LinkedIn : le guide complet

8 épisodes pour tirer profit de LinkedIn

13 avril 2009 − Vous avez sûrement entendu parler de LinkedIn… peut-être avez-vous déjà créé votre profil ? Vous vous demandez probablement si ça vaut la peine, et surtout, comment tirer pleinement profit de ce réseau d'affaires. Si c'est votre cas, lisez ce qui suit.

Le réseau d'affaires par excellence

LinkedIn est un service en ligne qui permet de construire et d'agréger votre réseau professionnel. Il compte maintenant plus de 36 millions d'utilisateurs issus de 170 secteurs d'activités dans plus de 120 pays. Ses membres sont influents et bien nantis : 28 % d'entre eux occupent un poste de haute direction et 60 % ont des revenus de plus de 93 000 $ US (1).

LinkedIn demeure sous-utilisé

Malgré les atouts de ce réseau, 70 % de ses utilisateurs demeurent passifs. L'utilisateur moyen compte 50 contacts… et attend. Pourquoi ? Parce qu'il ne maîtrise pas les fonctionnalités de la plateforme et ne peut donc pas apprécier ses retombées.

« Lorsque LinkedIn est utilisé à bon escient, ses retombées sont impressionnantes. Il permet notamment d'éviter les cold call, *puisque toute communication se fait par personnes interposées »,* précise Farid Mheir, spécialiste en technologies. *« LinkedIn est maintenant la référence mondiale dans le domaine des réseaux sociaux professionnels. Sa popularité n'est pas le fruit du hasard : son utilisation est très avantageuse, voire même primordiale pour la recherche d'emploi et le développement des affaires. En fait, son efficacité est telle que de nombreuses entreprises en font à présent leur principal outil de développement des affaires. »*

Guide complet

POD Média et Farid Mheir ont développé une série d'outils permettant aux gens d'affaires de se familiariser rapidement avec LinkedIn. Cette série (http://tinyurl.com/formation-linkedin) comprend huit épisodes :

1. Pourquoi utiliser LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-1)
2. Comment remplir votre profil LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-2)
3. Comment créer votre réseau LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-3)
4. Comment optimiser votre présence dans LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-4)
5. Comment effectuer une recherche dans LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-5)
6. Comment gérer la confidentialité de vos informations ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-6)
7. Comment trouver un emploi par le biais de LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-7)
8. Comment trouver des clients par le biais de LinkedIn ? (http://tinyurl.com/formation-linkedin-8)

Outil pour contrer la récession

LinkedIn est un excellent outil pour se présenter, trouver du travail, apprendre, vendre et bien sûr, être vu. Quand l'économie traverse des périodes difficiles, les gens cherchent à profiter davantage de leurs contacts. Il n'est donc pas surprenant de constater que les internautes aient passé 96,8 millions de minutes sur LinkedIn en janvier 2009, le double du temps passé au cours du mois précédent (2).

LinkedIn au Québec

Fondé en mai 2003 en Californie, LinkedIn est omniprésent dans le secteur des affaires aux États-Unis. *« Au Québec, hormis les gens en Technologies de l'information et des communications (TIC), les vendeurs avant-gardistes et les recruteurs, peu de gens l'utilisent, et encore plus rares sont ceux qui l'utilisent à sa juste valeur. Compte tenu de sa popularité croissante, de la récession en cours et du petit retard qu'accuse le Québec, nous n'avons pas fini d'entendre parler de LinkedIn »*, conclut Simon Hénault, président de POD Média.

Sources :

1. Techcrunch (http://www.techcrunch.com/2008/11/05/study-linkedin-users-rich-annoying/)
2. Techcrunch (http://www.techcrunch.com/2009/02/14/as-the-economy-sours-linkedins-popularity-grows/)

À propos de POD Média

POD Média est spécialisée en contenu Web, plus particulièrement en Marketing par contenu. À la demande des entreprises, elle réalise du contenu Web utile et percutant pour leurs clients. En minimisant la promotion et en favorisant l'information, les entreprises parviennent à entretenir le dialogue avec leurs clients, à rehausser leur visibilité auprès de leurs clients potentiels et à augmenter leurs ventes. Pour plus d'information, visitez son site Web (www.podmedia.ca) et son Centre d'information (http://tinyurl.com/marketing-contenu).

Simon Hénault | s.henault@podmedia.ca | (514) 871-3202, poste 1

À propos de Farid Mheir

Conférencier et formateur en médias sociaux
Conseiller en technologies informatiques et en architecture d'entreprise
www.mheir.com | farid@mheir.com | http://www.linkedin.com/in/fmheir | (514) 867-7720