

Réseaux sociaux professionnels : qui faut-il accepter comme « amis » ?



46

5728 fois

Article suivant →

Article publié le 01/09/2015

Chaque matin en ouvrant votre boîte mail ou en vous connectant sur votre (vos) profil(s) LinkedIn, Viadeo ou autres, vous avez peut-être des dizaines de messages du genre « merci de m'ajouter à votre réseau ». Pour certains, vous connaissez l'expéditeur, mais pour la plupart, il s'agit d'un (une) inconnu(e). Et là, dilemme : devez-vous accepter toutes ces invitations ou entamer un tri sélectif ? Les réponses d'une experte de la mise en réseau.

Dis moi oui l'ami ! « Au démarrage de sa démarche sur les réseaux sociaux professionnels, je préconise d'accepter beaucoup de monde. En effet, avec l'algorithme de LinkedIn, celui que j'utilise, plus on a de contacts, mieux on est référencé et donc plus on est susceptible de recevoir des offres de mises en relation correspondant à notre profil », **argumente Isabelle Sathicq, directrice associée au sein du cabinet d'outplacement L'Espace Dirigeants.** Comptez 150 à 200 contacts afin d'être bien référencé.

Accepter en fonction de ses objectifs : ne jamais perdre de vue que ces réseaux sociaux sont d'ordre professionnels... Donc si vous y acceptez l'invitation d'amis perso, dans vos échanges, restez très pro. Vous cherchez un job, vous souhaitez développer votre business, vous informer sur un sujet pointu... selon votre objectif vous ne validerez pas nécessairement les mêmes profils. « Ainsi, une personne en recherche active d'emploi doit par exemple accepter les demandes des cabinets de recrutement, des chasseurs de tête, mais aussi des entreprises cibles ou encore des décideurs locaux qui la sollicite », **illustre cette coach certifiée Syntec et Conseil en transition de carrière.** Un consultant souhaitant booster sa petite affaire doit être attentif à tous les contacts susceptibles de devenir des clients potentiels.

Bienvenue au premier cercle connu : évidemment, vous pouvez (voire devez) accepter les demandes de connexion de vos collègues, managers, pairs, clients, fournisseurs, partenaires, consultants en lien avec votre métier, anciens camarades de promo, anciens collègues.... Bref, toutes vos connaissances directes sont les bienvenues. Mais quid des concurrents ? Faut-il les accepter ou les refouler de son réseau ? Sur le sujet, notre experte n'a pas de religion : « Certaines personnes refusent ce type d'invitations de peur de se voir « aspirer » leurs contacts. Moi, je développe plutôt une attitude bienveillante à leur égard ».

Etre open : « Je ne me limite pas aux personnes que je connais déjà personnellement et/ou physiquement. Pour elles, j'ai déjà mon téléphone. Non, sur ces réseaux, je fais preuve d'une plus grande ouverture d'esprit en acceptant des gens que je ne connais pas mais qui répondent à ma cible. En l'occurrence des dirigeants d'entreprise. Si dans le profil je vois « CEO », j'accepte d'emblée », **précise Isabelle Sathicq.** Plus votre réseau sera étendu, plus vous aurez de chances d'avoir des contacts partagés et donc plus les recommandations et les mises en relations seront faciles. Toutefois, attention à ne pas vous décrédibiliser en acceptant tout le monde, quel que soit le métier et le niveau hiérarchique. Ne perdez pas de vue que les recruteurs veillent au grain. 82% des employeurs déclarent utiliser les réseaux sociaux professionnels pour recruter (source L'Usine Nouvelle, Nov. 2014). « Un directeur marketing qui aurait dans son réseau LinkedIn ou autre, une majorité d'assistants marketing et de chargés de projet mais très peu de pairs, éveillerait le doute chez un recruteur », **conclut Isabelle Sathicq.**

Sylvie Laidet