

Chapitre 2 – Qu’est-ce que LinkedIn et comment en tirer le meilleur profit ?

Si vous avez acheté ce livre, c’est que vous avez probablement déjà créé un profil sur LinkedIn et que vous avez au moins une première expérience avec cette plateforme de réseautage professionnel en ligne. Ou alors vous utilisez régulièrement LinkedIn et vous souhaitez en savoir plus.

Quelle que soit votre situation, vous devriez prendre un moment pour faire le point et vous demander ce qu’est LinkedIn et ce qu’il n’est pas. Quel est son principal avantage ? Et en quoi peut-il également améliorer votre vie (professionnelle) ?

Qu’est-ce que LinkedIn ?

À l’heure où nous écrivons ces pages (juin 2011) LinkedIn est le plus gros site de réseau **professionnel** au monde avec plus de 105 millions d’utilisateurs et une croissance vertigineuse (de décembre 2008 à décembre 2010, sa capacité est passée de 33 millions à 85 millions d’utilisateurs, ces chiffres ont probablement doublé ou triplé à l’heure où vous lisez ce livre). Il regroupe des gens de tous les secteurs d’activité avec une gamme de postes très variée et est utilisé par des profils hautement qualifiés (par exemple, parmi les membres on trouve des cadres de toutes les sociétés du classement Fortune 500). L’âge moyen est 45 ans et le site est spécialisé sur le développement de réseau *professionnel*, ce qui le différencie de Facebook, MySpace, Netlog et de quantité d’autres sites qui sont plutôt axés sur le développement de réseau *personnel*.

Même si certains le considèrent comme un outil de vente, LinkedIn est avant tout, de notre point de vue, une plateforme de réseautage : une plateforme pour entamer et entretenir des relations. La construction de ces relations peut avoir une finalité commerciale, mais peut également servir à rechercher un emploi, un employé, un fournisseur, un partenaire ou une compétence.

Tout le monde n’est pas d’accord avec nous sur la finalité de LinkedIn (et nous n’avons rien contre ça ☺). Certains utilisent LinkedIn et d’autres sites web de réseautage uniquement pour des besoins commerciaux ou de recrutement. Certes, ils obtiennent des résultats. Mais ils ne sont pas aussi probants que ceux qu’ils devraient obtenir. En court-circuitant les principes fondamentaux 1, 2 et 5 (l’adoption d’une attitude constructive pour développer leur réseau, le Triangle d’or du réseautage et votre potentiel de notoriété-appréciation-confiance), ils ratent de nombreuses opportunités. Ils passent beaucoup de temps et n’obtiennent pas les résultats auxquels ils pourraient prétendre.

LinkedIn (et les autres outils) est simplement un outil puissant pour construire des relations, rien de plus et rien de moins. Un outil que vous utilisez comme moyen de vous aider et non comme finalité. En voyant le nombre de relations qu’ont amassées certains membres, on pourrait croire le contraire. Mais pour nous, bien qu’il soit extrêmement puissant, LinkedIn, n’est rien d’autre qu’un outil.

Il fait partie des nombreux outils qui sont aujourd'hui à notre disposition dans toute la gamme des médias sociaux. Parmi les membres de cette « famille » on compte, entre autres, les blogs, les sites Wiki (Wikipedia), les sites de micro-blogging (Twitter), de partage de photos (Flickr), de partage de vidéos (YouTube) et de partage de signets internet (Delicious). Ce qui est intéressant est de voir qu'ils se sont tous développés les uns par rapport aux autres. LinkedIn a commencé son intégration en novembre 2008 lorsqu'ils ont lancé le module Applications qui permet, par exemple, d'afficher vos articles ou vos diaporamas dans votre profil.

Erwin Van Lun, futurologue et spécialiste des tendances, va encore plus loin lorsqu'il décrit LinkedIn :

« LinkedIn est un élément essentiel de la nouvelle économie. LinkedIn n'est pas simplement un site web, facile à utiliser, ou un outil conçu pour développer votre activité, communiquer avec d'autres internautes ou rechercher des contacts. Non, LinkedIn révèle les fondements d'un système ouvert, organisé en réseau, prêt à émerger quand nous aurons dépoussiéré un système capitaliste fermé. Dans cet environnement, les nouvelles entreprises aident les individus en leur servant de coach virtuel dans différents domaines. LinkedIn est le spécialiste du domaine « professionnel ».

L'évolution de la nouvelle économie s'est d'abord manifestée à travers les contacts, les emplois et les événements. Puis par l'éducation, l'orientation ou la médiation professionnelle. Lorsque vous rapprochez tout cela de LinkedIn, vous réalisez que LinkedIn n'en est qu'à ses débuts. LinkedIn évoluera pour devenir un compagnon fiable, dans la niche des réseaux professionnels mondiaux. Nous ne sommes qu'aux prémices de LinkedIn. »

Tout comme Erwin, nous sommes très impatients de connaître l'évolution de LinkedIn et de savoir en quoi il va pouvoir améliorer nos vies (professionnelles) à l'avenir. Consultez le blog d'Erwin pour en savoir plus sur la vision qu'il a de LinkedIn et sur les autres tendances à l'adresse <http://bit.ly/li-book8>.

Le principal avantage de LinkedIn

De notre point de vue, le concept le plus puissant derrière LinkedIn est sa capacité à trouver **les bonnes personnes et les relations que vous partagez avec elles**. Il nous permet d'avoir accès aux réseaux des personnes que nous connaissons. LinkedIn nous dévoile les réseaux de deuxième et troisième niveaux, ainsi que le parcours pour les atteindre. Cette fonction a une valeur prodigieuse.

Pour quelles raisons ? De nombreuses personnes ont déjà du mal à suivre l'évolution de leur propre réseau (au premier niveau). Il est impossible de savoir quels sont les contacts que connaît notre réseau. Grâce à LinkedIn, cette partie est désormais visible. C'est un outil extrêmement puissant, surtout si vous partez avec une finalité ou un objectif en tête. Nombreux sont ceux qui commettent l'« erreur » de ne rechercher de l'aide qu'au sein de leur propre réseau. Ils se privent ainsi d'un atout considérable.

Et si nous commençons par définir les contacts prioritaires, puis les rechercher, pour trouver ensuite par quel intermédiaire leur être présenté ?

Supposons par exemple que vous recherchez un emploi chez Coca Cola dans votre pays (ou que vous souhaitiez faire des affaires avec eux en tant que fournisseur ou associé).

La plupart des gens pensent alors aux contacts qu'ils sont susceptibles de connaître chez Coca Cola. Ils ont beau réfléchir, personne ne leur vient à l'esprit, puis ils finissent par abandonner. Autre possibilité : ils appellent la réception, demandent à parler au responsable des ressources humaines et se voient refoulés par l'hôtesse d'accueil. Ou encore, la responsable des RH répond qu'elle rappellera, et ne rappelle jamais. Quelle frustration !

Commençons maintenant avec notre objectif en tête. Vous choisissez le responsable RH le plus à même de vous aider pour atteindre votre objectif (la recherche d'un emploi, d'une compétence ou la réalisation d'un contrat). Ensuite vous utilisez LinkedIn pour lancer la recherche suivante : « Responsable RH, Coca Cola, et *votre pays* ». Le résultat vous ramène non seulement le nom exact de la personne ciblée, mais également les relations que vous partagez avec cette personne.

Lorsque vous regarderez les relations que vous avez en commun, vous pourrez peut-être découvrir que cette personne a une relation partagée avec votre voisin. Vous n'en saviez rien, car vous n'aviez jamais abordé Coca Cola dans vos conversations. Ce dernier n'avait jamais rien mentionné à ce sujet et vous ne lui aviez jamais dit que vous étiez intéressé pour travailler chez ou avec Coca Cola. Après avoir découvert cette relation sur LinkedIn et en avoir parlé à votre voisin, vous découvrez qu'il travaillait autrefois avec le responsable RH. Lorsque vous lui faites part de votre objectif, il accepte d'écrire un e-mail pour vous présenter au responsable RH. Cinq jours plus tard, vous êtes invité à un entretien avec ce dernier et vous décrochez le poste ou le contrat.

Sans LinkedIn vous n'auriez probablement jamais su que ces contacts se connaissaient !

Bien entendu tout le monde n'est pas encore sur LinkedIn, vous ne trouverez donc pas toutes les personnes ou fonctions que vous recherchez. Toutefois, LinkedIn est un site web spécialisé sur le développement de réseaux professionnels. Cela signifie que nous avons la possibilité de retrouver de nombreux contacts et d'avoir accès à la plupart des entreprises. Ce que nous constatons dans la pratique est que la majorité des entreprises sont représentées sur LinkedIn (comme nous l'avons déjà indiqué, aux États-Unis, toutes les entreprises du classement de Fortune 500 y sont présentes avec des postes de niveau cadre). Il se peut que vous ne trouviez pas le responsable marketing d'une société, en revanche vous trouverez peut-être son responsable informatique. Il n'y a qu'un intermédiaire entre le responsable marketing et ce dernier. Nous sommes d'accord, cela demande un effort supplémentaire, mais c'est quand même beaucoup plus facile qu'avant l'existence de LinkedIn. De plus, LinkedIn se développe à un rythme incroyable. Par conséquent, les gens que vous ne trouvez pas sur LinkedIn, n'y sont peut-être pas encore, mais ils seront

certainement présents d'ici demain ou la semaine prochaine. Étant donné que LinkedIn évolue à un rythme formidable, à hauteur d'un nouvel utilisateur par seconde, vous serez surpris de comparer quels sont les membres enregistrés aujourd'hui par rapport au mois dernier.

Comme l'ont signalé de nombreux utilisateurs, être connecté avec des personnes sur LinkedIn présente un autre avantage : vous avez toujours accès à leur adresse e-mail la plus récente.

Que peut vous apporter LinkedIn ?

Comme nous l'avons déjà mentionné, LinkedIn est un outil qui prend en charge le processus de mise en réseau. Il offre ainsi tous les avantages que nous avons déjà mentionnés dans le chapitre précédent.

Il est bien évident que vous obtiendrez des résultats à très court terme, ou à plus long terme, selon votre rôle et votre situation professionnels.

Les rôles susceptibles d'avoir des retombées à très court terme sont :

- Les postes de commerciaux
- Les recruteurs et les responsables RH
- Les personnes à la recherche d'un emploi ou d'un stage

En dehors de ces « rôles », tout le monde peut également bénéficier de cet outil.

Pensez à :

- **Rechercher et identifier les bonnes personnes** à l'aide des 10 méthodes que propose LinkedIn.
- **Découvrir des informations** qui peuvent vous être utiles dans une conversation, une rencontre ou un événement du réseau en lisant au préalable le profil de l'interlocuteur sur LinkedIn.
- **Maintenir des relations** avec votre réseau via des messages personnels, partager des idées dans le module Discussions et apporter votre aide dans le module Réponses.
- **Obtenir des recommandations** qui sont visibles par tout le monde, et plus particulièrement par les gens qui jouent un rôle important dans votre travail ou dans la réalisation de vos objectifs.
- **Recevoir des présentations et des recommandations** destinées aux gens qui comptent pour vous via l'outil de présentation ou un e-mail standard.
- **Découvrir les relations qui existent entre les gens** à partir de vos relations partagées (lorsque, au détour d'une conversation, vous découvrez que vous partagez une relation avec un contact LinkedIn, l'atmosphère ne change-t-elle pas systématiquement, facilitant ainsi le

reste de la conversation ?). Vous pourrez également éviter des situations délicates : les commerciaux d'une société appellent un prospect ou un client tout en ignorant qu'il a déjà été contacté par leurs collègues du même service ou d'un autre service.

- **Renforcer votre visibilité, votre réputation, votre image de marque et l'image de marque de votre société** via votre profil LinkedIn, vos contributions à travers les modules Réponses et Discussions et sur le web via les moteurs de recherche.
- **Promouvoir le bouche-à-oreille** en obtenant des recommandations, en obtenant que les gens parlent de vous dans le module Discussions ou fassent référence à votre expertise dans le module Réponses.
- **Obtenir des notifications indiquant les changements de postes via des nouvelles du réseau.** Cela peut constituer une bonne occasion de reprendre contact avec les personnes affectées par ces changements, pour voir si elles sont aujourd'hui disponibles en tant que client, fournisseur ou associé (ce qui n'était peut-être pas le cas auparavant). Si vous êtes commercial, cela peut également être le bon moment d'être présenté au remplaçant de votre contact !
- **Suivre les tendances** des marchés via le module **Discussions**.
- **Rechercher les organisations professionnelles** dont vous pouvez être membre, que ce soit en ligne ou hors ligne, via le module **Groupes** et les profils des gens.

Avantages supplémentaires :

- **Pour les ventes** : obtenir des notifications via les nouvelles du réseau lorsque vos clients créent un lien avec les attachés commerciaux d'une société qui offre les mêmes produits ou services que la vôtre. Cela peut constituer un élément déclencheur pour recontacter vos clients.
- **Pour la recherche d'emploi** : LinkedIn offre des outils supplémentaires pour vous aider. Vous pouvez, par exemple, répondre très facilement aux offres d'emploi et utiliser un outil professionnel supplémentaire dans votre navigateur lorsque vous surfez sur n'importe quel site web.
- **Pour les recruteurs** : LinkedIn offre des outils supplémentaires pour vous aider. Pour mettre en ligne une offre d'emploi sur LinkedIn, par exemple, et pour lancer une recherche de références.

Optimisez l'efficacité et la rentabilité de votre projet ou de votre emploi

Si les rubriques indiquées ci-dessus ne vous concernent pas, c'est que vous avez certainement une « fonction interne », ou que vous « portez plusieurs casquettes » et prenez en charge parallèlement un rôle externe et interne.

Même si beaucoup de gens, qui n'ont en charge qu'une fonction interne, pensent que le développement de réseau en général, et LinkedIn en particulier, ne peuvent leur être d'aucune utilité, en réalité LinkedIn peut leur apporter de nombreux avantages. Bien que d'importantes entreprises disposent de leurs propres annuaires de téléphones et d'adresses e-mail, l'information est très basique et limitée aux détails pratiques ; LinkedIn devient alors un avantage majeur. Lorsque les gens remplissent leur profil sur LinkedIn, leurs collègues auront non seulement la possibilité d'en savoir plus à leur sujet, ce qui leur permettra de former des équipes plus cohérentes, mais également de voir qui fait partie de leur réseau.

À notre connaissance, il n'existe aucune organisation dans le monde qui rassemble autant de savoir dans un système interne. Une telle somme d'informations serait difficile à rassembler, car il faudrait demander à chaque employé d'indiquer ses relations et également de les mettre à jour à chaque modification. Étant donné que la plupart des gens n'ont jamais assez de temps pour venir à bout de leur charge de travail habituelle, c'est la première tâche qu'ils abandonneraient. Le principe de base à l'origine de LinkedIn et de tout autre réseau social ou professionnel est que chacun renseigne son profil personnel. Bien que chacun puisse mettre à jour son profil, il est cependant impossible de leur demander régulièrement d'ajouter toutes leurs relations (et les relations de leur relation !) et de mettre à jour toutes leurs coordonnées.

Une dernière remarque porte sur les gens qui mènent leurs projets à terme : ils ont plus de visibilité, sont promus plus rapidement et seront les derniers à être licenciés. Mener des projets à terme signifie que le travail doit être effectué, mais pas forcément que vous devez tout faire vous-même. Il est essentiel de savoir s'adresser à la bonne personne dans cette nouvelle économie d'experts.

Par conséquent si vous êtes en charge d'une « fonction interne », LinkedIn peut vous procurer presque tous les avantages qui sont décrits précédemment. En d'autres termes, reprenez la liste et « transformez » chaque conseil en leur ajoutant : « Au sein de l'entreprise pour laquelle je travaille ». Par exemple : Rechercher et identifier les bonnes personnes *au sein de l'entreprise pour laquelle je travaille* à l'aide des 10 méthodes que propose LinkedIn.

Augmenter les membres de votre entreprise (professionnelle)

Nombre d'entreprises (professionnelles) ont du mal à susciter un grand intérêt chez leurs membres. Elles cherchent, d'autre part, à attirer continuellement de nouveaux membres.

Démarrer votre propre groupe LinkedIn peut à la fois donner de la valeur ajoutée à votre adhésion et attirer davantage de membres. Et ceci de bien des façons :

1. Une présence en ligne à la suite des événements permettra aux membres de rester en relation entre les réunions.

2. Les membres qui ne peuvent pas participer aux nombreuses réunions pourront toujours entrer en contact les uns avec les autres.
3. Le groupe LinkedIn est une plateforme supplémentaire qui permet aux membres de s'entraider et de discuter des tendances.
4. Il y a des membres potentiels qui n'ont probablement jamais entendu parler de votre entreprise. Ils peuvent entrer en contact avec vous et devenir membres de votre entreprise après avoir trouvé le groupe LinkedIn.
5. C'est une alternative à un forum sur votre propre site web qui est pertinente et gratuite. Nombre d'organisations peinent à construire une communauté avec succès parce qu'ils n'ont pas un assez grand volume de participants pour prendre part aux discussions. Par la suite, les internautes ne reviennent pas sur le forum, la spirale négative s'enclenche et ils ne vont pratiquement plus visiter le site web. Étant donné que les gens utilisent LinkedIn pour se connecter avec d'autres membres et construire leur réseau avec d'autres contacts que les membres de votre entreprise, ils continueront à utiliser LinkedIn et visiteront le groupe LinkedIn de votre entreprise de temps en temps. Désormais LinkedIn propose également une interface API pour le module Groupe qui peut être intégrée dans le site web de votre entreprise ou dans le site web d'un événement que vous organisez.
6. L'adhésion gratuite à un groupe LinkedIn peut susciter un intérêt pour une adhésion payante ou accroître la fréquence des événements (payants).

Conclusion du chapitre

LinkedIn est un réseau d'affaires qui a connu une croissance exponentielle ces dernières années. La raison principale pour laquelle vous utilisez LinkedIn est qu'il vous permet non seulement de trouver les contacts qui peuvent vous aider à atteindre vos objectifs, mais également les relations partagées qui pourront vous les présenter.

LinkedIn offre de nombreux avantages quel que soit votre profil : que vous recherchiez de nouveaux clients, un nouvel emploi, de nouveaux employés, des fournisseurs, des associés, une compétence interne ou externe à votre société ou toute autre information en vue d'optimiser vos délais de réalisation.

LinkedIn vous permet, entre autres, de découvrir les relations existantes entre différents contacts, d'avoir accès aux contacts que vous recherchez, de leur être présenté et recommandé, d'obtenir des réponses à vos questions, de

renforcer votre visibilité, de trouver le groupe que vous voulez rejoindre sur LinkedIn et dans la vie réelle, de recevoir des notifications lorsqu'un contact change de poste, d'échanger sur des questions diverses et de suivre les tendances du marché.

LinkedIn permet également, pour les responsables qui gèrent des organisations ou associations professionnelles, de stimuler l'interaction entre les membres existants et d'en attirer de nouveaux.

Maintenant que vous êtes conscients de ce que LinkedIn peut vous apporter, intéressons-nous à la stratégie numéro 1 pour réussir sur LinkedIn.

Chapitre 3 – Comment utiliser AU MIEUX LinkedIn : une stratégie fondamentale en 5 étapes

L'« erreur » la plus répandue, parmi les utilisateurs de LinkedIn, consiste à croire qu'il suffit d'avoir un très bon profil sur LinkedIn pour que le reste suive automatiquement, comme par magie : de nouveaux clients, un nouvel emploi, de nouveaux employés, etc. Ce constat, nous le déplorons, est renforcé par des soi-disant « Experts de LinkedIn ».

Mais la réalité est tout autre !

Réfléchissez à votre cas : combien de fois utilisez-vous LinkedIn pour rechercher un contact et lui proposer un emploi, le recruter comme consultant ou acheter ses produits ? Presque jamais, n'est-ce pas ?

Mais alors, LinkedIn n'est-il qu'un phénomène de mode parmi d'autres ? Un autre site web à l'origine d'une nouvelle bulle Internet ?

Certainement pas !

C'est bien l'un des outils les plus performants de la planète (en tout cas, à l'heure actuelle ☺) pour réaliser vos objectifs professionnels !

Et là est le problème pour une majorité d'entre nous : nous ne nous fixons pas d'objectif au départ. D'ailleurs, la majorité des habitants de cette planète n'ont même pas conscience de leurs objectifs.

Pour *réellement* tirer profit de LinkedIn vous devez changer cela, en adoptant notre stratégie fondamentale en 5 étapes pour réussir sur LinkedIn.

Dans les chapitres suivants, vous trouverez plus de détails sur chacune de ces étapes et sur d'autres stratégies proposées.

Stratégie fondamentale en 5 étapes pour réussir sur LinkedIn

Dans ce chapitre ainsi que dans tout le reste du livre, nous ne dispenserons que les conseils qui peuvent être appliqués à partir d'un compte de base LinkedIn (gratuit). Si vous deviez souscrire à un compte supérieur pour pouvoir appliquer un conseil, il en sera explicitement fait mention. Bien entendu, LinkedIn a la possibilité d'apporter des modifications n'importe quand, alors ne nous en voulez pas si des changements ont eu lieu entre le moment où nous avons écrit ce livre et le jour où vous appliquez ces conseils ☺. Le moment est venu d'aborder maintenant notre stratégie fondamentale en 5 étapes pour réussir sur LinkedIn.

Étape n°1 : définir un objectif clair et spécifique

Prenez une feuille de papier (ou Word, Notepad, votre iPad ou tout autre support que vous utilisez pour écrire) pour y inscrire votre objectif. Il peut se rapporter à la recherche de nouveaux clients, d'un nouvel emploi, de nouveaux employés, associés, fournisseurs, experts... Soyez le plus précis possible.

Il s'agit de la première étape dans ce que nous appelons l'exercice G.A.I.N. (*Goals Achieving via the Immense power of your Network : Réalisation d'objectifs via l'immense puissance de votre réseau*). Si vous souhaitez avoir recours à des conseils en plus grande quantité pour réaliser cet exercice en définissant votre objectif le plus précisément possible, vous pouvez télécharger cet exercice à partir de la Vidéothèque & bibliothèque d'outils à l'adresse www.how-to-really-use-linkedin.com.

Étape n°2 : penser aux contacts qui peuvent vous aider à atteindre votre objectif

Pensez à votre objectif et demandez-vous : « quelles sont les personnes les plus à même pour m'aider à réaliser mon objectif ? »

Ne limitez pas votre recherche aux contacts que vous connaissez déjà ! Il vous faut moins de 6 étapes pour contacter n'importe quel interlocuteur dans le monde, alors restez ouvert et énumérez les gens qui sont les plus à même de vous aider même si vous ne les connaissez pas ou si vous ne connaissez même pas leur nom.

Soyez précis. Si, pour réaliser cette tâche, vous souhaitez avoir accès à des conseils supplémentaires, téléchargez l'exercice G.A.I.N.© depuis la Vidéothèque & bibliothèque d'outils à l'adresse www.how-to-really-use-linkedin.com.

Étape n°3 : accéder à Recherche avancée sur LinkedIn

Connectez-vous à LinkedIn et accédez à la recherche avancée (il s'agit du lien **Avancé** indiqué à côté de la barre de recherche dans la partie supérieure de votre page d'accueil).

Aidez-vous des paramètres définis à l'étape 1 et 2 pour renseigner les champs disponibles sur cette page. À partir de ces champs, vous pouvez ajouter ou modifier les paramètres définis à l'étape 1 et 2.

Vous trouverez, dans le chapitre 7, *10 stratégies pour rechercher des utilisateurs sur LinkedIn*, une explication de tous les champs qui sont à votre disposition. Mais la plupart d'entre eux sont intuitifs, ce qui devrait vous permettre de vous en sortir.

À ce stade, 2 possibilités s'offrent à vous : soit vous trouvez la personne que vous recherchez soit vous ne la trouvez pas. Si vous l'avez trouvée, passez à la prochaine étape.

Si vous ne l'avez pas trouvée, il se peut qu'elle n'ait pas de profil sur LinkedIn. Toutefois, d'autres explications sont aussi possibles.

- Elle s'est enregistrée avec une fonction différente de celle que vous avez consultée. Par exemple, vous avez peut-être entré directeur des ressources humaines alors qu'elle s'est enregistrée comme responsable RH. Par conséquent, utilisez plusieurs descriptions pour indiquer la fonction si votre recherche n'aboutit pas.
- Vous avez utilisé d'autres paramètres dans votre recherche que ceux qui ont été utilisés lors de l'enregistrement du profil. Affinez votre recherche en jouant avec les options disposées sur la gauche de la page (ou modifiez les options de tri dans la partie supérieure des résultats de recherche). Il se peut qu'elle n'ait plus la même fonction (modifiez l'option **Actuellement ou précédemment** du champ Intitulé) ou qu'elle ait changé d'entreprise (modifiez l'option **Actuellement ou précédemment** du champ **Entreprise**). Ou encore, il est possible que la personne que vous recherchez soit enregistrée sous une catégorie différente de celle avec laquelle vous effectuez votre recherche.

Conseil : commencez par entrer des critères généraux et affinez ensuite votre recherche. Lorsque vous appliquez les différents paramètres, commencez d'abord par les plus importants (par ex. pays, fonction, société). Si vous obtenez des résultats (en grande quantité ou en petite quantité), ajoutez les autres paramètres (par ex. le code postal, le secteur d'activité, la langue, la relation). De cette façon, vous pouvez examiner l'impact de certains paramètres sur la recherche. Pour en savoir sur les conseils de recherche, vous pouvez les télécharger gratuitement depuis Vidéothèque & bibliothèque d'outils, à l'adresse www.how-to-really-use-linkedin.com.

Étape n°4 : rechercher les contacts qui peuvent vous aider

Examinez le nombre de personnes que vous retourne la recherche. Si vous obtenez une trop grande quantité de résultats (ou une trop petite quantité), modifiez les paramètres dans la partie gauche de la page.

Choisissez ensuite le profil que vous trouvez le plus intéressant et recherchez les contacts que vous connaissez en commun. Pour y parvenir, cliquez sur **x relations partagées** dans la liste des résultats (uniquement pour les relations de 2^e niveau) ou encore vous pouvez cliquer sur le nom d'un contact pour lire son profil en premier lieu, puis examiner les contacts que vous avez en commun sur la partie droite de la page (pour cela, faites défiler légèrement la page vers le bas).

Si le profil n'est pas celui que vous recherchez ou si vous recherchez plus de contacts, répétez l'opération.

Remarque : si vous ne trouvez pas beaucoup de relations de 2e niveau (alors que c'est l'information que vous recherchez !), cela signifie probablement que

vous n'avez pas encore un réseau LinkedIn assez important ou que vous n'avez pas encore le bon réseau LinkedIn. Dans le chapitre 5, Comment développer votre réseau... rapidement, vous trouverez quelques conseils pour construire votre réseau LinkedIn rapidement.

Étape n°5 : être présenté aux contacts qui peuvent vous aider

Une fois que vous avez trouvé les gens qui peuvent vous aider à atteindre votre objectif et les relations que vous avez en commun, il est temps de quitter LinkedIn et de demander de faire les présentations.

Même si vous pouvez également utiliser l'option Être présenté(e) par une relation dans LinkedIn, je ne le recommande pas. Pourquoi ? Et bien parce que vous ignorez si ces relations se connaissent réellement bien !

Elles se sont peut-être rencontrées une seule fois lors d'une conférence ou se sont même connectées sans se connaître du tout. Si vous demandez à être présenté via l'option Être présenté(e) par une relation, il est probable que vous attendiez très longtemps avant de recevoir une réponse, si toutefois vous en recevez une !

Conseil : si vous souhaitez malgré tout utiliser l'option Être présenté(e) par une relation, il faut que vous sachiez que la personne qui vous présente et celle à qui vous êtes présenté peuvent toutes deux lire vos messages! La plupart des utilisateurs ne sont pas conscients de cette fonction et ils écrivent parfois des messages (trop) personnels à la personne qui va les présenter. Imaginons, par exemple, que vous souhaitiez être présenté au responsable marketing de Microsoft. Vous constatez qu'un ami de l'université partage une relation avec chacun d'entre vous. Dans le message qui accompagne votre demande de présentation, vous faites allusion à des activités « extra-curriculum » (sorties, soirées arrosées, etc.), car ce sont les souvenirs que vous avez en commun. Il y a des chances, néanmoins, que la première impression du responsable marketing, en lisant ces lignes, soit également la dernière !

Quelle alternative ?

Décrochez votre téléphone, expliquez votre objectif à vos relations partagées et demandez-leur si elles connaissent bien la personne que vous voulez contacter.

Si ces relations ne se connaissent pas assez bien, remerciez-les de vous avoir consacré du temps.

Si elles se connaissent *réellement* et veulent bien vous aider, demandez-leur de vous mettre en relation en vous présentant l'un à l'autre via un e-mail standard (sans passer par LinkedIn).

Nous appelons ce courrier le Magic Mail. Pourquoi ? Parce que le résultat peut être magique !

Conseil : vous pouvez télécharger des conseils supplémentaires et des modèles de Magic Mail depuis la Vidéothèque & bibliothèque d'outils, à l'adresse www.how-to-really-use-linkedin.com.

Tentons d'expliquer cette démarche en vous montrant la différence entre la fonction de LinkedIn Être présenté(e) par une relation et un e-mail de présentation rédigé en dehors LinkedIn.

Si vous utilisez l'option Être présenté(e) par une relation, c'est à vous d'écrire un message qui pourra être transféré par votre contact. Le contenu du message pourra sembler un peu froid même s'il est rendu un peu plus chaleureux par votre contact. Cependant, c'est vous malgré tout qui êtes à l'origine de ce message, vous, qui n'êtes qu'un étranger pour le destinataire.

En revanche, lorsque la personne que vous souhaitez contacter sur LinkedIn, reçoit un e-mail de la part du contact que vous avez en commun, celle-ci sera d'autant plus réceptive au message, qu'elle *connaît* déjà, *apprécie* et *fait confiance*, jusqu'à un certain point, au contact qui lui écrit. Cette personne sera d'autant plus réceptive pour entamer une conversation avec vous que votre contact partagé lui aura déjà « vendu » vos qualités !

Si vous avez une mémoire plutôt visuelle, vous pouvez retrouver ces 5 étapes sur une vidéo en consultant la Vidéothèque & bibliothèque d'outils, à l'adresse www.how-to-really-use-linkedin.com

Conclusion du chapitre

Dans ce chapitre vous avez pris connaissance de la stratégie fondamentale en 5 étapes pour réussir sur LinkedIn :

- Étape 1 : définir un objectif clair et spécifique
- Étape 2 : penser aux contacts qui peuvent vous aider à atteindre votre objectif
- Étape 3 : utiliser la recherche avancée de LinkedIn
- Étape 4 : trouver les contacts qui peuvent vous aider
- Étape 5 : être présenté aux contacts qui peuvent vous aider

Vous avez également appris quel était l'outil le plus puissant à utiliser en dehors de LinkedIn : le Magic Mail.

Nous espérons sincèrement vous avoir convaincu : car il vous suffit d'agir pour obtenir des résultats !