

Les entreprises envahissent les réseaux sociaux pour recruter : mais comment optimiser son profil pour réussir ?

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à recruter sur les réseaux sociaux et les sites de carrières. Si tout le monde peut s'y inscrire, certaines techniques permettent de faire la différence.

Avec Grégory Herbé

Les réseaux sociaux ne sont plus aujourd'hui une option pour trouver un emploi, mais une étape obligatoire. Il ne s'agit pas uniquement de lister ses compétences ou expériences mais les faire vivre sur les différents supports existants. LinkedIn a atteint les 200 millions de membres, Viadeo se développe très bien en Asie et Twitter s'immisce de plus en plus dans le département carrière de sociétés de toutes tailles.

Règle d'or sur les réseaux sociaux pour un *personal branding* optimum : être concis, direct et clair. Le recruteur ne vous connaît pas, ne connaît sûrement pas votre société, et l'intitulé du poste de plus en plus changeant en fonction des entreprises, ce qui ne lui permet pas de comprendre immédiatement vos compétences. **Je distinguerais les réseaux de diffusion d'information professionnels comme LinkedIn et Viadeo et les réseaux de diffusion d'information généraliste comme Facebook et Twitter.** Partant du principe de l'organisation de communautés, ils sont tous considérés comme réseaux sociaux mais l'approche à mener doit être différenciée.

Les réseaux de diffusion d'information professionnelle

Ils vous permettent de présenter une information complète sur un parcours, une expérience et une formation. La possibilité de voir qui a consulté votre profil vous permet, potentiellement, de prendre contact et d'initier une discussion. Ces réseaux intègrent des moteurs de propositions qui permettent d'apprendre de son réseau de deuxième niveau et de resserrer les liens avec une communauté connexe. Un profil inactif est un profil mort. Vous devez remplir l'ensemble des champs « à minima » de votre profil. Ces réseaux vous proposent une barre d'avancée dans la complétion de votre profil.

Une fois cette mise en forme de l'information faite, LinkedIn propose d'organiser ces informations en fonction du point d'accroche de votre profil. Nous n'avons pas tous les mêmes atouts, les blocs LinkedIn sont mobiles et vous permettent de montrer ce que vous avez de mieux dans la première partie de l'écran, sans que le recruteur ait à descendre l'ascenseur du navigateur.

Au-delà du profil en lui-même, il est proposé d'ajouter des documents complémentaires appuyant vos réalisations professionnelles. Il peut s'agir de cas d'étude réalisés au cours de votre formation, votre mémoire, d'articles dans lesquels vous apparaissez ou d'études réalisées. **L'activité d'un profil peut prendre plusieurs formes, notamment mettre à jour régulièrement ses informations, reformuler les descriptions de vos expériences, ou déclarer ses compétences ou valider celles de vos relations** (nouvelle fonctionnalité de LinkedIn et Viadeo). Votre profil remontera donc dans les alertes, vos connexions pourront alors avoir un rappel de votre existence.

Au-delà d'un profil parfaitement rempli et complété, il est important de réaliser ses premières connections dès sa dernière année d'études. Pour les réseaux professionnels, le but n'est aucunement d'accepter et d'inviter tout le monde, préférez une approche différenciante et orientée vers votre secteur d'activité. Par le passé, vous avez été en contact avec des professionnels pour vos stages ou premiers postes ? **N'hésitez pas à connecter votre boîte personnelle au réseau et à sélectionner les profils qui peuvent vous apporter dans votre développement professionnel.** On peut distinguer 4 types de catégories : les mentors, les managers potentiels, les RH et les diffuseurs.

Les mentors sont les personnalités d'un secteur, créant et relayant une information de qualité, vous permettant de trouver les arguments et la connaissance nécessaires pour vos entretiens ou vos échanges professionnels. Il est utile de les suivre (sans pour autant être en contact avec eux) pour améliorer votre culture générale du secteur.

Les managers potentiels sont des personnes opérationnelles pouvant avoir besoin de vos compétences à plus ou moins long terme. Ne les solliciter que s'il apparaît qu'ils recrutent, information que vous pourrez retrouver dans la partie carrière du réseau social ou sur leur statut. Une astuce : LinkedIn permet de faire des recherches sur les « nouvelles de votre réseau » (comprenez sur les statuts de vos contacts). Dans la barre recherche, en haut à droite, sélectionnez « nouvelles du réseau » et tapez des mots clefs en relation avec le recrutement : « recrute », « emploi », « hiring » etc... Vous verrez ainsi tous vos contacts qui ont parlé de recrutement à un moment où à un autre. Il est même possible de les enregistrer pour les recevoir par mail tous les jours. Vous êtes informé en temps réel !

Les RH, personnes opérationnelles sur le recrutement, sont un autre type de population à suivre : n'hésitez à les tenir informées de vos nouveaux postes, ou nouveaux projets réalisés.

Responsable recrutement... N'hésitez à comprendre leur inventivité et ne pas vous limiter à ceux que vous connaissez. Les diffuseurs, connectés avec tout le monde peuvent vous permettre de vous présenter à quelqu'un faisant partie des 3 catégories précédentes. Importants mais pas essentiel, ils reprennent l'information créée par les mentors.

Avoir un contact en commun avec une personne que vous souhaitez contacter peut rassurer et permettre d'engager la discussion plus facilement. N'hésitez pas à féliciter les nouvelles nominations, c'est toujours un bon moyen de prendre ou reprendre un contact.

Les réseaux de diffusion d'information généraliste

Ce type de réseau permet, dans un premier temps, une expression de ses avis, idées, états d'esprit, mais aussi peut servir d'amplificateur des réseaux sociaux LinkedIn ou Viadeo. Facebook se concentre de plus en plus sur l'activité personnelle, et présente un intérêt particulier pour ses fan page ou ses groupes spécialisés, qui permettent de prendre une information ou débattre d'un sujet spécifique entre professionnels.

Twitter est un outil excellent pour suivre et classer des tendances et des experts. **C'est aussi la possibilité d'interagir directement avec des leaders d'opinion, et de remonter une expertise, une compréhension de votre secteur, et métier. La brièveté de l'information peut être handicapante : contournez le problème en intégrant un lien avec une invitation à le consulter.**

Vous pouvez « suivre » le Twitter de nombreuses sociétés, sur lesquels les nouveaux postes sont généralement mis en avant-première.

Exhaustivité, mise à jour, interaction, pro-activité et professionnalisme sont les éléments majeurs qui doivent ressortir de vos profils et interactions sur les réseaux sociaux lorsque vous chercher un emploi. **La qualité doit primer sur la quantité, ne contactez pas tout le monde en masse, ciblez et personnalisez les contacts pour une meilleure compréhension de votre interlocuteur.**