

GUIDE PRATIQUE

MEDIAS SOCIAUX



CENTRE D'INFORMATIQUE POUR LA RÉGION BRUXELLOISE



CIRB



Votre organisation, ou vous-même, n'est pas encore membre des réseaux sociaux ?

Voici comment faire vos premiers pas sur les trois réseaux incontournables ainsi que pour vous lancer dans la veille de votre e-réputation. La vocation de ce guide pratique n'est pas de vous proposer un mode d'emploi de ces médias et outils sociaux mais de vous offrir un aperçu de leurs fonctions principales.

1. VOS PREMIERS PAS SUR FACEBOOK	4
1.1. Votre compte personnel	4
1.2. La page de votre organisation	8
2. VOS PREMIERS PAS SUR TWITTER	11
2.1. Votre compte personnel	11
2.2. Le compte de votre organisation	14
3. VOS PREMIERS PAS SUR LINKEDIN	15
3.1. Votre compte personnel	15
3.2. Le compte de votre organisation	20
4. VOS PREMIERS OUTILS D'E-REPUTATION	22
4.1. Google alerts	22
4.2. Outils de veille	22

1. VOS PREMIERS PAS SUR FACEBOOK

Facebook « vous permet de rester en contact avec les personnes qui comptent dans votre vie » comme l'explique sa page d'accueil. Avec Facebook, vous vous créez une communauté de relations, vos « Amis », auprès desquels vous vous présentez à l'aide de vos informations personnelles ou de votre organisation et échangez des contenus variés : actualités, photos, vidéos...



1.1 Votre compte personnel

Le Journal est votre page personnelle sur Facebook qui rassemble tout le contenu que vous publiez sur Facebook. Ces contenus sont accessibles en totalité ou en partie, en fonction des paramètres de confidentialité que vous définissez, seulement à vos « Amis », c'est-à-dire vos relations sur Facebook, ou au contraire à tous les membres de Facebook.

Le Journal se présente comme une ligne du temps qui remonte chronologiquement jusqu'à votre date de naissance à l'aide du contenu que vous avez publié et des événements-clés de votre vie que vous avez choisi de mettre en exergue par exemple à l'aide d'une photo.

Les éléments principaux de votre Journal sont :

- une image de couverture sous la forme d'un bandeau horizontal ;
- votre photo de profil sous la forme d'une vignette ;
- les informations-clés de votre profil ;
- la liste de vos amis ;
- vos actualités ;
- vos applications sociales, par exemple les Pages de films, chansons, auteurs, organisations, entreprises, marques... dont vous êtes Fan sur Facebook (vous les avez sélectionnés à l'aide du bouton « J'aime »), mais aussi la musique que vous écoutez sur d'autres plateformes comme Spotify...



Surfez sur www.facebook.com/about/timeline pour découvrir une description résumée du Journal et des services Facebook pour votre usage personnel.

Votre inscription

Le formulaire d'inscription se trouve sur la page d'accueil du réseau : www.facebook.com.

Complétez simplement les champs du formulaire :

- votre prénom ;
- votre nom de famille ;
- votre adresse électronique ;
- votre mot de passe ;
- votre sexe ;
- votre date d'anniversaire.



The image shows a screenshot of the Facebook registration page. At the top, there are fields for 'Adresse électronique' and 'Mot de passe' with a 'Télécharger' button. Below this is a section titled 'Inscription' with the subtext 'C'est gratuit (et ça le restera toujours)'. The form contains several input fields: 'Prénom', 'Nom de famille', 'Votre adresse électronique', 'Saisissez à nouveau votre adresse électronique', and 'Nouveau mot de passe'. There is also a 'Sexe' dropdown menu and an 'Anniversaire' section with 'Jour', 'Mois', and 'Année' dropdowns. A green 'Inscription' button is at the bottom. At the very bottom, there is a small note: 'Créer une Page pour une entreprise, un groupe ou une entreprise.'

Cliquez ensuite sur le bouton « Inscription » pour accéder à la procédure d'inscription proprement dite qui se déroule en trois étapes :

1. Retrouver vos amis : Facebook vous permet de retrouver vos connaissances qui sont déjà membres du réseau à l'aide de leur adresse de messagerie électronique sur Windows Live Messenger, Windows Live Hotmail ou tout autre service de courrier électronique, par exemple Google Mail. *Vous pouvez passer cette étape et y revenir par après. De plus, Facebook affichera régulièrement sur votre écran personnel, votre Journal, des suggestions de personnes que vous pourriez connaître.*
2. Compléter votre profil : cette étape vous permet aussi de trouver la trace de vos amis qui sont déjà actifs sur Facebook, en précisant le « collègue/lycée » que vous avez fréquenté, de même que l'établissement d'enseignement supérieur (champ « Université »), ou encore votre « Employeur ». Facebook vous suggère des pages pour faciliter votre choix au fur et à mesure que vous complétez ces champs. *Vous pouvez, ici aussi, ignorer cette étape pour y revenir plus tard.*
3. Ajouter une photo à votre profil : Facebook vous propose de télécharger une photo à partir de votre ordinateur ou de prendre une photo avec votre webcam. *Vous pouvez, ici aussi, ignorer cette étape pour y revenir plus tard.*

Au terme de ces trois étapes :

- vous accédez à votre mur provisoire qui reprend les trois étapes précédentes pour vous permettre de compléter votre profil ;
- vous recevez un e-mail « Encore une dernière étape pour débiter avec Facebook » : le message contient un lien pour terminer votre inscription, ainsi qu'un code numérique de confirmation. Suivez le lien pour accéder à votre mur.

Utiliser la version mobile de Facebook

Facebook est également accessible via la plupart des smartphones.

Pour utiliser Facebook mobile, vous avez le choix :

- soit, solution la plus confortable, de télécharger l'application sur la boutique en ligne dédiée à votre smartphone (AppStore pour l'iPhone, Google Play pour Android, BlackBerry App World, Marketplace pour Windows Phone) : entrez Facebook dans le champ de recherche de votre boutique ;
- soit de vous rendre sur la page <http://m.facebook.com> (ou aussi: <http://fr-fr.facebook.com/mobile>) pour utiliser l'application via le browser de votre smartphone.



Dans les deux cas ci-dessus, vous accédez à un écran d'identification : entrez simplement les coordonnées de votre compte Facebook existant pour utiliser l'application.

- Vous ne possédez pas encore de compte Facebook ? Vous pouvez créer votre profil sur votre smartphone à l'aide du lien « Inscrivez-vous sur Facebook » présent tant sur la page d'accueil de l'application Facebook mobile que sur <http://m.facebook.com>. Suivez ensuite les instructions pas à pas, selon une procédure semblable à l'inscription depuis un ordinateur.

Vous utilisez une tablette ?

- S'il s'agit d'un iPad, rendez-vous sur l'AppStore ou surfez sur la page <http://fr-fr.facebook.com/mobile/ipad> pour télécharger l'application dédiée à la tablette Apple.
- S'il s'agit d'une tablette utilisant Android, l'application est identique à celle utilisée par un smartphone sous Android.



Ce que vous allez pouvoir faire

- Compléter ou modifier votre profil ainsi que votre photo.
- Ajouter ou retirer des amis.
- Publier du contenu sur votre Journal :
 - des textes ;
 - des liens vers des contenus extérieurs (page web, photo, vidéo...) ;
 - vos photos : vous pouvez les ranger dans des albums thématiques et, possibilité aussi offerte à vos amis, identifier les personnes qui y apparaissent ou encore les commenter ;
 - vos vidéos.
- Commenter le contenu de vos amis ou publier des messages sur leur page.
- Devenir membre d'une « Page » en utilisant le bouton ou le lien « J'aime » : les pages sont les profils des personnalités, entreprises, organisations, produits...
- Envoyer des messages à vos amis ou à des groupes d'amis.
- Créer des événements et y inviter les personnes de votre choix, par exemple pour votre fête d'anniversaire : votre événement dispose de son propre mur sur lequel vous-même et vos invités peuvent publier des messages.
- Jouer à des jeux hébergés sur Facebook.

- Faire le lien entre votre compte Facebook et d'autres plateformes sociales, par exemple de streaming musical (Spotify...), de conseil de voyage (TripAdvisor)...

Vos paramètres personnels et de sécurité

Facebook vous permet de paramétrer tant vos informations personnelles que la confidentialité de votre profil et de votre contenu.

- Les paramètres généraux de votre compte comme votre nom, votre nom d'utilisateur, votre adresse électronique liée à votre compte Facebook, votre mot de passe ou encore votre langue.
- Les paramètres de confidentialité de votre compte : il s'agit, ici, des réglages qui vous permettent de définir avec précision qui peut accéder à votre profil et à votre contenu, avec la possibilité de limiter ces accès à des personnes spécifiques. Vous pouvez :
 - contrôler la prise de contact avec les personnes que vous connaissez ;
 - contrôler ce qui se produit lorsque des amis vous identifient, identifient votre contenu ou publient sur votre journal ;
 - contrôler ce qui est communiqué aux applications, jeux et sites web que vous utilisez via Facebook ou auxquels vous permettez d'accéder aux informations de votre compte ;

- limiter l'audience des publications que vous avez ouvertes aux amis de vos amis ou public plus large ;
- gérer les personnes et les applications que vous avez bloquées.

Supprimer votre compte ?

Facebook offre deux possibilités, accessibles via le lien « Aide » tout en bas à droite de toute page Facebook :

- désactiver votre compte pour « dépublier » vos informations personnelles et le contenu de votre compte sans cependant les effacer (vous pouvez réactiver votre compte à tout moment) ;
- supprimer définitivement votre compte : toutes vos informations et votre mur sont irrémédiablement effacés dans un délai de 14 jours (dans l'intervalle, vous avez toujours la possibilité de revenir sur votre décision en vous connectant à votre compte ; au-delà, vous ne pouvez plus réactiver votre compte).



1.2 La page de votre organisation

La Page¹ est l'espace que Facebook réserve aux groupes, entreprises, restaurants, marques, célébrités pour leur permettre de communiquer avec leurs fans ou leurs clients sur Facebook.

C'est aussi l'espace que vous devez utiliser pour assurer la présence officielle de votre organisme ou institution sur Facebook.

Remarques :

- seul le représentant officiel d'un organisme, d'une entreprise, d'un artiste ou d'un groupe musical est autorisé à créer une Page ;
- la création d'une Page demande de vous identifier à l'aide de votre compte Facebook personnel : si vous n'en possédez pas, la procédure de création vous invitera à créer votre compte. Commencez donc par le faire séparément pour vous faciliter la tâche.

¹ Les Pages ont suivi la même évolution que le Mur individuel devenu Journal Facebook. Un descriptif complet de la nouvelle Page des entreprises, organisations, etc. est présenté sur la page www.facebook.com/about/pages.

Votre inscription

Accédez à la page www.facebook.com/pages/create.php et cliquez sur « Entreprise, organisme ou institution » pour basculer vers le premier menu à compléter.

Vous devez à ce stade :

- choisir une catégorie pour définir votre secteur d'activité, par exemple « Organisme gouvernemental », « École », « Organisation à but non lucratif », etc ;
- compléter le champ « Nom de l'entreprise ».

Cliquez ensuite sur « Démarrer » pour accéder à la procédure proprement dite de création du compte de votre organisation qui démarre par les deux étapes suivantes (outre votre identification personnelle) :

1. Choisir votre photo de profil (par exemple votre logo), à télécharger depuis votre ordinateur ou votre site web (Facebook vous propose alors de faire votre choix parmi les images présentes sur l'url que vous avez indiquée). *Enregistrez la photo de votre choix ou ignorez cette étape pour y revenir plus tard.*
2. Fournir une description sommaire de votre organisme et renseigner une page web, compte Twitter ou autre. *Enregistrez vos informations ou ignorez cette étape pour y revenir plus tard.*

Au terme de ces deux étapes, votre Page est déjà créée. Vous accédez à ce moment à l'écran d'administration de votre Page où Facebook vous offre le choix de :

- compléter votre Page en y ajoutant les éléments comme des photos, des informations complémentaires, un premier statut... ;
- gérer le compte de votre Page, par exemple la liste des utilisateurs bloqués ;
- suivre les statistiques de votre Page ;
- développer l'audience de votre Page, en invitant les contacts de votre carnet d'adresses, vos amis personnels, en partageant la Page ou encore en créant une publicité Facebook ;
- naviguer dans l'aide, retourner à votre profil personnel...

Ce que vous allez pouvoir faire

Outre les fonctions identiques à une page personnelle, la Page de votre organisation vous permet, entre autres, de :

- poster un sondage à l'aide d'un outil en ligne, très simple à utiliser : indiquez votre question, proposez les réponses (ou Option dans le vocabulaire Facebook) de votre choix, offrez la possibilité aux utilisateurs d'indiquer leur propre réponse, sélectionnez le public qui aura accès à votre questionnaire puis publiez ;

- retrouver facilement ce que vos suiveurs disent de vous ;
- mettre en exergue vos actualités les plus importantes, indépendamment du fil chronologique de votre Page ;
- identifier les « Moments-clés » de votre Page, comme sa date de création ou le jour où vous avez dépassé un certain nombre d'utilisateurs (vos 1 000 premiers fans par exemple) ;
 - créer des applications pour votre Page ;
 - augmenter le potentiel viral de vos pages ;
 - publier automatiquement sur votre Page le contenu de vos autres comptes, par exemple les billets de votre blog ou vos messages sur Twitter ;
 - proposer des concours ;
 - renforcer l'impact visuel de vos photos ;
 - faire la promotion d'un événement...

Facebook vous conseille

Un guide Facebook sous format PDF² vous renseigne :

- les éléments à préparer pour créer votre Page selon les règles Facebook : format de vos photos de profil et de couverture ;
- des conseils pour optimiser votre présence, comme publier des contenus les plus visuels possible.

Supprimer votre Page ?

Dans le bouton « Gérer » situé sur l'écran d'administration de votre Page, choisissez « Modifier la Page ».

Sur cet écran, Facebook vous propose un lien « Supprimer définitivement <nom de votre Page> ». Cliquez sur ce lien et votre Page sera définitivement supprimée.

Attention : contrairement aux profils personnels, Facebook n'offre actuellement pas de possibilité de revenir sur votre choix.



2 À télécharger depuis l'adresse : http://ads.ak.facebook.com/ads/FacebookAds/Pages_Product_Guides_FR.pdf.

2. VOS PREMIERS PAS SUR TWITTER



Twitter est une plateforme de microblogging qui vous permet de poster de courts messages, appelés « tweets » et de lire ceux de personnes, d'entreprises, d'organisations de votre choix. Le tweet est une forme de message qui a ses propres caractéristiques dont la longueur (140 caractères maximum) et des balises, dont le « hashtag » qui identifie le sujet ou la thématique à laquelle un tweet est associé.

Le service est utilisable depuis tout appareil connecté au web, notamment sur votre appareil mobile à l'aide des applications gratuites Twitter développées pour l'iPhone, l'iPad, les terminaux Android, BlackBerry et Windows 7.

2.1 Votre compte personnel

Votre page personnelle sur Twitter reprend le fil de vos propres tweets et celui des personnes que vous suivez, ainsi que le décompte de vos tweets (combien vous en avez publié), de vos abonnements (le nombre de comptes que vous suivez) et de vos abonnés (le nombre de compte qui vous suivent).

Surfez sur http://fly.twitter.com/index_fr.html pour découvrir une présentation résumée de Twitter pour votre usage personnel.

Votre inscription

Le formulaire d'inscription se trouve sur la page d'accueil du réseau www.twitter.com :

Complétez simplement les champs du formulaire :

- votre nom complet ;
- votre adresse e-mail ;
- votre mot de passe.

Cliquez ensuite sur le bouton « S'inscrire sur Twitter » pour accéder à la procédure d'inscription proprement dite qui se déroule en deux étapes :

1. Complétez votre profil (ou corrigez-le) en y ajoutant un nom d'utilisateur : c'est par ce nom que vous serez avant tout reconnu sur Twitter, il est donc très important de le choisir le plus court possible et surtout facile à utiliser notamment sur le clavier d'un smartphone. *Clôturez cette étape en cliquant sur « Créer mon compte ».*



2. Confirmez la création de votre compte en suivant le lien envoyé à votre adresse e-mail.

Au terme de ces étapes, vous aurez plein accès à Twitter via votre profil dont l'adresse se compose comme suit : <https://twitter.com/#!/votrenomd'utilisateur>.

Vous pouvez à ce stade :

- vous abonner à d'autres utilisateurs de Twitter ou les « suivre » dans le vocabulaire de la plateforme (voir ci-dessous) : c'est la première activité conseillée en général et fortement encouragée par Twitter ;
- publier votre premier tweet en cliquant sur l'icône symbolisant une plume et située en haut à droite de la page ;
- éditer plus complètement votre profil :
 - en choisissant votre avatar, c'est-à-dire votre image de profil ;
 - en précisant votre localisation ;
 - en renseignant votre site web, votre blog... ;
 - en rédigeant votre biographie (en 160 caractères) ;
 - en sélectionnant l'option permettant de poster vos tweets sur Facebook.

Utiliser la version mobile de Twitter

Twitter est également accessible via un smartphone : iPhone, Android, Blackberry ou Windows Phone 7.

Pour utiliser Twitter mobile, vous avez le choix :

- soit, solution la plus confortable, de télécharger l'application sur la boutique en ligne dédiée à votre smartphone (AppStore pour l'iPhone, Google Play pour Android, BlackBerry App World, Marketplace pour Windows Phone) : entrez Twitter dans le champ de recherche de votre boutique ;
- soit de vous rendre sur la page <http://mobile.twitter.com> pour utiliser l'application via le browser de votre smartphone.



Dans les deux cas ci-dessus, vous accédez à un écran d'identification : entrez simplement les coordonnées de votre compte Twitter existant pour utiliser l'application.

Vous ne possédez pas encore de compte Twitter ? Vous pouvez créer votre profil sur votre smartphone à l'aide du lien « S'inscrire » présent tant sur la page d'accueil de l'application Twitter mobile que sur <http://mobile.twitter.com>. Suivez ensuite les instructions pas à pas, selon une procédure semblable à l'inscription depuis un ordinateur.

Vous utilisez une tablette ?

- S'il s'agit d'un iPad, rendez-vous sur l'AppStore ou surfez sur la page <http://twitter.com/download/ipad> pour télécharger l'application dédiée à la tablette Apple.
- S'il s'agit d'une tablette utilisant Android, l'application est identique à celle utilisée par un smartphone sous Android.

Ce que vous allez pouvoir faire

- Suivre d'autres utilisateurs :
 - soit en cliquant sur le lien « Abonnements » pour sélectionner les personnes ou les sujets qui vous intéressent parmi la liste proposée par Twitter ;
 - soit en utilisant le champ de Recherche : indiquez un nom (par exemple « Région de Bruxelles-Capitale ») ou une activité (« Photographie ») pour faire votre choix parmi les résultats proposés, qu'il s'agisse de tweets ou de personnes.

Vous pouvez gérer vos abonnements en créant :

- des listes de comptes Twitter par typologie (par pays, langue, secteur d'activité, intérêt ou type de relations : famille, amis, contacts pro, etc.) et voir les listes dans lesquelles vous êtes vous-même repris ;
- des favoris pour les comptes que vous suivez par préférence.

- Rédiger et poster vos tweets, lire, répondre ou relayer (« retweeter ») ceux des autres. Au-delà de leur limite de 140 caractères, vos tweets peuvent :
 - inclure des liens vers des sites web ainsi que des photos ou vidéos : vous pouvez visionner celles-ci directement dans le corps du tweet ;
 - être reliés à d'autres abonnés de Twitter en citant leur nom d'utilisateur sous forme de lien (précédé du signe @) ;
 - être reliés à des thèmes ou sujets spécifiques en les citant à l'aide de leur hashtag (précédé du signe #) ;
 - être supprimés (uniquement par vous-même) ;
 - être retweetés par d'autres (sauf si vous prévoyez le contraire).
- Personnaliser le fond de votre page à l'aide par exemple de la couleur de votre choix ou en y postant une photo ou des éléments graphiques.

Vos paramètres de sécurité

Twitter vous permet de définir certains paramètres de confidentialité pour votre compte. Vous pouvez protéger :

- vos tweets principalement pour ne les rendre accessibles que sur abonnement à votre compte, y compris à travers le moteur de recherche de Twitter ;
- votre profil pour gérer qui peut voir votre contenu en général.

Supprimer votre compte ?

Twitter permet de supprimer vos données personnelles et votre contenu, à partir de la page « Compte » de votre profil, en utilisant le lien « Désactiver mon compte ». Twitter conserve dans ce cas vos données personnelles durant 30 jours avant de les supprimer définitivement. Vous pouvez réactiver votre compte à tout moment durant ce délai, simplement en vous reconnectant.

2.2 Le compte de votre organisation

Twitter ne propose pas actuellement, en Belgique, de compte spécifique pour les entreprises, organisations, associations...

Toutefois, certaines fonctionnalités ou dispositions concernent spécifiquement les utilisateurs « corporate » comme :

- l'organisation de concours³ pour offrir des récompenses aux utilisateurs qui parlent d'un certain sujet, suivent un utilisateur en particulier ou utilisent un certain hashtag ;
- l'équilibre entre abonnés et abonnements : le site de la plateforme précise que « *le but de Twitter n'est pas de faire la course aux abonnés. Si vous suivez des personnes*

3 Lire pour plus de détails l'article des pages d'aide de Twitter (<https://support.twitter.com>), à l'adresse : <https://support.twitter.com/articles/98454-conseils-pour-l-organisation-de-concours-sur-twitter>.



qui vous intéressent, il est probable que des utilisateurs vous suivront en retour afin de lire vos mises à jour »⁴ ;

- l'utilisation de comptes sponsorisés.

Pour ailleurs, Twitter a lancé en décembre 2011 une première expérience de pages de marques, sur le modèle de ce que fait Facebook pour les comptes d'entreprises.

Ces nouveaux comptes, dont on ne connaît pas l'arrivée pour les abonnés de Belgique, permettront :

- d'avoir une bannière spécifique sur la page de l'entreprise ;
- d'afficher automatiquement des tweets sponsorisés.

4 Lire pour plus de détails l'article des pages d'aide de Twitter (<https://support.twitter.com>), à l'adresse : <https://support.twitter.com/articles/95609-limites-d-abonnements-et-pratiques-d-excellence>.

3. VOS PREMIERS PAS SUR LINKEDIN



LinkedIn est le réseau social utilisé par plus de 150 millions de professionnels dans le monde pour « échanger idées et informations et pour faire progresser leur carrière ». La plateforme, comme le résume sa page d'entrée, permet à ses membres de gérer leur réseau et de rester à l'écoute de leur secteur d'activité, de trouver les professionnels et l'expertise dont ils ont besoin, de gérer eux-mêmes leur image professionnelle sur le Web.

3.1 Votre compte personnel

LinkedIn est bien plus qu'une carte de visite professionnelle. Le réseau est votre porte-voix qui vous permet de vous exprimer pour mettre en valeur votre personnalité et votre expertise professionnelle, et d'agréger vos contenus publiés sur d'autres plateformes (Twitter ou votre blog par exemple).

Votre inscription

Le formulaire d'inscription se trouve sur la page d'accueil du réseau : www.linkedin.com.

Complétez simplement les champs du formulaire :

- votre nom ;
- votre prénom ;
- votre adresse e-mail ;
- un mot de passe.

Cliquez ensuite sur le bouton « S'inscrire ». La procédure d'inscription proprement dite qui se déroule en plusieurs étapes, entrecoupées par la réception d'e-mails de demande de confirmation de votre inscription ou de données personnelles :

1. Créer votre profil professionnel : LinkedIn vous demande de préciser votre lieu de résidence, votre situation professionnelle (salarié, chercheur d'emploi ou étudiant) ou si vous êtes travailleur indépendant, l'intitulé de votre poste et l'entreprise dans laquelle vous travaillez. *Cette étape est obligatoire.*
2. Découvrir qui parmi vos connaissances est déjà sur LinkedIn, à l'aide de votre adresse e-mail. *Vous pouvez ignorer cette étape pour y revenir plus tard.*
3. Annoncer votre inscription sur LinkedIn : un message automatique (« Je viens de m'inscrire sur LinkedIn et de créer mon profil professionnel. Rejoignez mon réseau. »)



est créé par LinkedIn qui vous propose de le partager sur vos comptes Facebook ou Twitter. *Vous pouvez, ici aussi, ignorer cette étape.*

4. Choisir votre abonnement : LinkedIn fonctionne sur le modèle freemium en proposant soit un abonnement gratuit (« Basic »), soit un compte payant, à partir de 14,95 euros par mois⁵.
5. Détailler votre profil, en fait votre curriculum vitae, en précisant par exemple votre expérience professionnelle, votre formation, vos compétences et domaines d'expertise, les langues que vous maîtrisez ou plus d'informations encore. *Vous pouvez, ici aussi, passer cette étape et y revenir plus tard mais vous pourrez d'autant mieux utiliser les ressources de LinkedIn que votre profil sera le plus détaillé possible.*

⁵ Source : LinkedIn, information au 02/04/2012.

Le compte Basic donne accès aux fonctions suivantes :

- créer votre profil professionnel et développer votre réseau ;
- adhérer à des groupes de professionnels ou à des groupes d'anciens élèves ;
- rechercher des postes et postuler ;
- voir qui a consulté votre profil LinkedIn (fonction restreinte) ;
- consulter les profils professionnels de plus de 150 millions personnes (fonction restreinte).

Le compte payant donne accès aux fonctions supplémentaires suivantes :

- envoyer des messages à des personnes qui ne font pas partie de vos relations directes ;
- utiliser des filtres de recherche supérieurs et des alertes de recherche automatiques ;
- enregistrer les profils dans des dossiers ;
- ajouter des notes et des coordonnées à un profil ;
- établir des relations avec tous les membres de LinkedIn, sans restriction.

Vous pouvez, ici aussi, ignorer cette étape : votre compte sera ouvert par défaut sous le régime Basic.

Au terme de ces étapes, vous accédez à la page d'accueil du réseau. Vous pouvez :

- accéder aux menus de gestion de votre compte, de vos contacts et des autres fonctions de LinkedIn ;
- prendre connaissance notamment des messages publiés par votre entreprise pour autant que vous ayez renseigné son compte dans le champ correspondant au moment de votre inscription. La page reprend également de manière automatisée des messages de personnes exerçant une activité dans un domaine proche du vôtre ou de votre entreprise.

Utiliser la version mobile de LinkedIn

LinkedIn est également accessible via un smartphone : iPhone, Android, Blackberry ou Windows Phone 7.

Pour utiliser LinkedIn mobile, vous avez le choix :

- soit, solution la plus confortable, de télécharger l'application sur la boutique en ligne dédiée à votre smartphone (AppStore pour l'iPhone, Google Play pour Android, BlackBerry App World, Marketplace pour Windows Phone) : entrez LinkedIn dans le champ de recherche de votre boutique ;

- soit de vous rendre sur la page <http://touch.www.linkedin.com/mobile.html> pour utiliser l'application via le browser de votre smartphone.



Dans les deux cas ci-dessus, vous accédez à un écran d'identification : entrez simplement les coordonnées de votre compte LinkedIn existant pour utiliser l'application.

Vous ne possédez pas encore de compte LinkedIn? Vous pouvez créer votre profil sur votre smartphone à l'aide du lien « S'inscrire » présent tant sur la page d'accueil de l'application LinkedIn mobile que sur <http://touch.www.linkedin.com>.

Suivez ensuite les instructions pas à pas, selon une procédure semblable à l'inscription depuis un ordinateur.

Vous utilisez une tablette ?

- S'il s'agit d'un iPad, rendez-vous sur l'AppStore ou surfez sur la page <http://touch.www.linkedin.com/mobile.html> pour télécharger l'application dédiée à la tablette Apple.
- S'il s'agit d'une tablette utilisant Android, l'application est identique à celle utilisée par un smartphone sous Android.

Votre page personnelle :

- possède une adresse spécifique de type <http://be.linkedin.com/pub/albert-dupont/4b/335/155> que vous pouvez cependant personnaliser, en fonction des disponibilités encore offertes, par exemple en <http://be.linkedin.com/pub/albertdupont> ;
- présente votre profil public aux autres utilisateurs de LinkedIn.

Ce que vous allez pouvoir faire

- Compléter et mettre à jour votre profil et votre réseau :
 - en apportant plus de détails sur votre formation, votre carrière ;
 - en ajoutant une photo ;
 - en ajoutant des relations : il s'agit des personnes qui vont constituer votre réseau sur LinkedIn (vous pouvez rechercher des personnes selon leur nom ou leur adresse e-mail parmi vos collègues ou vos connaissances) ;
 - en recevant ou en rédigeant des recommandations : cette fonction permet de mettre en valeur votre relation existante ou passée avec un autre membre de LinkedIn, en y joignant un commentaire explicatif (les points forts de cette personne, le contexte dans lequel vous travaillez ou avez travaillé ensemble...) ;

- en gérant vos contacts ;
- en participant à des groupes (ou en créer) : groupes d'anciens élèves, d'entreprise, de congrès, d'animation de réseau... le choix est large et vous permet de rejoindre des personnes partageant votre parcours ou vos centres d'intérêt.

Publier du contenu :

- rédiger des messages sur votre profil ou commenter ceux de vos relations ;
- rédiger des messages au sein des groupes dont vous faites partie ;
- reprendre vos publications par exemple de votre compte Twitter ou de votre blog personnel.

Gérer votre carrière :

- en effectuant des recherches parmi les offres d'emploi déposées par des membres ou des entreprises ou des organisations sur LinkedIn ;
- en répondant à des offres d'emploi ;
- en sauvegardant ces offres d'emploi...



Vos paramètres de sécurité

LinkedIn vous permet de définir certains paramètres de confidentialité pour votre compte. Vous pouvez, entre autres :

- désactiver vos diffusions d'activité ;
- sélectionner qui peut voir votre flux d'activité ;
- sélectionner ce que les autres voient lorsque vous consultez leur profil ;
- sélectionner qui peut voir vos relations ;
- modifier la visibilité de votre profil et de votre photo.

Supprimer votre compte ?

LinkedIn permet de supprimer vos données personnelles et votre contenu, à partir de la page « Préférences » de votre profil, en utilisant sous l'onglet « Compte » le lien « Fermer votre compte ».

Avant de confirmer la suppression de votre compte, LinkedIn en spécifie les conséquences pratiques :

- une fois votre compte fermé, vous n'avez plus accès à votre profil, à votre réseau et à vos messages sur LinkedIn ;
- le contenu comme les recommandations accordées à d'autres membres seront également supprimées ;
- toutes les adresses e-mail associées au compte pourront être utilisées pour ouvrir un nouveau compte ou pour accéder à un autre compte LinkedIn durant les 24 heures suivant la fermeture de votre compte ;
- le compte LinkedIn sera immédiatement fermé mais un délai est nécessaire avant que les moteurs de recherche ne référencent plus votre profil public.



3.2 Le compte de votre organisation

Plus de deux millions d'entreprises, associations, institutions... ont une page entreprise LinkedIn. Ces pages leur permettent de se présenter aux membres du réseau, pour faire valoir leur activité et leur savoir-faire. L'objectif est de promouvoir leur image de marque et, plus spécifiquement, de se positionner comme employeur de référence.

Surfez sur http://marketing.linkedin.com/sites/default/files/attachment/LinkedInCompanyPageGuide_Mar2011_1.pdf pour découvrir une présentation résumée (en anglais) des possibilités que LinkedIn offre aux entreprises.

Votre inscription

Pour ajouter une page d'entreprise, vous devez indiquer le nom de l'entreprise et votre adresse e-mail au sein de cette entreprise. Seuls les employés effectifs d'une entreprise sont autorisés par LinkedIn à créer une page qui lui est dédiée, ce qui n'empêche cependant pas des collègues ou d'anciens collaborateurs d'une entreprise de créer un groupe, source possible de confusion.

Comme pour les profils personnels, LinkedIn propose différentes formules d'abonnement, aux fonctionnalités de plus en plus étendues.



Pour réaliser votre inscription, vous devez, à partir de votre page personnelle, via la rubrique « Entreprises » du menu LinkedIn, sélectionner le lien « Ajouter une entreprise ». Vous accédez alors à un formulaire à compléter par :

- le nom de l'entreprise ;
- votre adresse e-mail au sein de cette entreprise.

La procédure se poursuit alors sur un écran vous permettant, entre autres :

- de préciser le profil de l'entreprise en spécifiant son statut juridique (par exemple administration publique), son secteur d'activité, sa taille (en nombre de collaborateurs), l'url de son site web...;
- de désigner les administrateurs de la page (par défaut, toute personne dont l'adresse e-mail appartient au domaine de l'entreprise peut être administratrice de la page) ;
- d'ajouter un descriptif, un logo et d'autres informations-clés.

Ce que vous allez pouvoir faire

Outres les fonctions identiques à un compte personnel (comme publier du contenu, gérer votre réseau, participer à des groupes), le compte d'entreprise offre des fonctions spécifiques :

- Plateforme de recrutement : c'est devenu l'une des principales raisons d'utiliser LinkedIn par ses membres, tant à titre personnel que comme entreprise.

Toutes les informations sur les solutions LinkedIn en matière de recrutement sont présentées sur la page : <http://fr.talent.linkedin.com>.

LinkedIn vous permet de :

- recruter des candidats :
 - en recherchant des candidats ;
 - en trouvant des candidats grâce à vos employés ;
- diffuser vos annonces sur LinkedIn et aussi en ciblant des candidats au-delà de LinkedIn ;
- mettre votre marque en avant :
 - en faisant la promotion de vos annonces, vos employés et votre culture d'entreprise ;
 - en diffusant vos publicités sur les profils de vos employés.

- Promotion de vos produits ou services :
 - en mettant vos produits et services en valeur à l'aide des outils proposés par LinkedIn ;
 - en obtenant des recommandations de vos clients actuels ;
 - en profitant du bouche à oreille : les commentaires positifs de membres LinkedIn sur votre activité ou vos services entretiennent votre réputation par effet viral.
- Consulter des statistiques sur la fréquentation de votre compte.

Supprimer votre compte ?

LinkedIn permet de supprimer le compte de votre organisation et les données et contenus qui lui sont liés. La procédure est cependant plus complexe que s'agissant d'un compte personnel, dès que votre organisation compte quelques membres à peine et si le compte possède plusieurs administrateurs.

En pratique, la suppression d'un compte d'entreprise est accessible via le menu déroulant « Entreprises » dans le haut de votre page d'accueil LinkedIn. Sélectionnez ensuite « Outils d'administration », puis le lien « Supprimer ».

4. VOS PREMIERS OUTILS D'E-RÉPUTATION

Créer votre profil sur les principaux réseaux sociaux n'est qu'une première étape. Pour nourrir la conversation et identifier où et comment on parle avec vous (et de vous), des outils de veille de votre e-réputation sont indispensables. En voici quelques-uns pour vous lancer, compte tenu cependant qu'une véritable veille demande un investissement plus important, éventuellement avec le concours d'un community manager interne ou d'une agence spécialisée.

En pratique, la veille de votre e-réputation commence par une utilisation assidue et une promotion de vos propres comptes : vous ouvrez ainsi un canal privilégié pour laisser s'exprimer les personnes qui ont un intérêt à vous suivre. Pour aller plus loin et savoir qui parle de vous et où, les outils suivants vous permettent de faire vos premiers pas dans le suivi de votre e-réputation :

4.1. Google alerts

Ce service gratuit de Google constitue une solution unanimement reconnue pour sa simplicité et son efficacité pour suivre ce qui se dit de vous. Google Alert scanne le contenu du web, dont les sites, les blogs, YouTube... pour vous avertir de la publication de contenu répondant à vos mots-clés. Les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou LinkedIn échappent cependant à sa vigilance.

On accède au service via <http://www.google.be/alerts?hl=fr>. Sur cette page d'accueil, il vous suffit d'introduire :

- une requête de recherche, par exemple : « Région de Bruxelles-Capitale » ;
- le type de résultat recherché, par exemple : des actualités ;
- la fréquence des alertes, hebdomadaire, quotidienne ou instantanée ;
- le nombre de résultats
- le mode de livraison des alertes, par exemple à votre adresse e-mail.

4.2. Outils de veille

Divers outils de veille permettent de créer des alertes thématiques. En voici une sélection, forcément limitée, ces outils se multipliant encore davantage que les médias sociaux dont ils servent à scruter le contenu.

Icerocket

Gratuit, ce moteur de recherche en temps réel permet d'interroger les blogs, Twitter et Facebook, ainsi que les images du web liées à vos requêtes. La fonction « Big Buzz » interroge simultanément ces différentes sources. L'outil fonctionne en temps réel mais offre différentes fonctions de recherche avancée ainsi que la possibilité de créer un flux RSS sur vos recherches.

www.icerocket.com

Socialmention

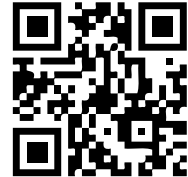
Cet outil, gratuit, vous permet d'effectuer des recherches selon vos mots-clés parmi les blogs, les plateformes de microblogging (Twitter...) et de gestion de favoris (Delicious...). Il analyse la tonalité (mots négatifs, positifs et neutres) du contenu des résultats qu'il affiche. Des paramétrages sont prévus pour créer des alertes par mots-clés. Cependant, l'analyse de la tonalité de contenus en français ou en néerlandais peut laisser à désirer.

www.socialmention.com

TweetDeck

Cette application gratuite, largement adoptée par les utilisateurs intensifs de réseaux sociaux dont les reputation managers, permet de consulter et de gérer de manière globale ses flux de réseaux sociaux, dont Twitter ou Facebook, via une interface graphique conviviale. TweetDeck est consultable depuis votre navigateur internet mais peut aussi être téléchargé sur votre ordinateur ou votre smartphone, ces différents canaux étant synchronisés via votre profil TweetDeck. La plateforme a été rachetée par Twitter en 2011 mais conserve son caractère ouvert à d'autres médias sociaux que Twitter.

www.tweetdeck.com





Editeur responsable : Hervé Feuillien
CIRB
Avenue des Arts 21 – 1000 Bruxelles
T 32 2 282 47 70 F 32 2 230 31 07
www.cirb.irisnet.be – communication@cirb.irisnet.be



@CIRB_CIBG

Ce guide pratique est publié en complément du Cahier n° 33 du CIRB : «*Joignez la conversation : le secteur public à l'heure des réseaux sociaux*», à télécharger sur le site du CIRB (www.cirb.irisnet.be) sous la rubrique «*Publications*».



CIRB