



## FICHE OUTIL

### Utilisation professionnelle des réseaux sociaux

## ► Principaux réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo et Xing

**N° 1 LinkedIn** ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)) : 300 millions d'abonnés monde, dont 7 millions en France. Pour développer la notoriété et la visibilité de l'entreprise, trouver de nouveaux clients, augmenter le trafic vers votre site web, recruter, booster les relations presse, faire de la veille, étendre son réseau.

Plus approprié aux grandes entreprises et aux affaires à dimension internationale.

*<https://www.emarketinglicious.fr/reseaux-sociaux/7-bonnes-raisons-utiliser-linkedin-pour-developper-votre-business/>*

**N° 2 Viadeo** ([www.viadeo.com](http://www.viadeo.com)) : premier réseau français (60 millions d'abonnés monde dont 8 millions en France), plus prisé par les TPME. Viadeo tend à se démarquer de LinkedIn par l'ajout de fonctionnalités notamment avec la sortie de son appli « Let's Meet ». Celle-ci permet de rencontrer facilement des professionnels à proximité grâce à la géolocalisation. En un « swipe », l'utilisateur décide si tel profil l'intéresse ou non. Si 2 profils s'intéressent mutuellement, il y a « matching » et la possibilité de discuter directement. Cette fonctionnalité permet de gagner du temps, notamment dans la recherche de partenaires.

**N° 3 Xing** ([www.xing.com](http://www.xing.com)) : réseau social Allemand, qui affiche une volonté de développement à l'international. Il offre les mêmes fonctionnalités que les 2 réseaux précédents mais se différencie par son positionnement de réseaux d'experts.

### Autres réseaux sociaux à usage professionnel :

1. Facebook : y avoir une page entreprise est utile, même dans le *B to B* ;
2. Google map : qui tend à remplacer les pages jaunes ;
3. Scoop.it : réseau social de curation ;
4. Twitter : *microblogging* ;
5. YouTube (Google) : le réseau social de contenus vidéo, 2<sup>e</sup> après Facebook (sans oublier des *challenges* : Dailymotion et Vimeo).

## ► Intérêts

1. **Identifier ses contacts cibles.**
2. **Construire son réseau** (clients, prospects, partenaires, prescripteurs, confrères, voire concurrents).
3. **Donner de la visibilité** à son offre et/ou à son expertise par ses publications et commentaires (notamment dans les groupes).
4. **Faire connaître son offre** – produits et/ou services – en créant et en animant les actualités de **sa page entreprise**. Les consultants et autres professions intellectuelles (avocats, comptables indépendants, formateurs, prestataires de services pour les entreprises) constituent une part importante des utilisateurs proactifs sur **LinkedIn** et **Viadeo**.
5. **Recruter des talents.**
6. **Effectuer une veille stratégique** par le partage d'informations, débats au sein de communautés professionnelles (les groupes de discussions). Cette fonction est essentielle pour s'enrichir du partage de compétences et – surtout – construire son e-réputation.
7. **Étendre son influence** : ce que vous faites sur les réseaux sociaux en général, revient à laisser des traces qui seront analysées par les moteurs de recherche, à commencer par Google. Plus vous animez votre présence en ligne plus vous alimentez ce qu'on appelle le *big data*. Cette présence digitale va contribuer à bonifier votre classement (*Pagerank*) sur certains mots-clés, ce qui contribue à améliorer votre référencement naturel et donc votre visibilité.