



LINKEDIN DEPASSE LE MILLION DE MEMBRES EN FRANCE !

Paris, le 30 septembre 2009 – LinkedIn, premier réseau mondial pour les professionnels, vient de franchir un nouveau cap en France avec plus d'1 million de membres inscrits, confirmant sa place de réseau en ligne incontournable pour les professionnels de l'Hexagone.

Selon Kevin Eyres, directeur général de LinkedIn Europe : « Ce succès montre que LinkedIn a été adopté en France de manière très rapide par une large part de professionnels, qui se connectent, échangent et discutent sur le réseau. En franchissant ce cap, la France devient l'un des pays européens où nous avons la plus forte présence. Nous sommes très fiers de ce succès, qui renforce notre leadership au niveau mondial avec 48 millions de membres. »

LinkedIn, un outil incontournable pour les entreprises françaises

LinkedIn a également attiré de nombreuses entreprises françaises. **Parmi celles du CAC 40, 35 ont un profil d'entreprise sur LinkedIn. Et près de 20% d'entre elles font confiance au réseau pour diffuser des offres d'emploi, dont LVMH, Capgemini, GDF Suez...**

Pour postuler, rien de plus simple : une fois sur le texte de l'annonce, il suffit de cliquer sur « postuler maintenant ». Le membre voit instantanément s'il a des contacts qui le relie à l'entreprise en question, et bien sûr, au recruteur.

D'autres offres d'emploi sont disponibles sur le réseau, via l'onglet « Carrières ».

Qui sont les membres français ?

- > 50% décisionnaires
- > 75% diplômés d'études supérieures
- > + 40% parmi eux ont un Master
- > 39 ans d'âge en moyenne
- > Revenus moyens annuels de 70,000 €
- > 66.5% hommes – 33.5% femmes

LinkedIn, un réseau puissant pour tous les professionnels

Loin d'être uniquement un réseau de grands comptes, LinkedIn est aussi un réseau d'entrepreneurs et de créateurs d'entreprise. **Ainsi, la catégorie la plus représentée en France sont les « propriétaires » d'entreprise, qui représentent près de 7,5% des membres.**

Nouveau venu sur LinkedIn ? Ci-dessous 10 conseils pour optimiser votre profil.

A propos de LinkedIn

LinkedIn est le réseau de connaissances pour les professionnels. Il permet de transposer son réseau professionnel sur Internet, donnant un accès sans précédent à de nouvelles opportunités professionnelles : gestion de carrière, recherche d'emploi, échange de compétences, etc. Construit sur une solide base de connexions de qualité, LinkedIn est devenu le réseau professionnel le plus étendu et le plus puissant du monde. LinkedIn compte à ce jour plus de 48 millions de membres, représentant la majorité des entreprises du FTSE 100, l'ensemble des entreprises du Fortune 500 et des marques prestigieuses du secteur des technologies, des services financiers, des médias, des biens de consommation, des loisirs ou encore de la mode. L'entreprise est soutenue financièrement par des investisseurs d'envergure mondiale dont Sequoia Capital, Greylock Partners, The European Founders Fund, Bessemer Venture Partners, Bain Capital Ventures, Goldman Sachs, The McGraw-Hill Companies and SAP Ventures.

www.linkedin.com

Contacts presse

i&e Consultants pour LinkedIn
Charlotte Létondot / Florence Devillers
cletondot@i-e.fr / fdevillers@i-e.fr
01 56 03 12 70 / 01 56 03 13 16

10 astuces pour construire un bon profil sur LinkedIn

1. Ne faites pas un copier-coller de votre CV

LinkedIn vous donne accès à un réseau, non à un département de ressources humaines. Vous ne tendriez pas votre CV à quelqu'un avant de vous présenter : ne le faites pas non plus ici. Décrivez plutôt vos expériences et votre savoir-faire comme quand vous rencontrez quelqu'un. Adaptez le ton rédactionnel au format de l'écran, sous forme de paragraphes courts avec des points de repère visuels ou textuels.

2. Marketez-vous

Dynamisez le ton de votre profil. Utilisez des verbes d'action et des constructions de phrases dynamiques : préférez « J'ai piloté l'équipe sur le projet » à « Responsable de la gestion de l'équipe de projet ». Restez naturel, n'écrivez pas à la troisième personne à moins que cela ne vous corresponde. Imaginez-vous en réunion client : comment vous présentez-vous ? C'est là votre ton authentique : utilisez-le.

3. Formulez une signature personnelle

La ligne de texte sous votre nom est la première chose que les gens lisent sur votre profil. Elle suit votre nom dans la liste des résultats de recherches. C'est votre signature de marque, sauf s'il s'agit de votre adresse email. Votre entreprise peut parfois avoir une marque tellement forte que, combinée avec votre titre, elle est suffisante. Mais vous pouvez aussi avoir besoin de distiller votre personnalité professionnelle dans une phrase accrocheuse, quelques mots qui font comprendre qui vous êtes en un coup d'oeil.

4. Faites fonctionner votre argumentaire express

Revenons à votre présentation en réunion client. Cette description de trente secondes de qui vous êtes et de ce que vous faites, l'essence de votre situation professionnelle, constitue votre argumentaire express. Utilisez-la dans la section « Résumé » pour séduire les lecteurs. Vous avez 5 à 10 secondes pour attirer leur attention. Plus votre résumé est chargé de sens, plus le nombre de lecteurs augmentera.

5. Mettez l'accent sur vos compétences

Considérez les domaines de « Compétences » comme un optimisateur de moteur de recherche, un outil pour augmenter les chances de vous trouver et de se souvenir de vous. C'est dans cette section que vous devez mettre tous ces mots-clés propres à votre secteur et à vos domaines de compétences. Sans oublier vos intérêts, les valeurs que vous mettez à l'œuvre dans l'exercice de votre métier, voire une touche d'humour ou de passion.

6. Détaillez votre expérience

Aidez le lecteur à saisir les éléments clés de votre parcours professionnel. Dites brièvement ce que fait l'entreprise dans laquelle vous êtes et ce que vous avez réalisé pour eux. Là encore, imaginez-vous en réunion client. Après vous être présenté, comment décrivez-vous ce que vous faites, ce que fait votre entreprise ? Utilisez des phrases courtes et claires et coupez les en plusieurs morceaux plus faciles à intégrer.

7. Sortez du lot

Utilisez la section « Informations complémentaires » pour compléter votre profil de quelques centres d'intérêts pertinents. Ajoutez des sites qui montrent vos compétences ou vos passions. Et n'oubliez pas de modifier le titre par défaut « Mon site web » pour encourager les clics.

8. Répondez aux questions et posez-en

Des questions bien pensées et des réponses utiles construisent votre crédibilité. Les meilleures donnent une bonne raison aux gens de lire votre profil. Appliquez-vous à répondre aux questions relatives à vos domaines de compétence pour faire connaître votre expertise, augmenter votre visibilité et surtout échanger avec les personnes de votre réseau. Vous pourrez peut-être avoir besoin d'une réponse à une question plus tard.

9. Construisez votre réseau

Vos connexions restent l'un des aspects les plus importants de votre marque : votre entourage en reflète la qualité. Qu'arrive-t-il lorsque vous lisez le profil de quelqu'un et que vous découvrez que vous avez une connaissance commune ? Le crédit que vous lui accordez monte en flèche. La valeur de la communauté fonctionne dans les deux sens. Identifiez donc les connexions qui renforcent votre crédibilité et cultivez-les.

10. Un dernier conseil : lorsque vous avez obtenu suffisamment de connexions et de recommandations, votre profil devient une sorte d'évaluation de vous et de votre marque par vos pairs. Assurez-vous que ce tableau est cohérent, bien structuré et facile à trouver. Modifiez l'URL de votre profil public pour qu'il reflète votre nom ou signature, et ensuite médiatisez-le : ajoutez-le à votre blog, créez un lien depuis votre site Internet, placez-le dans votre signature d'email. Et démarrez la conversation.