



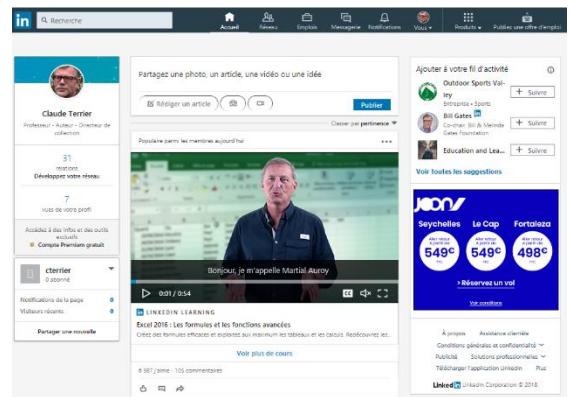
LinkedIn est un réseau social professionnel sur lequel la personne présente, dans son profil, son cursus d'étude, sa carrière, ses compétences et ses expériences, ses motivations... Ces informations, peuvent être partagées et consultées par d'autres professionnels qui ont des emplois similaires, qui travaillent dans le même secteur ou qui cherchent à recruter de nouvelles compétences.

- Le salarié, l'étudiant ou la personne en recherche d'emploi peut ainsi se créer un réseau professionnel qu'il peut utiliser pour trouver un emploi, un stage, se reconverter, ou échanger avec des confrères d'autres entreprises ou pour certains développer leurs affaires.

- L'entreprises peut l'utiliser pour se faire connaître des autres professionnels ou réaliser des recrutements.

LinkedIn propose une formule de base gratuite et une offre payante **Prémium** qui permet d'accéder à des informations supplémentaires sur les personnes qui possèdent un compte et sur le détail des recherches et consultations dans lequel le compte apparait.

LinkedIn a été créé en 2003 aux Etats-Unis par **Reid Hoffman** et **Allen Blue**. Il a été racheté en 2016 par Microsoft qui l'intègre petit à petit dans ses solutions professionnelles. En 2018, LinkedIn compte plus de 500 millions de comptes dont 115 millions d'utilisateurs actifs par mois (10^e réseau mondial en termes d'utilisateurs et premier réseau professionnel).



1. LES COMPTES LINKEDIN

Afin de monétiser ses services, LinkedIn propose un version payante premium à côté de la version basic gratuite.

■ Version basic gratuite

La version gratuite permet de créer et d'entretenir un profil professionnel en ligne sans frais. Elle intègre les fonctionnalités suivantes :

- développer et maintenir un réseau professionnel ;
- retrouver et se connecter à des collègues et/ou d'autres personnes ;
- solliciter et accorder des recommandations ;
- rechercher et consulter les profils d'autres membres de LinkedIn ;
- possibilité de voir qui a consulté un profil (Jusqu'à 3 personnes) ;
- recevoir un nombre illimité d'InMails ;
- enregistrer jusqu'à 3 recherches et recevoir des alertes hebdomadaires sur celles-ci.

■ Version Premium

Moyennant un abonnement mensuel d'environ 20 €, LinkedIn offre des fonctionnalités supplémentaires pour les recruteurs, les chercheurs d'emploi, les spécialistes en marketing B2B et les professionnels de la vente. Cette formule intègre les fonctionnalités suivantes :

- possibilité illimitée de voir qui a consulté un profil (au lieu de 3 dans le compte normal) ;
- accès au profil complet des personnes du réseau personnel (normal = 2^e niveau) ;
- envoi de 15 Inmails par mois ;
- tous les utilisateurs peuvent voir le profil personnel (open profile) ;
- possibilité d'effectuer des recherches avancées avec 8 filtres ;
- accès à plus de 300 profils par recherche (contre 100 pour la formule basic) ;
- possibilité de recevoir entre 5-7 notifications par semaine pour des nouveaux profils correspondants à des recherches (contre 3 pour la formule basic) ;
- possibilité d'obtenir la liste des références de personnes pouvant vous recommander.

2. CREER ET OPTIMISER UN PROFIL PROFESSIONNEL

La finalité de LinkedIn n'est pas de se créer un réseau d' « amis », mais de se créer un réseau de relations professionnelles destiné à faciliter, aider ou dynamiser une carrière.

Lors de recherches sur le réseau (pour un recrutement par exemple), le profil peut être vu par des employeurs, des DRH, des recruteurs professionnels, qui ne vous connaissent pas. La personne qui consulte le profil doit donc se faire une idée de la personne à partir des informations mises dans son profil. À l'issue de cette consultation, il peut prendre contact pour obtenir des informations complémentaires.

Le profil doit être rédigé avec la même rigueur que celle qui est mise dans la création d'un CV et d'une lettre de motivation. Il doit être optimisé en fonction des objectifs et des cibles à toucher : trouver un nouvel emploi, changer d'entreprise, échanger avec des collègues, développer un réseau professionnel, prospector des clients potentiels...

Le profil doit être complet, facile à lire, positif et honnête pour inciter la personne qui le consulte à l'étudier jusqu'au bout et lui donner envie de mieux vous connaître.

Le contenu du profil est proche de celle d'un CV on y retrouve :

- l'entête, avec une photo de profil, un titre (emploi occupé), une synthèse des expériences professionnelles, les compétences, les formations suivies ; les centres d'intérêt ;
- par ailleurs, le profil indique les recommandations, les groupes dont vous êtes membres et les pages auxquelles vous êtes abonnées ;
- enfin, le profil peut contenir des pièces jointes. Il peut être judicieux d'intégrer au profil des documents qui enrichissent et mettent en valeur le profil (exemple : études, articles de presse, publications, interviews, CV...).

Le profil doit transmettre une image **positive** et **valorisante**. Il doit contenir un maximum de **mots-clés** dans les diverses sections du profil, dans le résumé et dans le titre professionnel. Ils doivent attirer l'attention des professionnels cibles. Ils concernent notamment les expériences, les compétences, les offres de services. Les mots clés servent au filtrage des profils dans les requêtes. Une bonne réflexion sur ces mot clé permettra au profil de ressortir plus rapidement et plus fréquemment dans les résultats de recherche.

Le degré d'optimisation du profil est visualisé sous la forme d'un axe avec un curseur qui indique la force du profil



Un profil est constitué de 7 éléments :

- le **résumé** : il est réalisé à partir des informations principales saisies lors de la création du profil ;
- la **formation** : elle précise la formation qui a servi de base à l'acquisition ultérieures des expériences et des compétences ;
- le **poste** : il correspond au poste occupé actuellement ;
- le **secteur** : il indique le secteur d'activité de la personne ;
- la **photo** : elle doit mettre en évidence la personnalité et le profil de la personne ;
- le **lieu** : il correspond au positionnement géographique de la personne ;
- les **compétences** : 4 ou 5 mots, mettent en évidence le profil et doivent attirer l'attention ;
- un **résumé** : ce peut être des explications complémentaires ou une formule pro-active qui met en évidence les performances, les compétences ou un projet professionnel.

Une partie du profil est paramétrée lors de la création du compte, le reste est paramétré ultérieurement dans le menu : **Accueil**.

3. RECHERCHER UN EMPLOI

LinkedIn propose des modules ou des applications complémentaires, gratuites ou payantes, qui facilitent la rédaction et la recherche d'emploi. Certaines de ces fonctions sont intégrées à l'offre Prémium.

- **LinkedIn offres d'emploi**, est une plateforme gratuite à la disposition des entreprises et des demandeurs d'emploi. Elle permet de déposer des offres et des demandes d'emploi, de faire des recherches par zone géographique, de recevoir des notifications et des suggestions de postes, de postuler à des annonces avec le profil LinkedIn tout en restant confidentielle.
- **Resume Builder** propose des modèles prédéfinis dans lesquels il est possible d'exporter les informations du profil dans un document au format PDF, pour obtenir un document actualisé. Il est important que le demandeur d'emploi, construise un CV solide, complet et valorisant sans être dans l'excès, la survalorisation et l'autosatisfaction..
- **Job Seeker**, est un module payant qui propose des aides pour mettre en avant une candidature.
- **Job Slots** permet d'associer un candidat à l'offre qui lui correspond. Cette fonctionnalité fait automatiquement parvenir les annonces des entreprises aux profils correspondants afin de faire gagner du temps aux deux parties. Les offres apparaissent sur la page d'accueil des postulants qui sont tous présentés à l'entreprise qui peut alors choisir de les contacter.

4. RECRUTER SUR LINKEDIN AVEC « RECRUITER »

Il est possible de poster une offre d'emploi gratuitement sur LinkedIn depuis le compte de l'entreprise dans la rubrique « Emploi », mais les options de mise en œuvre restent limitées.

L'entreprise qui souhaite recruter à partir de LinkedIn peut utiliser l'application **Recruiter**. Ce module est accessible à partir d'un compte d'entreprise Prémium. Il permet de consulter facilement les offres grâce à un moteur de recherche performant propre à LinkedIn : **LinkedIn Job Search**.

Recruiter permet de réaliser sur une personne ou un groupe de personnes : des recherches guidées, d'utiliser des filtres Spotlights et des filtres avancés qui facilitent la recherche, de trier, de sélectionner et de contacter les candidats à l'aide d'InMail. Enfin il est possible de mettre en œuvre une procédure complète de recrutement à l'aide de **Recruiter System Connect**.

Recruiter offre les possibilités suivantes :

- utilisation de 20 filtres de recherche Premium ;
- consultation du profil complet de tous les membres du réseau LinkedIn ;
- contacts multiples, grâce à 150 messages InMail par mois et par membre de l'équipe ;
- gestion facile de la base de recrutement avec possibilité de travail en collaboration ;
- suivi de l'activité de l'équipe à l'aide d'outils de reporting et d'analyse ;
- recherche de candidats même en déplacement, avec l'application **Recruiter Mobile** (iPhone et Android).