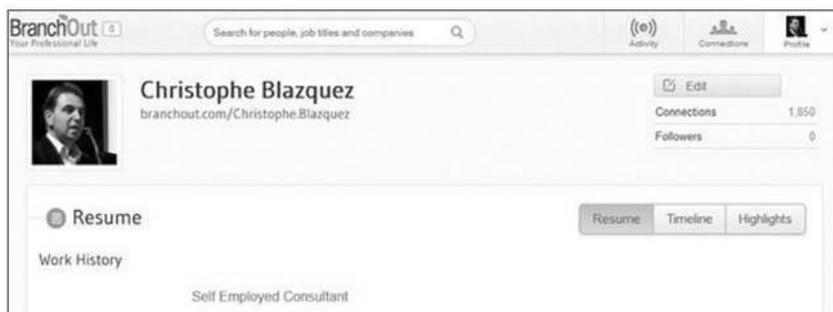
Enfin, la fan page Facebook vous permet de relayer vos événements professionnels. Une fois un événement diffusé, vous contactez vos relations dans Facebook et faites jouer le bouche à oreille. Vous pouvez également gérer la logistique de l'événement en fonction des réponses des personnes invitées.



## Facebook comme outil de votre recherche d'emploi

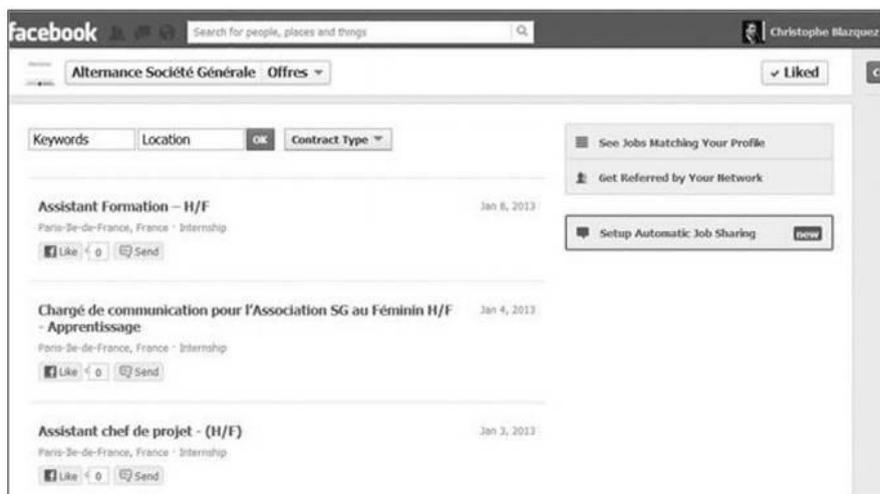
Vous êtes à la recherche d'un job ou d'un nouveau job ? Tout d'abord, nous vous invitons à isoler votre réseau professionnel sur Facebook. En effet, cela vous permettra d'identifier les entreprises dans lesquelles travaillent les personnes avec lesquelles vous êtes connecté. Certaines entreprises et certains secteurs d'activité vous intéresseront s'ils sont dans votre cible (cf. chapitre 3).

Branch'Out est une application Facebook qui permet de créer un réseau professionnel à partir de vos contacts Facebook.

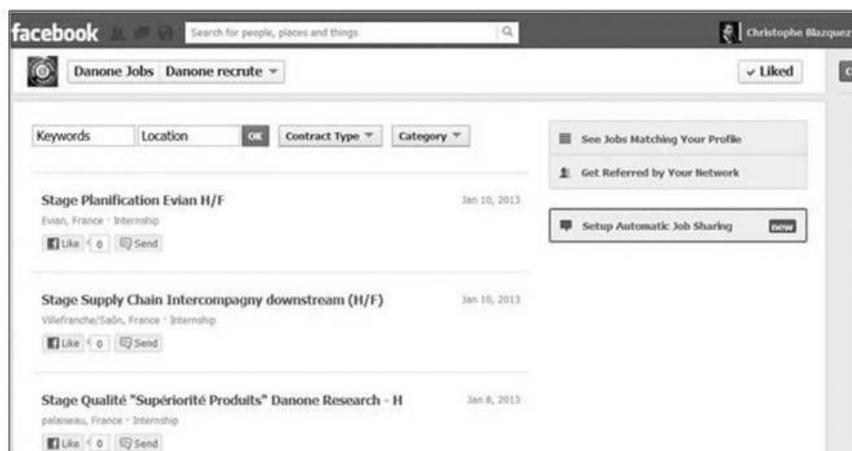


Nous vous invitons également à « Aimer » les pages professionnelles des entreprises, des produits ou des marques en rapport avec votre projet professionnel et votre cible. Vous pourrez ainsi suivre les actualités et la diffusion d'éventuelles offres d'emploi dans votre flux d'informations Facebook.

De plus en plus d'entreprises créent un onglet spécifique sur leur fan page afin de diffuser leurs offres de stages, d'apprentissage ou d'emploi. Cette technique leur permet de dissocier les offres liées à l'emploi de l'actualité diffusée sur leur mur. Depuis 2011, la Société générale diffuse ses offres en alternance sur une page Facebook dédiée.



Danone propose à sa communauté Facebook « Danone Jobs » des offres d'emploi et de stage.



Les sites d'emploi utilisent également Facebook pour relayer leurs offres, comme l'APEC (Association Pour l'Emploi des Cadres).

Enfin, de nombreuses écoles et universités utilisent Facebook pour mettre des offres de stage, d'apprentissage et d'emploi à disposition de leurs étudiants. C'est le cas de l'EM Strasbourg Business School ou le groupe ESC Pau.

### ***Avis d'un expert***

**Stéphane Le Viet**, fondateur et CEO de Work4Labs :

« La recherche d'emploi sur Facebook est relativement simple : il faut commencer par cibler les entreprises dans lesquelles vous souhaiteriez candidater puis trouver les pages Facebook correspondantes pour se documenter (et éventuellement pour postuler). Par ailleurs, il est important de compléter son profil Facebook avec un maximum d'informations professionnelles, de façon à permettre à ses amis de savoir où nous travaillons et ainsi de pouvoir nous recommander des offres facilement. »

*Extrait de l'interview publiée sur Christophe Blazquez Blog le jeudi 7 juin 2012*

## ***Les réseaux sociaux professionnels***

### **Viadeo, le champion français**

Lancé en 2004, Viadeo s'appelait alors Viaduc. Depuis, Viadeo s'est internationalisé et 50 millions de membres en janvier 2015 dont 9 millions de membres en France.

Au fil des années, Viadeo a de plus en plus restreint les fonctionnalités offertes gratuitement aux utilisateurs. Il faut être membre premium et payer un abonnement à Viadeo pour bénéficier de l'ensemble des fonctionnalités proposées. Notamment, il faut être membre premium pour pouvoir diffuser un événement.

### *Les usages de Viadeo*

Tout d'abord, vous pouvez créer votre profil professionnel. Pour inciter les autres membres à vous contacter, il est indispensable de compléter le plus précisément possible votre profil. Nous avons vu dans le chapitre précédent comment s'y prendre afin de rédiger une biographie optimisée à insérer dans votre profil. Si vous échangez avec des interlocuteurs étrangers, complétez d'autres profils en anglais, espagnol...

Lors de votre inscription, gardez en tête qu'une fiche dotée d'une photo est quatre fois plus consultée qu'un profil sans photo ! En effet, l'ajout d'une photo sur votre compte Viadeo est primordial pour susciter la confiance auprès des autres membres. De plus, si vous avez de nombreux homonymes, la photo vous permettra de vous différencier. Enfin, Viadeo vous offre la possibilité d'associer une carte de visite à votre profil.

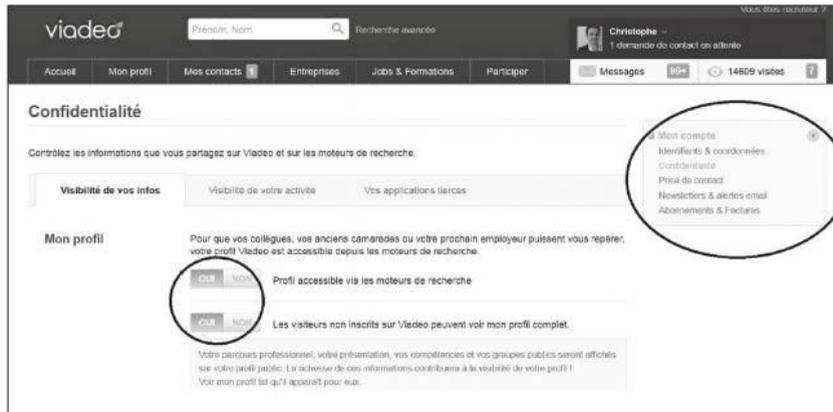


Pour enrichir votre profil, n'oubliez pas de partager les liens de vos productions numériques : blogs, sites, articles... Les réseaux sociaux professionnels sont généralement bien indexés dans les moteurs de recherche comme Google. Le nombre de contacts et de personnes venant visiter votre profil, le taux d'activité sur le site de Viadeo permettront à votre profil public d'être bien référencé sur les moteurs de recherche. Ainsi, lorsque vous complétez votre fiche, utilisez les bons mots-clés, afin de ressortir dans les recherches liées à votre domaine d'activité et à votre expertise.



## Astuce

Pensez à créer un profil public pour une meilleure visibilité ! Pour cela, rendez-vous dans la rubrique « Confidentialité » dans « Mon compte » et cochez « Oui ».



Une fois votre profil créé, il faut penser à faire vivre votre réseau ! Un réseau social n'est efficace que si on lui consacre du temps. Il est important de mettre régulièrement à jour sa présentation et/ou son parcours professionnel. En quelques mots, vous pourrez ainsi informer vos contacts de vos futurs projets ou préoccupations professionnelles.

Viadeo vous permet de développer votre réseau professionnel. Vous pouvez notamment vous en servir pour trouver des prospects. Il est important de jouer le rôle d'intermédiaire dans les demandes de mise en relation. Par ailleurs, demandez des recommandations ! Ces témoignages seront corrélés avec les profils de vos contacts.



## Les fonctionnalités de Viadeo

Les « groupes », accessibles dans l'onglet « Participer », sont des espaces de discussion permettant aux membres de débattre et de s'exprimer sur des thématiques professionnelles. Il existe plus de 100 000 groupes sur Viadeo ! Si vous ne trouvez pas chaussure à votre pied parmi tous ces groupes, rien ne vous empêche de créer le vôtre.

### Pour aller plus loin

Christophe a créé en janvier 2009 sur Viadeo le groupe « Identité numérique, e-réputation, Webmarketing et recrutement 2.0 ! ». Si vous souhaitez échanger sur les thèmes abordés par ce livre avec plus de 700 membres Viadeo, nous vous invitons à rejoindre ce groupe.

Viadeo met également à disposition de ses membres un système de Q & A (Questions et réponses). Cette fonctionnalité permet aux utilisateurs Viadeo de poser des questions sur une thématique professionnelle à l'ensemble des membres du réseau. Les utilisateurs peuvent acquérir le statut d'experts en fonction de la pertinence de leurs réponses.

Enfin, il est important de signaler que Viadeo offre depuis 2012 aux entreprises la possibilité de se créer une page sur leur plateforme.

## Partenariat avec l'APEC

Parmi les partenariats de Viadeo, il nous paraît important d'évoquer le partenariat avec l'Association pour l'emploi des cadres (APEC). Depuis fin janvier 2010, il existe un lien entre les sites APEC et Viadeo. En conséquence, tout cadre qui identifie une offre intéressante sur le site de l'APEC, visualise ses contacts Viadeo travaillant dans l'entreprise qui a diffusé l'offre. Il pourra alors éventuellement entrer en contact avec eux pour se renseigner sur cette entreprise.



## LinkedIn, le leader mondial

En janvier 2015, 332 millions d'utilisateurs sont inscrits sur LinkedIn. Si 34 % de ses membres se trouvent aux États-Unis, LinkedIn s'internationalise de plus en plus. Nous pouvons notamment constater une augmentation significative du nombre de membres en France qui est de 8 millions en janvier 2015. Pour une recherche d'emploi ou bien une prise de contact aux États-Unis, LinkedIn s'avère donc incontournable.

Si vous souhaitez développer votre réseau professionnel en France, il paraît aujourd'hui intéressant de s'inscrire sur Viadeo et LinkedIn.

Autre précision sur les membres du réseau social : la forte représentativité des professionnels du secteur IT (4 millions d'utilisateurs) et des services financiers (2 millions). Nous ne reviendrons pas sur les usages de LinkedIn car ils sont similaires à ceux de Viadeo qui ont été décrits dans les pages précédentes.

LinkedIn vous offre la possibilité de disposer de fonctionnalités supplémentaires en devenant utilisateur payant.

### *Les fonctionnalités de LinkedIn*

Tout comme Viadeo, LinkedIn vous permet de créer une page pour votre entreprise. À titre d'exemple, voici la page du Groupe ESC Pau, école de commerce où Christophe et Samir sont professeurs vacataires :



LinkedIn | Type de compte : Basic | Souscrire 83

Accueil Profil Contacts Groupes Carrières Boîte de réception Entreprises Plus

Will Facebook Stock Rise? - Graph Search Ads could be a Gold mine for Facebr

 **Groupe ESC Pau**

Accueil Carrières Produit(s) Informations

**À propos de Groupe ESC Pau**

ESC Pau is a graduate business school located in Pau, France whose mission is to teach graduate students various different business disciplines such as finance, management and marketing. Its main distinction is its focus on industrial exposure while molding students to be the future of the evolving business scenario.

**Spécialités**  
Management, Marketing & Finance

<b>Site web</b> http://www.esc-pau.com	<b>Secteur</b> Enseignement supérieur	<b>Type</b> Établissement éducatif
<b>Taille de l'entreprise</b> 11-50 employés	<b>Fondée en</b> 1969	

Vous pouvez également faire partie de groupes afin de partager et d'échanger autour de vos centres d'intérêt professionnels avec les autres membres de ces groupes.

Voici par exemple, les groupes auxquels a adhéré Christophe dans LinkedIn :



### *Suivre les Actualités dans LinkedIn*

Cette fonctionnalité récente vous permet de suivre en direct dans votre compte LinkedIn une sélection d'actualités. Pour y accéder, il suffit de cliquer sur l'onglet « Pulse » puis sur « Actualités ».



### *Faites recommander vos compétences par vos contacts*

Avec LinkedIn, votre expertise peut être certifiée. En effet, vos contacts disposent d'une fonctionnalité pour recommander une ou plusieurs de vos

compétences. À titre d'exemple, nous pouvons lire sur le profil LinkedIn de Christophe des recommandations sur son expertise et ses compétences.

**Compétences et expertise**

Le plus de recommandations pour ses compétences en...

10	Community Management	[10 profile pictures]
10	Social Networking	[10 profile pictures]
4	Coaching	[4 profile pictures]
4	Social Media Marketing	[4 profile pictures]
4	Marketing	[4 profile pictures]
3	Social Media	[3 profile pictures]
3	Web 2.0	[3 profile pictures]
3	Web Marketing	[3 profile pictures]
2	Personal Branding	[2 profile pictures]
2	Marketing Strategy	[2 profile pictures]

Christophe connaît aussi...

2	Marketing Communications	2	Corporate Communications	2	Public Relations		
1	Self-marketing	1	Management	1	Digital Identity	1	French
1	Employer Branding						

Enfin, si vous souhaitez que votre profil apparaisse dans les moteurs de recherche n'oubliez pas de le rendre public et d'en contrôler le contenu !

Pour rendre votre profil public, cliquez sur « Profil » puis sur « Voir le profil ». Une fois arrivé sur la page de votre profil, cliquez ensuite sur l'onglet « Modifier ». Enfin, dans le menu déroulant, choisissez « Gérer les préférences du profil public ».

**Profil public**

Christophe, contrôlez comment vous apparaissez publiquement dans les résultats de recherche.

Personnalisez votre profil public  
Contrôlez comment vous apparaissez lorsque des gens vous recherchent sur Google, Yahoo!, Bing, etc.

Contenu du profil

- Rendre mon profil public visible à personne
- Rendre mon profil public visible à tout le monde

Informations de base

- Photo
- Titre du profil

## Google +, le réseau social de Google

Google + est le réseau social de Google et a été lancé en juillet 2011. Google+ dépasse aujourd'hui les 500 millions d'utilisateurs..

À l'heure où nous écrivons ces lignes, le réseau social de Google existe sous ce nom et sous cette forme. Google envisage néanmoins de fermer Google+ pour le scinder en plusieurs produits : Photos, Streams et Hangouts.

### *Les fonctionnalités de Google+*

Tout comme sur Facebook, vous pouvez créer un événement sur Google + et y inviter vos contacts ou vos cercles.

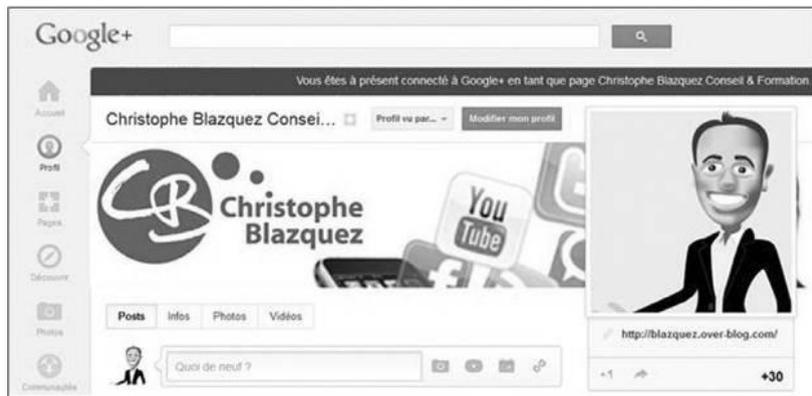
The screenshot shows the 'Créer un événement' (Create an event) form in Google+. At the top, there's a header with a video camera icon and a 'Modifier le thème' (Change theme) button. Below that is a text input for the event title, followed by a date and time selector. The date is set to 'mer. 30 janv. 2013' and the time to '19:00'. There's also a link to 'Ajouter une heure de fin' (Add end time) and a note about the time zone: 'heure de l'Europe centrale - Paris'. Below the date and time is a location field with a pin icon and the text 'Lieu (facultatif)'. There's also a 'Détails (facultatif)' (Optional details) field. At the bottom, there's a field to '+ Saisir les noms, cercles et adresses e-mail à inviter' (Add names, circles and email addresses to invite) with a person icon. Finally, there are two buttons: 'Inviter' (Invite) and 'Annuler' (Cancel).

Le système « Hangouts » de Google + offre la possibilité d'organiser un chat vidéo avec neuf de vos contacts. Ainsi, vous pouvez par exemple conduire avec cet outil des ateliers ou des séminaires en ligne (webinaires).

Autre exemple d'utilisation : vous pouvez annoncer des promotions exclusives à vos clients.

## DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Google + permet également de créer une page professionnelle pour son entreprise. Le principe de fonctionnement des pages Google + est sensiblement le même que celui des pages professionnelles Facebook (ou fan page). Le visuel de ces pages est très proche de celui des profils Google + comme le montre l'exemple de la page Google + de Christophe Blazquez Conseil & Formation ci-dessous :



Les communautés Google + que vous pouvez créer à partir de votre page professionnelle sont une opportunité de bâtir une communauté de personnes qui partagent les mêmes passions professionnelles que vous.

## Les autres réseaux sociaux professionnels

À côté des réseaux décrits précédemment, il existe des réseaux de niche qui peuvent servir vos objectifs professionnels. Nous pouvons notamment citer un réseau social dédié aux étudiants et jeunes diplômés en recherche d'un stage, d'une alternance ou d'un emploi : yupeek.



Il existe également un réseau social dédié à l'emploi qui réunit des recruteurs et des candidats. Il s'agit de Huzz.



Enfin, en fonction de votre secteur d'activité, vous trouverez les réseaux sociaux qui vous correspondent.

À titre d'exemple, si vous êtes dans la finance, il existe peopleinfinance un réseau social dédié aux professionnels de la finance.



### **Christophe, génération X**

Je suis présent sur Facebook depuis septembre 2007. À cette époque, je n'imaginai pas un instant pouvoir y faire du recrutement un jour ! La situation a bien évolué depuis. Je suis inscrit sur LinkedIn depuis fin 2004. Je constate aujourd'hui que ce réseau compte de plus en plus d'utilisateurs français. En même temps, il conserve le côté très qualitatif que je lui connais depuis l'origine. En effet, on y retrouve un grand nombre de dirigeants, de top managers et d'experts.



### **Samir, génération Y**

Je suis utilisateur des réseaux sociaux professionnels car une présence sur ces outils est devenue inéluctable. J'ai une préférence pour LinkedIn et Viadeo car ils m'apportent un retour sur investissement. En effet, j'aime utiliser les autres réseaux sociaux professionnels en fonction des besoins de mes clients. À titre personnel, je n'aime pas trop être connecté sur les réseaux sociaux car on peut vite y devenir accro. Attention, trop naviguer sur ces réseaux sociaux vous fait perdre de la productivité et de la lucidité !

### ***Témoignage d'un expert***

**Fabrice Landois**, Responsable du développement des activités « médias sociaux » @APEC (Association Pour l'Emploi des Cadres). Consultant en marketing stratégique RH et médias sociaux, enseignant recrutement et valorisation du capital humain.

« L'utilisation des médias sociaux pour la recherche d'emploi et la gestion de carrière est une évolution logique du développement des usages sociaux par le plus grand nombre.

Évolution tout d'abord économique : l'emploi est un enjeu majeur dans tous les pays du monde. C'est un marché solvable car les utilisateurs (candidats et recruteurs) sont prêts à acheter des abonnements « premium » pour obtenir des fonctionnalités leur permettant de faire aboutir leur recherche.

Évolution technologique : les fonctionnalités de présentation, partage, commentaire, discussion et localisation entrent de plus en plus dans les pratiques du recrutement. Mais les évolutions techniques se développent plus vite que les usages des utilisateurs.

On pourrait aussi développer les évolutions sociologiques et politiques qui démontrent l'intérêt que les réseaux sociaux peuvent apporter au marché de l'emploi.

L'APEC ([www.apec.fr](http://www.apec.fr)) s'est intéressée très tôt au développement des réseaux sociaux dans un objectif d'emploi. Dès 2008 nous avons été les pionniers dans la négociation d'un accord avec LinkedIn. Cette alliance permettait la création d'une plateforme entre les offres d'emploi d'un job-board et un réseau social pour répondre aux questions : qui,

dans mon réseau travaille dans l'entreprise qui diffuse cette offre ? Qui, dans mon réseau, travaille dans le même secteur d'activité que l'entreprise qui diffuse cette offre ? Cette fonctionnalité permet d'entrer en contact avec les personnes de son réseau pour obtenir des informations sur l'entreprise, le poste, les missions et qualifier sa candidature. En 2010 nous avons signé un partenariat similaire avec Viadeo.

Nous avons créé à cette époque des ateliers que nous réalisons dans les centres APEC pour familiariser nos clients cadres et jeunes diplômés à l'utilisation des réseaux sociaux et surtout à la démarche réseau : comment créer un profil, comment entrer en contact avec un informateur potentiel, comment faire de la veille...

Le constat que l'on peut faire après plus de 5 ans d'expérience est que l'utilisation des job-board et des réseaux sociaux est complémentaire et nécessite que les utilisateurs (candidats et recruteurs) entrent dans une démarche de multicanal, l'intérêt commun étant de pouvoir se retrouver à un moment sur une même plateforme.

L'avantage d'une présence sur différents supports est de pouvoir être visible par le plus grand nombre et donc de provoquer des opportunités. Pour cela il faut avoir une communication uniforme (image et contenu rédactionnel) et permettre aux lecteurs de naviguer vers toutes vos présentations en un minimum de clic.

Un autre intérêt est que toutes vos « cibles » ne sont peut-être pas sur le même réseau. Il est donc important de constituer des groupes de contacts complémentaires en fonction des réseaux sociaux.

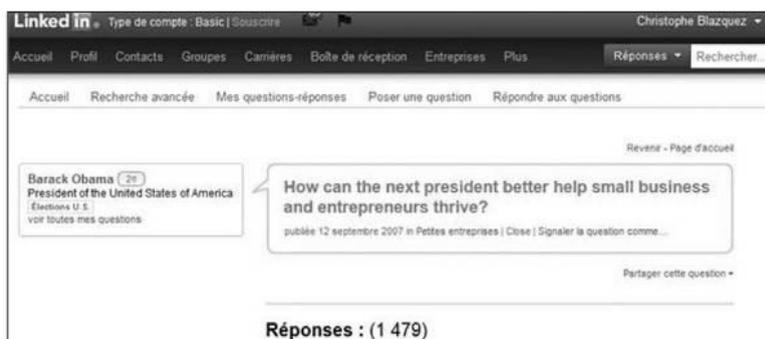
Et surtout il faut être "consom'acteur" sur les réseaux sociaux. C'est encore un point de rapprochement entre la démarche de recherche d'emploi et de gestion de carrière et l'utilisation des réseaux sociaux : il faut être pro-actif ! »

## Cas pratique : Élection présidentielle de Barack Obama en 2012

À l'instar de Viadeo, LinkedIn propose un système de Questions-Réponses.



Lors de sa campagne électorale 2012, Barack Obama a utilisé cette fonctionnalité de LinkedIn pour demander aux membres du réseau ce qu'il pouvait faire pour aider les PME américaines :



Cette consultation des entreprises américaines par l'intermédiaire des réseaux sociaux lui a permis d'obtenir l'image d'un président de « proximité ».

Grâce à son utilisation avant-gardiste de LinkedIn et des médias sociaux, Barack Obama a gagné l'opinion publique et professionnelle.

## Chapitre 6

# Prendre la parole *via* les outils de diffusion

Avec l'apparition du Web 2.0, les outils de publication de contenus se sont multipliés. En outre, ils sont simples d'utilisation et vous pouvez diffuser du contenu sur Internet en quelques clics. Parmi les premiers outils qui ont vu le jour, nous pouvons citer les forums sur Internet. En 2003/2004 sont apparus les premiers blogs professionnels en France. Puis, en 2006 il y a eu l'arrivée de Twitter, plateforme de référence en matière de microblogging.

Quelle utilisation peut-on faire de ces outils afin de valoriser son identité numérique professionnelle ? Nous répondrons à cette question tout au long de ce chapitre.

### *Les forums de professionnels*

Les forums sont des sites Internet d'entraide entre professionnels sur des sujets techniques. Bien que les forums existent depuis de nombreuses années, ils restent très populaires dans certains milieux. C'est le cas par exemple pour l'informatique. Accédez au forum des professionnels en informatique

en tapant [www.developpez.com](http://www.developpez.com). Vous pourrez échanger sur les systèmes, le développement, les logiciels, les langages... Enfin, ce forum propose des thèmes de discussion sur l'emploi et la formation dans ce domaine.



## Un blog comme « quartier général » sur le Net

Les premiers blogs professionnels sont apparus en France dès 2003. Il existe aujourd'hui de nombreuses plateformes gratuites ou payantes qui vous permettent d'ouvrir un blog en quelques minutes puis de l'alimenter. Vous souhaitez mettre en place un blog professionnel ? C'est sans doute pour être lu et attirer ainsi des internautes. En effet, tenir un blog qui ne rencontre pas son lectorat ne présente pas un grand intérêt. De nombreux blogs voient régulièrement le jour sur la toile. Pourtant, peu de blogs professionnels parviennent à émerger dans la blogosphère\*. Quels sont donc les ingrédients qui feront le succès de votre blog ?

### Adoptez une ligne éditoriale

Tout d'abord, il est indispensable de définir une ligne éditoriale. Quels sont les thèmes et les sujets qui gravitent dans mon univers professionnel et que je vais traiter dans mon blog ?



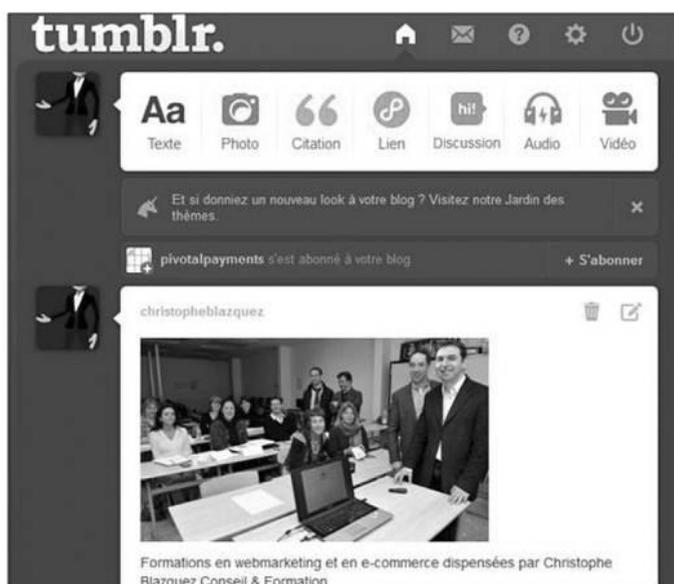
Avant de démarrer, il est également utile de s'interroger sur la fréquence à laquelle nous allons diffuser de l'information. Ainsi, nous donnerons rendez-vous à nos lecteurs de façon régulière. La difficulté principale, lorsque nous tenons un blog, est de réussir à tenir la cadence sur le long terme. De nombreux blogs ne sont plus alimentés au bout de quelques mois. Il est fondamental de définir une périodicité et de s'y tenir. « Je pense qu'il faut au moins publier un billet par semaine sur son blog » conseille Christophe qui a créé un blog éponyme en 2005.

À titre d'exemple, Éric Delcroix, un blogueur lillois qui partage les mêmes centres d'intérêt que Christophe, suit une ligne éditoriale qui s'exprime au travers de son nuage de mots-clés (voir page ci-contre). Le blog d'Éric Delcroix s'appelle « les z'ed ».

## Variez les contenus

Une fois votre blog créé, votre plateforme vous permet de diffuser très simplement différentes sortes de contenus. En effet, vous pouvez diffuser des articles mais aussi des liens vers des articles provenant d'autres supports. De plus, vous avez également la possibilité de publier des photos, des vidéos et même des enregistrements audio.

Pour illustrer nos propos, nous voyons sur la partie administrateur du Tumblr de Christophe que tous ses contenus peuvent être mis en ligne *via* cette plateforme gratuite de blogs en quelques clics.



## Créez du contenu de qualité

En premier lieu, un moyen intéressant de créer du contenu de qualité pour votre blog est d'utiliser le guest blogging. Il s'agit d'une pratique qui consiste à ouvrir vos colonnes à d'autres blogueurs, professionnels ou bien auteurs qui partagent les mêmes centres d'intérêt que vous. Cela démontrera votre ouverture d'esprit et vos lecteurs apprécieront de lire d'autres contributeurs.

Par exemple, Christophe a diffusé un article écrit exclusivement pour son blog par Kevin W. Grossman, un auteur à succès américain dans les domaines du marketing et des ressources humaines. Cet article a été apprécié des lecteurs de Christophe Blazquez Blog qui l'ont largement relayé et partagé sur leurs propres supports.

En second lieu, les how to sont un autre levier permettant de produire du contenu qui intéressera vos lecteurs. Il s'agit en fait de décrire de manière concrète et explicative une thématique. Nous pouvons prendre comme exemple « Comment créer sa page Facebook ».

En troisième lieu, nous vous conseillons également de réaliser des interviews de professionnels dans votre univers métier et secteur d'activité. Cela apportera du contenu à valeur ajoutée à votre blog.

Vous apporterez ainsi des points de vue et des éclairages complémentaires sur des sujets professionnels qui intéressent vos lecteurs.

Comme vous l'aurez remarqué, des qualités rédactionnelles sont requises afin de créer du contenu de qualité pour votre blog professionnel. De plus, il faudra y consacrer du temps et cela peut très rapidement s'avérer chronophage. Il est alors important de mettre en place un planning de diffusion pour vous aider à gérer votre temps.

Enfin, il ne faut pas oublier de partager les articles de votre blog sur vos autres médias sociaux. À l'image de l'hébergeur du blog de Christophe, la plupart intègrent automatiquement des boutons de partage sous les articles.



Vos articles se propageront ainsi grâce à un bouche-à-oreille effectué par vos lecteurs. Plus vos articles seront relayés, plus vous développerez la visibilité de vos publications sur Google. En conséquence, vous améliorerez le référencement de vos articles. L'utilisation des médias sociaux comme levier pour optimiser le référencement est le SMO (Social Media Optimization).

## *Tirer parti des usages professionnels de Twitter*

Twitter est une plateforme de microblogging\* qui a vu le jour en 2006. Elle compte plus de 500 millions d'utilisateurs. En France, il y a plus de 5 millions d'inscrits sur Twitter. Twitter propose à ses utilisateurs de diffuser de l'information, via Internet, sous forme de messages courts de 140 caractères, appelés Tweets. Cette plateforme permet de se créer une liste d'abonnés appelés followers, qui suivront vos activités en temps réel.

### **Créer un compte Twitter**

Nous avons vu, dans le chapitre 4, comment procéder afin de rédiger une biographie optimisée à insérer dans votre profil. Il est important de noter que, en ce qui concerne Twitter, la partie réservée à votre présentation professionnelle est très réduite et doit se faire en 160 caractères maximum.

Votre photo de profil ainsi que le fond d'écran doivent être choisis avec soin. Ils doivent refléter votre activité et servir votre image de marque. Le nom d'utilisateur (*username*) doit être sélectionné de manière précise. Il doit idéalement comporter votre nom et/ou celui de votre entreprise. Le choix du nom aura un impact sur le référencement de votre compte Twitter.

## Les utilisations professionnelles de Twitter

Sur le plan professionnel, Twitter peut vous être utile dans différents domaines : communication, marketing, commercial, ressources humaines...

Twitter est intéressant pour :

- travailler votre réputation en ligne/votre image de marque ;
- trouver de nouveaux clients et les fidéliser ;
- gérer la relation client ;
- trouver des fournisseurs, des partenaires, des collaborateurs ;
- effectuer une veille ;
- travailler votre marque employeur ;
- travailler le référencement de vos contenus sur Internet ;
- ...

En fonction de votre stratégie et de vos objectifs sur le Web, vous devez définir quels usages prioritaires vous souhaitez mettre en œuvre dans Twitter. Par exemple, vous pouvez décider d'être présent sur Twitter uniquement pour y effectuer une veille sur votre environnement professionnel (concurrents, produits, marché, positionnement...), ou bien, vous pouvez être présent sur Twitter de façon plus active en choisissant d'utiliser Twitter pour engager des conversations avec vos prospects et clients.

## Les fonctionnalités de Twitter

### *Suivre des comptes Twitter qui parlent de votre secteur d'activité*

À titre d'exemple, si vous saisissez « logistique » dans le moteur de recherche de Twitter, vous obtenez une liste de comptes qui s'intéressent à la logistique. Les premiers résultats de cette requête sont les suivants (voir ci-contre).



Ainsi, en quelques clics, vous pouvez vous abonner aux comptes qui traitent de l'actualité de votre secteur d'activité.

*Effectuer des recherches sur des thématiques professionnelles : le hashtag\* de Twitter*

Le hashtag est le symbole # suivi d'un ou de plusieurs mots-clés. Il permet d'isoler un thème professionnel précis. Si vous entrez par exemple dans le moteur de recherche de Twitter « #identité numérique », vous obtenez les Tweets suivants, du plus récent au plus ancien (voir page suivante).

Results for #identité numérique 

**Tweets** Top / All / People you follow

 **christophe blazquez** @c\_blazquez 9m  
#Identité #numérique : formation complète en ligne : 7 modules avec conseils et dossier via @netpublic ow.ly/FTG1b RT @Pole\_Doc  
[Expand](#)

 **Madison Com France** @ComMadison 4h  
Se construire une #identité numérique cohérente | @scoopit via @ValThuillier sco.lt/8VNXBh  
[View summary](#)

 **idcarrieres\_mp** @idcarrieres 3 Apr  
RT @youseemii: Se construire une #identité numérique cohérente bit.ly/11CLUYM via @WebmarketingCOM  
[Expand](#)

**Se construire une identité numérique cohérente**

Dans un contexte où des anonymes deviennent des stars grâce à leur visibilité sur le net (podcast etc), il est impératif de soigner ses interventions en amont, et de contrôler les interactions avec...



 Webmarketing & co'm @WebmarketingCOM · Follow

 **Géraldine Zanolli** @illonage 2 Apr  
Se construire une #identité numérique cohérente  
[#Webmarketing webmarketing-com.com/2013/04/02/201...](#)

### *Marquer comme favori les Tweets qui vous intéressent*

Avec Twitter, vous avez la possibilité de marquer comme favoris les Tweets qui ont particulièrement retenu votre attention et que vous souhaitez pouvoir retrouver facilement dans le futur. Cette fonctionnalité de Twitter est particulièrement utile dans le cadre d'une démarche de veille active. Cette option s'appelle « Favoris » et se trouve sur la page d'accueil de votre compte Twitter.

Voici les derniers Tweets marqués comme favoris par Christophe :

**Favorites**



**christophe blazquez** @c\_blazquez 23h

Gestion de crise: quand les réseaux sociaux sortent les entreprises de leur tour d'ivoire... fr.slideshare.net/NadSerai/gesti...  
#BadBuzz #communication

Expand



**christophe blazquez** @c\_blazquez 23 Mar

Lancement de l'application web dédiée à votre e-réputation sco.lt/4j5FoH #IdentitéNumérique #e\_réputation RT @MelleLady

View summary



**christophe blazquez** @c\_blazquez 15 Mar

La visibilité des universités sur internet by @batier on @slideshare slideshare.net/batier/la-visi... RT @Htribet

View media

### Créer vos listes

Twitter vous permet de paramétrer des listes qui incluent les twittos (utilisateurs de Twitter) que vous voulez isoler sur un sujet professionnel particulier. De cette manière, vous ne verrez, à partir de ces listes, que les Tweets des comptes que vous avez rattachés à votre liste. Christophe a notamment créé des listes sur son compte Twitter qui lui permettent de suivre des Tweets sur des thèmes professionnels ciblés.

**Lists** Subscribed to / Member of Create list

**pédagogie 2.0** by christophe blazquez 

2 members

**marketing rh** by christophe blazquez 

1 member

**Réseaux sociaux** by christophe blazquez 

Actualités sur les réseaux sociaux

3 members

**webmarketing** by christophe blazquez 

6 members

**Veille** by christophe blazquez 

Veille informative et marketing

6 members

**Social media** by christophe blazquez 

Actualités medias sociaux

7 members

## Retweeter les Tweets à valeur ajoutée

En utilisant la fonction Retweeter de Twitter (RT), vous relayez des Tweets diffusés par d'autres professionnels et qui conduisent vers des contenus à forte valeur ajoutée pour vos abonnés. L'intérêt principal est de renvoyer vers des articles en rapport avec vos centres d'intérêt professionnels. Vous effectuez, en même temps, un travail sur les mots-clés de votre univers professionnel qui renforcent votre visibilité afin d'être identifié *via* le moteur de recherche propre à Twitter.

À titre d'exemple, voici des Tweets publiés par Christophe et qui utilisent le Retweet (RT) :



## Les mentions

En ajoutant un « @ » devant un nom d'utilisateur de Twitter, vous le mentionnez de manière publique dans Twitter. C'est un moyen de s'adresser directement à un professionnel ou bien à une entreprise.

La mention est une des techniques qui peut être employée dans Twitter pour entrer en relation avec un contact potentiel (prospect, client, partenaire, fournisseur, candidat...). Vous attirerez d'autant plus son attention avec un Tweet rédigé de façon pertinente et ciblée. La mention vous permet également d'engager une conversation publique dans Twitter.



### *Les directs messages*

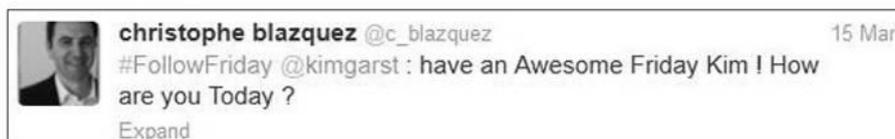
À l'inverse de la mention, le *direct message* (DM) vous donne la possibilité d'échanger de manière privée avec un interlocuteur dans Twitter. Pour envoyer un *direct message*, vous devez cliquer sur l'enveloppe située à droite juste en dessous de votre biographie.

### Les usages propres à Twitter

Chaque média social dispose de ses propres usages et coutumes. Il est donc important d'adapter son comportement et sa communication en fonction des habitudes des utilisateurs d'une plateforme sociale. En ce qui concerne Twitter, les inscrits du site de microblogging ont pour habitude d'utiliser régulièrement le *hashtag* Twitter (#). Il permet de mettre l'accent sur un mot-clé. Pensez à utiliser le *hashtag* afin de renforcer la portée de vos Tweets sur les mots-clés en rapport avec votre univers et votre cible professionnelle. Il faut également être régulier dans l'utilisation de vos mots-clés afin de travailler la cohérence d'ensemble de votre compte Twitter.

Le vendredi est le jour de la semaine où l'on tweete le plus. Il s'agit du jour du *Follow Friday*. Cet usage, spécifique à Twitter, consiste à recommander à vos abonnés un ou plusieurs comptes Twitter. C'est un procédé très utile pour développer votre réseau professionnel dans Twitter.

Il vous faut, pour effectuer des recommandations le vendredi, utiliser le *hashtag* « #FollowFriday » ou le *hashtag* « #FF » et le faire suivre du ou des noms d'utilisateurs de votre choix. Pour illustrer le principe du *Follow Friday*, voici un exemple de Tweet :



Les tendances sont les dix sujets dont on parle le plus à un instant donné sur Twitter. Ces tendances peuvent être paramétrées par pays. Si l'une des tendances concerne un sujet relié à votre activité, surfez l'actualité en utilisant ce mot-clé. Par exemple, « #emploi » apparaît régulièrement dans les tendances France.

## Devenez une « Twitter rockstar » !

Si vous souhaitez devenir une « Twitter rockstar » c'est-à-dire développer votre compte Twitter de manière quantitative mais aussi qualitative, nous vous conseillons d'adopter les bonnes pratiques suivantes :

- Twitez régulièrement sur votre domaine d'expertise.
- Créez et publiez du contenu à forte valeur ajoutée pour votre communauté professionnelle.
- Relayez les Tweets des influenceurs de votre métier.
- Partagez votre veille.
- Répondez systématiquement aux mentions.
- Adoptez les usages de Twitter.

Enfin, repérez les moments de la semaine et de la journée où votre audience professionnelle est le plus présente sur Twitter. Cela vous évitera de parler dans le vide !



### ***Christophe, génération X***

Les outils de blogging et de microblogging ont été pour moi des leviers indispensables pour développer ma communauté professionnelle en ligne. En effet, mon blog attire environ 3 000 visiteurs par mois. Quant à Twitter, il m'a permis de nouer de nombreux contacts professionnels autour de mes centres d'intérêt. Ces outils me permettent de fédérer des milliers d'internautes autour de mon nom qui est également devenu ma marque.



### ***Samir, génération Y***

Les blogs et les microblogging sont très intéressants lorsque nous avons défini une stratégie précise. Beaucoup utilisent ces outils pour raconter leurs vies ou encore discuter avec leurs amis. N'oubliez pas que ces outils sont très bien référencés et que le contenu publié est public. Ce que vos amis peuvent voir, vos collaborateurs peuvent aussi l'apercevoir et encore plus les recruteurs et employeurs ! Par ailleurs, créer un support ne signifie pas spécialement obtenir un retour sur investissement immédiat. En effet, 70 % des blogs ne sont pas lus sur Internet : pourquoi perdre du temps s'il n'y a aucun retour sur investissement (opportunité, réseau, lectorat...) ? Écrire un blog, fédérer autour de celui-ci est un véritable projet qui peut vite devenir votre métier...

### ***Témoignage d'une experte***

**Isabelle Clément**, chef de projet Web, community manager (<http://thesocialguideline.wordpress.com>).

#### **En quoi un blog professionnel est-il un avantage concurrentiel pour vos activités ?**

Un blog professionnel est l'occasion pour tout un chacun de mettre en avant son expertise tout en jouant sur l'actualité de son domaine. Un moyen de se démarquer tant par sa veille que par ses textes mettant en avant ses points forts. Le point important avant toute création de blog est d'avoir tracé en amont les grandes lignes directrices de son blog. Pourquoi le créer ? Dans quel objectif ? Avec quels moyens ? Qu'est ce qui va différencier votre blog des autres dans le même secteur ?

#### **Quels sont vos conseils afin qu'un blog professionnel se distingue des autres ?**

Pour qu'un blog se distingue des autres, il me semble avant tout important de faire un benchmark pour savoir ce qui existe déjà dans votre domaine d'expertise. Faire un énième blog sur un même thème sans réelle valeur ajoutée n'a aucun réel intérêt. Il faut trouver une valeur ajoutée, un ton différent, une analyse pertinente et qui se démarque. Un bon blogueur sait également susciter l'intérêt d'autres blogueurs qui peuvent, le temps d'un article, venir apporter leur pierre à l'édifice.

#### **Quels sont les outils complémentaires que vous utilisez avec votre blog ? Pourquoi ?**

Pour alimenter mon blog très régulièrement et coller au plus près de l'actualité, je me sers de la curation. J'utilise pour cela l'outil Scoop.it ! pour lequel j'ai une petite préférence. J'ai plusieurs topics dans les domaines qui m'intéressent (le community management, les médias sociaux, le marketing et la relation client) et en fonction de leur intérêt, je les intègre ou non sur mon blog. Ce qui me permet également d'alimenter un nouvel article, le cas échéant.

Mon sujet de prédilection étant le community management, je suis très présente sur les principaux médias sociaux, ce qui me sert également à suivre l'actualité de mon cœur de métier et à confronter mes opinions avec celles de mes pairs. Ce qui peut permettre de créer le

débat et donc l'interactivité. Je profite également de mes différents profils pour y indiquer l'adresse de mon blog afin de renforcer son audience.

**Pourriez-vous nous en dire plus sur la stratégie à adopter afin qu'un blog ait du succès ?**

Je ne prétends pas connaître la « recette » idéale. Néanmoins, d'après moi, pour qu'un blog ait du succès, il faut qu'il parle d'un sujet qui intéresse un public de « masse ». Plus le public est large et plus on augmente son audience potentielle. Cependant le risque est de se retrouver noyé dans la nuée de blogs qui sont déjà en place, c'est pourquoi il faut impérativement y trouver une valeur ajoutée (un regard différent sur l'actu, un ton décalé, une vision originale, etc.). Bref, un élément qui rendra votre blog plus intéressant qu'un autre sur le même sujet.

Il me semble également indispensable de rédiger des billets qui suscitent la discussion et donc les commentaires, créant ainsi une interactivité et de la visibilité.

Faire intervenir d'autres experts sur une thématique donnée me semble également très pertinent, cela permet d'augmenter l'audience de sa cible.

Une autre bonne astuce également, penser au netlinking (soit échange de liens) sur son blog. Par exemple, vous faites intervenir un expert et vous citez son blog, en retour celui-ci pourra également mentionner le vôtre sur son propre blog. C'est un rapport gagnant/gagnant !

Enfin, il faut également penser référencement (naturel dans un premier temps car les blogueurs n'ont pas forcément les finances pour du référencement payant) ! Il est judicieux d'utiliser les bons mots-clés pour être bien référencé et se faire connaître !

## Cas pratique: Michelle Blanc, une Twitter rockstar!

Michelle Blanc, experte en marketing et stratégie Internet, utilise Twitter depuis plusieurs années de manière optimale. Ainsi, la maîtrise des fonctionnalités et usages professionnels de Twitter décrits précédemment lui permet d'obtenir des résultats en termes qualitatif et quantitatif.



Pour se différencier, Michelle Blanc fait preuve d'originalité et de technique en utilisant le hashtag « #Vendrediheureux » pour décrire son activité du vendredi. Voici une manière de s'approprier les usages spécifiques de Twitter. Ainsi, elle améliore sa visibilité à travers cette touche personnelle. En étant active le jour du « #FollowFriday », elle bénéficie du fort trafic de Twitter le vendredi.





## Chapitre 7

# Le CV 2.0 : vers la fin du CV papier ?

### *Le CV 2.0*

Le CV traditionnel répond de moins en moins aux attentes des employeurs. Les besoins en recrutement des entreprises n'étant pas anticipés, les processus de recrutement sont en train de subir une véritable révolution. Les entreprises ne recherchent plus uniquement un profil type ayant un diplôme, un niveau d'expérience ou encore des compétences. En effet, leurs besoins s'étendent maintenant à la culture d'entreprise, à un type de personnalité et à une certaine pluridisciplinarité des candidats.

Le chômage touchant fortement les seniors et les jeunes diplômés, l'offre est de ce fait plus importante que la demande. Pourquoi les entreprises se plaignent-elles de ne pas trouver les bons profils ? Certains répondront que leurs processus de recrutement sont obsolètes, trop lourds ou encore trop exigeants. D'autres diront que les nouvelles méthodes d'embauche sont trop drastiques pour les jeunes diplômés qui eux recherchent de plus en plus un certain confort de travail et de la stabilité.

Parmi cet amas de candidats, vous devez vous démarquer afin que les employeurs vous distinguent de vos concurrents. Pour cela, il est conseillé de créer des comptes sur les réseaux sociaux professionnels, d'utiliser les réseaux sociaux généralistes ou même d'utiliser des outils afin de réaliser un CV dans l'air du temps : le CV 2.0.

Cette nouvelle génération de CV permet d'intégrer les prérequis d'un CV classique mais aussi de vous vendre de façon plus innovante. Grâce à votre CV 2.0, les recruteurs pourront explorer votre personnalité, vous pourrez laisser parler votre créativité mais aussi démontrer votre savoir-faire et votre expertise.

### Qu'est-ce qu'un CV 2.0 ?

C'est une version numérique du CV classique qui a vu le jour grâce aux NTIC et plus particulièrement au Web 2.0. Un CV 2.0 est moins codifié ou formel qu'un CV classique car il fait appel à plusieurs supports. Votre talent créatif, votre personnalité ainsi que votre expérience professionnelle composeront votre CV 2.0. Ce dernier peut être proche d'un CV papier ou encore être un blog professionnel, un site Internet ou une vidéo... C'est tout simplement une retranscription de vos compétences de savoir, de savoir-faire et de savoir-être. Souvent, il complète vos profils de réseaux sociaux.

Grâce à un CV 2.0, votre visibilité sur Internet ne pourra qu'être améliorée car les outils utilisés sont principalement très bien référencés sur les moteurs de recherche. Nous parlons de CV interactif car il pourra être associé à tous vos outils.

En outre, un CV 2.0 peut aussi vous faire gagner beaucoup de temps. En effet, des plateformes très intuitives comme Doyoubuzz ou encore MonCV.com vous permettent d'importer votre CV (au format de votre choix) ou encore de le diffuser sur les plateformes d'emploi en un clic (cadre-emploi.com, erecrut.com, topannonces.fr)...

Nous allons maintenant vous présenter toutes les méthodes, outils ou supports qui vous aideront à l'élaboration de votre CV 2.0. À travers des exemples et des témoignages, vous pourrez choisir votre plateforme pour le réaliser à votre guise.

## *Réaliser votre CV 2.0 en quelques clics grâce aux plateformes automatiques*

Les plateformes automatiques comme Doyoubuzz.com ou Moncv.com sont faciles d'utilisation et ne demandent pas un grand niveau de programmation. Bien au contraire, elles proposent de réaliser votre CV 2.0 en quelques clics, de choisir votre design et vous donnent même la possibilité d'importer votre CV aux formats PDF ou Word.

Grâce à ces plateformes, vous bénéficierez d'une adresse URL [www.doyoubuzz.com/prenom-nom](http://www.doyoubuzz.com/prenom-nom) ou encore [www.moncv.com/prenom-nom](http://www.moncv.com/prenom-nom) qui pourront être communiquées. Ces deux sites sont les plus populaires, les plus stables et disposent des meilleurs référencement.

### **Doyoubuzz**

Doyoubuzz est une société spécialisée dans les technologies de création, de diffusion et de gestion de CV sur le Web. C'est le leader du CV en ligne en France avec près de 400 000 utilisateurs. Son fondateur, Ludovic Simon, a décidé de créer Doyoubuzz à 25 ans lorsqu'il s'est aperçu que les utilisateurs de Viadeo et de LinkedIn continuaient à faire leur CV sur Word. Doyoubuzz propose une version gratuite très complète mais aussi une version payante qui vous permet de connaître les utilisateurs qui ont consulté votre CV.

Créer son profil sur Doyoubuzz est très simple :

Après vous être rendu sur [www.doyoubuzz.com](http://www.doyoubuzz.com), cliquer en haut à droite sur « Inscription ».



## DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Trois possibilités d'enregistrement s'offrent alors à vous :

- Vous enregistrer à partir de votre compte Facebook : n'oubliez pas qu'un compte Facebook demande un certain sérieux et une stratégie dûment élaborée afin de ne pas entacher votre identité numérique professionnelle.
- Créer votre compte à partir Viadeo : un moyen simple et efficace étant donné que Doyoubuzz va automatiquement importer votre contenu Viadeo. Il ne vous restera plus qu'à travailler la forme.
- Choisir d'utiliser un nom d'utilisateur et une adresse e-mail.



The image shows a registration interface with two main options at the top: 'Connexion Facebook' (with a Facebook 'f' icon) and 'Connexion Viadeo' (with a Viadeo 'V' icon). Below these is a separator 'OU'. Underneath, there is a section titled 'Inscription par email' containing two input fields: 'Votre email' and a password field with dots. A 'Créer mon CV' button is located at the bottom of this section.

Pour utiliser Facebook ou Viadeo, il vous suffit d'accepter que Doyoubuzz devienne une application Facebook ou qu'il s'intègre à votre Viadeo.

Sur Facebook :

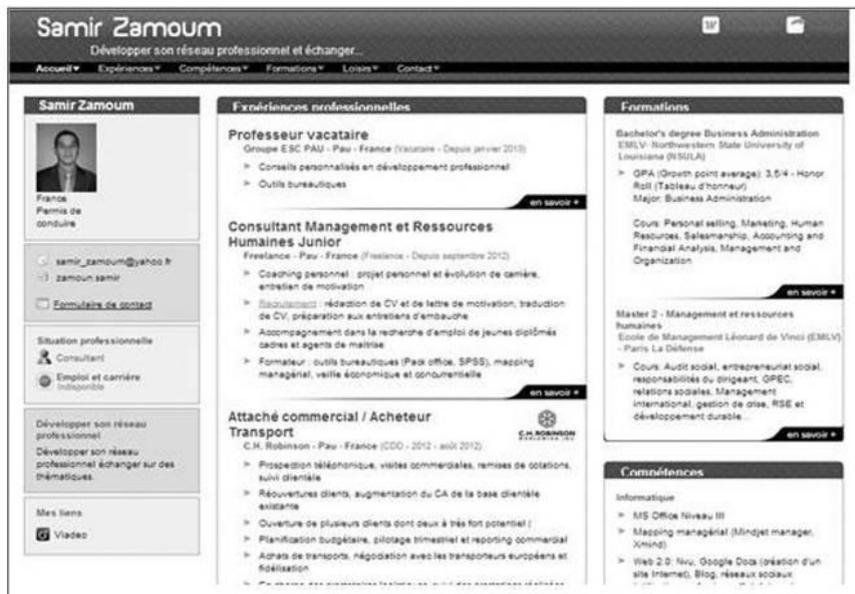


Sur Videoo :



Une fois cette opération d'enregistrement effectuée, il ne vous reste plus qu'à choisir votre design et à activer votre CV en ligne. Doyoubuzz ne requiert aucune connaissance. Il est très intuitif car la conception de votre CV 2.0 se fera par étapes.

Voici le CV 2.0 Doyoubuzz de Samir. Vous pouvez y voir les différentes expériences qu'il a eues, sa formation, mais aussi à gauche les informations le concernant. En haut à droite, le recruteur a la possibilité d'extraire son CV au format Word s'il le souhaite ou encore de le partager. Samir n'a mis que son profil Viadeo en lien externe contrairement à Christophe qui dispose d'une multitude d'outils.



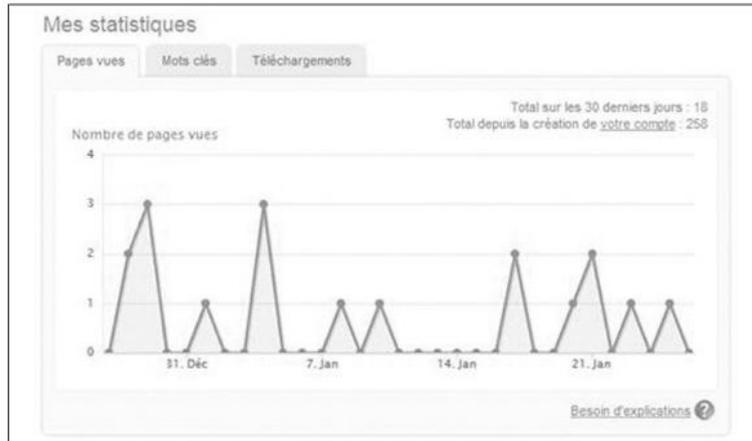
Le CV Doyoubuzz de Christophe (voir page suivante) dispose aussi de liens vidéo ce qui est très attractif ! N'hésitez pas à y intégrer vos vidéos ou CV vidéo.



## Astuce

Doyoubuzz est un outil d'évaluation et un avantage concurrentiel lors d'un processus de recrutement. Samir peut en témoigner : « *Sur la version gratuite, même si vous ne pouvez pas connaître la personne qui a consulté votre profil, vous bénéficiez tout de même de statistiques datées. Ainsi, lorsque j'étais sur le point d'être recruté, j'avais uniquement donné à Christophe et à l'entreprise mon lien Doyoubuzz. Je me souviens avoir suivi au fil des différentes étapes de recrutement les consultations de mon CV. Lorsque j'avais un pic de consultation de plus de 6 visites par jour, alors je savais que le processus de décision s'effectuait. N'hésitez pas à reproduire cette approche car elle vous permet de préparer avec plus de sérénité vos entretiens potentiels. Grâce à cela, vous pouvez également relancer votre recruteur ou le contacter au bon moment afin de marquer des points par rapport à vos concurrents !* »

Pour accéder à vos statistiques, connectez-vous sur Doyoubuzz et rendez-vous sur votre page d'accueil :



Les personnes qui bénéficient d'un compte premium pourront voir les téléchargements, les personnes du réseau Doyoubuzz qui leur ont rendu visite et enfin les différents mots-clés.

## MonCV.com

MonCV.com est aujourd'hui l'un des leaders français de la création et de la diffusion de CV en ligne. Cette plateforme est composée de plus de 175 000 utilisateurs. MonCV.com a été créé par Jérôme Calot et Guillaume Limare afin de limiter les inégalités dans les candidatures.

C'est une plateforme 2.0 qui vous donnera aussi des conseils dans la réalisation de vos lettres de motivation, qui met à votre disposition des fiches métiers mais aussi des portails pour rechercher des annonces d'emploi. La stratégie de ce site est moins axée CV 2.0 contrairement à Doyoubuzz. Elle a un objectif d'aide à l'emploi au sens large.

Ce site, très complet, plaira aux personnes qui auront besoin de conseils pour leur projet professionnel. Votre CV sera plus classique et sa création moins intuitive. À vous de choisir l'outil qui vous convient ou d'utiliser les deux !

Voici un exemple de CV 2.0 sur MonCV.com :



## *Les sites Internet ou blogs professionnels*

### **Le site Internet comme CV 2.0**

La création d'un site Internet avec un nom de domaine du type [www.prenomnom.com](http://www.prenomnom.com) est aussi une forme de CV 2.0 très efficace. Contrairement aux plateformes de CV 2.0, elle vous permet de bénéficier d'une liberté totale. Néanmoins, créer un site Internet demande un certain savoir-faire. Par ailleurs, vous devez le référencer correctement pour qu'il atteigne le haut des pages des moteurs de recherche.

Il sera difficile de lutter contre les plateformes de CV ou les réseaux sociaux en ce qui concerne le référencement. Si vous avez le savoir-faire n'hésitez pas à le faire car le résultat n'en sera que meilleur.

Quelle est la solution si vous ne savez pas créer un site Internet ?

Tout le monde n'est pas développeur, programmeur ou encore webmaster. Pour les néophytes, nous vous proposons de créer un blog professionnel. L'avantage d'un blog est simple, il vous suffit de vous enregistrer et de

poster ; le référencement se fera automatiquement avec des plateformes de blogs connues comme Overblog ou Wordpress.com

## *Le CV vidéo : une idée hollywoodienne !*

### Les plateformes spécialisées

Pourquoi ne pas prendre votre caméra ou appareil photo numérique afin de réaliser un CV vidéo ? Cette approche du CV devient de plus en plus courante comme le prouve la montée en puissance de plateformes spécialisées. [www.curriculum-video.com](http://www.curriculum-video.com) vous proposera différentes formules payantes commençant à 19 € pour un CV vidéo de 80 secondes en noir et blanc.

*A contrario*, la solution gratuite nécessitera uniquement l'installation du logiciel et de suivre le tutoriel vidéo afin de publier votre CV.



### **Astuce**

Votre CV vidéo doit être court, votre message doit être clair et vous devez rester souriant(e). N'oubliez pas de bien articuler et faites attention à votre décor ainsi qu'à votre tenue !

### Youtube et Dailymotion seront vos meilleurs alliés...

Créer sa propre chaîne Youtube ou Dailymotion en utilisant son nom et son prénom est quelque chose de très simple. À partir de votre webcam, votre smartphone, votre caméra ou appareil photo numérique vous pouvez poster vos vidéos en quelques clics. Par ailleurs, intégrer une vidéo Youtube ou Dailymotion sur des plateformes comme Doyoubuzz ou encore sur votre blog professionnel est très simple. En effet, un simple copier/coller de votre lien Youtube suffira pour réaliser cette intégration.

### *Pourquoi alimenter sa chaîne Youtube/Dailymotion ?*

Si vous possédez une chaîne Youtube, il serait intéressant pour vous de l'alimenter régulièrement au même titre que votre blog ou votre profil Viadeo. Ainsi, en proposant un CV en plusieurs langues, ou en parlant d'un sujet technique vous ne ferez que confirmer vos compétences.

Néanmoins, nous vous conseillons de bloquer les commentaires afin d'éviter les spammers indésirables. En outre, n'hésitez pas à poster des vidéos externes qui sont susceptibles d'intéresser vos lecteurs ou vos Youtubers\* sur votre propre chaîne (moyennant une autorisation de l'auteur bien entendu).

## D'Hollywood au cinéma du dimanche...

Nous voulions vous prévenir des dangers d'un CV vidéo. Nous connaissons tous les badbuzz engendrés par des professionnels en recherche d'emploi. Dans ces cas précis, le CV Vidéo leur a plus desservi qu'autre chose. Nous parlions au début de ce livre des comportements imprévisibles des internautes derrière leur ordinateur.

Personne ne peut contrôler un buzz. La communauté Internet est la seule qui a ce pouvoir. Le mot communauté signifie qu'elle est composée de différents types de personnes qui peuvent être mal intentionnées. Il est déjà arrivé que des concurrents se fassent du mal sur la toile : nous vous conseillons de ne pas perdre de vue que vous êtes dans un contexte professionnel et qu'il vous faudra agir comme tel, quels que soient les événements.

Il serait dommage que quelques détracteurs vous poussent à la faute et détruisent votre identité numérique professionnelle. L'impact peut toucher votre moral mais aussi votre réputation professionnelle In Real Life.

### Pour aller plus loin !

Pour les personnes ayant publié un livre ou encore disposant d'une certaine actualité médiatique vous pouvez vous créer un article sur l'encyclopédie en ligne Wikipedia. Attention, des modérateurs contrôlent les contenus et il faut justifier d'une certaine expertise pour y rester !



#### ***Christophe, génération X***

Dès 2007, j'avais prédit la fin du CV traditionnel. Cette tendance s'accélère avec l'apparition des outils détaillés dans ce chapitre.

En ce qui concerne le CV vidéo, si vous utilisez ce support pour valoriser votre image en ligne, vous devez produire une vidéo de qualité professionnelle. En outre, la vidéo doit reproduire de manière synthétique votre parcours professionnel et vos compétences.



**Samir, génération Y**

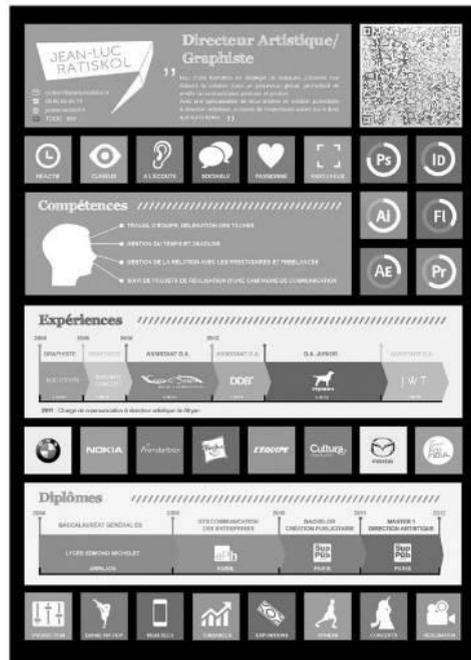
Voyons le CV 2.0 comme un complément de votre CV traditionnel. Je préconise d'utiliser une plateforme de CV 2.0 viable et ergonomique comme Doyoubuzz. Néanmoins, ces nouveaux CV ne dérogent pas aux règles fondamentales des CV traditionnels.

**Cas pratique: des CV 2.0 réussis!**

Prenons quelques exemples !

Voici un exemple d'un site Internet faisant office de CV 2.0 (voir page suivante).

Jean-luc Ratiskol réunit ici toutes les données nécessaires pour se différencier. Rendez-vous sur <http://www.jeanlucratiskol.fr/> pour le découvrir en entier.



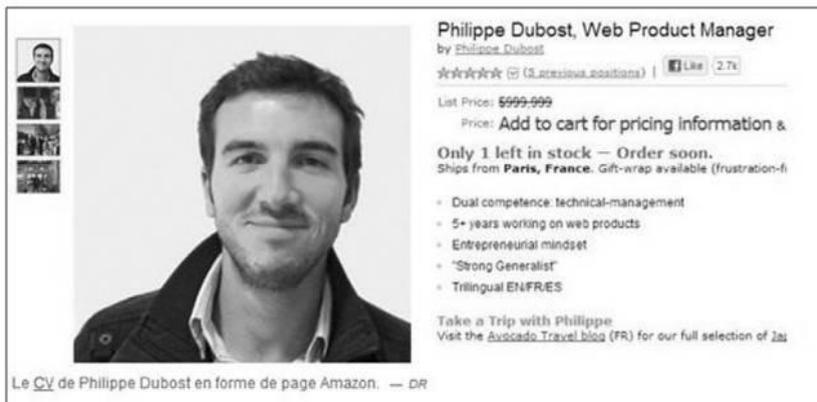
Vous noterez l'intégration d'un QR code, le travail de design et surtout l'attractivité de son CV 2.0!

D'autres utiliseront certaines méthodes pour se démarquer. Jeunehomme Charlee a réalisé un CV 2.0 façon Twitter.

## DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE



D'autres créeront le buzz sur la toile et dans les médias pour trouver un emploi mais attention à l'après buzz. Philippe Dubost a ainsi vendu son CV sur amazon. Aucune limite n'est fixée à vous d'innover !



Le CV de Philippe Dubost en forme de page Amazon. — DR

## Chapitre 8

# La carte de visite numérique ou le portail de sa présence online

Cela fait quelques années que des outils Web sont apparus pour se créer une carte de visite numérique. Parmi ces outils, nous pouvons citer : about.me, Tiki'mee, flavors.me et plus récemment aliaz. Par ailleurs, d'autres solutions s'offrent à vous pour centraliser votre présence sur le Web. En effet, un blog professionnel ou même un site Internet permettent de rassembler les fragments de votre vie professionnelle numérique.

### *Quel est l'intérêt de ce type d'outils ?*

Ils sont un excellent moyen de mettre en avant l'image que vous voulez projeter de vous sur Internet. Ils permettent aussi de booster votre référencement naturel (SEO) mais aussi de vous démarquer de vos éventuels homonymes. Il ne faut pas oublier que ces liens « forts », une fois mis en ligne peuvent également être insérés sur vos documents offline\* (hors Internet) : plaquettes, CV traditionnels, cartes de visite papier !

## *Utiliser une plateforme pour créer sa carte de visite 2.0*

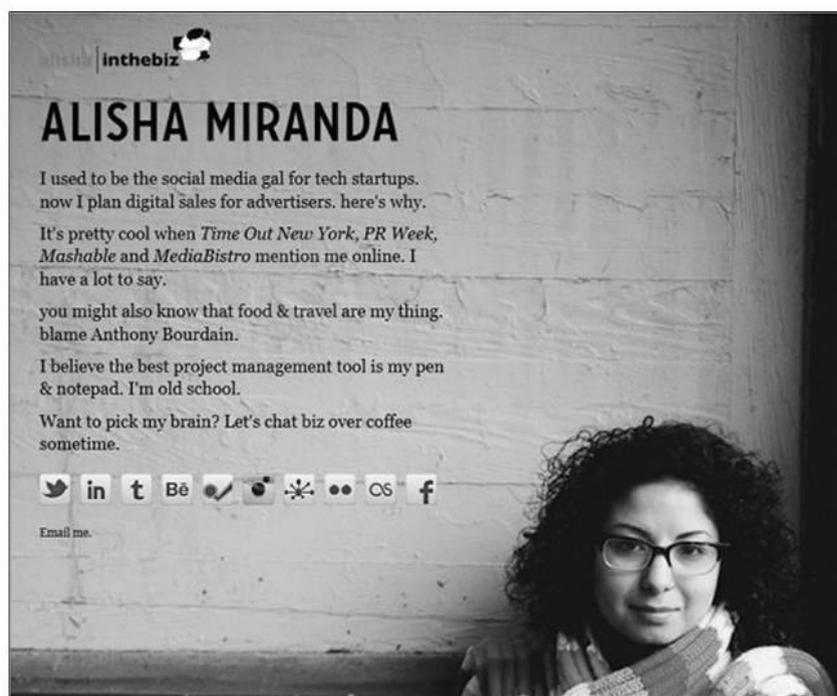
### Les outils gratuits

Il existe plusieurs plateformes pour se fabriquer une carte de visite numérique.

Nous allons vous présenter l'exemple de la carte de visite 2.0 réalisée par Christophe à l'aide du site about.me. Cet outil intègre sur une page Web ce que vous souhaitez diffuser de votre vie numérique professionnelle. Vous pouvez insérer en fond d'écran (ou background) l'image de votre choix. Nous vous invitons à sélectionner cette image avec soin car elle est le seul élément visuel de la page. Vous renseignez ensuite un titre et un sous-titre, puis votre adresse e-mail de contact. Sur about.me vous pouvez ajouter un lien vers vos différents réseaux et médias sociaux. Christophe a également intégré son CV 2.0, son score Klout et un lien vers une interview vidéo. Enfin, votre biographie peut aussi être mise en ligne sur votre about.me.



Avec un autre outil, flavors.me, vous produisez le même type de carte de visite numérique. En voici un exemple ci-dessous :



Enfin, vous pouvez utiliser un autre site mis en ligne plus récemment qui s'appelle aliaz.com.

Ce site propose d'ajouter les rubriques décrites précédemment : titre, sous-titre, biographie, liens Internet, mail de contact...



## Un exemple de plateforme payante : Tiki'mee

Cette plateforme payante offre un design attractif. Vous pourrez alors personnaliser vos rubriques et même les customiser. Votre page d'accueil, sur cette plateforme, fonctionne comme un portail vers vos différentes activités sur le Web. Tout comme sur les réseaux sociaux, les CV 2.0, les microblogs, vous aurez à rédiger votre biographie professionnelle.

### Pour aller plus loin

Pour savoir comment rédiger votre biographie professionnelle, nous vous invitons à vous reporter au chapitre 4.

Vous pouvez, par exemple, relayer les liens vers les réseaux sur lesquels vous êtes présent : Facebook, Viadeo, LinkedIn, Google +... La rubrique « Réalisations » vous sera très utile pour mettre en ligne votre e-portfolio (photos, vidéos, créations de sites Web, présentations powerpoint...).

Il est envisageable de créer des rubriques spécifiques afin d'isoler ou de mettre en valeur certains aspects de votre vie professionnelle.

Enfin, vous avez la possibilité d'insérer votre QR code (le code QR est un type de code-barres en deux dimensions (ou code matriciel datamatrix) constitué de modules noirs disposés dans un carré à fond blanc. L'agencement de ces points définit l'information que contient le code).

Une fois que vous avez conçu une carte de visite numérique avec l'un des outils que nous venons de citer, vous pouvez mentionner ce lien sur d'autres médias sociaux où vous êtes présent.

En insérant ce lien, vous créez un backlink\* (un backlink est un lien externe pointant vers un site Web ou plus exactement une page Web. Le nombre et la qualité des backlinks sont des indicateurs de popularité d'un site Web qui sont pris fortement en compte par les moteurs de recherche dans leur politique d'indexation et de classement des sites en réponse à une requête). Cela vous permet de booster le référencement du site vers lequel vous orientez l'internaute. En conséquence, vous améliorez ainsi le référencement de votre carte de visite 2.0!

## La carte de visite 2.0 intégrée à votre blog

Dans le chapitre 6, nous avons abordé la création d'un blog et ses différentes fonctionnalités au service de la promotion de votre identité numérique professionnelle. Si vous avez déjà créé un blog professionnel, vous pouvez éventuellement l'utiliser pour y incorporer votre carte de visite numérique professionnelle. En effet, parmi les nombreuses rubriques que vous pouvez créer sur un blog, vous avez la possibilité de mettre en ligne une carte de visite 2.0.

Cette rubrique fonctionne comme un portail d'entrée de votre vie numérique professionnelle. Elle oriente l'internaute vers vos différents médias sociaux et les options pour vous contacter (e-mail, Skype...). Elle doit être insérée sur une partie très visible de votre blog professionnel.

Par exemple, Christophe a positionné sa carte de visite 2.0 dans la partie « Pour me contacter » en haut dans la colonne de gauche de son blog.



Une fois que vous avez créé votre carte de visite 2.0, il ne vous reste plus qu'à en faire la publicité offline (hors ligne, désigne toutes les activités ou parts d'activités qui ne relèvent pas d'Internet).



### **Christophe, génération X**

J'ai créé mon blog en 2005. Dès l'origine, je l'ai notamment utilisé comme outil de centralisation de ma présence professionnelle sur le Web. Ainsi, les internautes partageant les mêmes centres d'intérêt professionnels que moi (clients, fournisseurs, partenaires...) ont l'opportunité de me contacter par le canal de leur choix !



### **Samir, génération Y**

La carte de visite numérique est très utile si vous possédez plusieurs supports car elle permet de centraliser en un seul lien tous vos outils. Par ailleurs, en utilisant un des outils que l'on vient de vous citer, votre référencement sur les moteurs de recherche n'en sera que meilleur !

## **Cas pratique : Le Tiki'mee de Nathalie Cordeaux**

Nous remarquons à partir de la page d'accueil de la carte de visite 2.0 de Nathalie Cordeaux, qu'elle utilise l'ensemble des options offertes par ce type d'outil (QR code, adresse de contact, rubriques spécifiques...).



À titre d'exemple, Nathalie Cordeaux insère le lien vers sa carte de visite numérique depuis son profil Twitter.



**Nathalie Cordeaux**

**@NatCordeaux** FOLLOWS YOU

Femme digitale ~ Blogueuse since 2005 ~ Responsable Editoriale pour  
@LesNews ~ Auteure sur MoiMateo.com ~ #LadiesDuSud ~ Compte  
pro @CorporatementV

Marseille - France · <http://www.tikimee.com/natcordeaux>



## Chapitre 9

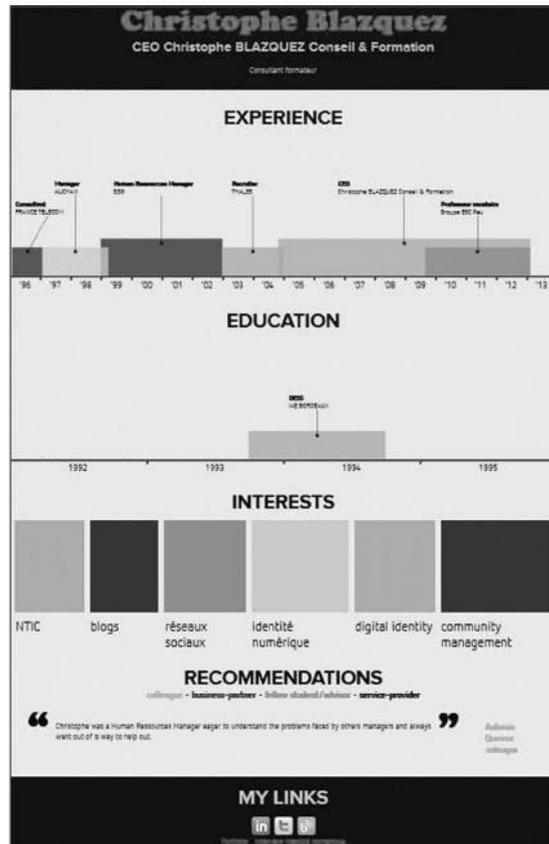
# Les nouveaux outils

Nous avons précédemment abordé un certain nombre d'outils utiles pour mettre en valeur votre identité numérique professionnelle. Nous vous avons notamment présenté dans le chapitre 7 des CV originaux. Au-delà de ces CV originaux apparaissent d'autres outils pour vous démarquer. Ils ne sont pas indispensables à votre présence numérique mais vous donnent la possibilité d'apporter une touche de créativité. Il ne faut pas oublier qu'il n'est pas nécessaire de rechercher l'originalité à tout prix ! En effet, sur le Web il est important d'être en phase avec ses objectifs et ses cibles professionnels (cf. chapitres 2 et 3). Les outils doivent donc être choisis en cohérence avec votre identité professionnelle.

### *Votre parcours professionnel sous forme d'infographie*

L'infographie est sans aucun doute le format à la mode. Avec le site [vizualize.me](http://vizualize.me) vous pouvez présenter votre parcours professionnel sous ce format ! Vous avez la possibilité de créer un compte directement dans [vizualize.me](http://vizualize.me). Il vous suffit pour cela de rentrer une adresse e-mail et un mot de passe. Sinon, connectez-vous avec votre profil LinkedIn si vous en avez

un. Cette deuxième solution est alors plus rapide et vous évite de ressaisir toutes les données de votre parcours professionnel.



## Les usages professionnels de Pinterest

Pinterest est un site de partage de photos. Il vous permet de partager les photos relatives à vos centres d'intérêt professionnels avec vos contacts dans Pinterest. Fin 2012, Pinterest a dépassé les 20 millions d'utilisateurs.

Selon une étude réalisée en janvier 2012 par *Shareaholic*, Pinterest est le **troisième site en termes d'engagement**, derrière *Facebook* et *Tumblr*. Enfin, le site reste particulièrement populaire auprès des femmes qui constituent encore la majorité des utilisateurs du site.

## Votre CV sur Pinterest

Même s'il n'est pas conçu pour cela à la base, Pinterest est un outil pouvant être utilisé pour créer son CV en ligne. Seuls les membres inscrits sur Pinterest pourront le visualiser.

Vous sortirez du lot avec un tel CV ! Mais nous pensons que ce type de format est plutôt adapté aux personnes qui cherchent un job dans le secteur du webmarketing, du multimédia ou de la communication.

En effet, reconstituer son CV sur une telle plateforme requiert un certain nombre de connaissances techniques. Il faudra ajouter les images dans un certain ordre et respecter les tailles en pixel des pins (photos) et des boards (albums photos).

## Votre e-portfolio sur Pinterest

Par exemple, Cécile Talec utilise Pinterest afin de montrer des exemples de ses réalisations en matière de communication. Ainsi, ses prospects peuvent se faire concrètement une idée du travail qu'elle est à même de réaliser.



## Relayer les articles de votre blog ou site Web sur Pinterest

Christophe, quant à lui, se sert de Pinterest pour diffuser certaines publications de son blog professionnel. Il y relaie notamment des interviews ou bien encore des billets de son blog rédigés par des blogueurs invités. En dessous des photos rattachées aux articles de son blog, nous trouvons également un lien vers les articles.

Au vu du nombre croissant d'utilisateurs de Pinterest (cf. chiffres page précédente), ce média social est devenu une source non négligeable pour drainer du trafic vers votre site Internet ou vers votre blog professionnel.

Aux États-Unis et au Canada, il est même devenu la principale source de trafic vers certains blogs ou sites !



## Votre CV vidéo sur Snapchat

C'est un mode de recrutement rapide : moins de 10 secondes pour convaincre !

L'agence de communication DDB Oslo a été la première à se lancer dans le « speed hiring » en avril 2014. En effet, elle proposait aux candidats

d'envoyer une vidéo de leurs idées innovantes et créatives sur la plateforme de contenus éphémères Snapchat.

À la clé de cette campagne de recrutement : les candidats avaient la possibilité de décrocher un stage de plusieurs mois chez DDB Oslo.

La vidéo de présentation de cette campagne de recrutement a été postée sur YouTube :



## *Une application mobile à votre nom*

Aux États-Unis, de plus en plus de célébrités soignent leur *personal branding* en créant leur propre application mobile ou tablette à leur nom.

Une application permet réellement de mettre en avant votre marque personnelle et cela vous positionne aussi au même niveau que certaines grandes entreprises.

Cependant, en ce qui vous concerne, il est important de se poser la question du retour sur investissement d'un tel outil.

En effet, le développement d'une application a un coût non négligeable.

Le retour en termes d'image et de revenus générés par vos différents contenus sera-t-il supérieur au coût de l'application ?

## *Générer du buzz en utilisant le multicanal*

Le nombre de données circulant sur Internet ne cesse d'augmenter. En conséquence, il devient de plus en plus difficile de se faire remarquer sur la toile. Il peut être intéressant de croiser des canaux de communication disponibles online\* (qualifie une information ou une ressource qui nécessitent une connexion à un réseau pour être consultable ou utilisable) et offline.

Une stratégie de multicanal vous permettra d'aller chercher de l'audience sur et en dehors d'internet afin de la faire venir sur le support Internet de votre choix. Ce genre de dispositif a été mis en place par Adam Pacitti, un jeune Londonien à la recherche d'un emploi dans le secteur des médias. Début janvier 2013, il a ainsi lancé son site [Web employadam.com](http://employadam.com). En parallèle, il a mis en ligne une vidéo sur Youtube mais il a aussi loué un espace publicitaire (un billboard à 617 €) devant lequel il a posé. Cette photo a eu beaucoup de succès puisqu'elle a été retweetée plus de 7 000 fois en l'espace de quelques heures !

Au final, même si le ciblage de sa campagne aurait pu être plus précis, Adam Pacitti a décroché un job un mois et 10 jours après « s'être affiché » sur un panneau. Et pour remercier celles et ceux qui l'ont aidé dans cette démarche, il a loué un autre espace publicitaire !





### **Christophe, génération X**

Ce type d'outils doit être manié avec précaution. Si vous décidez de les intégrer dans votre arsenal, il est nécessaire que vous les maîtrisiez parfaitement. Sinon, cela se retournera contre vous et détériorera votre image et donc votre réputation professionnelle online.

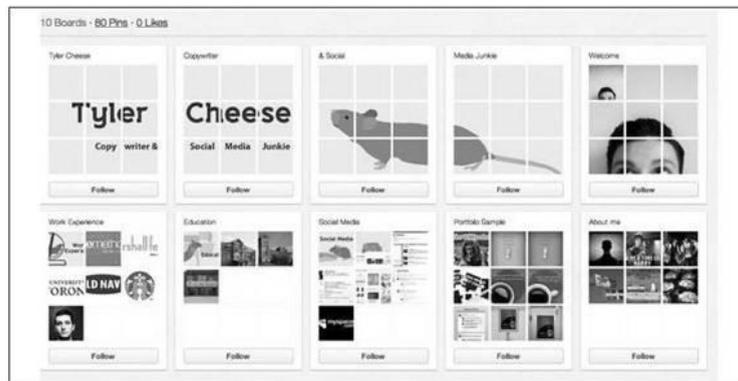


### **Samir, génération Y**

Nous parlions dans les premiers chapitres des avantages concurrentiels. Une stratégie bien établie avec ces nouveaux outils peut s'avérer très efficace. Néanmoins, il ne faut pas oublier qu'il est difficile de faire mieux qu'un buzz et que l'après buzz peut être dévastateur! Notre objectif est de vous donner les clés pour maîtriser votre identité numérique professionnelle et non pas de l'autodétruire!

## **Cas pratique: Le CV Pinterest de Tyler Cheese**

À titre d'exemple, nous vous présentons ci-dessous le CV Pinterest du Canadien Tyler Cheese.



Il démontre par le biais de ce CV réalisé sur Pinterest son expertise et son savoir-faire en matière de médias sociaux et de Web design. Nous pouvons y retrouver dès les premiers albums (boards) son expérience professionnelle, sa formation et son portefeuille de réalisations. Comme vous pouvez le constater, Pinterest permet de créer un CV très visuel.

Nous conseillons plus spécifiquement l'utilisation de cet outil pour les webdesigners, les graphistes, les community managers et aux professionnels du Web en général.

## Chapitre 10

# L'identité numérique globale

Lorsque nous effectuons une requête dans les moteurs de recherche, un certain nombre d'informations apparaissent. De plus en plus, les internautes effectuent des recherches sur différents types de données et pas uniquement sur des données texte.

Nous avons abordé, dans les précédents chapitres, les outils qui vous permettent d'alimenter votre présence numérique avec toutes sortes de contenus (texte, photos, vidéos...). Voyons maintenant comment rendre cohérent ce contenu, devenu visible.

### *Le référencement global*

Les moteurs de recherche ne fournissent pas uniquement des résultats sur des liens vers des sites Web. Ils associent également à nos requêtes des photos, des discussions, des actualités, des articles de blogs...



En conséquence, de plus en plus d'internautes effectuent des recherches « globales » sur une personne.

Vous pouvez tirer parti de ce comportement dans le cadre de votre stratégie de présence sur le Web. En effet, toutes les données (texte, liens, vidéos, photos...) vous concernant constituent autant de portes d'entrées possibles vers l'un de vos supports Web.

## *La stratégie de présence globale*

Il devient très important d'appréhender sa présence sur Internet de manière globale. Nous devons veiller à maintenir une cohérence sur tous les supports et sur tous les contenus que nous choisissons de publier en ligne. Nous pouvons alors parler d'identité numérique globale.

Il faut commencer par répertorier tous les contenus dont nous disposons et qui sont susceptibles de figurer dans les résultats des moteurs de recherche. Ces contenus peuvent être des photos, des vidéos, des articles, des présentations de type PowerPoint, des documents au format .pdf, etc.

Une fois l'inventaire de vos contenus effectué, il faudra vous interroger sur la pertinence de créer ou non les contenus dont vous ne disposez pas. Par exemple, si vous n'avez pas réalisé de vidéo de qualité sur votre activité professionnelle, il sera nécessaire de s'interroger sur l'utilité d'en créer une eu égard au coût de la production d'une vidéo.

En fonction du contenu disponible, vous devrez mener des actions spécifiques afin de diffuser ce contenu. Par exemple, en ce qui concerne les photos, vous

pouvez les partager sur des sites comme Pinterest, Flickr ou Instagram. Si vous avez créé des présentations PowerPoint, le site de partage Slideshare vous permet de les mettre en ligne. Ensuite, n'oubliez pas de relayer vos présentations hébergées sur Slideshare, sur vos médias sociaux !



### **Christophe, génération X**

Il est devenu aujourd'hui indispensable de travailler son image Internet de façon régulière, cohérente et globale. En effet, je vous invite à nourrir les moteurs de recherche avec une diversité de contenus : textes, photos, vidéos, cartes géographiques...



### **Samir, génération Y**

L'identité numérique globale s'alimente à travers tous les supports et outils que nous utilisons durant notre stratégie. Ainsi, plus vous affinez ces approches, plus votre identité numérique globale sera pérenne.

### **Témoignage d'un expert**

**Loïc Laborde**, Développeur Web, ancien des filières Culture et Éducation nationale, je suis actuellement développeur Web et infographiste.

« L'essentiel de mon activité consiste en la conception/réalisation de sites Internet mais je crée également des identités visuelles pour diverses structures ainsi que des réalisations plus graphiques. Je développe également en parallèle une "activité" artistique. Sur la toile, j'ai recours à divers outils pour affirmer ma présence professionnelle. En premier lieu, mon site Internet (<http://www.loiclaborde.com>). J'y présente tout ou partie de mon travail.

Dans un deuxième temps, j'assure une présence sur certains réseaux sociaux. De cette utilisation ressortent trois tendances :

- présentation de mon travail graphique via Facebook et Twitter, (j'utilise également Pinterest et Instagram mais leur utilisation reste anecdotique) ;
- présentation de mon travail de développeur via Viadeo et LinkedIn ;
- veille technologique et documentaire : tous ces réseaux sociaux me permettent d'être toujours informé des dernières tendances grâce

au suivi de certaines personnes ou structures ressources dans mes domaines de compétences.

Je présente très facilement mon travail graphique sur Twitter et Facebook. En général, il s'agit d'images de mes travaux, (tableaux, affiches, flyers...) accompagnées d'une "légende". Les retours sont très intéressants : si Facebook me permet un contact direct avec de potentiels clients, Twitter me permet quant à lui de nouer des contacts avec des personnes ressources (domaines de compétences, presse).

Sur Viadeo et LinkedIn, je présente mon travail de développeur en partageant directement les liens de mes réalisations ou des projets auxquels j'ai participé. Les contacts se font essentiellement avec des structures cherchant à sous-traiter une partie de leurs productions.

Par la suite je souhaiterais mettre en place un blog au sein de mon site Internet afin de proposer des tutoriaux pour mes clients et réaliser une synthèse des informations que je traite de façon journalière. »

### **Cas pratique : Christophe Blazquez VS Samir Zamoum**

Nous allons tout d'abord vous présenter l'identité numérique globale de Christophe. Lorsque nous saisissons son « prénom + nom » sur Google, Il dispose d'un Google juice (quantité d'informations) d'environ 28 300 résultats sur le Web.

Par ailleurs, il bénéficie d'un certain nombre de requêtes associées. Nous avons abordé ce point au cours du chapitre 1. Il dispose également de résultats complémentaires pour différentes sortes de contenus : photos, vidéos...

Nous allons vous présenter le dispositif d'outils utilisé par Christophe pour alimenter son identité numérique globale. Il est important de rappeler que ce dispositif doit être composé d'outils complémentaires et que les contenus partagés sur le Web doivent respecter une cohérence d'ensemble. Christophe utilise Pinterest, Tumblr, Facebook et son blog professionnel afin de partager des photos professionnelles concernant son activité et son entreprise.



Il utilise son blog professionnel, Pinterest, son compte Twitter, son compte Google + et Facebook pour publier des vidéos professionnelles.



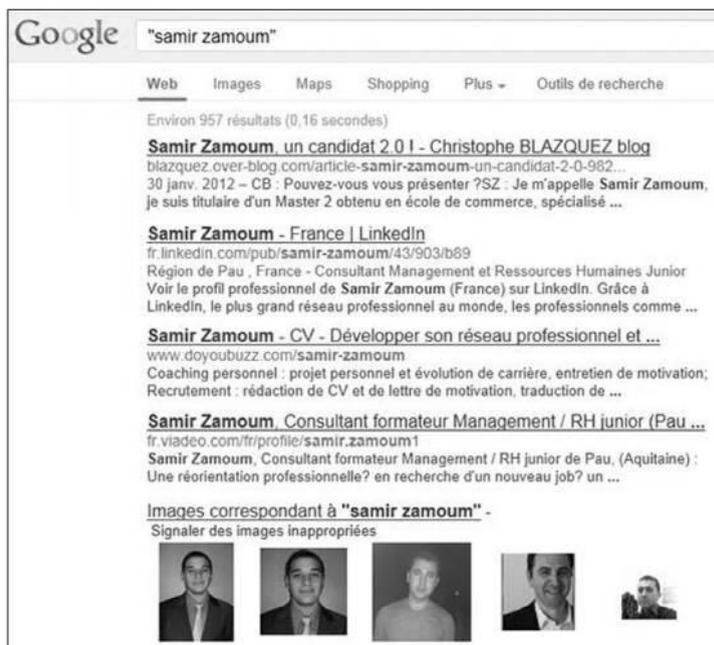
Il alimente la rubrique « Discussions » de Google le concernant, principalement par l'intermédiaire de son groupe créé dans Viadeo.

En outre, il se sert de Slideshare pour diffuser des fichiers de ses présentations.



Enfin, il écrit des billets dans son blog professionnel qui sont systématiquement relayés par ses comptes sur les médias sociaux : Google +, Twitter, Page Facebook et LinkedIn.

Aujourd'hui, voici les premiers résultats d'une requête sur « Samir Zamoum ».



Les quatre premières lignes de la première page Google sont des liens vers des contenus qui décrivent Samir sous un angle professionnel. Nous pouvons nous apercevoir avec les images en dessous que nous sommes maintenant bien loin de « l'homme au chimpanzé » tel que nous l'avons évoqué dans le chapitre 1 ! En appréhendant son identité numérique de manière globale, Samir est parvenu en quelques mois à se démarquer de ses homonymes.

## Conclusion

Nous avons démontré tout au long de cet ouvrage qu'une présence en ligne est devenue incontournable pour toute personne souhaitant valoriser son image professionnelle. Mais, entre une non présence et une présence désorganisée, il est nécessaire de trouver un équilibre.

En d'autres termes, gérez votre réputation professionnelle sur le Web ou bien Google s'en chargera ! Pour cela, il faut définir au préalable sa stratégie puis choisir les bons supports.

Ensuite, tout professionnel doit faire en sorte de diffuser du contenu pertinent. Au regard de la stratégie définie, il faut rester cohérent dans le but de construire son identité numérique globale.

Cela demande de la persévérance et de la régularité car cette construction s'inscrit dans le moyen et le long terme. En effet, Il est facile d'ouvrir des comptes sur plusieurs supports mais plus compliqué de les faire vivre dans la durée.

Les outils permettant de développer son identité numérique professionnelle évoluent régulièrement. De surcroît, de nouveaux outils apparaissent et il est important d'effectuer une veille constante sur ces outils. Le thème traité dans ce livre, tout comme Internet, est donc en perpétuel mouvement !

L'histoire de l'identité numérique professionnelle continue de s'écrire au quotidien.

À suivre...



## Table des témoignages

<b>Mustapha Benkalfate</b> , directeur de JOBTimise .....	38
<b>Fadhila Brahimi</b> , conférencière et co-auteure de <i>Moi 2.0</i> .....	73
<b>Patrick Rey</b> , consultant-formateur, accompagnateur de consultants autonomes .....	82
<b>Fabrice Landois</b> , responsable du développement des activités « médias sociaux » - APEC .....	104
<b>Isabelle Clément</b> , chef de projet Web, community manager .....	119
<b>Loïc Laborde</b> , développeur Web .....	153



## Table des cas pratiques

Le e-lynchage de DSK .....	26
Le projet professionnel d'un jeune diplômé .....	40
Affiner ses cibles professionnelles .....	50
Trouver, contacter et rencontrer son influenceur .....	84
Élection présidentielle de Barack Obama en 2012 .....	106
Michelle Blanc, une Twitter Rockstar! .....	121
Des CV 2.0 réussis! .....	133
Le Tiki'mee de Nathalie Cordeaux .....	140
Le CV Pinterest de Tyler Cheese .....	149
Christophe Blazquez VS Samir Zamoum .....	154



## Glossaire

**Agrégateur de flux :** outil qui vous permet de vous abonner à des flux RSS mais aussi de les classer, les filtrer et les gérer.

**Backlink :** lien externe pointant vers un site Web ou plus exactement une page Web.

**Blogosphère :** ensemble de blogs.

**Buzz :** phénomène ou technique de communication qui consiste à faire parler de soi, de quelque chose ou de quelqu'un.

**Cooptation :** technique de recrutement par parrainage.

**Cover photo :** photo de couverture ou bandeau sur une page Facebook.

**CV 2.0 :** version numérique du CV classique qui a vu le jour grâce aux NTIC et plus particulièrement au Web 2.0.

**E-réputation :** réputation, opinion commune sur le Web d'une entité (marque, entreprise ou particulier).

**Fan Page :** page professionnelle sur Facebook.

**Flux RSS (Really Simple Syndication) :** flux au format XML permettant à ses abonnés de récupérer automatiquement une partie (titre ou extrait) ou la totalité d'un article nouvellement créé (source : <http://www.definitions-webmarketing.com>).

**Followers :** abonnés qui vous suivent sur les médias sociaux. Ce terme est utilisé en particulier sur Twitter et sur Pinterest.

**Génération X :** le groupe « démographique » né entre 1965 et 1976.

**Génération Y :** le groupe « démographique » né entre 1978 et 1994.

**Google juice :** notation attribuée par Google à une page Web.

**Hashtag :** mot-clé utilisé en particulier dans les messages sur Twitter ; le mot-clé est préfixé par un croisillon (signe #, appelé hash en anglais).

**Influenceur du Web :** individu qui par son statut ou son exposition sur le Web peut influencer les comportements d'une communauté de lecteurs ou de « suiveurs ».

**IRL (In Real Life) :** rencontre des personnes dans « la vie réelle », par opposition aux relations que l'on peut avoir sur Internet.

**Microblogging :** activité de création de contenus courts sur des médias sociaux de type Twitter. C'est un dérivé concis de la publication de contenus sur un blog.

**Most Wanted List :** liste composée des noms, prénoms et des informations Web de vos influenceurs.

**Multipostage ou multidiffusion :** publier simultanément le même contenu sur plusieurs médias sociaux.

**Name googling ou réflexe Google :** requête « prénom + nom » dans Google.

**Offline :** équivalent anglais de hors-ligne, désigne les activités effectuées en dehors d'internet.

**Online :** connecté à Internet ; désigne les activités effectuées sur Internet.

**Patchwork :** assemblage d'éléments hétéroclites.

**Personal branding :** exprime le fait de créer et de gérer sa propre marque, rattachée à un individu et non à un produit.

**Profil public :** profil d'un réseau social visible sur les moteurs de recherche.

**QR code :** code en deux dimensions constitué de modules noirs disposés dans un carré à fond blanc dont le contenu peut être lu par un smartphone ou une Webcam.

**Référencement Web :** constitué du référencement naturel (SEO) et du référencement payant (liens sponsorisés).

**SEO :** ensemble des techniques visant à favoriser le référencement naturel d'un site ou d'une page Web.

**SMO (Social Media Optimization) :** utilisation des médias sociaux comme levier pour optimiser le référencement naturel.

**Smartphone :** téléphone portable multifonctions appelé aussi téléphone intelligent.

**Spammeur :** personne qui envoie par e-mail un même message à de très nombreux correspondants.

**Stratégie :** art d'organiser et de coordonner un ensemble d'opérations pour parvenir à un but.

**Stratégie 2.0 :** réalisation d'un projet ou d'un objectif professionnel par le biais d'outils et techniques du Web 2.0.

**Tags :** mots-clés attribués par les internautes qui permettent de définir, classer puis rechercher des documents, des favoris, des images.

**Timeline :** flux des informations diffusées sur votre page Facebook.

**Tweet :** message court de 140 caractères diffusé dans Twitter.

**Twittos :** utilisateurs de Twitter.

**Viabilité 2.0 :** processus par lequel sont vérifiées la réputation, la cohérence d'informations et l'influence Web de votre influenceur.

**Web 2.0 :** évolution du Web vers plus de simplicité et d'interactivité. L'expression « Web 2.0 » a été diffusée par Tim O'Reilly en 2004.

**WTF :** acronyme anglais « C'est quoi ce bazar ».

**YouTuber :** utilisateur du site de partage de vidéos YouTube.





## **Christophe BLAZQUEZ**

Titulaire d'une maîtrise en Sciences de Gestion et d'un Master 2 en Gestion des Ressources Humaines de l'IAE de Bordeaux, il commence sa carrière par 10 années dans des multinationales françaises.

De 2005 à 2015, il dirige son propre Cabinet de Conseil : Christophe Blazquez Conseil & Formation. Il intervient auprès des entreprises pour des missions de conseil et des formations dans les domaines du Web, des Ressources Humaines, du Marketing et de la Communication.

Il est cofondateur de La Mêlée Adour, structure fédératrice des acteurs de l'économie numérique du bassin de l'Adour. Il est chargé de coordonner les actions et événements utiles à la promotion des usages du numérique, à l'innovation et au développement de la filière numérique sur le territoire.

Depuis 2009, il est professeur vacataire à l'École supérieure de commerce de Pau, à l'Université de Pau et des pays de l'Adour, en accompagnement professionnel, identité numérique et Web 2.0.

Aujourd'hui, il fédère sur le Web et sous son nom une communauté professionnelle de plus de 15 000 membres.

Il est aussi conférencier sur l'identité numérique professionnelle, la e-réputation et les médias sociaux.

Suivez-le sur :

Twitter : @c\_blazquez

LinkedIn : [www.linkedin.com/in/christopheblazquez](http://www.linkedin.com/in/christopheblazquez)

Son site Web : [www.christopheblazquez.com](http://www.christopheblazquez.com)

Contact éditeur : [edition@gereso.fr](mailto:edition@gereso.fr)





## **Samir ZAMOUM**

Titulaire d'un Master 2 obtenu en école de commerce (EMLV), spécialisé en management et ressources humaines, il a aussi une licence américaine obtenue dans le cadre de son cursus universitaire (NSULA).

Son expérience professionnelle junior se caractérise par plusieurs séjours à l'étranger (Irlande, Angleterre, Écosse et USA) et en France, au sein de diverses entreprises.

Samir a toujours marqué une certaine sensibilité pour les nouvelles technologies. Voici maintenant cinq ans qu'il s'intéresse à l'utilisation des réseaux sociaux et aux outils de veille à des fins professionnelles.

Actuellement entrepreneur dans la restauration rapide et formateur en management et ressources humaines, il travaille dans différents secteurs d'activité pour ses clients. Il est aussi professeur vacataire à l'École supérieure de commerce de Pau. Sa pluridisciplinarité et son appétence pour les nouvelles technologies de l'information et de la communication font de Samir un professionnel atypique.

Contactez-le par mail : [samir\\_zamoum@yahoo.fr](mailto:samir_zamoum@yahoo.fr)

Contact éditeur : [edition@gereso.fr](mailto:edition@gereso.fr)



---

Préresse : GERESO Édition 2015

Achévé d'imprimer par ISI Print - 93210 Saint Denis La Plaine en avril 2015  
N° d'impression : 112079 - Dépôt légal : mai 2015 - *Imprimé en France*