

## COMPTE RENDU DU CAFE RH, DU 16 DECEMBRE 2008

---

Le Café RH du 16 décembre 2008 a réuni une dizaine de personnes pour discuter d'un sujet tiré au sort parmi les 3 thèmes proposés : l'avenir des stratégies de rémunération en cette période de crise, le métier dans les ressources humaines vu par les étudiants présents, et le dernier, qui a été choisi, les réseaux professionnels.

Les réseaux professionnels prennent de plus en plus d'importance dans le secteur des Ressources Humaines. Sachant que seulement 8% des emplois RH sont pourvus par annonce, et que 9 postes sur 10 le sont par cooptation (Stéphane Adnet, consultant chez Merlane). On s'intéresse donc légitimement au développement des réseaux professionnels. Ils sont des outils primordiaux autant pour les candidats que pour les chasseurs de têtes. En effet, pour un chef d'entreprise, les réseaux sociaux professionnels, s'ils sont correctement et efficacement utilisés, peuvent faciliter le recrutement de nouveaux collaborateurs et la recherche de nouveaux clients et partenaires.

Le principe des réseaux professionnels est de multiplier les contacts d'un professionnel grâce « aux contacts de ses contacts ».

Apparus au début des années 2000, et initialement dotés de fonctionnalités d'interaction assez basiques, les réseaux sociaux professionnels sont destinés à des usages « pros », tels qu'effectuer du réseautage, chercher un emploi, ou chercher à recruter, rejoindre des groupes de discussion thématiques... L'avantage d'un certain nombre, comme LinkedIn, est leur couverture internationale.

Les différents réseaux professionnels qui sont le plus spontanément cités sont Facebook, l'ANDRH, CMRH, VIADEO, entre autres. Dans ces derniers, on distinguera les réseaux sociaux exclusivement professionnels : Linked in, Viadeo, Xing Ziki, Piwie, des réseaux sociaux grand public, avec possibilité d'usage professionnel : Facebook, MySpace.

Il y a différentes raisons pour lesquelles on intègre un réseau.

L'intérêt, bien sûr, varie en fonction de la position de l'utilisateur. Le cadre ou le jeune diplômé y recherchera une opportunité professionnelle, à influencer son parcours de carrière et lui donner une impulsion. Pour le professionnel RH, il s'agira plus d'échanger sur des pratiques RH et développer davantage ses relations dans le cadre d'un réseau « business » pour « faire des affaires ». Enfin, pour le consultant ou le chasseur de tête, l'objectif est principalement de détecter et prendre contact avec des hauts potentiels, d'élargir le vivier de candidats.

La notion de partage est essentielle sur les réseaux sociaux professionnels. Le professionnel donne pour recevoir des recommandations, des conseils, des propositions... Ces échanges favorisent la création d'un climat de confiance, qui facilitera ensuite la prise de contact et les négociations. Le plus souvent, le mauvais réflexe est de s'intéresser aux réseaux uniquement lorsqu'on est en demande. Il est conseillé d'utiliser les réseaux sociaux professionnels lorsqu'on n'en a pas besoin, et le jour où l'on est en recherche d'opportunités, les personnes que vous avez aidées vous aideront très certainement en retour, sachant que plus vous avez de contacts, plus vous avez de crédibilité.

Il faut également distinguer les réseaux professionnels qui sont structurés (cotisations à payer) des autres qui sont virtuels comme VIADEO.

Le réseau professionnel est certes avantageux car il permet une meilleure solidarité, représentation, dynamique des activités, meilleure circulation de l'information, meilleure organisation. Mais en revanche on observe quelques limites.

La principale crainte que partagent de nombreux professionnels et le principal écueil de ces réseaux, c'est la perte de temps. Les réseaux sociaux professionnels sont réputés chronophages car il faut enrichir son profil, créer ses contacts, entretenir son réseau.

Il y a également des dérives liées à l'utilisation des réseaux sociaux, comme l'usurpation d'identité. Certes le risque existe « on line », mais il existe aussi ce genre de risques par exemple les curriculum vitae arrangés.

VIADÉO est un réseau réservé aux professionnels des ressources humaines.

Viadeo est également implanté en Italie, en Espagne et même en Chine, où il a racheté le site professionnel Tianji.

Près de 3 millions de professionnels sont réunis sur le site [www.viadeo.com](http://www.viadeo.com). Le principe d'un tel réseau est simple. Le professionnel s'inscrit et fournit des informations qui permettront de tracer son « profil ». A savoir les établissements d'enseignement fréquentés, les diplômes obtenus, les expériences professionnelles, les hobbies.

L'intérêt est que cela permette de retrouver des contacts perdus, de nouer de nouveaux contacts, de faire connaissance avec d'autres personnes qui partagent les mêmes intérêts ou préoccupations, confronter les offreurs et demandeurs de services,...

Chacun peut aussi s'inscrire à des « hubs » axés sur des thématiques professionnelles, ou à des communautés, par exemple d'anciens élèves. Le réseau peut également être utilisé pour assurer la promotion d'évènements ou publier des annonces.

C'est une « CV-thèque » qui donne la possibilité aux adhérents d'être en relation avec des chasseurs de tête. Cela permet de pouvoir faire des contrôles de référence, en remontant notamment les parcours professionnels des candidats. Cependant, cela reste un outil assez onéreux.

Il y a encore d'autres moyens de créer des réseaux professionnels, comme la participation à des salons et forums qui peuvent être soit régionaux, soit nationaux.

Il est important de sélectionner les « bons » salons qui auront un intérêt (cela permet de trouver des profils très ciblés). En effet, ils sont assez inégaux dans leur qualité. Par exemple, selon un professionnel RH, le salon de l'APEC a beaucoup évolué, notamment vers un meilleur ciblage des profils. Cela le rend beaucoup plus efficace et intéressant pour les recruteurs.

La question qui se pose, une fois que l'on a accès à un réseau professionnel, est de savoir comment l'entretenir. Les réseaux d'anciens ne tiennent en général pas plus de 2 ans. Evidemment, plus l'école est prestigieuse, plus le réseau perdurera.

Pour bien entretenir son réseau, 3 conditions s'imposent. Tout d'abord, il faut la présence de quelques adhérents qui arrivent à le maintenir, à le faire vivre. Ensuite, les entreprises doivent s'y associer en proposant des stages. Enfin, il faut établir des passerelles entre les différents réseaux. Cela va passer par favoriser les occasions de rencontres : soirées débats... Rien ne remplace le contact direct quand cela est possible... Plus il existe de liens entre les différents membres de votre réseau, plus il sera dynamique. Le relationnel se construit grâce à la connaissance de l'autre et permet d'intégrer plus facilement de nouvelles personnes que vous aimeriez voir faire partie de votre réseau.

Souvent, l'on peut penser que les réseaux ne fonctionnent que dans le sens « étudiants vers entreprises », mais nous oublions souvent que les entreprises cherchent également à y pénétrer.

Si les réseaux professionnels ne semblent pas être une priorité pour les étudiants, on peut y trouver plusieurs raisons. Notamment, les tarifs qu'affichent certains réseaux pour une adhésion sont assez élevés pour un étudiant, dont le budget est souvent restreint.

Il est important de savoir qu'il est plus facile de pénétrer les réseaux au titre d'un autre réseau qu'à titre individuel.



### Pour approfondir :

- « **Les meilleurs réseaux professionnels** », Sophie Cambazard (J'ai lu, 2005)
- « **Activez vos réseaux professionnels** », Nicolas Moinet Christian Marcon (Broché, 2004)
- « **Développer son réseau professionnel** », Virginie Bertereau (Broché 2006)

### Auteurs :

Maëlys Pouget	mpouget@live.fr
Mathilde Peron	mathpn31@hotmail.fr
Aurore Sarny	aurore.sarny@gmail.com
Céline Torrès	celine.torres@free.fr

**Pour tout renseignement, merci de contacter Stéphane Adnet : [sadnet@merlane.com](mailto:sadnet@merlane.com) ou 05.61.00.91.79**