



Les réseaux sociaux et l'entreprise

Tout le monde en parle, nombreux sont ceux qui s'y inscrivent : les réseaux sociaux sont devenus un vrai phénomène de société. Comment fonctionne-t-il ? Quelles exploitations l'entreprise peut-elle réellement en faire. Le Francilien Info Entreprises fait le point.

Principes de fonctionnement des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux existent depuis longtemps (Lyons Club, Rotary et autres Clubs d'affaires) ; ce qui change aujourd'hui, c'est leur forme et l'impact du Web 2.0 sur ce mode de communication. En effet, des applications internet (profils, messages, forums, etc.) aident à se créer un cercle de relations, permettent de trouver des partenaires commerciaux, un emploi, ...

Le fonctionnement est très similaire d'un réseau à l'autre : création de son profil en indiquant un certain nombre de données personnelles et de centres d'intérêt, puis invitation de son réseau personnel à rejoindre le réseau. Le principe est que chaque contact qui accepte l'invitation accroît le réseau de nouveaux contacts. Les arrivants inscrivent à leur tour leurs contacts et ainsi de suite..., jusqu'à ce que le monde entier soit relié.

La base des réseaux sociaux se trouve dans la théorie des «6 degrés de séparation» qui démontre qu'il existe, en moyenne, six intermédiaires entre deux personnes prises au hasard dans le Monde.

Aujourd'hui, que vous soyez entrepreneur, indépendant, professionnel libéral, du moment que vous développez une activité commerciale, vous êtes concerné par le phénomène.

Classement des réseaux sociaux

Avec le haut débit et l'avènement du Web 2.0, plusieurs réseaux ont vu le jour. Destinés au grand public au départ (Facebook, Myspace), ils ont rapidement été rejoints par des versions plus professionnelles comme linkedIn, Xing ou Viadeo.

Globalement, ces réseaux sociaux se classent selon 3 catégories :

- **Réseaux ouverts**,
- **Réseaux sur invitation** (il faut être invité par l'un de ses membres),
- **Services en ligne de réseautage professionnels** (favorisent les rencontres professionnelles, les offres de poste et la recherche de profils).

Mais d'autres classifications sont possibles, comme le propose Pascal Faucompré :

- **Les networkings** : les plus utilisés dans les milieux professionnels. Ils permettent des échanges entre professionnels sur des plate-formes en évolution perpétuelles.
- **Les bloglikes** : ils ressemblent vaguement à des blogs. Ils sont souvent le refuge d'ados en mal de reconnaissance.
- **Les spécialisés** : ils regroupent des communautés autour d'un thème bien précis.
- **Le micro-blogging** : « chat » public, summum du narcissisme, on y met tout ce qu'on y fait minute par minute, afin de montrer aux autres qu'on est très actif.
- **Les fourre-tout** : ce sont les inclassables qui se servent du collaboratif ou du participatif pour alimenter leur service. On peut y trouver, les sites de partage d'avis
- **Les open-sources** : ou plutôt les plate-formes qui vous permettront de créer votre propre réseau social.

Le réseau et la prospection commerciale

Nerf de la guerre en matière commerciale, la prospection présente le double inconvénient d'être chère et fastidieuse. Eric Herschkorn et Patrick Barrabé, dans leur ouvrage sur le social networking, proposent une recette miracle pour exploiter les réseaux dans cette perspective.

1. Constituer une équipe de décideurs ou de spécialistes métier.
2. Demander à chacun de créer un forum du type Club d'utilisateurs.

3. Faire convier par chacun ses relations d'un profil similaire.
4. Faire vivre et développer le forum.
5. Attendre que des confrères s'y inscrivent par esprit corporatiste.
6. Lancer des demandes de mises en relation puis de rendez-vous.

C'est une façon d'exploiter le capital relationnel des non commerciaux en capitalisant sur la notoriété du plus grand nombre et en exploitant toutes les ressources de l'entreprise.

D'autres commencent par définir des profils-types à contacter (ex : niveau direction dans telle ou telle industrie/activité) en fonction de leurs objectifs commerciaux et prennent des contacts à la chaîne. Le relais est ensuite pris par une démarche commerciale complètement personnalisée si les contacts sont intéressés à la suite de la prise de contact initiale.

Le réseau social, source de recrutement

Autre intérêt du réseau social, identifier les profils qui vous intéressent dans une optique de recrutement. Tout est dit en termes d'expérience, de centres d'intérêt et d'informations personnelles et de coordonnées. À ce titre, les réseaux apparaissent comme d'incroyables viviers pour les recruteurs en mal de candidats.

Le réseau social au service de l'identité numérique de l'entreprise

La gestion de l'identité numérique, encore très absente des préoccupations de l'entreprise, est pourtant l'un des enjeux des années à venir. Tous les salariés de l'entreprise ont la possibilité de s'exprimer sur le net au travers des différents réseaux et, de fait, volontairement ou non, communique sur l'entreprise en dehors de tout contrôle de cette dernière. On comprend bien, dès lors, l'enjeu sous-jacent. Parallèlement, les réseaux proposent, désormais, de créer des profils d'entreprise qui permettent de diffuser les informations, cette fois-ci plus maîtrisées.