

LINKEDIN, MODE D'EMPLOI

Pour attirer les jeunes talents dont ils ont un besoin stratégique, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à créer des pages pour communiquer sur leur «marque employeur», prendre part aux communautés qui les intéressent et impliquer leurs recruteurs via leurs profils sociaux, notamment sur LinkedIn... Ils vous attendent donc sur ce terrain social où, tel le petit poucet, ils ont semé des cailloux pour vous permettre d'arriver à bon port ! À vous de les repérer et de partir sur la bonne piste, que ce soit en Suisse ou à l'étranger.

Marie-Marthe Joly, Consultante et formatrice en médias sociaux, Expression Coaching

La première étape incontournable sur LinkedIn consiste à y créer votre identité, comprenez par là remplir votre «profil». Il permet de vous connecter aux professionnels à l'intérieur du réseau, d'avoir accès aux informations partagées et diffusées, et d'interagir dans les groupes. Mais ce n'est pas tout, une fois suffisamment et dûment complété, votre profil ressortira dans les premiers résultats de recherche Google. Ainsi, lorsqu'un recruteur entrera votre nom dans le célèbre moteur de recherche – ils sont de plus en plus nombreux à le faire –, votre profil LinkedIn ressortira dans les premiers résultats et son titre en constituera la description. On comprend ainsi tout l'enjeu stratégique de visibilité qui va bien au-delà de LinkedIn. Je vous invite donc à créer votre profil avec le plus grand soin...

AVANT DE VOUS LANCER...

Étant donné l'enjeu stratégique pour votre carrière, il est indispensable de clarifier vos objectifs professionnels. Si vous n'en avez pas, vous n'obtiendrez rien, si vous en avez et qu'ils sont clairement exprimés, toutes les chances de les atteindre sont de votre côté. Il vous suffit alors d'en déduire les thèmes et les mots clés correspondants. Il vous faut également être conscient de vos points forts (ressources) et de vos points faibles au regard de vos objectifs.

CRÉEZ VOTRE PROFIL !

Si vous n'avez pas encore créé votre profil, rendez-vous sur LinkedIn.com et laissez vous guider après avoir choisi un **profil «étudiant»**, qui contiendra les rubriques adaptées. À ce stade, une formule gratuite vous suffit. **Prenez soin de ne pas donner l'accès à votre webmail** (vous pouvez cliquer sur «passer cette étape»), sinon même votre grand-maman pourrait bien recevoir une invitation à se connecter, puis des relances pour ne pas avoir encore accepté! LinkedIn va vous demander d'entrer vos **informations de base**, vos **premières expériences professionnelles** qui incluent vos jobs étudiants. Laissez-vous guider.

On vous propose ensuite d'uploader votre photo...

Celle-ci ne doit pas forcément être très formelle, mais ce n'est pas non plus une photo de vacances, ni de celles que vous pouvez mettre sur Facebook. Soignez votre look pour qu'il soit cohérent avec le secteur que vous visez, choisissez un fond correct, souriez et soyez vous-même. Une photo respectant ces principes et prise avec un smartphone peut faire l'affaire. Mettre sa photo est très important, cela inspire confiance aux recruteurs, et LinkedIn qui suit la tendance infographique met désormais l'accent sur le visuel.

L'OUTIL «PULSE»

Pensez à utiliser le nouvel outil de LinkedIn «Pulse» qui agrège les articles d'experts reconnus dans leur domaine. Cela vous permettra de recueillir de l'information auprès de ces «leaders d'opinion» dans les domaines correspondant à votre spécialisation ou qui vous intéressent.

Un profil 100% complet vous offrira 40 fois plus d'opportunités!

DEUX EXEMPLES DE TITRE DE JEUNES DIPLÔMÉS OU ÉTUDIANTS

- Assistante promotion et coordinatrice d'événements xxx, département yyy (30%) à l'Université de zzz
- Un projet réussi? Une visibilité forte, des NTIC appropriées et engager la bonne personne. Peut-être moi?

Vous aurez ensuite à rédiger votre « titre de profil »...

En tant qu'étudiant ou jeune diplômé, il est important d'y faire ressortir ce qui vous passionne dans votre domaine et ce que vous voulez faire dans le futur. Vous devez à ce stade utiliser les mots clés, identifiés au préalable, de votre objectif professionnel. Ces mots clés doivent correspondre à ceux que les recruteurs entrent quand ils utilisent la base de données des 260 millions de profils présents sur LinkedIn pour rechercher les compétences dont leur entreprise a besoin.

Une des méthodes simple est d'entrer la fonction envisagée dans la **recherche avancée** de LinkedIn (exemple : assistant marketing) et d'analyser les résultats de recherche (professionnels, offres d'emploi, groupes). Pour analyser ces résultats, vous pouvez copier le contenu d'un profil, d'une offre ou d'une discussion dans un générateur de nuages de mots clés tels que **wordle.net** et observer visuellement quels termes ressortent le plus souvent et vous correspondent.

Votre titre va par ailleurs ressortir dans Google. Ainsi, tout l'Internet sera au courant et les chances que vos attentes soient captées par ceux qui peuvent y répondre augmentent significativement! Encore une bonne raison de raisonner en termes de mots clés et d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO). Vous voici entré(e) de plain-pied dans le « **personal branding** »... Pour ce faire, 120 caractères sont à votre disposition !

Vous devrez ensuite rédiger votre « résumé »...

Ayez en tête le SEO, car là encore la base de données de LinkedIn et Google vont indexer vos mots clés. Votre résumé doit parler de ce qui vous motive, des compétences que vous avez acquises et de ce que vous voulez faire ensuite. Rédigez-le à la première personne. Pensez à aérer le contenu à l'aide de paragraphes et ayez à l'esprit en quoi vous répondez aux besoins des entreprises qui pourraient vous embaucher. 2'000 caractères sont à votre disposition et vous pouvez ajouter du contenu multimédia (vidéos, pdf, présentations sur SlideShare ou hyperlien) !

Dans la section « Expérience »...

Vous devez indiquer tous les stages et jobs que vous avez effectués, y compris à temps partiel, et indiquer pour chacun d'entre eux ce que vous y avez réalisé ou appris. L'idée est de valoriser vos expériences professionnelles. Bien entendu, en tant que jeune diplômé, on ne vous demande pas d'être déjà un professionnel expérimenté. Ce qui compte, c'est l'expérience et ce qu'elle vous a appris en même temps que la démarche. Vous pouvez joindre du contenu multimédia pour chacune de ces expériences. Vous avez entre 200 et 2'000 caractères à disposition pour chacune d'entre elles.

70% des emplois sont trouvés via réseautage.

Dans la section « Organisations »...

Vous pouvez indiquer toutes les associations ou organisations que vous avez rejointes et y décrire votre rôle. Cette section n'est pas à négliger ; elle donne beaucoup d'informations sur vous et peut vous aider à vous démarquer d'autres candidats.

Dans la section « Formation »...

Vous pouvez mettre toutes les formations supérieures que vous avez suivies. Vous pouvez également ajouter d'autres formations suivies, pourvu que celles-ci puissent être cohérentes avec votre projet professionnel.

Dans la section « Causes et expériences de volontariat »...

Les expériences que vous y mettez peuvent avoir aux yeux des recruteurs la même valeur que les expériences professionnelles.

Dans la section « Compétences et expertise »...

L'idéal est de trouver au moins cinq compétences à inclure dans cette section. Ayez à l'esprit les compétences nécessaires qui intéressent les entreprises que vous ciblez. Cela suppose que vous vous intéressiez à leur secteur. Pour vous y aider, vous pouvez consulter les pages entreprises, les groupes, ainsi que les articles dans « **Pulse** » (flux d'informations de LinkedIn) rédigés par les experts les plus en vue, mais aussi Wikipédia qui offre une sorte de thesaurus de compétences.

Dans la section « Prix et distinctions »...

Si vous avez gagné un prix ou reçu une distinction dans le cadre de vos études par exemple, n'hésitez pas à le mentionner. Les entreprises ne s'intéressent pas qu'à l'aspect professionnel, elles s'intéressent également à votre personnalité. D'autres sections spécifiques aux étudiants existent comme « **projets** » ou « **cours** » que vous pouvez remplir. Décrivez votre projet, qu'il soit professionnel, personnel ou associatif, expliquez sa réalisation, son impact éventuel, etc. N'hésitez pas à démontrer en quoi il a enrichi votre profil. La rubrique cours peut servir à faire mention d'une spécialisation dans un domaine particulier.

N'oubliez pas de compléter vos données personnelles...

Afin que les recruteurs puissent vous contacter ! Celles-ci apparaissent dans la rubrique « **cordonnées** » en bas à droite du cartouche d'en-tête.

Et surtout, souvenez-vous...

Plus vous remplissez votre profil, plus celui-ci a des chances de ressortir dans les résultats de recherche des recruteurs. **Un profil 100% complet vous offrira 40 fois plus d'opportunités !**

TIP

La rubrique « Compétences et expertise » est indexée par LinkedIn, notamment pour faire ressortir votre profil dans les recherches des recruteurs.

LE PORTAIL STAGES DE LINKEDIN

LinkedIn a mis en place un portail stages et emplois www.linkedin.com/studentjobs spécialement dédié aux étudiants et jeunes diplômés. Sur la page d'accueil du portail, vous pouvez faire une recherche d'emploi ou de stage par métier, consulter les derniers programmes de recrutement des grandes entreprises, ou voir les dernières offres mises en avant. Ce portail comprend également des filtres de recherche fort utiles, spécialement adaptés aux étudiants et jeunes diplômés, qui permettent de trouver simplement et efficacement toute offre qui vous correspond. De plus en plus d'entreprises s'en servent pour recruter ou proposer des stages. Vous pouvez postuler directement sur ce portail qui a l'avantage de permettre aux recruteurs d'accéder directement à votre profil sur LinkedIn.

PASSEZ À L'ACTION : VOTRE STRATÉGIE DE RECHERCHE D'EMPLOI

La première des choses est de **développer significativement et stratégiquement votre réseau**. Pour cela, utilisez :

- Votre **carnet d'adresses** (amis, familles, alumni, voisins, professeurs, collègues, etc.)
- Les **membres des groupes** que vous ciblez en fonction de vos études et objectifs professionnels
- Les **collaborateurs des entreprises** dans lesquelles vous avez fait des stages

Attention à ne pas être trop sélectif, les connexions de vos connexions peuvent vous conduire à un emploi... De votre côté, acceptez les invitations à se connecter sauf profil qui vous semble peu « sérieux » ou « douteux », bien évidemment. Par ailleurs, prenez soin de motiver vos invitations et n'envoyez jamais l'invitation à se connecter par défaut. Au contraire, **personnalisez-les**, vos chances de succès seront significativement plus élevées.

Une fois connecté à un membre du réseau, vous pouvez lui envoyer un message personnalisé pour lui faire part de votre recherche, lui demander des conseils, une introduction ou un rendez-vous qui vous permettra de recueillir des informations précieuses. Le succès réside dans la construction d'une relation de confiance qui passe rapidement du monde virtuel au monde bien réel (téléphone, rendez-vous). Aussi, n'hésitez pas à proposer une rencontre autour d'un café, par exemple. Il est très important de passer du réseau, virtuel, au contact téléphonique ou au face à face bien concret.

Une fois votre réseau en bonne voie de croissance et d'optimisation, vous pouvez partir à la recherche d'informations clés concernant les entreprises pour lesquelles vous pourriez travailler. Il y a de grandes chances pour que celles-ci aient une page LinkedIn sur laquelle elles publient des informations précieuses concernant leurs activités, leurs métiers, leurs attentes et... leurs recrutements en cours. Sur leur page, vous pouvez donc en général consulter leurs offres d'emploi, voir comment vous êtes connecté avec les collaborateurs de cette entreprise (1^{er}, 2^e ou 3^e degré) et dans quels groupes vous pouvez échanger ou entrer en connexion avec eux. Vous avez ainsi bien souvent l'opportunité de dialoguer avec les personnes qui peuvent répondre à vos interrogations et avec les recruteurs eux-mêmes. Si d'aventure vous n'aviez aucun moyen de vous connecter à une personne qui vous intéresse, vous pouvez toujours utiliser un « **InMail** », mail interne à LinkedIn moyennant une somme modique qui vous permet de toucher n'importe lequel de ses membres, pourvu qu'il n'ait pas bloqué cette fonctionnalité.

Il ne vous reste plus qu'à vous lancer. Osez entrer en contact avec les recruteurs après avoir candidaté ou simplement pour leur poser une question. Pensez néanmoins à vérifier que la réponse n'est pas disponible dans l'annonce, sur LinkedIn ou les pages carrières de l'entreprise !