

Petit guide pour gérer votre réputation en ligne



Introduction

Tous ceux qui sont dans le coup sont sur les médias sociaux. Ils ont totalement révolutionné la communication.

De leurs balbutiements (au début des années 2000) à nos jours, les médias sociaux ont explosé. Ils sont désormais fermement ancrés dans notre quotidien et rien n'indique qu'ils vont disparaître.

Que ce soit pour prendre des nouvelles des amis, tisser des liens avec des collègues ou, simplement, pour discuter de tout et de rien avec des personnes qui nous ressemblent, ils ont profondément transformé notre manière de communiquer et ont fait de notre monde un espace véritablement connecté.

Le pouvoir des médias sociaux

Le rôle des médias sociaux est plus important que jamais. Ils ont été à la base de révolutions politiques, ont permis à des amis d'enfance de se retrouver et se sont établis comme les plateformes sur lesquelles communiquent les habitants du monde entier.

Les médias sociaux tiennent désormais lieu de nouvelle « première impression ». Ils occupent une place centrale sur le marché du travail. Vous pouvez en tirer profit lorsque vous envisagez un changement de carrière, pour rechercher un emploi ou même pour rendre votre profil en ligne plus professionnel. En matière d'embauche, cette présence en ligne peut d'ailleurs faire toute la différence. Car si vous êtes actif sur Facebook ou Instagram, il est probable que votre recruteur le soit également.

Mais il ne s'agit pas seulement de Facebook. Instagram, LinkedIn, Pinterest... la liste n'en finit pas. Si les statistiques indiquent que LinkedIn est toujours le réseau numéro un en matière d'emploi, il s'avère que 66 % et 54 % des entreprises utilisent respectivement Facebook et Twitter dans le cadre de leur processus de sélection. Face à de tels chiffres, peut-on se permettre de ne pas faire un grand nettoyage de printemps sur ses différents comptes ?

Un chiffre parle de lui-même : 73 % des travailleurs ont été engagés en utilisant les médias sociaux. Le paysage des réseaux en ligne évolue, tout comme la manière dont les recruteurs recherchent les futurs talents. Le fait que le recrutement traditionnel soit de plus en plus délaissé indique toute l'importance des médias sociaux.

Cela signifie que les responsables des sélections se renseignent, puisqu'ils sont 75 % à consulter le profil des candidats. Difficile, dès lors, d'ignorer le pouvoir des médias sociaux en matière de recrutement.



14,4 millions de personnes utilisent les médias sociaux pour chercher un emploi !

Qui regarde mon profil ?

La tâche des recruteurs consiste à cerner les candidats le mieux possible. Pour se faire une idée de votre profil, ils organisent généralement des entretiens téléphoniques ou en face à face. Mais ils peuvent tout aussi bien jeter un œil à vos comptes en ligne. Ce faisant, ils se contentent certes des apparences, mais c'est typique de l'époque dans laquelle nous vivons.

L'utilisation des médias sociaux peut éviter aux recruteurs d'engager un candidat inadapté. Mais elle peut aussi les encourager à s'intéresser au comportement d'un individu hors de la sphère professionnelle. Ce qui peut s'avérer pratique pour déterminer si son profil est en adéquation avec l'entreprise. Imaginons qu'un prestigieux cabinet d'avocats consulte votre compte Twitter : il peut décider de ne pas vous inviter à un entretien si celui-ci fait état d'activités inappropriées, mais, à l'inverse, il se peut qu'il souhaite vous rencontrer en personne si votre profil correspond à l'identité de la société.

Si vous souhaitez que des informations ne soient pas rendues publiques, évitez de les publier ou assurez-vous qu'elles demeurent privées. Cela peut d'ailleurs jouer en votre faveur : les recruteurs peuvent y voir une démarche intelligente qui indique que vous comprenez l'importance de la sécurité en ligne.

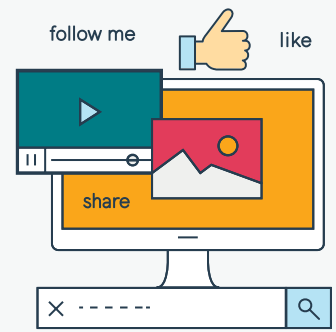


Conseil : Si vous souhaitez que des informations ne soient pas rendues publiques, assurez-vous qu'elles demeurent privées.

Les recruteurs consultent-ils les médias sociaux ?

La réponse est simple : oui. Pourquoi ? Ils cherchent à savoir qui vous êtes réellement. Les recruteurs veulent voir au-delà de votre CV. À travers des sites web tels que Facebook et Twitter, un recruteur peut cerner votre personnalité, voir les activités auxquelles vous participez, les personnes que vous suivez, celles qui vous suivent, l'utilisation que vous faites de la langue et même connaître votre opinion sur des sujets d'actualité. Ils peuvent ainsi évaluer si vos traits de personnalité correspondent à l'entreprise et à ses valeurs.

Voilà donc l'occasion idéale pour faire un grand nettoyage. Un recruteur sera en effet moins enclin à engager une personne qui, sur son compte Twitter, parle d'activités impliquant des drogues ou publie des tweets inappropriés. Mieux vaut donc passer en revue son profil pour s'assurer que ce qui s'y trouve est convenable.



73 % des entreprises ont déjà engagé des salariés à travers les médias sociaux.

Quelle est l'importance des médias sociaux ?

Plus de 14,4 millions de personnes cherchent un emploi sur les plateformes des réseaux sociaux : ce chiffre suffit à illustrer la prévalence et l'importance grandissantes de ces réseaux. Pour trouver un nouveau poste, votre présence en ligne peut donc jouer un rôle crucial.

D'ailleurs, que vous soyez à la recherche d'un emploi ou que vous en ayez déjà un, il peut être utile de vous afficher sur les médias sociaux. Cela peut vous permettre d'avoir voix au chapitre au sein de votre secteur. En partageant des articles ainsi que des informations

et en discutant avec des acteurs influents, vous commencerez à vous forger la réputation d'être quelqu'un qui mérite d'être écouté.

De même, le fait de publier des messages sur des forums ou des groupes de discussion et de donner votre avis sur des livres spécialisés sur Amazon peut vous placer en bonne position par rapport aux recruteurs. Ainsi, la prochaine fois que vous achetez un livre et qu'il vous plaît (ou non, d'ailleurs), publiez votre avis sur Amazon. Toutes ces démarches participent à renforcer et à améliorer votre présence en ligne et donc à vous faire remarquer.

Et en suivant le profil des PDG, des hauts responsables et d'autres dirigeants de votre branche, vous pourrez en tout temps prendre le pouls des dernières tendances du secteur.

Plus vous utilisez les médias sociaux, plus vous en tirerez profit.



Conseil : lorsque vous êtes à la recherche d'un emploi, assurez-vous que votre profil est public et que vos publications sont professionnelles, informatives et intéressantes : de cette façon, vous attirerez plus de followers.

Aperçu des médias sociaux



Facebook

1,86 milliard d'utilisateurs actifs mensuels*

Vous pouvez interagir avec des marques, envoyer des messages et consulter les mises à jour des entreprises qui vous intéressent. Certaines d'entre elles y publient même leurs offres d'emploi. Et si vous souhaitez en savoir plus sur une certaine marque, la plupart d'entre elles répondent aux questions posées sur leur mur Facebook. Facebook est un moyen efficace d'interagir avec les marques (et même les célébrités) que vous appréciez.

#socialisation, #reconnexion, #partage



Twitter

313 millions d'utilisateurs actifs mensuels*

Twitter est une plateforme de microblogging. Vous pouvez vous y positionner comme acteur influent ou leader d'opinion au sein de votre secteur. En interagissant avec des entreprises, des individus et des leaders du secteur et en publiant votre avis sur certaines questions, vous pouvez montrer que vous participez à cette communauté. Ce faisant, vous pouvez attirer l'attention des recruteurs et potentiellement trouver un emploi, car vous faites preuve d'un intérêt qui est plus qu'occasionnel. C'est également un outil de réseautage très utile. Twitter vous permet de suivre l'actualité d'individus (ou de sociétés) du secteur qui vous intéresse et de lancer des discussions avec vos propres hashtags. Vous aurez ainsi une meilleure compréhension des choses et pourrez prendre le pouls des évolutions de votre secteur.

#microblogging, #tempsréel, #réseautage, #influence



Instagram

400 millions d'utilisateurs actifs*

Instagram est une plateforme visuelle. Si elle ne s'impose pas comme le premier choix en matière de recrutement, pouvez néanmoins y publier votre travail et donner à ses utilisateurs un aperçu de votre vie. C'est un endroit idéal pour les créatifs et la plateforme parfaite pour trouver un public et se faire remarquer. Si vous êtes artiste, graphiste ou photographe, Instagram est fait pour vous. L'utilisation des hashtags vous permet de rester pertinent et garantit que votre contenu sera vu par les personnes adéquates.

#personalbranding, #photographie



LinkedIn

467 millions de membres*

Si vous souhaitez partager votre opinion ou lancer une discussion intéressante, LinkedIn est la plateforme idéale. La fonction Pulse vous permet d'y écrire des articles de blog. LinkedIn vous offre par ailleurs la possibilité de commenter les articles de figures de premier plan telles que Richard Branson ou Arianna Huffington. Vous pouvez également y consulter l'actualité des entreprises, postuler à des offres d'emploi et rejoindre le réseau de vos collègues, actuels ou anciens. C'est le média social par excellence des entreprises et de l'emploi.

#emploi, #rechercheemploi, #réseautage, #recrutement



Xing

11,1 millions de membres*

Xing est une plateforme similaire à LinkedIn qui est principalement utilisée dans les pays germanophones. Vous pouvez y partager vos idées et en débattre, commenter des articles et d'autres contenus qui vous intéressent, ou encore suivre l'actualité de secteurs, de personnalités ou d'entreprises. C'est une plateforme qui vous permet de présenter votre parcours et vos compétences et qui vous assure ainsi d'être visible auprès des entreprises. Xing vous donne également l'opportunité de rejoindre les réseaux de vos collègues et de votre employeur.

#emploi, #rechercheemploi, #networking, #recrutement

* Nombre d'utilisateurs depuis le 31 décembre 2016

Qu'est-ce que le personal branding ?

Pour cultiver votre image de marque personnelle, les médias sociaux sont des outils très puissants. Ils revêtent une importance particulière pour l'évolution de votre carrière et pour votre positionnement en tant que leader ou qu'acteur influent au sein d'un secteur.

Mais en quoi consiste le personal branding, au juste ? Il s'agit de faire la promotion de votre carrière ou de votre personne, à l'image de celle d'une marque. En somme, il s'agit de votre réputation. Mais en quoi est-ce pertinent ? On observe que ce sont de plus en plus les personnes qui suscitent la confiance, plutôt que les marques. Créer votre marque personnelle vous permet de supprimer le carcan de la publicité et des ventes dont le public commence à se lasser. Dans un espace saturé, l'originalité de vos pensées et l'individualité de votre optique font de vous une voix d'autant plus bienvenue qu'elle est rafraîchissante.



Conseil : un poste spécifique vous intéresse ? Recherchez des personnes ayant une fonction similaire sur LinkedIn, puis abonnez-vous à leur compte sur Twitter pour y trouver des idées uniques.

Voici quelques raisons justifiant l'opportunité de créer votre marque personnelle :



Vous renforcez votre réseau professionnel.



Vous vous ouvrez à de nouvelles opportunités.



Vous devenez un acteur influent dans votre domaine.



Vous gagnez en reconnaissance et en crédibilité au sein de votre secteur.

Lorsque vous créez votre marque personnelle, il est important de faire preuve de cohérence, de bien filtrer les publications qui vous concernent et d'entretenir des contacts réguliers avec votre public.

YouTube est la plateforme idéale pour mettre votre marque personnelle en avant. Vous pouvez y créer des vidéos sur tous les sujets qui vous intéressent. Si vous êtes passionné par le marketing numérique, par exemple, vous pouvez partager vos connaissances à travers des vidéos, en répondant à des commentaires et questions ou en aidant votre public. En encourageant et en soutenant une communauté, vous constaterez que ses membres se tourneront vers vous pour obtenir des réponses et vous deviendrez un acteur influent.



58 % des personnes abonnées au compte d'une entreprise le sont car elles souhaitent y travailler.

PageExecutive

MichaelPage

PagePersonnel

Part of PageGroup

Faire le grand nettoyage sur vos comptes : comment procéder ?

Il suffit parfois de procéder à quelques ajustements pour améliorer votre profil. Ce nettoyage de printemps ne doit pas vous demander plus de quinze minutes. En suivant ces quelques étapes, vous renforcerez votre présence sur les médias sociaux. Répétez l'opération tous les six mois pour être sûr que tout est bien en ordre.

Première étape :

Sur Google, tapez votre nom entre guillemets. Si votre nom est très courant, ajoutez une ville, l'entreprise où vous travaillez ou l'école que vous avez fréquentée.

Deuxième étape :

Vérifiez Google Images. Il est plus facile de filtrer des images que des centaines de liens.

Troisième étape :

Faites une recherche sur les médias sociaux à partir de vos noms d'utilisateur. Passez tout en revue : Twitter, LinkedIn, Tumblr et Pinterest.

Quatrième étape :

Commencez à ajuster ce que vous trouvez. Peut-être l'une ou l'autre de vos publications passées sont-elles gênantes. Ou peut-être avez-vous gagné en maturité depuis la création de votre compte. Connectez-vous et supprimez ce qui doit l'être. Google et Facebook disposent d'options qui vous permettent de supprimer des contenus par vous-même. Si vous préférez repartir de zéro, il vous suffit de supprimer votre ancien compte et d'en créer un nouveau.

Cinquième étape :

Si vous trouvez des publications que vous ne pouvez pas supprimer ou modifier, une solution simple consiste à faire pencher la balance du côté des informations positives. Écrivez des articles, participez à des discussions en ligne et mettez votre profil en avant en relayant des contenus intéressants.



66 % des membres de la génération Y s'inquiètent de l'impact potentiellement négatif que peuvent avoir les informations qu'ils publient en ligne sur leur réputation.

À faire et à éviter

À faire

✓ Remplir son profil

✓ Être cohérent d'un profil à l'autre

✓ Utiliser des visuels

✓ S'abonner à des groupes sectoriels

✓ S'amuser

À éviter

✗ Publier des contenus inappropriés

✗ Se plaindre de son employeur

✗ Être offensant

✗ Harceler les autres

✗ Mentir