

JE DÉVELOPPE
MON ACTIVITÉ GRÂCE À
LINKEDIN,
VIADÉO, TWITTER



Tout pour créer
et animer
efficacement
mes espaces

« J'ouvre ma boîte » est une collection créée en partenariat avec le Salon SME (Solutions pour Mon Entreprise) et Placedesreseaux.com, le web magazine des entrepreneurs en réseau.

Du même auteur et dans la même collection

Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux,
Dunod, 2^e édition, 2015.

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2016

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-074713-9

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2^o et 3^o a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mes parents pour leur affection inconditionnelle et leur présence. Mention spéciale aussi à mon coach Snapchat, ma nièce Ariane March, une vraie *digital native* !

Merci également aux experts et entrepreneurs interviewés ; ils permettent à ce livre d'être, je l'espère, plus vivant et encore plus pertinent pour vous : Damien Anfroy, Marie-Alice Boyé, Marie-Claude Carré, Violaine Champetier de Ribes, Claire Fouquerand, Philippe Gastaud, Edward Grospron, Natacha Heurtault, Alexandre Jubien, Jean-François Kitchiguine, Mathilde Lauriau-Tedeschi, Bérénice Louis, Marine Lucas, Emmanuelle Mordacq, Emilie Ogez, Dominique Palacci, Frank Riquer, Jill Rowley, Nicolas Salado.

Merci enfin à Odile Marion pour sa confiance et à Julie Robert pour son travail d'édition et les petits push bienveillants qui font qu'un livre peut voir le jour.

Sommaire

REMERCIEMENTS	3
AVANT-PROPOS	6
1 DÉFINIR SES OBJECTIFS ET SES PRIORITÉS D'ACTION	7
Qu'attendre des médias sociaux ?	8
Quels objectifs pour LinkedIn, Viadeo et Twitter ?	12
Prioriser votre action	17
2 CRÉER UN PROFIL EFFICACE SUR LINKEDIN ET VIADEO	23
Préparer votre action	24
Optimiser votre profil étape par étape	28
3 CRÉER LE BON RÉSEAU DE CONTACTS SUR LINKEDIN ET VIADEO	51
Définir votre stratégie de contact	52
Passer à l'action – demander en contact	56
4 ENTRETENIR SON RÉSEAU PROFESSIONNEL ET FAIRE RAYONNER SON EXPERTISE	63
Entretenir votre réseau	64
Faire connaître votre expertise	68
Créer des posts dans LinkedIn	74
5 CONQUÉRIR DE NOUVEAUX CLIENTS ET CONTACTS	79
Définir votre stratégie de conquête	80
Approche « individuelle », étapes et tactiques	81
Approche « Marché »	88
Approche « Attraction »	91

6	LES PAGES ENTREPRISES : POURQUOI ? COMMENT ?	95
	Profil vs. page : comprendre les différences	96
	Une page Entreprise pour quoi faire ?	97
	Mettre en place votre page Entreprise	98
	Faire vivre votre page	100
	Lire les statistiques de votre page	105
	Recruter des abonnés et promouvoir vos publications	106
	Acheter de la publicité	107
7	COMPRENDRE TWITTER, CRÉER ET PERSONNALISER SON COMPTE	111
	Quels objectifs pour Twitter ?	112
	Quel nom choisir ?	113
	Créer votre compte	116
	Comprendre Twitter	119
	Personnaliser votre profil	127
8	ORGANISER SA VEILLE DANS TWITTER	133
	Quels domaines de veille sur Twitter ?	134
	La recherche dans Twitter	135
	Utiliser les listes	138
	Vous organiser	141
9	UTILISER TWITTER POUR DÉVELOPPER SON ENTREPRISE	145
	Émettre des tweets efficaces	146
	Recruter des abonnés	150
	Faire rayonner votre expertise	151
	Cultiver des relations avec les influenceurs, journalistes, blogueurs	154
	Fidéliser et conquérir des clients	155
	CONCLUSION	159

Avant-propos

Un livre pensé pour des entrepreneurs

Que vous soyez en cours de création de votre entreprise ou que vous l'ayez déjà créée, LinkedIn, Viadeo et Twitter vous seront utiles et ce, quelle que soit votre activité et votre clientèle.

Un objectif : vous faire gagner du temps

Centré sur la pratique, ce livre vous explique pourquoi mettre en place certaines pratiques ou déployer un profil ou une page, mais aussi comment le faire efficacement. Il prend en compte la réalité de votre quotidien : animer votre présence sur les médias sociaux n'est pas votre seule mission !

Trois grandes parties

→ **Le chapitre 1** décrit l'intérêt pour vous de ces médias et vous aide à définir vos objectifs.

→ **Les chapitres 2 à 6** se concentrent sur les réseaux sociaux professionnels LinkedIn et Viadeo. Apprenez à les utiliser pour optimiser votre profil, entretenir et développer votre réseau professionnel, conquérir de nouveaux clients et faire émerger votre expertise.

→ **Les chapitres 7 à 9**, dédiés à Twitter, vous permettent de comprendre son fonctionnement. Vous verrez ensuite comment mettre en place une veille efficace puis comment l'utiliser pour développer votre entreprise.

Nous avons associé à cet ouvrage des **contenus complémentaires**, réservés aux lecteurs. Vous les découvrirez au fil des chapitres.

Bonne lecture !

1

Définir ses objectifs et ses priorités d'action

Il n'y a pas de bon vent pour celui qui ne sait pas où il va.

ÉPICTÈTE

Objectifs

- ▶▶ Comprendre la place de LinkedIn, Viadeo et Twitter dans l'univers des médias sociaux et appréhender leurs usages.
- ▶▶ Définir vos objectifs sur les médias sociaux en fonction de votre activité et de votre projet.
- ▶▶ Choisir le réseau professionnel le plus efficace pour vous.

Lorsque l'on crée une entreprise, il faut tout à coup devenir à la fois commercial, marketeur, communicant, financier... et ce quel que soit le type d'activité que l'on souhaite lancer. De plus, 50 % des créateurs d'entreprises viennent du salariat et ne sont pas encore rompus au métier d'entrepreneur. Dans cette aventure, plus que jamais, être entouré, pouvoir s'appuyer sur son réseau pour surmonter les obstacles et tout simplement se sentir moins seul, voire trouver de nouveaux clients prend toute son importance. Voyons ensemble l'ensemble des objectifs que vous pouvez atteindre grâce aux médias sociaux et plus précisément, en quoi LinkedIn/Viadeo et Twitter peuvent vous aider.

Qu'attendre des médias sociaux ?

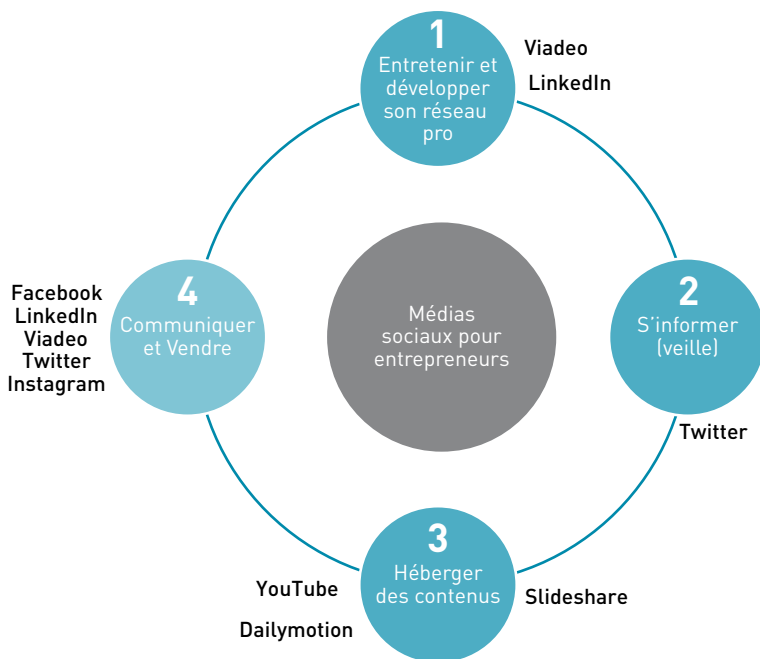
■ ■ ■ Il ne se passe pas une année sans qu'un nouveau média social fasse parler de lui et semble devenir – au moins l'espace d'un instant – LE réseau sur lequel il faut être. Dans le même temps, des réseaux tels que Facebook ou LinkedIn continuent inexorablement à être de plus en plus utilisés en France. Pour mémoire, il y a maintenant plus de 30 millions de Français actifs sur Facebook. Avant de vous lancer dans l'action, il est essentiel de réfléchir à ce que les médias sociaux peuvent vous apporter et de choisir les bons outils dans le contexte de la création et du développement de votre activité.

4 usages clés des médias sociaux

Ce panorama simplifié se concentre sur les médias de référence en France, utiles pour les petites entreprises et les indépendants. En effet, les médias de référence varient d'un pays à l'autre et également d'un type d'utilisateur à l'autre. Les adolescents ont

adopté massivement Snapchat alors que nous n'en parlerons pas ici car son usage par les petites entreprises est extrêmement limité à l'heure actuelle.

Ils s'organisent autour de 4 usages :



1. Entretien et développer son réseau professionnel. C'est le terrain de jeu de LinkedIn et Viadeo.

2. S'informer/organiser sa veille. Bien évidemment, la plupart des médias sociaux vous proposent des informations. Twitter est mis en valeur ici puisque – bien paramétré – il vous permet d'organiser une véritable revue de presse sur un secteur d'activité ou d'expertise par exemple.

3. Héberger des contenus. Dans la grande famille des médias sociaux, les plateformes de partage de contenus telles que You-

Tube pour la vidéo ou Slideshare pour les présentations Powerpoint vous permettent de publier des contenus sur Internet et ensuite, de pouvoir les partager à partir de vos réseaux sociaux. Dans le contexte de votre création d'entreprise, ils peuvent vous aider à publier facilement et rapidement des outils de communication.

4. Communiquer et vendre. Le dernier usage, celui qui est clé pour le développement de votre activité et dans lequel, en fonction de notre cible de clientèle, nous allons privilégier un média par rapport à un autre.

Focus sur « Communiquer et vendre »

Se faire connaître et gagner de nouveaux clients sont souvent mentionnés en premier lorsque l'on demande à des entrepreneurs ce qu'ils attendent des médias sociaux. On peut dans cet objectif en distinguer deux :

- travailler son image (*personal branding*, image de l'entreprise) et faire connaître l'entreprise (développer sa notoriété) ;
- fidéliser ses clients existants, travailler la relation avec des prospects, conquérir de nouveaux clients.

Les médias sociaux peuvent nous aider à atteindre ces deux objectifs en revanche, les médias à utiliser dépendent des préférences de notre cible.

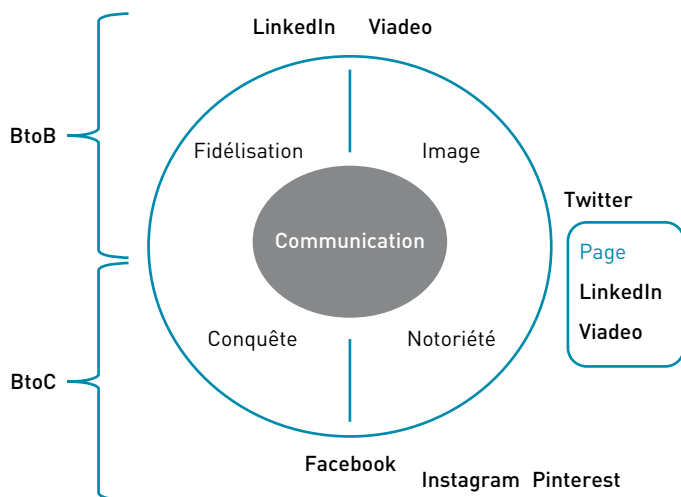
→ **BtoB** : Vos produits ou services s'adressent à des entreprises ou à des professionnels. LinkedIn et Viadeo sont les deux médias dans lesquels les relations professionnelles se produisent. Ils sont donc à privilégier.

→ **BtoC** : vous vous adressez aux particuliers.

- Vous allez vous concentrer sur Facebook pour fidéliser et conquérir vos clients puisque c'est le réseau sur lequel ils sont

présents¹. À Facebook, en fonction de votre appétence pour ces médias, vous pourrez ajouter l'usage d'Instagram ou de Pinterest.

- Pour cultiver les relations avec les professionnels dont vous avez besoin pour réussir votre activité (apport financier, collaborateurs, partenaires, prestataires...), vous allez aussi travailler LinkedIn/Viadeo.



Enfin, quelle que soit votre activité, vous pouvez utiliser Twitter pour organiser votre veille et vous tenir au courant. La création d'une page au nom de votre entreprise sur LinkedIn et Viadeo vous permet également de fixer l'image de l'entreprise.

Dans le reste de ce chapitre, nous détaillons les objectifs que nous pouvons atteindre sur LinkedIn, Viadeo et Twitter.

1. Pour progresser sur Facebook, voir F. Confino, K. Toussaint, *Je développe mon activité grâce à Facebook*, Dunod, 2016.

Quels objectifs pour LinkedIn, Viadeo et Twitter ?

■ ■ ■ Revenons dans les détails de ce que ces réseaux peuvent vous apporter.

Entretenir votre réseau relationnel professionnel

Un usage régulier de LinkedIn ou Viadeo vous permet de travailler votre réseau relationnel professionnel : continuer à entretenir des liens avec votre entourage professionnel d'avant votre création, renouer avec des perdus de vue, être tenu au courant des évolutions professionnelles de vos contacts, nourrir une relation naissante avec un prospect que vous venez juste de rencontrer, voir qui peut vous mettre en relation avec quelqu'un que vous souhaitez rencontrer... voici autant de situations dans lesquelles les réseaux sociaux professionnels peuvent se révéler particulièrement efficaces, voire vous faire gagner du temps.

Terrain de jeu prioritaire : les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn et Viadeo).

TÉMOIGNAGE

Nicolas Salado, co-fondateur de GuessWhat ?

« Je suis passé à l'entrepreneuriat après de belles expériences de salarié. Même si je n'ai pas monté ma start-up seul, je me tourne régulièrement vers mon réseau pour y trouver soutien, conseils et ressources. Je partage aussi sur LinkedIn les étapes importantes de notre création comme lorsque nous avons été sélectionnés pour le programme d'accélération de Facebook. D'ailleurs, quand je pense à mes relations sur LinkedIn, je préfère parler de communautés plutôt que de réseau ! »

Vous faire gagner du temps

En plus de la recherche de clients, vous devez maintenant trouver des prestataires, des partenaires, voire des collaborateurs. Les réseaux sociaux professionnels peuvent vous aider à identifier des professionnels et voir qui les connaît parmi vos contacts. Pour certains d'entre vous, sur des décisions d'achat plus complexes, les groupes de LinkedIn peuvent être une source d'informations intéressantes également. En «écoutant» certaines conversations, vous pouvez identifier des solutions et voir ce que d'autres professionnels en pensent.

Terrain de jeu prioritaire : LinkedIn et Viadeo.

Faire de la veille, vous tenir au courant

De plus en plus de Français ont le réflexe de se rendre sur Twitter pour obtenir des informations lorsqu'un événement important se produit. Dans nos univers professionnels, cet outil nous permet également de repérer les dernières informations, les derniers articles parus sur un sujet d'expertise. Experts, blogueurs, journalistes partagent systématiquement sur Twitter le lien vers leurs contenus pour en augmenter l'audience. Twitter devient ainsi une excellente source d'informations professionnelles, loin de l'image people ou aut centrée que l'outil peut avoir auprès du grand public.

LinkedIn et Viadeo quant à eux restent les meilleurs outils pour vous tenir au courant des évolutions de votre réseau.

Terrain de jeu prioritaire : Twitter.

Terrain de jeu secondaire : LinkedIn/Viadeo.

Préparer votre Business Plan

Les entrepreneurs ont rarement des budgets pour faire faire des études de marché par des instituts, les réseaux sociaux deviennent