

**Best-seller  
international  
2<sup>e</sup> édition \***

**Jan Vermeiren  
Bert Verdonck**

# LinkedIn

**Comment optimiser  
la puissance  
de votre réseau**



- **Attirer de nouveaux clients**
- **Trouver un emploi**
- **Rester en contact avec son réseau**
- **Découvrir de nouveaux prestataires et partenaires**
- **Recruter de nouveaux employés**
- **Utiliser LinkedIn en entreprise**

# Chapitre 6 – Les groupes au cœur de LinkedIn

Pourquoi les groupes sont-ils assimilés au cœur de LinkedIn ? Parce que ce sont les groupes qui génèrent le plus d'interactions. C'est au sein des groupes que vous pouvez aider les autres et obtenir de l'aide, appliquer le Triangle d'or du réseautage (donner, demander, remercier) et améliorer votre potentiel de notoriété-appréciation-confiance.

## La valeur ajoutée des groupes

C'est l'apparition de l'option **Discussions** dans le menu **Groupes** qui a poussé Jan à écrire la première édition de ce livre (en 2008).

Pour quelles raisons ?

Avant l'apparition de la fonction **Discussions**, LinkedIn était essentiellement un annuaire de contacts liés par des relations professionnelles. La fonctionnalité **Réponses** a certes multiplié les interactions sur le site web, mais c'est depuis l'ajout de la fonction **Discussions** que LinkedIn regroupe un ensemble de communautés professionnelles dans lesquelles les gens peuvent s'entraider.

L'établissement des relations réside dans les actions entre les membres ; que leurs profils soient liés ne joue pas vraiment. Les discussions ont rendu non seulement les échanges beaucoup plus faciles, mais elles ont également offert la possibilité d'exploiter la puissance des groupes : deux membres ont plus de connaissances qu'un seul, trois plus que deux et ainsi de suite.

## L'avantage d'être membre d'un groupe

Les interactions dans le menu **Groupes** sont également plus intuitives que dans la fonctionnalité **Réponses**. Dans la vie réelle, les gens sont habitués à se rendre ensemble dans des clubs et des associations. Partager des idées est également l'une des premières raisons pour laquelle internet a été utilisé.

Nous vous encourageons donc à devenir membre d'un ou de plusieurs groupes ou à créer vous-même un groupe. Une fois que vous êtes membre, voici les bénéfices que vous pourrez retirer de cette adhésion :

- En posant des questions sur le forum **Discussions** vous pouvez **recevoir de l'aide de la part des autres membres**.
- **Vous pouvez voir les profils des autres membres**. Cela vous permet d'accéder directement à d'autres personnes qui ne sont pas forcément dans votre réseau de premier, deuxième ou troisième niveau.
- **Vous pouvez contacter d'autres membres directement**. De nombreux professionnels n'autorisent pas à être contactés directement via LinkedIn (ils désactivent cette option dans leurs préférences). Toute-

fois, l'option standard dans chaque groupe autorise les membres à se contacter directement. Presque personne ne sait que cette option peut être désactivée ; vous devriez donc normalement pouvoir contacter tous les autres membres du groupe.

- **En répondant aux questions sur le forum Discussions, non seulement vous renforcez votre visibilité, mais vous avez aussi l'opportunité de montrer votre expertise.** En conséquence, votre potentiel de notoriété-appréciation-confiance s'en trouve renforcé. Lorsque vous répondez aux questions, assurez-vous que vous donnez les bonnes réponses et évitez de tenir un discours trop commercial.
- **En partageant des articles, vous contribuez également à améliorer votre visibilité.** Encore une fois, ne cédez pas au discours racoleur. Il est tout à fait possible de partager des liens vers votre site web personnel, un blog ou un article qui vous représente à partir du moment où il donne des informations aux destinataires ou les aide d'une façon ou d'une autre.
- **Lorsque vous répondez à une question dans l'espace Discussions, vous pouvez ajouter l'adresse URL de votre site web.** Vous renforcez ainsi la visibilité de votre site web et stimulez votre classement dans Google et autres moteurs de recherche. Cependant, n'abusez pas de ces liens. Ils ne doivent pas dépasser une, voire deux lignes au maximum.
- **Être membre d'un groupe qui organise des rencontres afin que les membres puissent se retrouver en personne présente aussi des avantages :**
  - Pour savoir si la rencontre vaut le déplacement et prendre la décision de vous y rendre ou pas, vous pouvez enquêter pour savoir qui y participe. Vous pouvez également prendre des dispositions pour y rencontrer vos interlocuteurs en personne. Ce qui peut être très utile lorsque vous n'êtes pas très à l'aise dans de nouveaux environnements.
  - Si vous n'êtes jamais allé à ce type de rencontre, vous pouvez solliciter les autres membres sur leurs expériences passées et sur ce que vous pouvez en attendre.
  - Vous pouvez organiser vos trajets en covoiturage pour économiser de l'argent, contribuer au respect de l'environnement et optimiser le temps que vous consacrez au développement de votre réseau.
  - Vous pouvez facilement garder contact après l'événement et entre les rencontres.
  - Des conseils supplémentaires pour allier la puissance d'un groupe, la gestion des événements (*Events*) dans LinkedIn et les réseaux traditionnels sont dispensés dans le chapitre 11, *Alliez la puissance de vos réseaux en ligne et hors ligne via l'application Events*.

- *Des conseils pour se préparer à des événements live visant à développer son réseau, savoir que faire lorsque vous participez à ce type d'événement et comment garder un suivi, sont disponibles sur le CD consacré au réseautage, « Let's Connect at an Event » (Entrons en contact lors d'un événement) sur le site web de Networking Coach (disponible à l'adresse [www.networking-coach.com](http://www.networking-coach.com)).*

Nous vous encourageons fortement à devenir membre d'un ou de plusieurs groupes. Nous vous conseillons également d'être un membre actif, en aidant la communauté et en partageant vos points de vue. Ce comportement vous rendra plus sympathique aux yeux des autres membres. Ils prendront contact avec vous et vous consulteront dans votre domaine de spécialisation, quel qu'il soit.

Vous pouvez également dispenser votre aide ou en demander grâce au module **Réponses**. L'avantage est que ce n'est pas limité aux membres d'un groupe, et que vous pouvez donc potentiellement obtenir de l'aide auprès d'un plus grand nombre de contacts et accroître ainsi votre visibilité. Cependant, cibler un public plus large comporte également des inconvénients : de nombreux contacts qui appartiennent à votre « cœur de cible » (en d'autres termes : aux gens auprès de qui vous voulez être visible, qu'elle qu'en soit la raison) ne verront jamais les questions et réponses dans le module **Réponses**, alors qu'ils pourraient suivre de près les discussions du groupe en ligne ou être informés par e-mail. En d'autres termes, dans la plupart des cas, vous obtiendrez de meilleurs résultats si vous participez aux groupes qu'en répondant aux questions du module **Réponses**.

## Quels groupes rejoindre ?

Pour de nombreux utilisateurs, la grande question reste : quels groupes dois-je rejoindre ?

Vous ne pouvez pas rejoindre plus de 50 groupes sur LinkedIn alors il va falloir faire des choix. Nous vous recommandons de ne pas être membre de plus de 10 groupes, étant donné qu'il est difficile de contribuer activement à des dizaines de groupes.

Le conseil le plus précieux que nous pourrions vous donner est de rejoindre les groupes qui répondent à vos objectifs.

Par conséquent, chacun fera son propre choix.

Par exemple :

- Si vous recherchez un nouvel emploi, cherchez les groupes auxquels appartiennent les recruteurs intéressés par votre profil, vos futures collègues et les responsables du recrutement.

- Si vous recherchez de nouveaux clients, cherchez les groupes auxquels appartiennent vos clients, d'autres fournisseurs auprès de votre cœur de cible et vos prospects.
- Si vous recherchez de nouveaux employés, recherchez les groupes qui sont focalisés sur le type d'employés que vous souhaitez recruter, le groupe de votre entreprise et le groupe des anciens élèves de votre entreprise.
- Si vous recherchez des partenaires, recherchez les groupes auxquels ils appartiennent et les groupes auxquels appartiennent les gens qui ont accès à ces partenaires.

À côté de ça, il existe également des groupes qui sont plus éloignés de vos objectifs :

- Les groupes d'anciens élèves (anciens étudiants)
- Les groupes d'anciens collègues (anciens collègues et très souvent aussi employés actuels)
- Les groupes de l'organisation pour laquelle vous travaillez
- Les groupes d'organisations auxquels vous appartenez dans la vie réelle (organisations professionnelles, les organisations syndicales, les chambres de commerce, les clubs professionnels locaux, les clubs sociaux, ...)

## 3 types de groupes

LinkedIn propose 3 types de groupes :

1. **Les groupes privés** : les administrateurs du groupe ou l'un des responsables du groupe doivent approuver une demande d'adhésion. Toutes les informations qui sont publiées dans le groupe ne peuvent pas être identifiées par les moteurs de recherche (vous remarquerez un cadenas en face du nom du groupe).
2. **Les groupes réservés aux membres** : tous ceux qui souhaitent rejoindre le groupe sont automatiquement acceptés. Toutes les informations qui sont publiées dans le groupe ne peuvent pas être identifiées par les moteurs de recherche (vous remarquerez un cadenas en face du nom du groupe).
3. **Les groupes ouverts** : tous ceux qui souhaitent rejoindre le groupe sont automatiquement acceptés. Toutes les informations qui sont publiées dans le groupe peuvent être identifiées par les moteurs de recherche.

Remarque : au moment où nous écrivons ces pages, il est impossible d'ouvrir des sous-groupes.