

Réalisé par :
Laure JOULAUD



UFR Sciences
Humaines et Sociales

Dirigé par :
Vincent CHABAULT

CONSTRUIRE UNE NOUVELLE IDENTITÉ
NUMÉRIQUE POUR ACCÉDER À L'EMPLOI:
LES USAGES DE LINKEDIN CHEZ LES
ÉTUDIANTS DE MASTER.



Master
Communication des
entreprises et
médias sociaux

2023/2024

ATTESTATION SUR L'HONNEUR

Je soussignée, Laure Joulaud étudiante en Master 2 Communication des Entreprises et Médias Sociaux à l'Université Gustave Eiffel pour la période 2023/2024, déclare sur l'honneur que le contenu du présent mémoire est original et reflète mon travail personnel.

J'atteste que l'ensemble de mes écrits joints à cette déclaration sont des travaux originaux. Je n'ai ni contrefait, ni falsifié, ni copié tout ou partie de l'œuvre d'autrui afin de la faire passer pour mienne. Les citations extraites de travaux ne m'appartenant pas sont signalées entre guillemets accompagnées de la source.

Par conséquent, j'atteste que toutes les sources que j'ai utilisées pour écrire ce mémoire sont explicitement citées à chaque fois que j'en fais usage.

Le 20/05/2024, à Esbly,

Laure JOULAUD

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de nombreuses personnes à qui je souhaite adresser mes sincères remerciements.

Je voudrais remercier, dans un premier temps, M. CHABAULT, Directeur de ce mémoire, d'avoir cru et soutenu mon sujet. Je lui adresse mes remerciements pour sa patience et ses conseils tout au long de cette année, qui m'ont permis de mener à bien mes entretiens semi-directifs et la rédaction de ce mémoire.

Je souhaite également remercier Mme BOURDELOIE de m'avoir éclairée concernant mes lectures sociologiques.

Je remercie également, chacun des étudiants avec qui j'ai pu m'entretenir de m'avoir accordée de leur temps pour répondre à mes nombreuses questions malgré leurs agendas chargés en vue de leurs examens de fin d'études.

J'adresse ma reconnaissance à l'équipe pédagogique du master Communication des Entreprises et Médias Sociaux pour la qualité des enseignements dont j'ai bénéficié tout au long de cette deuxième année de formation.

J'aimerais exprimer ma gratitude à ma mère, pour son soutien et ses encouragements. Je la remercie pour la relecture et la correction minutieuse de ce mémoire.

Enfin, je remercie mes amis qui ont toujours été là pour moi, leur soutien constant m'a été d'une grande aide dans les moments difficiles.

TABLE DES MATIERES

<u>ATTESTATION SUR L'HONNEUR.....</u>	<u>2</u>
<u>REMERCIEMENTS.....</u>	<u>3</u>
<u>GLOSSAIRE.....</u>	<u>6</u>
<u>INTRODUCTION.....</u>	<u>8</u>
<u>PREAMBULE : ANALYSE ET GENESE DE LINKEDIN.....</u>	<u>15</u>
L'EVOLUTION DE LINKEDIN.....	15
LE FONCTIONNEMENT DE LA PLATEFORME.....	16
ZERO CONCURRENCE.....	17
COMMENT LINKEDIN ATTIRE LES JEUNES ?.....	17
<u>CHAPITRE 1 : UNE DIVERSITE D'USAGES.....</u>	<u>18</u>
1.1 POSSEDER UN COMPTE OU NON : QUELS FACTEURS INFLUENT SUR NOTRE LEGITIMITE ?.....	18
1.1.1 UN AGE ADEQUAT ?	18
1.1.2 LE SECTEUR D'ACTIVITE.....	20
1.1.3 AVOIR UN OBJECTIF	22
1.2 EXPLORATION ET CATEGORISATION DES USAGES DE LINKEDIN	23
1.2.1. L'UTILISATION « POUR SOI ».....	23
1.2.2 L'UTILISATION « POUR L'ENTREPRISE »	30
<u>CHAPITRE 2 : CONSTRUIRE SON « SOI PROFESSIONNEL » EN LIGNE</u>	<u>37</u>
2.1 QUAND ONT-ILS CREE LEUR PROFIL ?.....	37
2.1.1 INFLUENCE DU CERCLE FAMILIAL	37
2.1.2 VERS L'APPRENTISSAGE DE CREATION DE PROFILS LINKEDIN ?	40
2.1.3 LORS DE LA RECHERCHE D'UN EMPLOI	43
2.1.4 DANS LE CADRE DE LEURS FONCTIONS PROFESSIONNELLES.....	44

2.2 LES ETAPES DE LA CREATION DU PROFIL	45
2.2.1 REFLETER SON PROFESSIONNALISME A TRAVERS UNE PHOTO DE PROFIL	47
2.2.2 CAPTER L'ATTENTION GRACE A LA DESCRIPTION	51
2.2.3 EXPOSER SES EXPERIENCES ET SES COMPETENCES.....	54
2.2.4 ÉTENDRE SON RESEAU : LA COMPLEXITE DES DYNAMIQUES RELATIONNELLES SUR LINKEDIN	57

CHAPITRE 3 : ALIMENTER ET FAIRE VIVRE SON PROFIL PROFESSIONNEL AU QUOTIDIEN..... 62

3.1 CATEGORISATION DE LA FREQUENCE DE CONSULTATIONS	62
3.1.1 LE SERIEUX ET INVESTI.....	62
3.1.2 LE PLANIFIE.....	63
3.1.3 L'OCCASIONNEL	65
3.2 L'UTILISATION QUOTIDIENNE DE LINKEDIN PAR LES ETUDIANTS.....	66
3.2.1 CONSULTATION DU FIL D'ACTUALITE ET MISE A JOUR DU PROFIL PERSONNEL	66
3.2.2 GESTION DES CANDIDATURES.....	67
3.2.3 CREER DES PUBLICATIONS ADAPTEES	70
3.2.4 ADAPTER SON IDENTITE EN FONCTION DU RESEAU UTILISE.....	72

CONCLUSION..... 75

SOMMAIRE DES ANNEXES :..... 78

ANNEXE 1 : BIBLIOGRAPHIE	79
ANNEXE 2 : SITOGRAPHIE	80
ANNEXE 3 : PRESENTATION DES ENQUETES.....	82
ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN	83
ANNEXE 5 : ENTRETIEN RETRANSCRIT	88

GLOSSAIRE

- **B2B** : Business to Business : « ensemble des activités commerciales nouées entre deux entreprises »¹
- **Catchy** : Attrayant (ex : rédiger une publication attirante)
- **Check-up** : Bilan
- **Ethos** : D'après Le Larousse : « Ensemble des caractères communs à un groupe d'individus appartenant à une même société. »
- **Follow** : S'abonner, suivre une personne sur un réseau social
- **Réseaux sociaux numérique (RSN)** : « Plateforme en ligne au sein de laquelle un utilisateur peut créer un profil et développer un réseau de contacts personnels qui lui permet d'être connecté à d'autres utilisateurs »².
- **LinkedIn** : Réseau social professionnel en ligne créé en 2003³
- **Social branding** : «Gestion pertinente de vos comptes sur les réseaux sociaux dans le but de maintenir la cohérence de votre identité de marque »⁴
- **Storytelling** : Action de raconter une histoire. D'après Le Larousse : « Technique de communication politique, marketing ou managériale qui consiste à promouvoir une idée, un produit, une marque, etc., à travers le récit qu'on en fait, pour susciter l'attention, séduire et convaincre par l'émotion plus que par l'argumentation. »⁵

¹ <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199121-b2b-ou-b-to-b-definition/>

²<https://www.erudit.org/fr/revues/mi/2018-v22-mi04797/1062491ar/#:~:text=Un%20réseau%20social%20numérique%20est,connecté%20à%20d'autres%20utilisateurs%20>

³ <https://fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

⁴ <https://www.meltwater.com/fr/blog/social-media-branding>

⁵ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/storytelling/188202>

- **Portefeuille relationnel** : Liste des contacts d'un individu
- **Web3** : D'après Wikipédia, « Le Web3 ou Web 3.0 est un terme utilisé pour désigner l'idée d'un web décentralisé exploitant la technologie des chaînes de blocs, se voulant ainsi le successeur du Web 2.0, terme utilisé pour désigner le web « social » »⁶

⁶ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Web3>

INTRODUCTION

Votre photo de profil sur Instagram n'est pas la même que sur LinkedIn, pas vrai ?

C'est peut-être parce que l'utilisation que vous en faites est différente ?

L'utilisation des réseaux sociaux par les 18-25 ans est quotidienne. Aux vues de la diversité des réseaux sociaux disponibles cela en fait un sujet de recherches sociologiques relativement vaste.

Étant étudiants en master et en alternance, nous avons relevé que lorsque nous abordions le sujet de la recherche d'emploi autour de nous, un dénominateur commun apparaissait : celui de l'utilisation de la plateforme LinkedIn. En effet, plusieurs de nos connaissances ont dû rechercher une alternance dans le cadre de leurs études et s'apprêtent à devoir se relancer dans ce long processus de recherche d'emploi mais cette fois-ci dans le but d'obtenir un CDD ou CDI à la fin de leurs cinq années d'études. Aujourd'hui, LinkedIn est la plateforme centrale chez les jeunes pour trouver un emploi, souvent décrit comme un réseau social et le « Facebook professionnel ». Nous avons donc décidé d'axer nos recherches sur la plateforme LinkedIn et son utilisation par les 20-25, étudiants en master ou ayant obtenu un bac+5 récemment. Il paraissait intéressant d'analyser l'utilisation de ce réseau social pas comme les autres utilisé par plus de 29 millions de personnes en France en 2024⁷, un chiffre étonnant puisque, selon l'INSEE, en 2021, la France compte une population active d'environ 30 millions d'individus sans la prise en compte des étudiants et des retraités.

Aujourd'hui, LinkedIn appartient à Microsoft et est l'un des réseaux sociaux professionnels le plus important au monde, avec des millions d'utilisateurs actifs. Il sert de plateforme de recrutement, de mise en réseau professionnel, de partages de contenus et de recherches d'opportunités. LinkedIn a radicalement transformé la manière dont les professionnels gèrent leur carrière et interagissent dans le monde professionnel.

⁷ <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-LinkedIn/>

Nous cherchons à savoir comment l'accumulation de liens faibles peut contribuer au capital social des individus, en fournissant un accès à des opportunités professionnelles diverses. Également, comment les individus créent et façonnent leur identité en ligne, en utilisant LinkedIn comme une plateforme spécifique où ils présentent leur parcours éducatif et professionnel.

Notre problématique se formule donc ainsi : **Construire une nouvelle identité numérique pour accéder à l'emploi : les usages de LinkedIn chez les étudiants de master.**

A la suite de nos recherches sur le sujet et à la construction de notre problématique, nous avons émis quelques hypothèses de réponses. Dans un premier temps, nous supposons que les étudiants en master se sont appropriés LinkedIn et ses codes afin de se faire une première place dans le monde professionnel. Nous proposons comme seconde hypothèse que l'identité numérique d'un individu varie en fonction du type de réseau social numérique utilisé. LinkedIn serait utilisé par les jeunes afin d'élargir leur réseau professionnel dans un secteur précis. Enfin, la création d'un profil LinkedIn ferait partie du processus de socialisation professionnelle.

Notre population d'enquêtés comprend 7 adultes âgés entre 21 et 27 ans. Ces derniers disposent tous d'un compte LinkedIn et sont soit en deuxième année de master et seront diplômés d'un bac+5 d'ici la fin de l'année ou alors ont déjà obtenu leur master et sont actuellement salariés.

Afin de tenter de répondre à notre problématique, notre méthode de travail s'est découpée en plusieurs phases :

Pour appréhender notre sujet, nous avons tout d'abord initié une exploration à travers diverses ressources littéraires et scientifiques telles que des articles académiques, des études, des publications de presse généraliste, ainsi que des sites web abordant LinkedIn. Nous avons donc cherché des notions et concepts qui pourraient être pertinents pour notre objet de recherche.

À la suite de nos recherches théoriques, nous nous sommes focalisés sur l'analyse de notre terrain et sur les données quantitatives. Nous avons donc analysé la plateforme LinkedIn et ses différentes utilisations d'un point de vue utilisateur. LinkedIn est accessible librement en créant un profil et qui donne accès aux diplômes et activités professionnelles renseignés par les professionnels inscrits sur ce réseau. Les recherches sur le web ont également été primordiales afin d'en savoir un peu plus sur l'évolution de la plateforme depuis sa création aux Etats-Unis en passant par son arrivée en France jusqu'à aujourd'hui. Ces sessions de recherches nous ont

permis également d'en apprendre un peu plus sur les habitudes des utilisateurs de la plateforme et plus précisément sur la tranche d'âge de nos enquêtés en obtenant des données chiffrées.

Après avoir obtenu assez d'informations, nous avons souhaité questionner des personnes sur leur utilisation de LinkedIn afin de recueillir des témoignages précis sur leur utilisation de la plateforme. Nous cherchions, à travers ces entretiens, des informations concernant la structure de leur profil, la façon dont ils alimentaient leur compte au quotidien mais également comment ils choisissaient les personnes avec qui ils allaient se connecter ou non et pourquoi. Nous avons sélectionné nos enquêtés parmi notre réseau : anciens camarades de fac ou encore frères et sœurs d'amis utilisant LinkedIn, diplômés ou futurs diplômés d'un bac+5. Après avoir mis en place une grille d'entretien avec 9 rubriques de questions, nous avons réalisé 7 entretiens. Ces derniers ayant durés entre 40 minutes et 1h20, quatre d'entre eux se sont déroulés en visioconférence car les enquêtés vivaient dans une autre région ou ne pouvaient se déplacer pour une rencontre en face à face. Il était donc moins facile pour ces derniers de nous montrer leur profil en direct bien que la caméra fût activée. Les trois autres ont été réalisés en face à face, obtenir des informations précises sur leur compte avec des illustrations et exemples en direct étaient donc plus faciles. Durant ces entretiens, nous avons pris des notes concernant l'attitude et les réactions de nos enquêtés afin de pouvoir les analyser et peut être observer des similitudes entre ces derniers. Toutes les personnes avec qui nous nous sommes entretenues montraient un certain entrain à répondre à nos questions et nous parler de leurs expériences d'utilisations sur ce réseau social professionnel. Effectivement, ces derniers soulignaient l'originalité du sujet, ayant souvent tendance à voir des études sur les jeunes et leurs utilisations d'autres réseaux dit plus « classiques » comme Instagram ou TikTok par exemple.

Nous avons tout de même rencontré quelques difficultés lors de notre enquête. En effet, il n'a pas été facile de trouver des articles de recherches sociologiques sur LinkedIn. Au départ, nous trouvions énormément de recherches sur Facebook, certes cela pouvait être pertinent pour nous, mais nous recherchions un point de vue sur un réseau social professionnel. En poussant nos recherches nous avons trouvé des thèses soutenues par des doctorants abordant notre sujet, ce qui nous a permis d'obtenir un premier regard sociologique sur l'utilisation de la plateforme que nous étudions.

Ce mémoire s'inscrit dans la lignée d'études de travaux théoriques et empiriques principalement dans le domaine de la sociologie du numérique concernant l'utilisation des réseaux sociaux, la socialisation en ligne et la construction de l'identité numérique. Nous avons

donc axé nos lectures sur des articles de recherches concernant le développement et la création de l'identité des individus sur le net. En effet, les individus utilisent les plateformes numériques pour construire et exprimer leur identité en ligne, sélectionnant et mettant en avant certaines facettes de leur personnalité (Cardon, 2019). Cette identité en ligne est façonnée par le regard des autres, et sa construction est influencée par des attentes sociales telles que la reconnaissance par les pairs. Cependant, elle ne reflète jamais parfaitement la personnalité réelle des individus et est souvent contrôlée de manière sélective, les individus choisissent ce qu'ils désirent mettre en avant ou non sur leur profil. De plus, ces données peuvent être collectées, analysées et utilisées par des tiers, jouant ainsi un rôle crucial dans la manière dont une personne est perçue et interagit avec les autres sur le web⁸. Mais l'identité numérique va au-delà, effectivement les individus détiennent une identité déclarative, une identité agissante et une identité calculée lorsqu'ils rejoignent un réseau social numérique comme Facebook ou LinkedIn. Certains sociologues ont focalisé leurs enquêtes sur le réseau professionnel LinkedIn. Ces derniers nous ont éclairé sur les deux types d'utilisations de cette plateforme : l'utilisation pour soi et l'utilisation pour l'entreprise⁹ avec une frontière qui semble tout de même étroites.

Olivier Dupont et Lucien Perticoz dans leur article « Les ethos des jeunes professionnels de la communication sur LinkedIn » datant de 2016, explorent l'utilisation de la plateforme par les jeunes professionnels de la communication ce qui fait échos à notre enquête qui se compose de plusieurs étudiants de ce secteur. Ils soulignent comment la visibilité est aujourd'hui un facteur central pour réussir dans le monde professionnel moderne. En effet, plusieurs stratégies sont adoptées par les jeunes professionnels pour se présenter sur le net. Il est important de se rendre visible pour obtenir des opportunités et ainsi se distinguer sur le marché du travail. Il y a des normes et des attentes dans le secteur de la communication qui s'imposent aux individus sur leur manière de se présenter et de s'exposer sur le net. Ces derniers doivent adopter des ethos

⁸ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019

⁹ Audran, J ; Hoblingre, H. *Une communauté professionnelle en réseau: LinkedIn un premier pas vers la formation?*, HAL OpenScience, 2020

spécifiques afin de se plier aux standards de leur secteur et optimiser leur visibilité en ligne. Cette certaine représentation de soi en ligne que doivent entretenir et peaufiner les communicants est aussi de mise pour les professionnels des ressources humaines¹⁰ avec une mise en avant des connaissances, savoir-faire et expériences pour construire leur identité professionnelle sur LinkedIn.

La plateforme établit de nouvelles normes de visibilité et d'identité professionnelle, modifiant la façon dont les individus se présentent et interagissent dans le contexte professionnel contemporain. Les réseaux sociaux numériques (RSN) présentent des avantages pour la formation à distance ainsi que le développement professionnel. Les stratégies individuelles désignent les actions que les utilisateurs entreprennent pour atteindre leurs objectifs personnels, comme la recherche d'emploi, l'évolution de carrière et la promotion de leur marque personnelle. En revanche, les stratégies collectives se déroulent dans un cadre organisationnel et incluent des activités comme le recrutement et la prospection commerciale (Hoblingre Klein, 2021).

Parmi les notions mobilisées dans le développement de ce mémoire de recherches, nous retrouvons la notion d'identité numérique¹¹ de Dominique Cardon, définie comme l'ensemble des traces laissées par une personne sur Internet à travers ses activités en ligne.

Dans son article, Fanny Georges explore d'autres facettes de l'identité en ligne¹² à travers trois concepts clés que nous exploiterons dans certaines parties de notre rédaction : l'identité déclarative, l'identité agissante et l'identité calculée. L'identité déclarative, ou représentation de soi, se compose des données directement fournies par l'utilisateur lors de son inscription au réseau social, tout comme son nom, ses centres d'intérêts et ses amis. En revanche, l'identité

¹⁰ Hoblingre Klein,H. Réseaux sociaux professionnels: instruments d'empowerment professionnel ?: analyse de cas de consultants RH et de recruteurs sur LinkedIn, HAL Open science, 2018

¹¹ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019

¹² Georges,F. Représentation de soi et identité numérique : une approche sémiotique et quantitative culturelle du web 2.0, in Réseaux, 2009, n°154, p. 165-193

agissante est constituée des interactions enregistrées par la plateforme, reflétant les activités de l'utilisateur, telles que les notifications concernant ses nouvelles publications ou encore de connexions. Enfin, l'identité calculée englobe les données chiffrées, tel que le nombre d'amis ou de groupes auxquels l'utilisateur appartient. Parallèlement, le concept de présence, en sociologie, se rapporte à la perception et à l'impact d'une entité dans un contexte social donné. Il englobe la manière dont une entité est ressentie, reconnue et interagit avec son environnement social, qu'il soit physique, symbolique ou virtuel. Cette notion de présence revêt une importance cruciale dans la construction des relations sociales et des dynamiques interpersonnelles sur le net. Enfin, la théorie des "liens faibles" de Granovetter souligne l'importance des connections moins intimes dans l'accès à des informations et des opportunités, notamment dans le contexte de la recherche d'emploi et de la mobilité sociale (Granovetter, 1973). L'accumulation de liens faibles peut donc contribuer au capital social des individus défini par Bourdieu comme étant les ressources dont dispose un individu¹³.

L'objectif de ce mémoire est donc de catégoriser les différentes utilisations de LinkedIn en fonction de la trajectoire et des profils des enquêtés mais également de comprendre la façon dont ils créent et mobilisent leur identité numérique sur un réseau social professionnel dans le cadre d'une recherche d'emploi.

Pour donner suite à notre préambule sur l'histoire et l'évolution de la plateforme professionnelle LinkedIn, nous aborderons dans le premier chapitre la diversité des usages de ce réseau social numérique. Dans ce chapitre, nous mettrons en lumière les facteurs propices à la création d'un profil ainsi que les différents types d'usages, répartis en deux catégories : l'usage personnel et l'usage professionnel.

Le second chapitre sera consacré à la construction de « l'identité professionnelle » en ligne sur LinkedIn. Nous examinerons les circonstances de création des profils de nos enquêtés, ainsi que les étapes et les choix qu'ils ont suivis pour y parvenir. Nous expliquerons également comment les individus doivent adapter leur identité numérique sur ce réseau social professionnel.

¹³ Lexique de sociologie, 5ème Edition, Dalloz, 2017.

Enfin, le troisième et dernier chapitre analysera la manière dont les individus alimentent et maintiennent leur profil à jour. Pour ce faire, nous proposerons une catégorisation de la fréquence de consultation de la plateforme, distinguant « le sérieux et investi », « le planifié » et « l'occasionnel ». À travers cette étude, nous expliquerons les activités quotidiennes des étudiants sur leur profil LinkedIn.

PREAMBULE : ANALYSE ET GENESE DE LINKEDIN

L'EVOLUTION DE LINKEDIN

LinkedIn a été fondé par Reid Hoffman, il y a plus d'une vingtaine d'années maintenant, en décembre 2002 et a été lancé officiellement le 5 mai 2003. L'idée, à l'origine, était de créer une plateforme en ligne destinée à faciliter la mise en réseau avec des professionnels et à connecter les individus travaillant dans des domaines similaires. Reid Hoffman, ancien vice-président exécutif et membre fondateur de PayPal, a été rejoint par d'autres professionnels de la technologie pour concrétiser cette idée. Le réseau social professionnel a connu une croissance significative au fil des ans, élargissant sa portée à l'échelle mondiale. LinkedIn permet aux utilisateurs de créer des profils professionnels détaillés, d'ajouter des connexions, de partager des mises à jour professionnelles et de rechercher des opportunités d'emplois.

LinkedIn a connu une croissance exponentielle en France depuis son ouverture. En 2011, la plateforme a fait son introduction en bourse et compte 2 millions de membres en France¹⁴. Elle a continué d'évoluer en ajoutant de nouvelles fonctionnalités telles que la publication de contenus, les groupes, les pages d'entreprises, et plus encore. En mai 2020, le nombre d'utilisateurs a franchi la barre des 20 millions, représentant 69 % de la population active selon une étude réalisée par la plateforme Digimind. En janvier 2022, ce chiffre est passé à plus de 24 millions, pour atteindre plus de 28 millions en octobre 2023¹⁵. Au début de l'année

¹⁴ <https://blog.digimind.com/fr/tendances/LinkedIn-chiffres-incontournables-france-et-monde#:~:text=En%20France%2C%20en%202023%2C%20LinkedIn,entreprises%20ont%20une%20page%20linkedIn.>

¹⁵ <https://blog.digimind.com/fr/tendances/LinkedIn-chiffres-incontournables-france-et-monde#:~:text=En%20France%2C%20en%202023%2C%20LinkedIn,entreprises%20ont%20une%20page%20linkedIn.>

2024, LinkedIn compte plus de 29 millions de membres en France. Cette croissance remarquable témoigne d'une augmentation de 20 % en seulement deux ans, soulignant ainsi le développement continu du réseau social B2B dans notre pays. La France se positionne désormais comme le cinquième pays comptant le plus de membres sur LinkedIn, après les États-Unis, l'Inde, le Brésil et le Royaume-Uni¹⁶.

LE FONCTIONNEMENT DE LA PLATEFORME

LinkedIn offre à chaque utilisateur la possibilité de créer un profil détaillé, mettant en avant ses compétences, son expérience professionnelle et son parcours académique. Il est également possible d'ajouter une photo à notre profil. Les membres utilisent la plateforme pour établir des liens avec leurs pairs, leurs anciens collègues, ainsi qu'avec des professionnels partageant les mêmes aspirations ou évoluant dans le même secteur d'activité. Contrairement à d'autres réseaux sociaux où les relations sont désignées comme "amis", sur LinkedIn, les utilisateurs sont appelés "connexions". Une version premium est également proposée moyennant un abonnement, offrant des fonctionnalités telles que la consultation des profils des individus qui consultent le nôtre ou l'envoi de messages privés aux personnes avec qui nous ne sommes pas connectés. Outre les profils individuels, les utilisateurs peuvent créer des pages dédiées à des entreprises, écoles, organisations à but non lucratif et institutions. LinkedIn permet également de suivre d'autres utilisateurs sans nécessairement établir une connexion. La plateforme propose une fonction de recherche d'emploi permettant aux utilisateurs de trouver des opportunités en fonction de divers critères et a développé la « candidature simplifiée » permettant de candidater à un poste sans avoir à répondre à une multitude de questions alors que les réponses se trouvent déjà sur leur profil LinkedIn. Les utilisateurs peuvent publier du contenu tels que des articles, des vidéos, etc., pour partager leur expertise et engager leur réseau. Des groupes de discussions spécifiques à des domaines professionnels permettent aux membres de partager des idées et de se connecter avec des experts de leur secteur.

¹⁶ <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-LinkedIn/>

En résumé, LinkedIn offre un espace en ligne permettant aux professionnels de développer leur réseau, d'explorer des opportunités de carrière et de partager leurs connaissances et expériences.

ZERO CONCURRENCE

Actuellement, aucune plateforme ne ressemble à LinkedIn, ce qui lui confère un monopole dans le domaine des réseaux sociaux professionnels. Pourtant, en 2004 une plateforme française, Viadeo, a tenté de rivaliser avec LinkedIn en se positionnant comme le "LinkedIn Français" proposant les fonctionnalités, mais sans succès. En effet, cette dernière a été placée en redressement judiciaire en 2016¹⁷ après plus de dix ans d'existence et malgré plusieurs grosses levées de fond afin de s'internationaliser. Reprise par le Journal Du Net par Le Figaro, elle est toujours trouvable mais plus utilisée.

COMMENT LINKEDIN ATTIRE LES JEUNES ?

Lorsque l'on explore le thème "LinkedIn et étudiants" sur le web, une multitude de résultats s'offrent à nous. Parmi eux, des articles de LinkedIn mettent en avant les milliers d'opportunités d'emplois étudiants disponibles sur leur plateforme, incitant les étudiants non-inscrits à s'y inscrire rapidement pour trouver leur emploi idéal. LinkedIn cible activement les jeunes générations à travers sa publicité. Mais ce n'est pas tout, une abondance de vidéos YouTube et d'articles de blog offre des conseils sur la bonne utilisation de cette plateforme. De plus, des livres ressemblant à des guides pratiques exclusivement dédiés à LinkedIn proposent des conseils sur la création de profil et la manière de se mettre en valeur sur le site.

¹⁷ <https://www.lesechos.fr/2016/12/viadeo-les-raisons-dun-echec-1113551>

CHAPITRE 1 : UNE DIVERSITE D'USAGES

À travers ce premier chapitre, nous cherchons à connaître les critères de légitimité de création d'un profil LinkedIn ainsi que les différents usages de la plateforme. Nous verrons que le secteur d'activité et le niveau d'études ont un impact sur l'appropriation de ses utilisations.

1.1 POSSEDER UN COMPTE OU NON : QUELS FACTEURS INFLUENT SUR NOTRE LEGITIMITE ?

Nous allons nous concentrer sur les divers éléments qui déterminent si les individus sont légitimes à posséder un compte LinkedIn ou non.

Est-ce important selon vous, aujourd'hui, d'avoir un compte LinkedIn notamment lorsqu'on est jeune ? Voici l'une des questions qui a été posée à nos enquêtés durant nos entretiens. Nous souhaitions connaître leur point de vue sur l'obligation ou non de détenir un profil sur cette plateforme professionnelle. Étonnement, leurs réponses étaient similaires et complémentaires, abordant différents critères à prendre en compte afin de savoir s'il était nécessaire ou non de s'y inscrire.

1.1.1 UN AGE ADEQUAT ?

Les premiers facteurs est celui de l'âge et du niveau d'étude des individus hésitant à s'inscrire. En effet, nous verrons un peu plus tard dans notre développement que nos enquêtés se sont inscrits sur la plateforme à des moments clés de leurs études et/ou carrière professionnelle. Ils ont été nombreux à nous confier qu'il ne semble pas nécessaire de se créer un profil sur LinkedIn si le besoin ne se présente pas, notamment lorsque nous rentrons au lycée par exemple. Sur LinkedIn il est plus fréquent de trouver des offres de stage s'adressant à des étudiants en études supérieures et non à des lycéens. L'une de nos enquêtés, Ophélie, 21 ans, étudiante en deuxième année de Master Gestion des Ressources Humaines, en alternance, nous confie son point de vue sur cet argument :

« A « mon époque » on ne faisait pas de stage au lycée, mais je crois que maintenant c'est obligatoire ou je ne sais pas quoi mais tu vois jamais je ne me serais dit que j'allais me créer un compte LinkedIn pour trouver un stage de seconde ou quoi alors que déjà je pense que je n'aurais rien trouver comme propositions hein parce que bon je crois que les stages qu'on voit passer c'est plutôt quand t'es déjà en études sup. dans un domaine précis pas quand t'es au lycée et que tu ne sais même pas ce que tu veux faire de ta vie clairement » **Ophélie, femme, 21 ans, Étudiante en Master Gestion des Ressources Humaines en Alternance.**

Il est donc judicieux d'attendre l'entrée dans l'enseignement supérieur avant de créer un compte et de s'intégrer sur la plateforme. Au cours de nos investigations sur LinkedIn, nous avons examiné l'âge minimum requis pour s'inscrire. Contrairement aux réseaux sociaux plus traditionnels tels que TikTok ou Instagram, qui exigent un âge minimum de 13 ans, LinkedIn, en tant que réseau professionnel, demande un âge minimum de 16 ans. Cette information, tirée des conditions générales d'utilisation de LinkedIn, semble cohérente avec les témoignages de nos enquêtés, étant donné que les individus ont généralement atteint la moitié de leur parcours au lycée à cet âge-là.

S'il ne faut pas être trop jeune pour s'inscrire il semblerait qu'il ne faille pas également être trop âgé :

« Mais tu vois mon père il a presque 60 ans et il a pas LinkedIn, si demain il me disait ah bah je vais me faire un compte LinkedIn je serais un peu étonné parce que bah il a un travail, c'est le même depuis hyper longtemps donc bon il va pas être en recherche de travail demain donc je lui demanderai pourquoi il veut faire ça mais selon moi ça ne lui servirait à rien enfin il est trop tard quoi. Après y a des gens qui ont LinkedIn et qui ont 60 ans hein je dis pas le contraire mais ces personnes là généralement ont LinkedIn depuis plusieurs années et ne viennent pas de le créer y'a deux jours ! Après bon les gens font ce qu'ils veulent » **Thomas, homme, 22 ans, Étudiant en Master Communication en Alternance.**

Même si les individus sont libres de se créer un compte à partir de 16 ans et qu'aucun maximum d'âge est imposé par la plateforme, il semble peu utile de la rejoindre en fin de carrière. Certains professionnels ont tout de même un profil depuis plusieurs années et en dispose encore à la fin de leur carrière professionnelle mais il est plus difficile de l'alimenter dès que l'on quitte la sphère professionnelle. L'âge n'est pas le seul élément relevé au cours de nos recherches ; en effet, d'autres facteurs doivent être pris en compte individuellement ou combinés.

1.1.2 LE SECTEUR D'ACTIVITE

Le secteur d'activité auquel nous appartenons est à prendre en compte. Certains corps de métiers n'auraient pas leur place sur la plateforme même si LinkedIn n'émet pas de restrictions concernant ces derniers. Les métiers « de bureaux » auraient davantage leurs places que les métiers artisanaux par exemple.

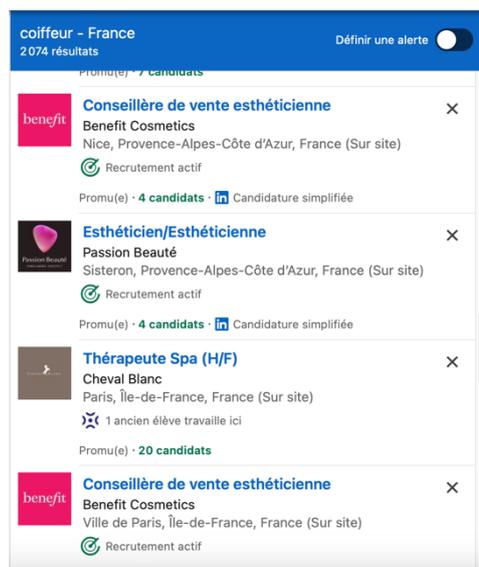
« Si tu es juste un mec qui fait juste un mécanicien, pas de jugement hein, mais si t'es mécanicien, pas forcément besoin de LinkedIn. Concernant des profils vraiment bac +5 où ça va être des travaux, enfin des travaux, des postes des fois de cadre beaucoup. Beaucoup de d'emplois en bureau dans ce cadre-là pour moi LinkedIn c'est primordial » **Thomas, homme, 22 ans, Étudiant en Master Communication en Alternance.**

« Si t'es coiffeuse ou boulanger ou que tu viens de finir ton CAP ça sert à rien d'avoir LinkedIn pour moi. Tu trouveras pas d'offres d'emplois pour ces métiers sur LinkedIn et puis à part te connecter à tes potes tu n'y trouveras pas beaucoup de professionnels de ces domaines, tu ne pourras pas alimenter ton profil en fait ce sera vide donc bon ça sert à rien selon moi » **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Gestion des Ressources Humaines en Alternance.**

Dans ces entretiens, deux variables sont prises en compte : le niveau de diplôme et le métier exercé. Nos enquêtés ont souligné l'absence de professionnels dans des domaines nécessitant une formation courte, comme la coiffure ou la boulangerie. Ces métiers, qui requièrent généralement un CAP, pourraient ne pas être pertinents sur LinkedIn. Selon nos enquêtés, les professionnels de ces milieux ne pourraient contribuer à du contenu sur la plateforme. En

revanche, les métiers de cadres, souvent qualifiés d'« emplois de bureaux » par nos enquêtés, semblent avoir un besoin crucial de présence sur ce réseau social professionnel, que ce soit pour échanger avec des professionnels du même secteur, trouver un emploi ou pour rester informés de la concurrence, par exemple.

Impossible de trouver des offres dans le domaine de la coiffure ou de l'esthétique sur LinkedIn ? Nous nous sommes donc rendus sur la plateforme afin d'effectuer quelques recherches dans la section « offres d'emploi » sur LinkedIn et nous avons été étonnés des résultats obtenus.



CAPTURE D'ECRAN DES RESULTATS OBTENUS CONCERNANT LA RECHERCHE DE POSTES DANS LE DOMAINE DE L'ESTHETIQUE.

Nous avons cherché des postes de coiffeurs et nous avons observé que LinkedIn nous proposait plus de 2 000 emplois dans le domaine de l'esthétique. Ces résultats contredisent donc les affirmations de certains de nos enquêtés. Il est tout à fait possible de trouver un emploi de coiffeur grâce à cette plateforme. En effet, à aucun moment LinkedIn, lui-même, précise être réservé qu'aux emplois de cadres et de diplômés de bac+5 même si des articles de presse et des blogs le stipule.

1.1.3 AVOIR UN OBJECTIF

Pour avoir LinkedIn, il faut également une motivation précise, être à la recherche d'un emploi en est une, par exemple. Beaucoup d'individus vont créer leur compte à un moment de leur vie ou il est nécessaire pour eux d'effectuer des recherches de stages ou d'emplois :

« Donc c'est vrai que ouais voilà pour l'édition et tout de même de manière plus générale pour l'emploi, on m'avait clairement dit qu'il fallait que je me crée un compte LinkedIn. On m'avait dit vraiment faut que tu t'en crées un parce que pour trouver une offre d'emploi ou un stage un truc comme ça c'est le meilleur moyen quoi. » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante Master Communication en Alternance.**

En somme, cela ne sert à rien de créer un compte LinkedIn si nous en n'avons aucun objectif. Or, cela peut être contredit par nos propos précédents. En effet, certains utilisateurs ont un compte depuis plusieurs années et n'ont jamais eu le besoin de rechercher un nouvel emploi grâce à la plate-forme. Nous en concluons que ce n'est pas pour autant qu'ils ont dû fermer leur compte. Une fois inscrit il faut entretenir notre "présence". Nos enquêtés soulignent, tout de même, qu'il est important de connaître l'utilité qu'on va en faire avant de s'y inscrire :

« Faut pas se faire un compte juste parce que c'est à la mode ou quoi, si c'est pour ne pas l'utiliser, ne pas le consulter ou quoi c'est pas utile » **Ophélie, femme, 21 ans, Étudiante en Master Gestion des Ressources Humaines en Alternance.**

Cette enquêtée nous parle d'agir sous un effet de mode. Nous aborderons le contexte de création de compte Instagram de nos enquêtés un peu plus tard dans notre réflexion mais il est vrai que l'envie de rejoindre la plateforme peut être motivé par des acteurs extérieurs. Il est également possible de subir une sorte de pression sociale lorsque tout le monde dispose d'un outil dans votre entourage ou dans votre génération et qu'ainsi, vous êtes le seul à ne pas en disposer.

1.2 EXPLORATION ET CATEGORISATION DES USAGES DE LINKEDIN

Dans cette partie nous allons explorer les différents usages de la plateforme et tenter de les catégoriser en fonction des profils de nos enquêtés.

À travers notre enquête, nous avons pu observer deux grands types d'usage : les usages « pour soi » et les usages « pour l'entreprise ». En effet, détenir un compte LinkedIn requiert de mettre en avant et de construire une identité numérique¹⁸ différente de celle que nous pouvons utiliser sur les autres réseaux sociaux numériques car les usages de cette plateforme sont différents.

1.2.1. L'UTILISATION « POUR SOI »

L'« utilisation pour soi » (Hoblingre ; Audran, 2020) est le principal usage cité par nos enquêtés peut être expliqué « comme une utilisation permettant à l'individu de mettre principalement en avant ses atouts professionnels afin de valoriser son image, de développer une activité professionnelle parallèle à l'emploi, de se réorienter ou de développer son réseau. »¹⁹ En effet, avant toute chose, chaque individu crée son profil personnel, celui qui va le représenter et qui portera son nom et en fera une utilisation bien précise comme chercher un

¹⁸ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 177, 2019

¹⁹ Audran, J ; Hoblingre, H. Une communauté professionnelle en réseau: LinkedIn un premier pas vers la formation?, HAL OpenScience, 2020

travail ou encore élargir son réseau par exemple. Même si « la frontière est loin d'être étanche entre le professionnel et le personnel »²⁰ .

- RECHERCHE D'OPPORTUNITES PROFESSIONNELLES

LinkedIn est devenu un outil incontournable pour ceux qui cherchent un emploi, un stage ou une alternance. Grâce à cette plateforme professionnelle, les utilisateurs peuvent mettre en avant leur expérience, leurs compétences et leur parcours académique de manière détaillée et attractive. En se connectant avec des recruteurs et des professionnels de leur secteur d'intérêt, les chercheurs d'opportunités peuvent élargir leur réseau et être informés des offres pertinentes pour eux. LinkedIn permet aux utilisateurs la possibilité de valider leurs compétences à travers des fonctionnalités, comme le système de recommandations²¹.

Mélody, arrivant à la fin de son master en alternance, recherche actuellement une opportunité à temps plein. Elle a donc utilisé plusieurs ressources mis à disposition par la plateforme pour être informée des nouvelles opportunités qui lui correspondent :

« Je l'utilise bah pour chercher un emploi tu vois là notamment, je regarde, je mets des alertes, je mets les mots clés, je cherche des trucs » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

²⁰ Audran, J ; Hoblingre, H. Une communauté professionnelle en réseau: LinkedIn un premier pas vers la formation?, HAL Openscience, 2020

²¹ Hoblingre Klein,H. Les usages et pratiques et utilisateurs de LinkedIn, HAL Open science, 2015

De plus, la fonctionnalité de recherche avancée permet de cibler précisément les entreprises et les postes qui correspondent à leurs objectifs professionnels. En effet, plus de 50 millions d'individus recherchent un emploi sur LinkedIn chaque semaine²². Concernant les jeunes, 45% des 16-25 ans utilisent LinkedIn pour leur orientation professionnelle et 64% l'utilisent pour la recherche de leur premier emploi²³. En effet, « certaines personnes effectuent leur recherche d'emploi majoritairement sur LinkedIn puisque le site recense les principales offres d'emploi du net » (Rissoan, 2011).

La recherche d'opportunités est donc l'un des usages primordiaux de ce réseau social numérique professionnel pour la tranche d'âge que nous étudions.

- A LA RECHERCHE DE LA RECONNAISSANCE GRACE A LA CREATION DE CONTENU SUR LINKEDIN

La création de contenu sur LinkedIn est une stratégie pour mettre en avant son secteur d'activité ou son expertise professionnelle dans un domaine précis. En partageant des articles, des analyses, ou encore des interviews, les professionnels peuvent établir leur crédibilité et leur autorité dans leur domaine. En fournissant un contenu de qualité et en engageant leur audience à travers des discussions et des interactions, ils peuvent attirer l'attention de leur réseau professionnel et au-delà.

L'une de nos enquêtée nous a confié publier du contenu sur son profil après avoir hésité longuement :

²²<https://kinsta.com/fr/blog/statistiquesLinkedIn/#:~:text=Avec%20plus%20de%2058%20millions,des%20recruteurs%20utilisent%20régulièrement%20LinkedIn.>

²³ Étude diplomeo 2022. www.digimind.com

« C'est depuis pas longtemps en vrai que j'ai osé le faire parce que syndrome de l'imposteur, tu vois. Ou en gros c'est des articles un peu professionnels, un peu réflexion sur mon blog, je fais des interviews d'auteurs, des fois je fais des articles un peu débats, j'ai fait un mémoire sur booktok et du coup j'en ai fait un article que j'ai mis sur LinkedIn. J'ai été interviewée cette année par une journaliste sur la romance donc j'ai publié l'article sur LinkedIn et ça a super bien marché. » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Mettre en avant son travail de bloggeuse littéraire ainsi que ses expériences d'interviews seraient un premier pas vers une légitimation de sa place dans ce domaine :

« Notamment si je veux me lancer en indépendant, pardon, en édition, c'est aussi une manière de montrer un peu ma légitimité que la “meuf” elle arrive pas comme ça du jour au lendemain en se lançant dans l'édition en tant que freelance, mais qu'elle a fait des trucs avant. Que les gens me connaissent que les gens me reconnaissent quelqu'un qui parle de l'édition tu vois ? Qui vont se dire “Ah bah elle j'ai vu ses posts et ben beaucoup d'édition c'est logique tu vois ? Ou genre s'ils pensent, s'ils voient mes articles ils vont peut-être penser à moi pour d'autres trucs. » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Les propos tenus par cette étudiante en communication illustrent plusieurs aspects sociologiques intéressants. Tout d'abord, elle évoque le « syndrome de l'imposteur », un phénomène psychologique où les individus doutent de leurs compétences et de leur légitimité, malgré leurs accomplissements. Ce syndrome est courant dans des sphères professionnelles où les attentes sont élevées, comme celui de l'édition. En mettant en avant son blog littéraire et ses articles sur le réseau social numérique LinkedIn, Melody cherche à se positionner comme une voix légitime dans le domaine de l'édition. Cela reflète le besoin social de reconnaissance et de validation par ses pairs.

En outre, Melody aborde également la question de la visibilité et de la réputation professionnelle sur les réseaux sociaux. Elle reconnaît que partager ses réalisations et ses réflexions sur des plateformes comme LinkedIn peut lui permettre de se faire connaître et de renforcer sa légitimité professionnelle, comme l'explique Cardon, « l'exposition de soi en ligne

est commandée par une attente : celle d’être reconnu par les autres »²⁴. Cette stratégie s'inscrit dans une logique de construction d'une image de marque personnelle, où il est important d'être visible et reconnu par ses pairs et par les acteurs de son secteur d'activité. En effet, « la réputation en ligne est le fruit d'un travail intense »²⁵. Dans les sociétés capitalistes, le monde professionnel est structuré de manière à faire de la visibilité un élément essentiel pour réussir (Dupont et Perticoz, 2016).

Une fois cette validation obtenue, elle peut également menée à l’obtention d’opportunités professionnelles, d’autant plus que notre enquêtée est en recherche active d’un CDI. La publication de contenus peut également amener des professionnels à se connecter avec le créateur de ce dernier.

• ÉLARGISSEMENT DU RESEAU

Comme nous l’avons vu précédemment la publication de contenus sur les profils, LinkedIn peut amener les professionnels à se connecter entre eux. Plusieurs de nos enquêtés, nous ont confié que LinkedIn leur permettait d’élargir le réseau professionnel dans un domaine précis. Cet élargissement du réseau fait donc mener à des opportunités professionnelles, mais pas que. Thomas, journaliste en alternance, nous a donc confié que LinkedIn lui avait été utile dans le cadre de la rédaction de son mémoire :

« Et après de mon côté du niveau scolaire, bah pour faire un mémoire comme j'interrogeais des personnes qui travaillent dans le web 3 ou alors qui en sont passionnées, bah en fait j'étais obligé de passer par LinkedIn... Parce que bah les gens, les professionnels dans leur description, ils vont dire oui moi je travaille dans telle entreprise web3 en fait ils vont mettre des mots clés pour mettre web 3 ; Crypto ; Bitcoin et donc en fait je vais taper ces mots clés dans la barre de recherche et après je

²⁴ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 178, 2019

²⁵ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 181, 2019

vais directement tomber sur un profil, je me connecte à eux et je les contacte » **Thomas, homme, 22 ans, Étudiant en Master Communication en Alternance.**

LinkedIn lui a donc permis de pouvoir contacter des professionnels dans le domaine du Web3 pour effectuer des entretiens pour son mémoire de master. Nous verrons un peu plus tard dans notre réflexion que choisir les bons mots-clés dans la description de notre profil est primordiale. En effet, c'est grâce à ces mots-clés que Thomas a pu entrer en contact avec les professionnels de son domaine et leur proposer des entretiens. Le secteur dans lequel Thomas évolue est relativement restreint. Il nous a révélé que la plupart des acteurs se connaissent, notamment grâce à LinkedIn, où la mise en évidence du nombre élevé de relations communes les incite à se connecter mutuellement.

- SE TENIR INFORME DE L'ACTUALITE

LinkedIn offre de nombreux avantages pour se tenir informé et rester au courant des actualités professionnelles. Dans un premier temps, en suivant les pages d'entreprises et les profils de leaders d'opinion de secteurs précis, les utilisateurs ont accès à des mises à jour régulières sur les événements, les projets en cours, et les tendances du marché. Leila nous explique dans un entretien réalisé en visioconférence qu'elle s'abonne à des personnalités dans le secteur de la communication ainsi qu'à des pages telles que « j'ai un pote dans la com » pour se tenir informée des modes et nouveautés pertinentes :

« C'est vrai que je m'informe pas mal sur LinkedIn, je l'avoue en même temps t'as tout a porté de main enfin t'as pas besoin d'aller sur 40 sites ou 10 applis tu vois je m'abonne à des sortes « d'influenceurs LinkedIn », ils vont donner des conseils sur certaines choses ou alors analyser des campagnes de com par exemple. Je suis euh oui euh des pages pros genre j'ai un pote dans la com ils partagent des coms plutôt intéressantes et des actus sur ça et ça m'intéresse perso et puis aussi pour le travail donc...ah oui et je suis aussi les Echos pour des infos plus larges et les pages de grandes marques pour mon kiffé perso on va dire (*rires*) » **Leila, femme, 24 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Il est souvent revenu lors des entretiens que LinkedIn est une plateforme où l'on pouvait retrouver beaucoup d'informations. Plusieurs types d'actualités d'information sont regroupés sur la plate-forme ce qui permet, comme le souligne, notre enquêtée, Leïla, de ne pas avoir besoin d'aller sur différentes plates-formes ou différentes applications pour se tenir informé des dernières tendances dans le domaine de la communication. Elle a également abordé le terme de influenceurs LinkedIn, même si cette dernière l'a cité entre guillemets lors de notre entretien, cela nous a plutôt interpellé. Effectivement, lorsqu'on entend parler d'influenceurs, nous pensons tout de suite à des plateformes, telles qu'Instagram, ou encore TikTok avec des individus qui vont chercher à mettre en avant un produit ou un service et à le vendre à leur communauté. Or, ici, cela ne semble pas être le même type d'influenceurs. En effet, elle semble parler des personnes ayant beaucoup d'abonnés sur LinkedIn, et publiant des expertises, des conseils, ou encore des analyses sur des campagnes de communication, dans le cas précis de notre enquêtée.

De plus, nos enquêtés ont même souligné que beaucoup de marques passaient par LinkedIn pour partager leurs newsletters.

« Maintenant c'est vrai que tu as tout dessus quoi t'as même des newsletters enfin vraiment t'as tout enfin t'as tout en un seul et même endroit donc vraiment je trouve que c'est vraiment pertinent quand tu cherches à rester informé que ce soit pour ton secteur d'activité, donc pour la boîte dans laquelle tu bosses mais aussi pour toi pour même apprendre de nouvelles choses ou quoi » **Clara, femme, 26 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Encore une fois dans cet entretien, nous relevons une mise en avant de la diversité de contenus d'actualités que nous propose LinkedIn.

La fonction "LinkedIn actualités" permet de découvrir des articles, des publications et des discussions pertinentes du moment, offrant ainsi une source d'information diversifiée et ciblée.



CAPTURE D'ECRAN DE LA PARTIE LINKEDIN ACTUALITES

Cette fonction n'a pas été citée lors de nos entretiens avec nos étudiants en master. Nous présumons que cela est dû à la manière dont ils utilisent LinkedIn. En effet, cette fonctionnalité n'est pas mise en avant lorsque nous ouvrons l'application, mais, elle est largement visible lorsque nous la consultons via un moteur de recherche sur un ordinateur. Nous reviendrons sur les différentes manières, dont nos enquêtés consultent LinkedIn ainsi que la fréquence dans les chapitres suivants.

1.2.2 L'UTILISATION « POUR L'ENTREPRISE »

À travers ce développement, concernant les utilisations de LinkedIn dans la sphère professionnelle, nous allons tenter de catégoriser ces différentes utilisations en fonction du poste qu'occupe nos enquêtés.

Cette utilisation est « la manière pour l'utilisateur d'utiliser son profil LinkedIn dans le cadre d'une fonction occupée au sein d'une entreprise qui l'emploie »²⁶.

- **COMMUNICANTS : UNE OBLIGATION DE DETENIR UN COMPTE ?**

Plusieurs de nos enquêtés sont des communicants en alternance. Ils travaillent en tant que Community Manager, Chargé de Communication et Marketing ou encore sont Journalistes. Tous, travaillent dans des entreprises de tailles différentes ainsi que dans divers secteurs : énergie, bâtiment, immobilier, crypto... Dans le cadre de leurs fonctions professionnelles il leur est souvent demandé de détenir un compte LinkedIn.

Mais comment utilisent-ils LinkedIn dans le cadre de leurs missions ?

Pour Clara et Thomas, le réseau social numérique professionnel est central dans leurs missions quotidiennes :

“Le groupe nous demande de faire 2 posts par semaine. Des fois on a rien à dire donc vaut mieux ne rien dire que dire n'importe quoi. Donc faire 2 posts par semaine et en natif, ça veut dire que sans republier un truc. Que c'est nous-mêmes qui devons créer le contenu. Bien sûr, après on doit republier des trucs y a pas de soucis. Mais il faut que par semaine 2 contenus vraiment créés par nous.” **Clara, femme, 26 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Clara participe à l'animation du compte LinkedIn du groupe pour laquelle elle travaille en alternance en tant que Chargée de Communication Marketing. Elle doit publier plusieurs posts natifs, rédigés par elle ou son équipe et effectuer des republications en lien avec son secteur. Si elle ne détenait pas de compte LinkedIn à son arrivée dans l'entreprise il y a trois ans, elle a dû

²⁶ Audran, J ; Hoblingre, H. Une communauté professionnelle en réseau : LinkedIn un premier pas vers la formation ? HAL OpenScience, 2020 p.8

s'en créer un pour pouvoir accéder à la page entreprise de son groupe spécialisé dans le bâtiment.

Thomas, quant à lui détenait un compte bien avant d'entrer dans son alternance actuelle. Il rédige lui aussi du contenu pour la page LinkedIn de son média spécialisé en crypto.

En dehors des réseaux sociaux plus "classiques", LinkedIn a une place centrale dans la création de contenu pour le Chargé de Communication.

La seconde utilisation faite par les communicants que nous avons interrogés est celle de la veille en ligne. Il leur est demandé de se tenir informés des actualités du secteur dans lequel ils travaillent. S'ils l'utilisent déjà à titre personnel pour s'informer de l'actualité dans leurs domaines de prédilection, souvent bien différents du secteur dans lequel ils sont en poste actuellement, ils doivent rester à l'affût de toutes nouvelles informations pouvant avoir un impact sur leur société.

“ Je dois faire de la veille pour mon taff donc forcément je regarde sur LinkedIn, ce qui est publié sur nous voilà ce que les gens disent et puis aussi la concu évidemment voilà ; je regarde les autres réseaux aussi mais LinkedIn c'est important quand même parce que je ne vais pas y retrouver les mêmes infos. Comme quoi c'est pas parce que je taffe sur twitter et que je ne poste pas sur LinkedIn pour ma boite que je ne l'utilise pas dans mes missions (rires)” **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Si cette enquêtée n'a pas en charge la gestion du compte LinkedIn, elle utilise fréquemment LinkedIn pour son travail de veille. LinkedIn est perçu comme une plateforme où les informations professionnelles sont diffusées et où il est possible de suivre les actualités de son secteur et de son entreprise. Cela met en lumière le rôle spécifique de LinkedIn dans l'écosystème des réseaux sociaux professionnels.

Ainsi, nous pouvons tirer la conclusion que les professionnels de la communication se trouvent dans une position où il est obligatoire d'avoir un profil LinkedIn, même si leur rôle au sein de leur entreprise ne se concentre pas spécifiquement sur la création de contenu sur cette plateforme. Cette exigence découle du fait que LinkedIn est devenu un outil incontournable

pour les communicants, offrant une combinaison de fonctions allant de la création de contenu à la surveillance de l'actualité professionnelle.

- RH : UN OUTIL INDISPENSABLE POUR LE RECRUTEMENT ?

Autre que dans le secteur de la communication, LinkedIn détient une place centrale dans les ressources humaines. En effet, depuis la digitalisation du recrutement, nombreuses sont les entreprises qui utilisent LinkedIn pour publier leurs offres d'emplois et ainsi recruter plus facilement via la plateforme.

Deux de nos enquêtés sont Chargées de Missions RH au sein de deux grandes entreprises, l'une dans le transport et l'autre dans les services financiers. Elles sont toutes les deux confrontées au recrutement de nouveaux employés que ce soit pour des contrats de longue ou courte durée.

Emma est rentrée dans les détails de son utilisation de LinkedIn contrairement à Ophélie qui est restée plutôt en surface. En effet, cette dernière ne fait du recrutement qu'occasionnellement contrairement à Emma, pour qui c'est une de ses principales missions et qui détient la licence recruteur.

LinkedIn propose des outils pour aider les recruteurs à gérer les candidatures, à suivre le processus de recrutement, et à collaborer avec d'autres membres de l'équipe de recrutement. Le numérique a un impact sur le recrutement et sur le développement des outils RH²⁷.

Les entreprises publient des offres d'emploi sur LinkedIn, permettant aux candidats de postuler directement via la plateforme. La fonctionnalité de candidature simplifiée proposée par LinkedIn facilite le parcours du candidat. Les informations sont préalablement remplies lorsque le candidat souhaite candidater, mais toutes les entreprises n'utilisent pas cette fonctionnalité.

²⁷ Marie Benedetto-Meyer, Anca Boboc, « Chapitre 6 : Les recompositions de la fonction RH avec le numérique : recrutement, gestion des carrières et nouvelles modalités d'apprentissage en entreprise », in *Sociologie du numérique au travail*, Paris, Armand Colin, 2021, p.153-183



Chargé de communication/chargée de communication
SOCIAL MEDIA

Lonsdale Design

Ville de Paris, Île-de-France, France (Hybride)

 Recrutement actif

Promu(e) ·  Candidature simplifiée

EXEMPLE D'UNE OFFRE D'EMPLOI AVEC POSSIBILITE
D'UTILISER LA CANDIDATURE SIMPLIFIEE

Les recruteurs utilisent LinkedIn pour rechercher des candidats qualifiés en fonction de critères tels que l'expérience, les compétences, leur formation académique, et d'autres éléments présents sur les profils professionnels. Grâce à LinkedIn, ils peuvent approcher directement des candidats potentiels pour des opportunités d'emploi via la messagerie privée par exemple :

“Donc la manière de recruter classique on va dire, en allant chasser, c'est-à-dire en allant directement voir les candidats en leur disant on a vu votre profil en tant que na, na, na, nous sommes à la recherche d'un na,na,na... Est-ce que vous êtes ouverte à l'écoute du marché Patati patata... Et ça, avant s'il y avait pas LinkedIn c'est pas possible de le faire ou alors il fallait trouver le numéro de téléphone ou l'adresse mail de la personne.” **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

LinkedIn a ouvert les possibilités aux professionnels du recrutement en leur mettant à disposition un moyen de contacter et de “chasser” des têtes sans avoir à trouver par n'importe quel moyen les coordonnées de la personne.

“Ça m'arrive d'envoyer des messages à des profils qui me paraissent pertinents pour les postes que ma boîte propose histoire de savoir s'ils seraient intéressés ou pas” **Ophélie, femme, 21 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

Les individus ne sont pas obligés de faire une candidature pour être sélectionnés dans un processus de recrutement, en effet ils peuvent se faire « auditionnés sans s’être positionnés en tant que demandeurs d’emploi » (Chartier, 2013).

Afin de trouver les profils pertinents, les chargés de recrutement peuvent utiliser des filtres avancés pour affiner leur recherche, en prenant en compte des critères spécifiques tels que la localisation, le secteur d'activité ou le type de formation.

Emma nous confie qu’elle utilise LinkedIn pour en savoir plus sur les candidats qui postulent à ses offres et ainsi vérifier quelques détails par rapport au CV des candidats :

“Le profil LinkedIn c’est plus qu’un CV d’une page ; on a des infos supplémentaires et puis comme ça je vérifie aussi si c’est pas du pipo bon à part s’ils mettent rien sur leur profil mais bon c’est rare surtout qu’ils précisent leur profil sur leur cv donc bon c’est qu’on nous invite à aller le consulter quoi” **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

En indiquant son profil, le candidat invite le recruteur à le consulter. Les recruteurs ont la possibilité de consulter les recommandations et les compétences d'un candidat sur LinkedIn, ce qui peut contribuer à valider les informations fournies dans un CV.

Si ce dernier, candidate via la candidature simplifiée avec son profil, le professionnel aura également accès directement au profil et pourra le contacter via la messagerie privée.

En somme, LinkedIn semble être un outil indispensable pour les chargés de recrutement en 2024.

- **COMMERCIAUX**

LinkedIn offre aux commerciaux en assurance la possibilité de démontrer leur expertise et leur crédibilité dans le domaine en partageant du contenu, tels que des articles, des études de cas ou des témoignages clients.

“Julien : Alors moi je ne le fais pas, du moins pas encore mais ma patronne le fait elle, elle poste plusieurs fois par semaine des articles ou alors des études on n’a pas de page pour notre agence. Moi ça m’arrive de repartager ses publications...”

Laure : Et tu fais quoi sur LinkedIn par rapport à ton travail ?

Julien : Ah bah, j’utilise LinkedIn pour me renseigner sur les nouvelles lois ou quoi même pour voir ce que fait la concurrence plutôt. Ça m’arrive d’apprendre des choses ! Je repartage des choses qui peuvent être pertinentes même pour mon réseau euh comme je donne des cours comme ça mes élèves tombent dessus et ça peut les éclairer. Mais sinon ma patronne ou quoi personne ne me dit qu’il faut que je fasse ci ou ça sur LinkedIn mais je sais que ça arrive, des gens que je connais qui sont limites obligés de republier des posts ou même de contacter et de démarcher des gens sur LinkedIn pour leur vendre des assurances pour leur entreprise par exemple” **Julien, homme, 27 ans, Diplômé d’un Master en Assurances.**

En outre, LinkedIn est une source précieuse d'informations sur les tendances du marché de l'assurance, les innovations dans le secteur et les mouvements de la concurrence. Les commerciaux peuvent utiliser ces informations pour ajuster leur approche commerciale et rester compétitifs sur le marché.

Nous concluons donc que le secteur d’activité de l’utilisateur va influencer son utilisation dans la sphère professionnelle. En effet, qu’ils soient communicants, chargés de missions RH ou commerciaux, les utilisations sont variées.

CHAPITRE 2 : CONSTRUIRE SON « SOI PROFESSIONNEL » EN LIGNE

A travers ce chapitre, nous souhaitons analyser comment les étudiants ont construit leur « soi professionnel » sur le réseau social numérique LinkedIn.

Nous verrons comment nos enquêtés en sont venus à s'inscrire sur cette plateforme ainsi que les conseils qu'ils ont pu recevoir de la part de leur réseau ou durant leurs études supérieures.

2.1 QUAND ONT-ILS CREE LEUR PROFIL ?

A quel moment de leur parcours scolaire ou professionnel les étudiants s'inscrivent-ils sur LinkedIn ? Quelles sont les personnes qui sont amenées à les conseiller et à les influencer concernant leur choix ? Durant les entretiens semi directifs que nous avons menés précédemment quatre types de réponses nous ont été soumises concernant le contexte de la création de leur page LinkedIn.

2.1.1 INFLUENCE DU CERCLE FAMILIAL

Deux de nos enquêtés nous ont confié avoir été conseillés par quelqu'un de leur cercle familial concernant la création de leur compte LinkedIn. Nous nous demandions alors quelles sont les caractéristiques des personnes qui les ont guidées dans cette situation.

• LE ROLE DE LA MERE

Julien a été conseillé par sa mère. Cette dernière détenait déjà un compte LinkedIn depuis quelques années.

« Laure Joulaud : Et est-ce-que tu te peux me raconter comment tu en es venu à créer ton compte ?

Julien : Euh alors oui sa remonte maintenant, mais en fait ma mère m'a dit qu'elle avait LinkedIn et que c'était pas mal surtout que j'étais déjà en alternance donc j'étais déjà dans le monde pro, voilà elle m'a vendu le truc comme quoi c'était que des pros dessus et que tu pouvais ajouter des gens, qu'il y a avait des offres d'emploi etc donc ça m'a paru pertinent par rapport au moment où j'en étais dans ma vie, j'en entendais parler autour de moi par mes collègues de promo mais voilà c'est venu de ma mère ! **Julien, homme, 27 ans, Diplômé d'un Master en Assurances.**

La mère de Julien est une femme d'une cinquantaine d'année qui travaille dans le secteur de la communication pour un grand groupe. Cette dernière a convaincu son fils de s'inscrire sur la plateforme lorsqu'il était en deuxième année d'étude supérieure. Bien qu'il ait eu connaissance de cette plateforme par d'autres canaux, c'est l'influence de sa proche qui l'a véritablement poussé à franchir le pas.

La familiarité de sa mère avec LinkedIn et sa conviction de son utilité pour son fils reflètent l'omniprésence des plateformes numériques dans la gestion de la carrière et du réseautage professionnel aujourd'hui.

• LE ROLE DE LA SŒUR

L'affirmation précédente est également applicable à Melody puisque cette dernière a été conseillée par sa sœur. En effet, parmi ses parents seul son père dispose d'un compte mais il ne le tient pas à jour et l'utilise que très rarement :

« Ouais, ben mon père, je sais qu'il l'a, mais je sais que lui je crois, il l'a juste, il l'avait créé mais...Mais je crois qu'il a rien mis dessus. Juste une fois j'ai reçu une notification comme quoi c'est son anniversaire professionnel, il est dessinateur en profession libérale. Mais tu vois par exemple, il a juste mis son expérience profession libérale depuis 1985 et il a juste mis sa photo de profil et j'ai là je vois qu'il a commenté un post il y a 3 mois mais sinon il est pas du tout actif quoi. » **Melody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

C'est donc, un autre membre de son cercle familial proche, sa sœur, qui l'a convaincu de rejoindre la plateforme lorsqu'elle était en recherche d'un stage :

« Alors si je ne me trompe pas, je l'ai vraiment lancé juste après le lycée DUT c'était vraiment cette période-là je pense que c'était avant mon DUT ou pendant parce que du coup comme je cherchais un stage et qu'il fallait que je me trouve un stage. Et on m'avait dit et c'est ma sœur qui m'a conseillée de créer un compte LinkedIn, qui m'a dit faut que j'en crée un. C'est vraiment sur le réseau social sur lequel être. » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

La sœur de l'enquêtée joue un rôle central en lui conseillant de créer un compte LinkedIn, ce qui suggère que les membres de la famille peuvent jouer un rôle important dans l'accès à des opportunités professionnelles et dans le développement du réseau social professionnel.

Notons également que sa sœur lui a décrit LinkedIn comme "le réseau social sur lequel être", ce qui suggère que la plateforme est largement reconnue et valorisée comme un outil essentiel pour les étudiants en recherche d'une opportunité dans le cadre de leurs études.

La sœur de cette étudiante en master était elle aussi en études supérieures lorsqu'elle a émis ce conseil. Nous avons appris, lors d'une discussion à la suite de l'entretien, qu'elle avait quand a elle prit un cours à l'université afin de créer et d'optimiser son profil, ce qui est également le cas de deux autres enquêtés avec qui nous avons pu échanger.

2.1.2 VERS L'APPRENTISSAGE DE CREATION DE PROFILS LINKEDIN ?

Il est désormais facile de trouver toutes les réponses à nos questions sur l'utilisation et l'optimisation de notre profil LinkedIn sur le net. Mais aussi, plusieurs écoles offrent désormais des cours sur ce sujet, et il est également possible de trouver des livres dédiés à ce thème.

- **VERS UNE SCOLARISATION DE LA CREATION DE PROFIL ?**

Apprendre à créer un profil LinkedIn à l'université ? Il est proposé dans certaines universités et écoles, en fonction du cursus, des cours « pré-professionnalisant » afin de guider les étudiants dans la construction de leur profil LinkedIn :

« J'ai fait mon compte en cours alors en fait ça s'appelait préprofessionnalisation il me semble, je t'avoue que quand j'ai vu ce cours dans mon emploi du temps alors que j'étais en études de socio je savais pas ce que ça allait être et en fait c'était super cool. En fait c'était un prof enfin il était pas vraiment prof.. Hum je crois qu'il s'occupait de l'orientation pro à la fac enfin si tu cherchais un stage ou si tu ne savais pas trop où aller tu pouvais aller le voir donc du coup il nous a aidé à faire notre compte. Il a expliqué à quoi ça servait et nous a un peu expliqué le... Enfin voilà c'était deux cours de deux ou trois heures je crois et au final c'était grave bien » **Ophélie, femme, 21 ans, Etudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

L'introduction de cours sur la création de profils LinkedIn aident les étudiants à développer une présence professionnelle en ligne dès le début de leur carrière, ce qui pourrait leur offrir un avantage concurrentiel sur le marché du travail. Cela peut également les sensibiliser aux bonnes pratiques en matière de réseautage et de gestion de leur identité professionnelle sur internet, ce qui est devenu de plus en plus important dans un contexte où la réputation en ligne peut avoir un impact significatif sur les opportunités professionnelles de chaque individu.

Notre deuxième enquêtée, elle aussi étudiante en deuxième année de master RH a elle aussi rejoint LinkedIn à la suite d'un cours qu'elle a reçu en troisième année de licence :

« Franchement je crois que c'est en licence. En L3. Quand on nous avait parlé à la fac en cours, que c'était important qu'on soit actif sur ce réseau parce que c'était un réseau social comme un autre, mais que c'était pour les professionnels et que maintenant pour le travail, pour la vie et la vie active, ça marche beaucoup par réseau, en plus pour la plupart on se dirigeait vers l'alternance pour la suite dans ma licence donc il me semble que c'était en L3 que je me suis inscrite sur LinkedIn à la suite de ce cours, voilà on ne parlait pas que de LinkedIn mais on a fait un cours dessus où on pouvait créer notre profil et poser nos questions au prof quand tu comprenais pas certaines choses. » **Emma, femme, 22 ans Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

La place de LinkedIn étant centrale pour la « suite » de la carrière des étudiants, cela a donc eu un impact sur les programmes universitaires, les amenant à proposer dans certains cursus un cours de prise en main de la plateforme pour pallier les inégalités et incompréhensions dans son utilisation comme ce fut le cas pour deux de nos enquêtés. Il est également courant de retrouver des conférences sur le même thème.

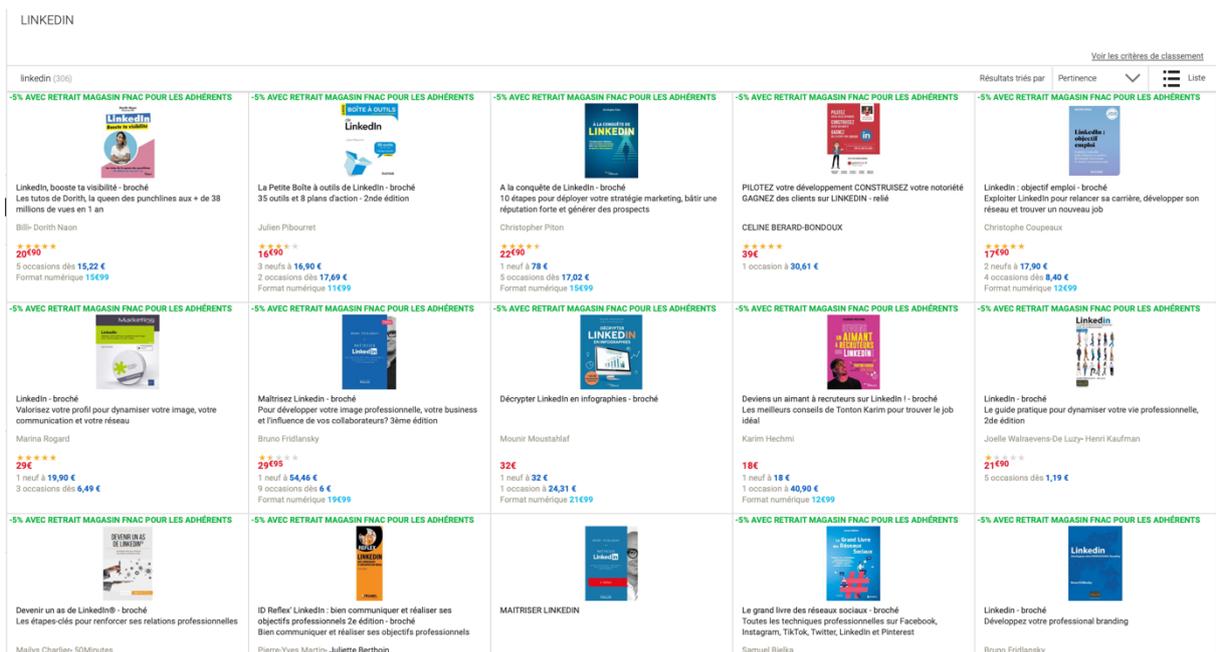


CONFÉRENCES PROPOSÉES DANS DEUX UNIVERSITÉS SUR L'IMPORTANCE DE L'UTILISATION DE LINKEDIN

Sur cette capture d'écran nous retrouvons deux conférences organisées dans deux lieux de formation différents. En effet, que ce soit dans les Instituts d'Administration des Entreprises (IAE) ou en Institut Universitaire de Technologie (IUT) LinkedIn est mis en avant.

- EXPLORER LES RESSOURCES IMPRIMEES POUR MAITRISER LINKEDIN

Aujourd'hui, il est possible de retrouver dans les librairies ainsi que dans les bibliothèques des manuels sur l'utilisation de LinkedIn comme nous l'expose cette capture d'écran prise sur un site d'une chaîne de magasins français spécialisés dans la distribution de produits culturels.



CAPTURE D'ECRAN D'UN SITE PROPOSANT DES LIVRES SUR LA BONNE UTILISATION DE LINKEDIN

En recherchant uniquement le terme « LinkedIn » nous nous sommes retrouvés face à plus de 300 résultats concernant la plateforme. Une fois encore, cela souligne que la disponibilité de manuel d'utilisation peut jouer un rôle dans la réduction des disparités concernant l'utilisation des réseaux sociaux numériques en fournissant des conseils pour tous les utilisateurs potentiels de la plateforme. Ces manuels ont un impact dans la démocratisation de l'accès à LinkedIn. Ils fournissent des conseils et des stratégies standardisés qui peuvent être suivis par tous les utilisateurs, indépendamment de leur niveau initial de compétence ou de leur familiarité avec les réseaux sociaux professionnels. Les instructions et les « bonnes pratiques » partagées dans ces livres permettent de réduire les disparités en matière de compétences numériques.

2.1.3 LORS DE LA RECHERCHE D'UN EMPLOI

LinkedIn n'est pas un réseau social numérique comme Facebook, il ne répond pas aux mêmes objectifs et le moment propice pour s'y inscrire est donc différent.

La plateforme LinkedIn a aidé un bon nombre de nos enquêtés dans la recherche d'alternance ou de stage pour la poursuite de leurs études supérieures. Certains d'entre eux l'ont créé dans le cadre de la recherche d'opportunités professionnelles. Si Melody a reçu le conseil de se créer un profil, c'était lors de sa recherche de stage qu'elle l'a fait, tout comme Thomas.

« C'était le moment où j'allais avoir besoin d'un stage donc je me suis inscrit en plus je savais pas trop vers quoi me diriger donc LinkedIn c'était un bon moyen de rentrer directement en contact avec des pros et puis de voir les opportunités qu'ils pouvaient proposer » **Thomas, homme, 22 ans, Étudiant en Master Communication en Alternance.**

L'inscription sur la plateforme LinkedIn est souvent motivée par un besoin ressenti par les utilisateurs. C'est ainsi que nous pouvons décrire le contexte dans lequel ces étudiants en communication ont décidé de rejoindre cette plateforme. En créant un profil, les étudiants peuvent mettre en avant leurs compétences, leurs expériences académiques et professionnelles, ainsi que leurs réalisations, dans le but de se démarquer auprès d'employeurs potentiels.

En effet, la recherche d'emploi est l'un des principaux objectifs de LinkedIn depuis son lancement dans les années 2000. Pour de nombreux étudiants, s'inscrire sur LinkedIn devient une étape incontournable dans leur transition vers le marché du travail et dans la poursuite de leur carrière professionnelle d'autant plus que la plateforme est internationale et permet donc de rentrer en contact avec des professionnels du monde entier.

2.1.4 DANS LE CADRE DE LEURS FONCTIONS PROFESSIONNELLES

D'autres ont préféré attendre avant de se créer un profil. En effet, deux de nos enquêtés étaient déjà en poste lorsqu'elles se sont retrouvées dans le besoin d'utiliser LinkedIn. Leila était en stage dans le domaine de la communication lorsqu'elle a reçu le conseil de sa manager, l'encourageant à s'inscrire puisqu'elle devait, dans ses missions, rédiger des publications LinkedIn pour l'association dans laquelle elle travaillait :

« J'ai fait un stage sur ma dernière année de licence et en gros j'avais pas LinkedIn à l'époque, vraiment genre j'étais pas contre ça, mais en fait j'y voyais pas trop l'intérêt sachant que je connaissais, j'avais pas de réseau, je voyais pas vraiment l'utilité. (...) Et du coup, j'avais jamais eu ça et j'avais parlé avec ma manager de l'époque avec qui on avait échangé bah du coup sur LinkedIn, le fait que j'avais pas de compte, etc, et qu'en vrai vu que j'étais sur un poste où je faisais, j'étais en stage en communication digitale. Et du coup bah je créais des posts pour LinkedIn. Je faisais de la veille sur LinkedIn donc en fait ça faisait sens qu'il fallait que je me fasse un compte. Mais c'était pas vraiment moi qui voulait me faire un compte. C'était plus pas forcée du tout mais un peu en mode bah en fait faut que je fasse de la veille. Donc, même si j'ai aucune relation ou quoi, il faut quand même que je me fasse un compte juste pour au moins comprendre : Comment marche le réseau social ? Surtout qu'on est en com. » **Leila, femme, 24 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Dans le cadre de son travail, elle s'est ainsi sentie presque forcée de devoir être active sur ce canal de communication, même si à l'époque elle ne désirait pas divulguer autant d'informations personnelles en ligne. Rejoindre la plateforme lui a permis de mieux comprendre son fonctionnement et les possibilités qu'elle offre aux professionnels de la communication. Cette situation a également été vécue par Clara lorsqu'elle a commencé son alternance en tant que Chargée de Communication Digitale et Marketing :

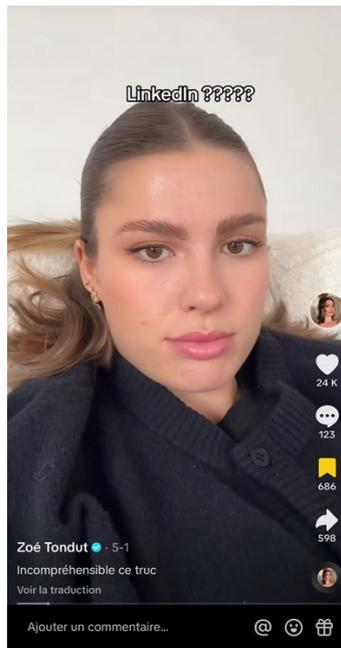
« Alors moi j'ai mis LinkedIn en première année de licence donc vraiment. Donc je suis arrivée en septembre en entreprise je crois. Dès septembre, j'ai mis LinkedIn parce qu'en fait quand je suis arrivée dans mon alternance bah fallait que j'utilise LinkedIn pour les réseaux de l'entreprise. Sauf qu'au passage ma responsable m'a dit Bah crée-toi une page LinkedIn c'est bien pour toi. Et

puis t'as besoin d'un compte pour accéder à LinkedIn ? Pour pouvoir piloter notre page etc. » **Clara, femme, 26 ans, Étudiante en master Communication en Alternance.**

Sans compte LinkedIn, il était donc compliqué pour elle de remplir ses missions dans son entreprise. Il est vrai que lors du début de notre enquête nous ne pensions pas rencontrer des personnes qui ont dû se créer un compte sans vraiment en avoir le choix. Les deux enquêtées que nous citons ci-dessus étaient en effet plutôt réticentes à se créer un compte avant leur entrée dans le monde du travail. Elles expriment une certaine volonté de rester dans l'ombre et de ne pas s'exposer d'autant plus que LinkedIn livre le lieu de travail de ses inscrits ce qui est l'un des points cités lorsque nous leur demandions des précisions. Nous en concluons qu'il est donc rare de travailler dans la communication et plus précisément dans la communication digitale sans disposer de profil sur ce réseau social numérique.

2.2 LES ETAPES DE LA CREATION DU PROFIL

S'inscrire sur LinkedIn requiert une connaissance minimale de la plateforme. En effet, même si cette dernière ressemble fortement à d'autres réseaux sociaux comme Instagram ou Facebook, d'un point de vue de la conception, ses utilisations et le fond sont différents. Récemment, la créatrice de contenu Zoé Tondut, connue également sous le pseudo de *JusteZoé*, a publié un TikTok. Dans ce dernier, elle informe sa communauté qu'elle a rejoint LinkedIn mais aussi qu'elle ne comprend pas comment l'utiliser. Comme nous pouvons le voir sur la capture d'écran de sa vidéo ci-dessous, elle le qualifie « d'incompréhensible ». Cette réaction peut nous paraître paradoxale car elle a l'habitude d'utiliser les réseaux sociaux quotidiennement pour son travail.



CAPTURE D'ECRAN DE LA VIDEO DE ZOE TONDUT PUBLIE SUR LE RESEAU SOCIAL TIKTOK

Que mettre en avant sur son profil ? Quelles expériences sont pertinentes pour notre profil ? Avec qui se connecter ? A qui faut-il s'abonner ? Autant de questions que l'on se pose lorsqu'on choisit de s'inscrire sur un réseau social numérique. Nous allons nous focaliser sur les choix qui ont été faits par nos enquêtés lors de la création de leur profil personnel.

Le profil LinkedIn d'un individu se compose des données fournies par l'utilisateur lors de son inscription à la plateforme en ligne, comme son nom et prénom c'est ce qu'on nomme « l'identité déclarative » (George, 2009) mais nous verrons qu'il est nécessaire de fournir un maximum d'informations pour attirer l'attention. Or, « l'identité numérique est une projection de soi qui cherche à faire de l'effet »²⁸, nos enquêtés ont donc toutes les cartes en main pour attirer le regard et construire une identité numérique qui donne envie.

²⁸ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019, p.182

2.2.1 REFLETER SON PROFESSIONNALISME A TRAVERS UNE PHOTO DE PROFIL

Le choix de la photo de profil est central lors de l'inscription ou de la mise à jour du profil. Cette dernière peut varier d'un réseau social à l'autre. Pour LinkedIn, il est préférable de choisir une photo de profil qui reflète le professionnalisme de la personne. Les critères mis en avant sont différents en fonction du secteur d'activité visé car il est nécessaire de « se conformer à l'adoption d'ethos propres » sur ce type de plateforme (Dupont et Perticoz, 2016).

- UNE PHOTO SPECIALE LINKEDIN

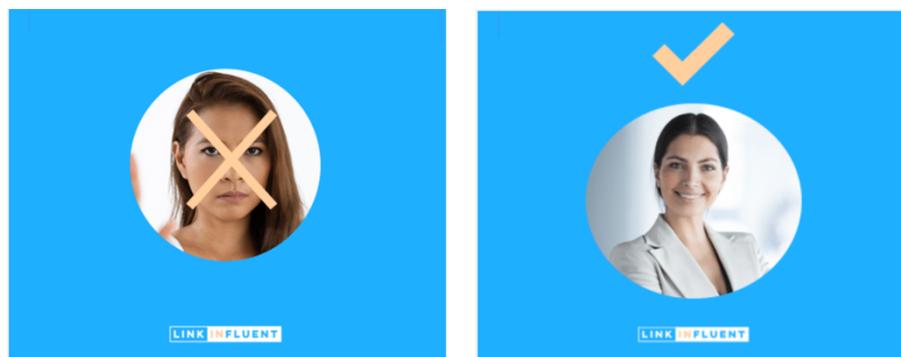
Parmi nos enquêtés, tous disposent d'une photo de profil, or ce n'est pas obligatoire. Néanmoins les profils détenant une photo sont consultés 11 fois plus souvent selon la plateforme.

« Ophélie : Alors, ok, alors ma photo de profil j'ai pris une photo qui fasse pro mais par contre elle n'a pas été prise par un photographe pro dans mon entreprise alors pas du tout c'est ma mère qui m'a prise en photo dans la cuisine pour être précise. Avoue ça te vend du rêve hein !!!

Laure : ah bah on ne dirait pas que c'est dans ta cuisine enfin je ne l'aurais pas deviné...

Ophélie : alors oui, alors par contre j'ai voulu faire les choses bien, j'ai mis une chemise blanche, j'ai essayé de prendre une pause professionnelle surtout que bah je bosse dans les rh donc faut un minimum tu vois enfin la photo quand tu bosses dans le graphisme ou dans la com la photo peut ne pas être pareil je sais pas si tu vois ce que je veux dire mais quand je regarde les profils des gens avec qui j'ai fait ma licence ou le lycée ; bah y a des étudiants en graphisme leur photo elle a un fond coloré avec un contour tout ça mais la mienne le fond est gris c'est neutre en plus de base c'était pas ça le fond mais j'ai utilisé un site gratuit hein ou tu peux supprimer le fond d'une photo et le remplacer par une couleur » **Ophélie, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

Lors de l'entretien, cette étudiante en Master Ressources Humaines nous a détaillé ses choix et ses observations concernant les photos de profils. Pour la sienne, elle a opté pour une photo qu'elle qualifie de « pro » où elle porte une chemise blanche avec un fond neutre de couleur gris tout comme sa posture. Cette photo a été prise par l'un de ses proches à son domicile. Cette dernière n'a pas eu l'opportunité de participer à un shooting photo professionnel contrairement à d'autres. En effet, sa photo « originale » ne détenait pas un fond qui lui convenait. Afin de pallier à ce désagrément qui allait avoir un impact négatif sur l'arborescence de son profil, elle a utilisé un site internet afin de détourer sa photo et ainsi changer le fond gratuitement.



EXEMPLE DE LA POSTURE ET L'EXPRESSION A AVOIR SUR UNE PHOTO DE PROFIL LINKEDIN D'APRES LE SITE WWW.PROINFLUENT.COM

En effet, selon ce site l'image renvoie en partie la personnalité du candidat et son investissement dans sa recherche d'emploi. Une photo comme celle de gauche, avec un regard triste et aucune expression de gaieté ternie l'image qu'un chasseur de tête peut se faire de nous. De plus, si vous appartenez à une entreprise, vous la représentez indirectement à travers votre profil sur le net. C'est pour cela que certaines entreprises offrent à leurs salariés des shooting photos professionnelles afin que leur photo soit adaptée et reflète une bonne image.

- **LES SHOOTING PHOTOS PROFESSIONNELLES**

Ce que les individus portent ou décident de mettre en avant sur la photo de profil peut inconsciemment refléter leur origine sociale ou encore leurs croyances religieuses. Clara nous

a confié avoir participé à un shooting photo professionnelle. Cette dernière n'avait pas fait attention qu'elle portait autour de son cou une croix.

« C'est qu'en fait sur ma photo on voit ma croix, bon c'est discret, faut quand même regarder mais bon on la voit en soit et bah ça pour une recherche d'emploi j'ai pas envie qu'il y ait enfin soit des discriminations ou que on zappe mon CV à cause de ça quoi. Je sais pas je pense pas en vrai mais bon je préfère on va dire mettre toutes les chances de mon côté. Et c'est vrai que le CV il doit être plutôt neutre et la photo aussi. Donc je préfère qu'il y ait aucun signe que ce soit religieux ou autre sur la photo. Donc ça je ferai attention pour le prochain shooting » **Clara, femme, 26 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Elle souhaite donc refaire une photo pour éviter toute interprétation qui pourrait lui nuire dans sa future recherche d'emploi alors qu'elle la porte quotidiennement même au travail.

De plus en plus d'entreprises organisent des shooting photos pour les profils LinkedIn de leurs employés à leur arrivée. Cette action peut avoir lieu plusieurs fois dans l'année et permet de mettre à jour fréquemment leur profil avec une photo actuelle qui leur ressemble.

• L'UTILISATION DE PHOTOS « LAMBDAS »

D'autres optent pour des photos « lambdas » sans contexte professionnel comme un selfie ou une photo de vacances comme Leila qui a utilisé une photo lors de son dernier voyage. En effet, elle n'a pas pris de photo spécialement pour LinkedIn :

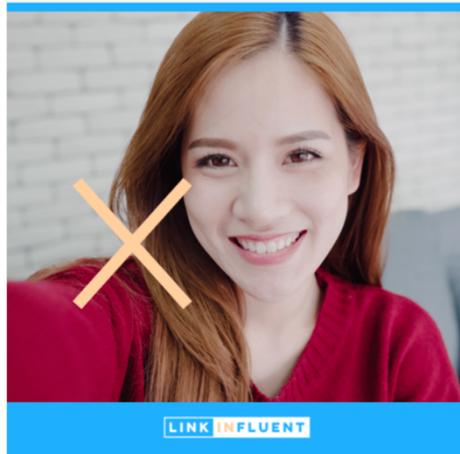
« Alors ma photo de LinkedIn, c'est une photo que j'ai pris en vacances à La Rochelle cet été. Donc en vrai, c'est une photo quand même qui est où je suis juste on voit pas le cadre parce que le cadre j'étais en robe et tout donc on ne voit pas ça. C'était une robe un peu t-shirt enfin genre le haut c'est un peu façon t-shirt et c'était une robe longue mais je l'ai pas laissé la photo entière parce que j'estime que c'est pas le lieu LinkedIn pour mettre ma photo comme ça. Mais une fois qu'elle a été coupée zoomée et bien recadrée, elle passe totalement. Enfin, ça fait vraiment photo classique. C'est c'est la même photo que j'ai que sur LinkedIn, que j'ai sur Slack. Donc ça veut dire qu'elle est un minimum

professionnel. Mais je l'ai pas prise exprès pour LinkedIn. » **Leila, femme, 23 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Une photo prise sur le moment, si elle est recadrée afin de minimiser le contexte autour peut être utilisée sur LinkedIn. Cette dernière l'utilise aussi comme photo de profil pour le réseau social interne à l'entreprise dans laquelle elle effectue son alternance depuis deux ans maintenant. Selon elle il n'est pas obligatoire de prendre une photo spécialement pour la plateforme. Cette dernière ne détient pas d'autres réseaux sociaux, alors, dès qu'elle souhaite utiliser une photo d'elle, elle va, si c'est possible, l'utiliser pour son profil LinkedIn :

« Après, ça fait toujours marrer parce que comme j'ai pas de réseaux sociaux, je me dis dès que j'ai une photo un peu sympa je fais hop faut que je la mette sur LinkedIn comme si c'était mon seul moyen de d'avoir de la visibilité alors que on s'en fout. Mais ça me fait toujours rire de dire ça. Mais ouais c'est franchement c'est classique. Enfin, si un jour j'ai une photo de business woman, je la mettrai. Mais typiquement j'avais fait un shooting une fois dans un salon des Masters, ils avaient enfin il y avait un photographe qui venait justement pour faire des photos professionnelles pour les étudiants et je l'avais fait et j'avais pas du tout aimé genre vraiment je trouvais que ça me ressemblait pas du tout. Je n'aimais pas du tout. » **Leila, femme, 24 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Même si cette dernière avait une photo « pro » prise lors d'un événement professionnel, elle a tout de même préféré utiliser sa photo de vacances. Il est important que la photo la représente et reflète sa personnalité.



EXEMPLE D'UNE PHOTO « SELFIE » NON ADAPTEE A LINKEDIN D'APRES LE SITE
WWW.PROINFLUENT.COM

La photo peut avoir un gros impact quand il s'agit d'un recrutement par exemple, certains optent d'ailleurs pour la photo de profil que nous pourrions qualifier de « semi-privée ». Cette dernière est visible uniquement par les personnes avec qui nous sommes connectées. D'autres ne mettent pas du tout de photo. Si pour LinkedIn il est fréquent d'effectuer une photo spécialement pour la plateforme il n'est pas aussi courant de faire de même pour des réseaux sociaux numériques comme Instagram, Facebook ou TikTok. Cela semble être de même pour la description que nous apportons sur nos différents profils.

2.2.2 CAPTER L'ATTENTION GRACE A LA DESCRIPTION

La description a une place importante dans le profil, en effet c'est l'une des premières informations « détaillées » auxquelles ont accès les visiteurs lorsqu'ils se rendent sur les profils. Il faut donc réussir à capter l'attention du visiteur, d'autant plus si c'est un recruteur tout en transmettant des informations pertinentes.

- MISE EN AVANT DES COMPETENCES A TRAVERS LA DESCRIPTION

Il est possible de mettre en avant ses compétences de rédaction mais également en langue. Certains optent pour une description en français et en anglais ou alors totalement en anglais pour mettre en avant leur compétence en langue étrangère et ainsi toucher des recruteurs également à l'international :

« Donc oui la description, elle est assez courte, j'explique où j'en suis dans mon parcours universitaire comme quoi je suis actuellement en deuxième année de master RH et que j'effectue mon alternance dans telle entreprise. Je sais que quand je cherchais une alternance ma description était différente, en fait j'expliquais le master dans lequel j'aspirais à rentrer et comme quoi je cherchais une alternance pour justement rentrer dans le master enfin voilà je citais aussi deux trois compétences au cas où y a un recruteur qui vient sur mon profil. Et ah oui chose différente aussi j'avais traduit ma description en anglais bon euh je suis pas bilingue mais je me débrouille en anglais donc comme ça le mettait en avant que je maîtrise un peu l'anglais mais clairement je me suis pas pris le chou j'ai demandé à Google traduction de traduire ma description et voilà mais maintenant elle est qu'en français » **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

Comme nous le décrit cette enquêtée, lors de sa recherche d'alternance, elle a souhaité mettre en avant dans sa description certaines de ses compétences, notamment ses compétences linguistiques. Mais l'une des limites de cette action est qu'il est fréquent aujourd'hui d'utiliser des traducteurs automatiques. En effet, si un recruteur pense se retrouver face au profil de quelqu'un avec un bon niveau d'anglais, il est tout à fait possible qu'il se trouve en réalité face à un utilisateur de google traduction. Mais nous soulignons également que cette dernière adapte sa description en fonction de ses objectifs et du contexte. Elle utilise des outils disponibles comme le traducteur pour maximiser son attractivité lorsqu'elle recherchait un emploi. Sa présentation actuelle est concise et indique son statut académique et professionnel.

- STRATEGIE D'ACCROCHE HUMORISTIQUE ET POLYVALENCE
PROFESSIONNELLE DANS LA PRESENTATION

La description que l'on fait de nous sur LinkedIn doit nous représenter et attirer l'attention.

« Après la description ; ouais, j'ai essayé de faire un truc un peu drôle, un peu accrocheur. Je vais te dire ça de suite. J'ai mis en titre "Chargée de Communication Digitale en alternance et Blogueuse Littéraire lorsque je n'écris pas des tweets sur la pompe à chaleur". Alors tu vois, je me suis dit c'est un peu catchy. Bon c'est pas, c'est pas l'humour de l'année mais je me dis, c'est un peu catchy, c'est un peu drôle, c'est un peu fun. Voilà les gens ils vont se dire bon allez, elle est un peu rigolote celle-là et en même temps elle est professionnelle. Et surtout aussi, ça montre que j'ai plusieurs activités et que dans lequel je suis engagée. » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Chargée de communication digitale en alternance à  et
blogueuse littéraire lorsque je n'écris pas des tweets sur la Pompe à
Chaleur 📖

DESCRIPTION DE MELODY SUR SON PROFIL LINKEDIN

Ici, Mélody a choisi d'inclure une touche d'humour dans sa description afin qu'elle soit mémorable et engageante auprès des personnes qui consultent son profil. De plus, en mentionnant ses « deux rôles » elle appuie sur la diversité de ses compétences et de ses intérêts.

Cela peut illustrer à un chasseur de tête qu'elle est polyvalente et capable de gérer différents projets et son temps. Sa manière de se décrire peut aider à humaniser son profil. En effet, il est

important que les communicants comme Mélody prouvent leurs compétences professionnelles à travers la manière dont ils se présentent aux personnes en ligne²⁹.

2.2.3 EXPOSER SES EXPERIENCES ET SES COMPETENCES

La troisième étape lors de la construction du profil est la section formation et expérience.

- LA SELECTION DES EXPERIENCES : UNE INTERPRETATION DE L'IDENTITE NUMERIQUE

Les utilisateurs "interprètent" leur identité numérique, en choisissant les expériences et les compétences à mettre en avant sur leur profil. Construire son identité numérique n'est pas un processus statique, cette dernière évolue au fur et à mesure. En effet, les utilisateurs de LinkedIn doivent mettre à jour leur profil de façon régulière afin de refléter leurs nouvelles compétences ou encore expériences. Les choix qu'ils feront en préférant mettre en avant une expérience plutôt qu'une autre leur permet de détenir un contrôle stratégique sur la façon dont ils sont perçus sur le net. Dominique Cardon aborde qu'il existe un lien étroit entre l'identité numérique d'une personne et son identité réelle sur les réseaux sociaux numériques professionnels comme LinkedIn³⁰. En somme « la façon dont une personne est perçue et se perçoit dans le monde

²⁹ Dupont, O. et Perticoz, L. Les ethos des jeunes professionnels de la communication sur LinkedIn, itinéraire, Pléiade, 2016

³⁰ Cardon, D. « le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », Réseaux, n°152, p.93-137, 2008

physique et hors ligne³¹ » est souvent en interaction avec l'ensemble des traces laissées par cette même personne le internet à travers ses activités en ligne³².

« Julien : puis tu as les expériences moi j'ai mis mes stages et mes alternances.

Laure : et tu as conservé même ceux que tu as fait au collège et au lycée ?

Julien : Alors en fait comme je voulais taffer dans l'immobilier et que j'avais fait un ou deux stages dans ce secteur quand j'étais au collège et au lycée bah je les avaient laissé comme je cherchais après une alternance dans l'immo comme ça montrait que ça m'intéressais depuis un moment tu vois mais maintenant que je suis plus dans ce secteur et que je suis en CDI ça ne sert plus trop à rien de les afficher sur mon profil mais bon je les aies pas encore enlevés mais voilà disons que c'était pertinent à un moment et maintenant plus trop quoi. » **Julien, homme, 27 ans, diplômé d'un Master en Assurances.**

Dans ce cas précis, il a semblé utile à notre enquêté de conserver les expériences qui avaient un lien avec sa recherche d'alternance de l'époque. Il souhaitait démontrer son intérêt de longue date pour l'immobilier. Nous notons que ce qui pouvait être pertinent à un moment précis, peut ne plus l'être au fur et à mesure de notre évolution dans la sphère professionnelle.

Il est donc important de choisir les expériences et projets à mettre en avant sur notre profil et qui seront bénéfiques pour notre recherche d'emploi et notre carrière. Comment faut-il s'y prendre pour avoir un profil le plus complet possible ?

³¹ <https://www.Linkedin.com/pulse/identité-réelle-et-virtuelle-sandrine-lemare/>

³² Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019

- L'IMPORTANCE DE DETAILLER SES EXPERIENCES PROFESSIONNELLES POUR UN PROFIL COMPLET

Détailler les expériences professionnelles est central pour créer un profil complet et attractif. En effet, il est possible d'utiliser des mots clefs pour chercher des profils correspondants aux besoins des recruteurs. Plus les tâches et les réalisations seront détaillées, plus les chances seront grandes pour apparaître dans les recherches des chasseurs de tête et ça, nos enquêtés l'ont bien compris :

« C'est vrai que sur les expériences j'ai vraiment fait en sorte de comme je te disais vraiment de développer tout. C'est vraiment de mettre tout et de limite mettre des exemples ; là par exemple je parle de du compte Twitter que je gère, bah si tu cliques sur le truc là en fait t'as le renvoi direct vers le lien qui te renvoie directement sur le compte Twitter. Et pareil sur mes formations, j'ai fait en sorte de montrer que j'avais eu des cours de différents types. Enfin, j'ai vraiment pris le temps de mettre tout, pas tous les cours mais les principaux. Et si j'ai fait un mémoire de le noter, etc. D'ailleurs, pour attends, j'avais fait un autre truc que je je te confirme. Attends, que je te dise pas de bêtises. Oui tu vois par exemple en DUT j'ai fait un mémoire, j'ai eu 17 sur 20 bah j'ai mis ma note parce que je sais que quand c'est une bonne note en mémoire c'est bien vu plus et tout. J'ai fait aussi attention bah dans tout ce qui est licence et certification notamment, il y a des postes, je pense que ça c'est important à le mettre dans le sens où il y a des postes, faut annoncer un niveau d'Anglais bon ou d'espagnol ou j'en sais rien. » **Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

De plus, une description détaillée des précédents postes permet de mettre en avant les compétences spécifiques que les individus ont pu acquérir et développer lors de cette dernière.

Les individus utilisent leur profil LinkedIn pour symboliser leur réussite et leur progression professionnelle, ce qui peut influencer la perception des autres et renforcer leur identité numérique. Comme Mélody, mettre des liens vers des réalisations est important pour illustrer ses compétences. Détailler son profil aide également dans le cadre du networking. En effet, la mise en relation avec d'autres professionnels peut être plus facile si ces derniers peuvent observer les liens similaires et ainsi mener à des discussions pertinentes.

Pour conclure, détailler ses expériences et projets professionnels sur la plateforme n'est pas uniquement une formalité mais une stratégie pour se démarquer dans un marché du travail compétitif.

2.2.4 ÉTENDRE SON RESEAU : LA COMPLEXITE DES DYNAMIQUES RELATIONNELLES SUR LINKEDIN

Pour se démarquer et accéder à des opportunités professionnelles, les connexions des individus peuvent être importantes à prendre en compte. Si Zoé Tondut exprime son incompréhension sur l'utilisation de la plateforme et se demande qui il convient d'ajouter en relation.

Faut-il se limiter aux personnes que nous connaissons réellement ? Pouvons-nous ajouter des inconnus ? Comment faire les bons choix ? Avec qui se connecter directement et qui faut-il uniquement suivre ?

- LA PRUDENCE DANS LES AJOUTS SUR LINKEDIN ET LA
DIVULGATION D'INFORMATIONS PERSONNELLES

En effet, beaucoup d'informations sont divulguées sur LinkedIn ce qui peut impacter notre envie d'ajouter ou non des personnes que nous ne connaissons pas réellement.

« Bah ouais en fait j'ajoute pas forcément les gens que je connais pas en fait si je vois que c'est quelqu'un qui en je sais pas moi en com ou un truc je me dis bon bah on est un peu dans le même domaine et tout c'est cool ; mais en fait je sais pas. En fait, pour moi ça reste quand même un réseau social où tu as pas mal d'infos qui sont exposées et tout j'ai pas envie d'ajouter n'importe qui en fait. Genre je me dis je sais pas, je vais pas donner accès à l'endroit où je taffe au truc machin et tout à des gens à qui j'ai jamais, jamais parlé. Je fais quand même attention à qui j'ajoute ou qui j'ajoute pas... » **Leila, femme, 24 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Comme nous l'explique cette enquêtée, il est possible de ressentir une certaine méfiance et hésitation à se connecter avec des inconnus. En effet, à travers ses propos, elle montre une certaine prudence. Le refus de donner accès à des informations personnelles comme son lieu de travail indique une conscience des risques associés à l'exposition de ses données personnelles en ligne d'autant plus qu'elle ne dispose d'aucun autre réseaux sociaux en dehors de LinkedIn. « Les internautes ne se livrent pas de façon irréfléchie sur le web, ils n'y disent pas tout et n'importe quoi »³³, c'est donc important de songer au fait que tous les individus avec qui nous nous connectons auront accès à nos propos et nos actions sur LinkedIn.

Cependant, elle exprime tout de même une volonté d'ajouter des personnes qui évoluent dans un domaine similaire au sien même si elle ne les connaît pas. Nous remarquons que son discours est paradoxal et reconnaît inconsciemment qu'elle a besoin d'ajouter des relations afin d'étendre son réseau et les transformer en opportunités professionnelles.

- ALLER AU-DELA DES « VRAIES RELATIONS »

Certains de nos enquêtés ont ajouté non seulement leurs collègues de travail ainsi que leurs amis, mais également des personnes en lien avec leur secteur d'activité professionnel actuel et celui dans lequel ils aspirent travailler. Eux, ont fait le choix d'ajouter des inconnus. Ces derniers comptabilisent entre 300 et 800 relations.

« Laure : Concernant ton nombre de relations et d'abonnés, est-ce que ce sont des chiffres qui t'important beaucoup ? »

Melody : Alors j'ai envie de te dire oui, non. Non, parce que d'un côté-là, les 811 personnes auxquelles je suis abonnée, la plupart des gens, c'est des gens où je faisais des follows en masse pour avoir un plus gros réseau dans le cas où je partagerai un CV à qui ça parlerait etc. Et comme je te dis, sur les 811, je dois en avoir une centaine que je connais vraiment, donc en fait je me dis à quoi bon ? En fait, les gens je suis abonnée avec eux mais sans plus, ils ne s'intéressent pas forcément à

³³ Cardon, D. « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019

ça. Et d'un autre côté, j'ai envie de te dire oui mais seulement dans le cas où par exemple je poste un truc et que après y a des signes. Je te prends l'exemple ; bah quand j'ai posté mon article là, le dernier, c'était une interview d'autrice y a quand même plusieurs personnes après qui soit se sont mises à me suivre soit se sont abonnées et c'est là où je me dis c'est utile, ça veut dire qu'on se suit pas juste parce qu'on se suit, on se suit parce que la personne elle est intéressée par ce que je poste, tu vois ? »

Mélody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.

Mélody explique s'être connectée avec un grand nombre de personnes afin d'avoir un maximum d'opportunités de diffusions de son CV. Cette stratégie lui permet d'élargir son cercle de contacts professionnel. Les individus qui l'ont suivi et se sont connectés à elle à la suite de la publication de son dernier article montre que les utilisateurs de LinkedIn aiment son contenu et qu'il est qualitatif. Elle retrouve donc une certaine reconnaissance de la part des individus qui interagissent concernant ses posts.

Cette dernière est aller au-delà de relations authentiques tombant ainsi dans des relations plutôt superficielles lorsqu'elle dit ceci : "les gens je suis abonnée avec eux mais sans plus". Or, Mark Granovetter, partisan de « la nouvelle sociologie économique »³⁴ à développer la théorie de « la force des liens faibles ». Le sociologue a déterminé deux types de relations centrales pour le fonctionnement des structures relationnelles dans la société : les liens forts et les liens faibles. Les liens forts sont ceux entretenus entre un individu et sa famille et ses amis par exemple, alors que les liens faibles sont formés par un réseau plus large.

Selon lui, les échanges peu intenses, donc rares (les liens faibles) seraient les plus pertinentes concernant l'obtention d'opportunités. Dans le cadre de notre étude sur l'utilisation de LinkedIn, les connexions avec des individus que nous ne connaissons pas et avec qui nous avons peu échangés pourraient être porteurs d'opportunités pour nos enquêtés et ainsi également mener à une possibilité de mobilité sociale d'après Granovetter. Les relations « superficielles » de Mélody pourraient donc lui apporter plus d'opportunités que ses proches.

³⁴ https://www.rse-magazine.com/Mark-Granovetter-et-la-force-des-liens-faibles_a3736.html

- EXISTE-T-IL UN NOMBRE MINIMUM DE CONNEXIONS REQUIS POUR RENDRE UN PROFIL ACTIF SUR LINKEDIN ?

Il est possible de se demander combien d'abonnés faut-il avoir pour obtenir un maximum de visibilité ainsi que d'opportunités. Lorsque nous nous baladons sur le net nous retrouvons plusieurs articles indiquant qu'il est vu de manière positive de passer le cap des 500 relations. En effet, ne pas avoir un nombre suffisant de relations sur LinkedIn serait perçu comme un profil peu actif et peu intéressant. C'est d'ailleurs ce que nous explique Dupont et Perticoz en 2016 dans leur écrit, « l'absence d'un seuil « normal » de relations apparaît donc dans ce contexte comme un handicap ou une absence d'implication dans le réseau »³⁵. Un nombre trop bas de connexions serait synonyme d'handicap pour les individus. Il est vrai que jusqu'à présent nos enquêtés nous ont confiés ajouter des relations, même inconnues dans le but de tirer parti de ces connexions pour des opportunités telles que la diffusion de leur CV ou pour attirer l'attention.

Or, la plateforme nous pousserait à ajouter toujours plus de relations :

« Je vais parfois sur l'onglet « réseau » où ils te proposent des personnes à ajouter parce qu'on a des relations en commun ou des compétences et postes similaires...des fois je tombe sur des gens intéressants mais c'est souvent la même chose quoi comme si LinkedIn voulait absolument que tu te connecte à eux ! Je sais pas moi mais LinkedIn changez un peu *rires*...ah oui et aussi je reçois des notifications pour me dire « ah bah telle personnes de votre réseau a ajouté 7 nouvelles relations faites comme lui » enfin un truc comme ça, donc t'ajoutes des personnes et tout le monde est au courant enfin c'est comme si on nous mettait la pression pour ajouter des personnes, moi j'ai 420 relations ça me suffit quoi je ne regarde pas ce chiffre h24 » **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

³⁵ Dupont, O. et Perticoz, L. Les ethos des jeunes professionnels de la communication sur LinkedIn, itinéraire, Pléiade, 2016

Selon cette enquête LinkedIn mettrait en œuvre des stratégies pour se sentir « obligé » d'ajouter de nouvelles connexions notamment avec l'onglet « réseau » et les notifications qu'elle reçoit. Elle souligne une certaine redondance concernant les propositions de connexions.

Nous remarquons que l'identité agissante des individus qui n'est autre que les interactions et les activités des utilisateurs comme ses nouvelles connexions par exemple (George, 2009) sont divulguées à diverses personnes de son réseau par LinkedIn, tout comme l'identité calculée qui contient les informations chiffrées comme le nombre précis de connexions (George, 2009). De plus, lorsque nous nous rendons sur un profil il est habituel de pouvoir constater si nous avons des relations en commun ou non et si oui, lesquelles. Cette stratégie de mise en évidence du nombre de relations en commun par ce réseau social numérique professionnel est une stratégie pour engager les individus à se connecter entre eux et ainsi « stimuler le développement de leur portefeuille relationnel » (Dupont et Perticoz, 2016).

CHAPITRE 3 : ALIMENTER ET FAIRE VIVRE SON PROFIL PROFESSIONNEL AU QUOTIDIEN

À travers ce chapitre nous cherchons à comprendre comment les individus alimentent quotidiennement leur profil et le maintiennent à jour. Nous avons décidé de catégoriser nos enquêtés selon leur fréquence de consultation de l'application LinkedIn. Or, certains enquêtés peuvent appartenir à plusieurs catégories en même temps.

3.1 CATEGORISATION DE LA FREQUENCE DE CONSULTATIONS

Grâce à cette catégorisation de la fréquence de consultation, nous souhaitons comprendre comment LinkedIn intègre leur quotidien numérique. Lors de notre analyse, trois catégories se sont présentées à nous : « le sérieux et investi » ; « le planifié » ; « l'occasionnel » .

3.1.1 LE SERIEUX ET INVESTI

Celui que nous qualifierons de « sérieux et investi » se rend sur la plateforme de façon quotidienne. Ce dernier fait également attention à son nombre de relations afin de maximiser ses chances d'obtenir des opportunités professionnelles dans un secteur d'activité précis.

« Je pense que je m'y rends facile hum au moins une deux ou trois heures par jour, que ce soit pour mon travail comme je fais du recrutement que perso pour voir les actus, les publications de mes connexions, mettre à jour je sais pas genre mes compétences ou si je participe à un nouveau projet aussi... tout ça voilà qu'il y ait du mouvement sur mon compte quoi que ça montre que je suis investie je pense que c'est important pour l'algorithme et même pour l'image que peuvent se faire les gens qui voient mon profil. Et puis aussi j'ajoute des gens, que ce soit des personnes que je recrute ou des collègues ou des gens que j'ai rencontré quand on fait des réunions ou des séminaires, formations etc » **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

L'ajout de nouvelles relations, connues ou inconnues résultent d'une logique de capitalisation sociale, où le réseau de relations devient une ressource importante pour sa carrière professionnelle. Comme nous pouvons le remarquer via cet extrait d'entretien, Emma appartient à la catégorie du sérieux et investi. Cette dernière consulte LinkedIn entre deux à trois heures par jour, cela signifie que cette action est ancrée dans sa routine numérique quotidienne, c'est donc devenu une habitude. L'étudiante évoque le besoin de montrer du mouvement sur son compte pour prouver son investissement sur le réseau social. Comme nous l'avons vu, précédemment, plus nous sommes présents et détenons de relations, plus notre visibilité auprès des autres utilisateurs augmente. Elle montre que la gestion de son identité professionnelle en ligne est primordiale dans un contexte où la présence numérique des individus peut fortement influencer la perception de ses compétences et de son engagement. Cette enquêtée l'a bien compris puisqu'elle le mentionne lors de l'entretien. C'est une stratégie de « social branding » afin de mettre en avant son implication et vendre une meilleure image d'elle-même aux recruteurs.

Cette dernière prend autant de temps à consulter LinkedIn que d'autres réseaux sociaux « classiques » même si son temps d'utilisation est influencé par son poste de Chargée de Missions RH dans lequel elle effectue beaucoup de recrutements.

3.1.2 LE PLANIFIÉ

« Le planifié » est un utilisateur périodique de l'application. Ce dernier consulte LinkedIn de manière fréquente mais non quotidienne afin de s'informer et de voir les dernières publications de ses connexions. Contrairement au « sérieux et investi », le « planifié » n'a pas activé les notifications et régule le temps qu'il passe sur la plateforme.

« Alors moi faut savoir que je déteste les notifications, que moi je hais les notifications. Du coup sur mes réseaux sociaux les seules notifications que j'ai c'est pour mes réseaux sociaux personnels, Instagram par exemple, pas mon pro, c'est mon personnel. Mes amis m'envoient un message, je les reçois mais par contre pour LinkedIn non. Du coup, je j'ai désactivé tout parce que je considère que comme c'est une plateforme que je vais dédier aux professionnels, même si pour le mémoire j'utilise quand même. Mais dans mon temps personnel j'ai pas envie que ça me dérange, du coup j'ai tout

désactivé les notifications. Et par contre, je fais attention d'aller sur LinkedIn au moins une fois toutes les 48 h, histoire de faire des petites des check-up. Du coup en terme de temps, ouais je pense ça doit être à chaque fois j'y vais je pense sur 10 Min 1/4 d'heure parce que en soit des fois tu sais-je vais voir mes messages, je veux regarder 2-3 posts.» **Thomas, homme, 22 ans, Étudiant en Master Communication en Alternance.**

Thomas distingue les réseaux sociaux personnels des réseaux professionnels comme LinkedIn. S'il déteste les notifications, il les a uniquement activées pour les réseaux sociaux personnels où il peut recevoir des messages de ses amis par exemple. Pour lui, son temps personnel est dédié à ses autres réseaux comme Instagram. En désactivant les notifications de LinkedIn et en les laissant actives pour Instagram, il marque une frontière entre sa vie professionnelle et sa vie personnelle.

Chaque réseau a un temps de consultation dédié, même si cet étudiant ne souhaite pas être dérangé et distrait par les notifications de LinkedIn sur son temps libre, il lui dédie tout de même 10 à 15 minutes tous les deux jours. En consultant LinkedIn de manière périodique et planifiée, Thomas adopte une approche de consommation consciente de l'information. Si « l'occasionnel » se rendra sur LinkedIn lorsqu'il recevra une notification pertinente pour son objectif, le « planifié » prévoit de s'y rendre de lui-même. La consultation de son profil est devenue un rendez-vous « régulé » dans son quotidien numérique. Cela souligne l'importance de la ritualisation des pratiques numériques chez notre enquêté pour maintenir un équilibre entre ses différentes sphères de vie : personnelles et professionnelles.

Cette façon de séparer les deux sphères illustre cette analyse de Dominique Cardon dans son ouvrage Culture numérique : « l'âge adulte venant, avec l'entrée dans le monde du travail, les individus commencent à différencier leur identité, et donc leur usage des plateformes, afin de séparer amis, collègues et famille »³⁶. Cette action serait arrivée en prenant en âge ainsi qu'en maturité.

³⁶ « Identité en ligne », in Culture numérique, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019, p.180.

3.1.3 L'OCCASIONNEL

« L'occasionnel » se crée un compte pour un besoin précis, très souvent celui de trouver un travail. Ce dernier va orienter et façonner son identité numérique en fonction de son besoin. Il va également se rendre sur l'application uniquement s'il reçoit des notifications lui indiquant une information pertinente pour sa recherche d'emploi.

« Je t'avoue je n'y vais pas souvent en fait, enfin si je recherche un taff ou quoi je vais y aller très souvent dès que j'ai une notification qu'un nouveau poste qui correspond à ma recherche a été ajouté mais sinon je n'y vais clairement pas tous les jours. Aujourd'hui, je suis en CDI en plus, donc je ne recherche pas d'opportunité pro en tous cas pas pour l'instant mais voilà comme je te disais quand j'y vais je regarde ce que ma patronne publie et puis les infos sur les nouveautés ou la concu mais je ne me dis pas « ah bah faut que j'y aille tous les jours pour voir » non clairement pas. Quand j'y je regarde pas combien de temps j'y passe parce que bah j'y pense pas c'est comme quand je vais sur Facebook ou Insta en fait même si sur Facebook et Insta j'y vais tous les jours mais voilà si tu veux j'y vais au moins une fois par semaine je pense après quand je suis en vacances en vrai j'y vais pas je crois enfin j'y pense pas...pourtant j'ai les notifications d'activités mais à part si je vois que je reçois un message privé important ok j'y vais mais je ne me précipite pas sur l'appli si j'ai une notif lambda » **Julien, homme, 27 ans, diplômé d'un Master en Assurances.**

L'extrait montre que Julien utilise LinkedIn de manière fonctionnelle, principalement en réponse à des besoins spécifiques comme la recherche d'emploi ou d'information concernant la concurrence dans son secteur d'activité. Contrairement au « sérieux et investi », qui intègre l'utilisation de LinkedIn dans sa routine numérique quotidienne, Julien adopte une approche plus utilitaire. On remarque une similitude avec le « planifié », celle de la séparation, vie privée et vie professionnelle. En effet, il est rare pour l'occasionnel de se rendre sur l'application lorsqu'il est en vacances. Le planifié lui, rappelons-le, distingue un temps pour se rendre sur les réseaux sociaux numériques personnels comme Instagram pour discuter avec ses amis et un temps pour les réseaux sociaux numériques professionnels comme LinkedIn.

Nous concluons après cette analyse que les femmes de notre population d'enquête semblent plus investies dans l'utilisation et la mise à jour de leur profil LinkedIn. Mais nous relevons également que certains de nos enquêtés peuvent rentrer dans plusieurs catégories comme

Mélody par exemple qui publie du contenu sur LinkedIn mais qui n’y passe que peu de temps par jour et par semaine. Or, cette dernière y passe 3 fois plus de temps lorsqu’elle est en recherche d’emploi. Elle pourrait donc appartenir au « sérieux et investi » car elle publie régulièrement du contenu en lien avec le secteur d’activité dans lequel elle souhaite évoluer. Elle a également des similitudes avec le planifié puisqu’elle a désactivé les notifications de l’application et s’y rend plusieurs fois par semaines. Enfin, elle partage avec « l’occasionnel », l’utilisation en réponse au besoin spécifique de la recherche d’emploi puisque son temps d’utilisation est beaucoup plus important quand elle recherche une opportunité professionnelle.

3.2 L’UTILISATION QUOTIDIENNE DE LINKEDIN PAR LES ETUDIANTS

Comme nous l’avons vu précédemment, il existe différentes utilisations de LinkedIn. A travers cette partie, nous reviendrons sur les différents usages quotidiens de LinkedIn par les étudiants en master.

3.2.1 CONSULTATION DU FIL D’ACTUALITE ET MISE A JOUR DU PROFIL PERSONNEL

Tous nos répondants consultent quotidiennement leur fil d’actualité, ou du moins chaque fois qu’ils ouvrent l’application. Cela leur permet de voir ce que leurs contacts ont publié, partagé, aimé et commenté ces derniers jours ou ces dernières heures. Certains d’entre eux nous ont confié qu’ils se tenaient au courant des modes et évolutions de leurs secteurs d’activités actuels et ceux auxquels ils s’intéressent. LinkedIn est un outil de veille pour nos étudiants qu’ils soient hommes ou femmes, étudiants en communication, en ressources humaines ou commerciaux en assurance. Les comptes auxquels ils ne sont pas connectés directement mais qu’ils suivent sont principalement des comptes de médias comme les Échos ou Le Parisien par exemple. Parmi leurs abonnements pour se tenir informé nous retrouvons des pages spécialisées dans la communication comme « J’ai un pote dans la com » ou « La culture RH ».

« Dans les comptes que je suis il y a les trucs basics et généraux comme Les Echos ou Le Parisien tu vois, après pour tout ce qui est com ça va être « j'ai un pote dans la com » ou des choses comme ça j'ai pas d'autres noms en tête mais voilà ça partage les news dans le domaine de la com, les campagnes marquantes du moment tout ça j'aime bien et c'est pertinent » **Clara, femme, 26 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

La mise à jour du profil est également une action quotidienne opérée par les étudiants. Mettre à jour son profil passe par le changement de la photo de profil, l'ajout de compétences ou de projets effectués au cours de ses expériences professionnelles. La mise en mouvement de notre profil passe également par la publication de contenus et la réponse aux messages privés. Ces actions contribuent à maintenir un profil professionnel dynamique et à attirer l'attention des recruteurs potentiels.

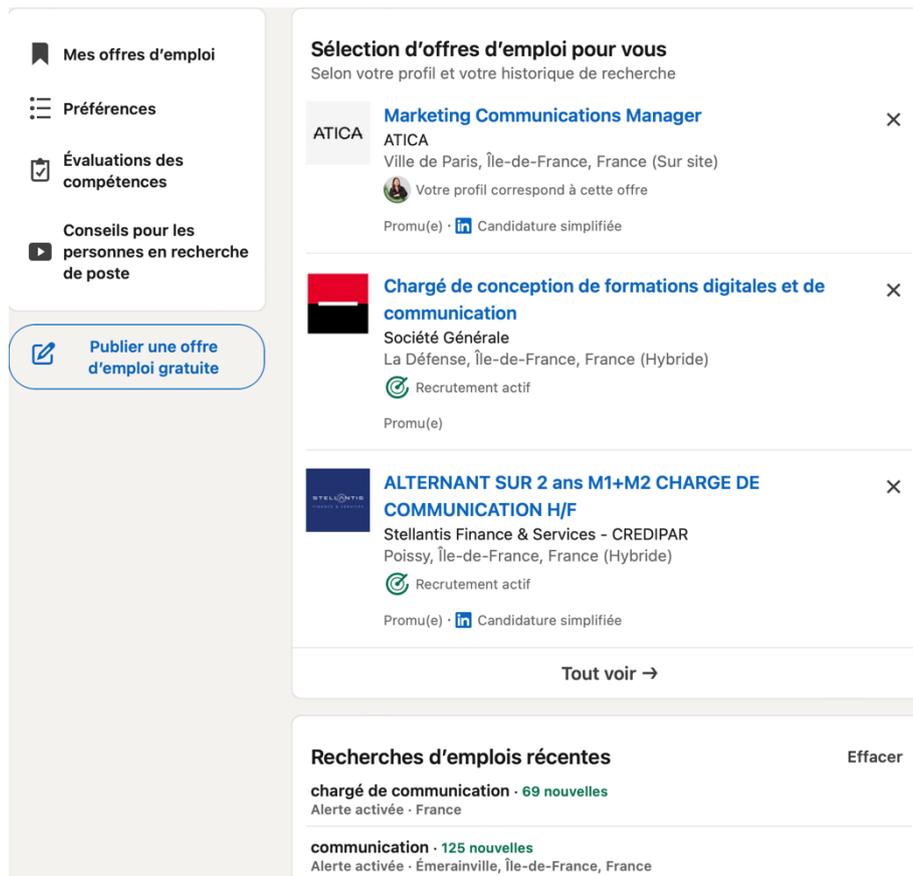
Certains de nos enquêtés utilisent LinkedIn pour renouer des liens avec des personnes qu'elles ont croisé durant leurs études ou leurs stages. Regarder le profil LinkedIn de connaissances est une façon non seulement d'ajouter des connexions mais également de savoir ce qu'elles deviennent et observer leur évolution.

Les étudiants utilisent activement la plateforme pour élargir leur réseau de contacts, interagir avec des professionnels de l'industrie et rester connectés avec leurs pairs, ce qui renforce leur capital social et leur employabilité future.

3.2.2 GESTION DES CANDIDATURES

Au quotidien, les étudiants gèrent également leurs candidatures lorsqu'ils sont en recherche d'emploi. Ces derniers se rendent sur l'onglet offres d'emploi de l'application afin de consulter les nouvelles offres pertinentes pour eux. Ils ajoutent ou suppriment des critères de recherches.

Cette page de la plateforme est assez facile d'utilisation puisque dès son ouverture, nous nous retrouvons face aux nouvelles offres disponibles pour nous ainsi que les offres auxquelles nous avons déjà postulé.



INTERFACE DE LA PAGE « OFFRE D'EMPLOI » DE LA PLATEFORME LINKEDIN

C'est ici également que les individus retrouvent les offres avec la « candidature simplifiée ». En effet, comme explicité précédemment, certaines entreprises proposent une façon simple de candidater sur LinkedIn. Nous retrouvons cette façon de recruter dans l'entreprise ou notre enquêtés Emma travaille :

« On passe presque uniquement par LinkedIn pour recruter surtout avec la candidature simplifiée qui nous permet de nous rendre sur le profil des candidats et leur envoyer un message c'est plus simple que si on devait passer par notre site ou par une boîte mail spécifique en fait. Ça nous fait gagner du temps et comme je te le disais ça permet de vérifier les infos du candidat. On a essayé sur d'autres plateformes qui proposent des trucs pour recruter mais c'est pas aussi pratique et facile d'utilisation je trouve et mes collègue aussi d'ailleurs. » **Emma, femme, 22 ans, Étudiante en Master Ressources Humaines en Alternance.**

Utiliser LinkedIn simplifie le processus de candidature pour les candidats, permettant à un plus grand nombre de personnes de postuler grâce à une démarche accessible. De même, pour les recruteurs, consulter quotidiennement leur interface réservée, facilite la gestion des candidatures.

La consultation quotidienne des nouveaux postes disponibles est également dû aux notifications envoyées par LinkedIn. Il est possible d'activer les notifications lorsqu'un nouvel emploi correspondant à notre recherche apparait. Les étudiants communiquent le type d'emploi ainsi que le secteur qu'ils recherchent et l'algorithme se charge de tout. LinkedIn permet de rendre accessible la recherche d'emploi car tout est visible sur un seul site et les critères de recherches sont faciles à sélectionner. Il suffit de les choisir une fois et une multitude d'offres se présente à nous. La plateforme utilise aussi les données que nous avons rentrées sur notre profil pour nous indiquer que tel emploi correspond à notre profil.



Sélection d'offres d'emploi pour vous
Selon votre profil et votre historique de recherche

Marketing Communications Manager ×
ATICA
Ville de Paris, Île-de-France, France (Sur site)
 Votre profil correspond à cette offre
Promu(e) ·  Candidature simplifiée

EXEMPLE D'EMPLOI CORRESPONDANT A NOTRE PROFIL SELON
L'ALGORITHME DE LINKEDIN

La gestion des candidatures inclut également la réponse aux messages privés que les étudiants peuvent recevoir, que ce soit à la suite d'une candidature ou après avoir partagé leur CV sur la plateforme. Les étudiants en recherche active d'emploi partagent souvent leur CV sur leur profil, en invitant leurs abonnés à le diffuser pour augmenter sa visibilité et toucher un plus grand nombre de recruteurs potentiels. Ce partage stratégique permet aux étudiants d'élargir leur réseau professionnel et d'accroître leurs chances de trouver un emploi en mobilisant la communauté LinkedIn pour relayer leur candidature. Melody qui a 811 relations n'hésite pas à partager les CV de ses connaissances à son réseau :

« Si mes presque 900 connexions peuvent servir à quelqu'un tant mieux donc je n'hésite pas à partager quand je vois des CV passer sur mon fil » **Melody, femme, 22 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

LinkedIn est non seulement utilisé quotidiennement pour la recherche d'emploi, mais aussi pour préparer de futures rencontres avec des recruteurs. La plateforme permet aux utilisateurs de se renseigner sur les recruteurs et les entreprises avant les entretiens. Ils peuvent consulter les profils des recruteurs, examiner leur parcours professionnel, et ainsi se familiariser avec la culture de l'entreprise, ce qui les aide à personnaliser leurs candidatures en fonction des attentes spécifiques des recruteurs. Ainsi, LinkedIn devient un outil essentiel pour maximiser les chances de succès dans le processus de recrutement des étudiants.

3.2.3 CREER DES PUBLICATIONS ADAPTEES

Au quotidien, certains utilisateurs publient du contenu sur des plateformes tels qu'Instagram, LinkedIn ou Twitter. Dans cette section, nous examinerons les critères qui, selon nos enquêtés, caractérisent une publication de qualité notamment avec l'omniprésence du « storytelling ». Nous analyserons également comment les étudiants adaptent leur identité numérique en fonction du réseau social qu'ils utilisent. Par exemple, les publications sur LinkedIn se concentrent souvent sur des accomplissements professionnels et des mises à jour de carrière, tandis que celles sur Instagram peuvent être plus personnelles et visuelles.

Étant donné que l'utilisation de LinkedIn implique fréquemment la publication et la republication de contenu, il nous a semblé pertinent de nous interroger sur les éléments qui rendent une publication digne d'être partagée, lue et repostée. Quels critères déterminent la qualité et l'impact d'une publication sur LinkedIn ?

Une publication efficace doit apporter une valeur ajoutée, qu'il s'agisse d'informations utiles, d'analyses pertinentes ou encore de témoignages inspirants. Pour capter l'intérêt des étudiants, une publication doit être courte, dotée d'un titre accrocheur et accompagnée d'une image attrayante. Ces critères, souvent mentionnés lors de nos entretiens avec les étudiants en master, sont essentiels pour attirer l'attention. Mais, il est important de noter que les préférences des étudiants sont souvent alignées avec ce que l'algorithme de LinkedIn met en avant. En effet,

l'algorithme privilégie les contenus qui génèrent rapidement de l'engagement, comme les publications courtes et visuellement attractives. Les publications répondant à ces critères deviennent plus visibles, augmentant ainsi leurs chances de capter l'attention des utilisateurs et de susciter des interactions. Par conséquent, pour maximiser l'impact de leurs publications, il est stratégique pour les utilisateurs de comprendre et d'adapter leur contenu aux préférences de l'algorithme de LinkedIn.

Mais qu'est-ce que les individus mettent en avant dans leurs publications ?

Ce qui est « à la mode » selon nos enquêtés serait le « storytelling ». Le storytelling selon le dictionnaire Le Larousse est « une technique de communication politique, marketing ou managériale qui consiste à promouvoir une idée, un produit, une marque, etc., à travers le récit qu'on en fait, pour susciter l'attention, séduire et convaincre par l'émotion plus que par l'argumentation »³⁷. Il est fréquent de voir l'utilisation de cette technique sur LinkedIn. Sur la plateforme, le storytelling se manifeste souvent par des récits personnels où les utilisateurs partagent leur parcours professionnel et personnel. Ils racontent des histoires de défis surmontés, de leçons apprises et de succès obtenus, mettant en avant leur résilience et leur capacité à rebondir face aux obstacles qu'ils ont rencontrés dans leur vie.

« Ce qu'on voit beaucoup sur les réseaux et surtout LinkedIn je dirais c'est le storytelling, tu vois les gens qui racontent qu'ils ont débuté en étant nul à l'école, avec personne qui ne croyait en eux et puis qu'aujourd'hui ils sont PDG d'une grande entreprise sans avoir fait d'études et tout ça... après ça capte l'attention des gens donc tant mieux mais c'est vrai que c'est très scénarisé je trouve mais c'est-ce qui marche ! Mais parfois ils en font trop je trouve ils poussent le truc à l'extrême avec le moindre détail, moi je n'irais pas raconter autant ma vie dans un post LinkedIn enfin pas en détaillant autant. » **Clara, femme, 26 ans, Étudiante en Master Communication en Alternance.**

Il est vrai comme en témoigne, Clara, que parfois les individus rentrent dans des détails qui appartiennent à leur vie privée et non à leur vie professionnelle pour en quelque sorte prouver

³⁷ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/storytelling/188202>

leurs propos. Ces publications suivent un modèle simple, allant des difficultés au succès, ce qui correspond aux valeurs méritocratiques de la société actuelle. Sur LinkedIn, les utilisateurs construisent et mettent en scène une version plutôt idéalisée de leur identité professionnelle pour augmenter leur visibilité auprès de leur réseau professionnel. Ce type de récit qui capte l'attention et génère de l'engagement (likes, commentaires, partages) permet aux utilisateurs d'obtenir de la reconnaissance au sein de leur réseau.

Bien que le storytelling soit efficace pour attirer l'attention, il y a une critique de ceux qui "en font trop" et "poussent le truc à l'extrême". Cela reflète que l'authenticité doit être maintenue dans une certaine mesure, et que l'excès de détails personnels peut être perçu comme inapproprié ou contre-productif sur LinkedIn.

3.2.4 ADAPTER SON IDENTITE EN FONCTION DU RESEAU UTILISE

Nous analyserons comment les étudiants adaptent leur identité numérique en fonction du réseau social qu'ils utilisent. Par exemple, les publications sur LinkedIn se concentrent souvent sur des accomplissements professionnels et des mises à jour de carrière, tandis que celles sur Instagram peuvent être plus personnelles et visuelles.

- ADAPTER SA PHOTO DE PROFIL

Les étudiants adaptent leur identité numérique en fonction du réseau social numérique qu'ils utilisent, car chaque plateforme a des attentes, des normes et des publics différents. Effectivement, la façon dont les individus choisissent de s'exprimer sur Facebook et Instagram diffère de celle sur LinkedIn.

Si les individus disposent déjà d'un compte Instagram avant de rejoindre la plateforme LinkedIn, il est nécessaire pour eux de s'adapter à ce genre de réseau et ainsi de comprendre les codes.

Comme nous l'avons explicité dans un chapitre précédent, la photo de profil utilisée n'est que très rarement la même sur LinkedIn que sur Instagram. Privilégiant Instagram pour les amis et les proches, LinkedIn lui est favorisé pour des relations professionnelles. Le type de photo mis en avant vis-à-vis de connaissances de longue date sera différente de celle pour un réseau où il est possible de n'avoir rencontré physiquement que très peu de connexions.

• LE TON ET LES CONNEXIONS

De plus, sur le réseau professionnel, les personnes que nous ajoutons sont des « connexions » alors que sur Facebook par exemple, ces derniers s'appellent des « amis ». Sur Instagram et Facebook, le ton utilisé est souvent décontracté, avec des légendes humoristiques, des réactions en commentaires spontanés, et des interactions informelles avec les amis et la famille. Le types de langages utilisés est donc différent d'une plateforme à l'autre. Sur un réseau social numérique professionnel tel que LinkedIn, les personnes que nous ajoutons sont appelées des « connexions », ce qui souligne l'aspect professionnel et axé sur le réseautage. Le ton utilisé sur LinkedIn est généralement plus formel, avec des publications détaillées et plus longues ainsi que des réflexions sur des sujets liés au monde du travail. Le langage est souvent soutenu, ce qui reflète l'ambiance sérieuse et professionnelle de ce type de plateforme.

Les étudiants, par exemple, doivent jongler entre une identité numérique plus générale et décontractée sur Instagram ou Facebook, et une identité professionnelle plus formelle et orientée vers la carrière sur LinkedIn. Cette transition peut parfois être délicate, car elle exige de concilier des normes et des attentes sociales différentes d'une plateforme à l'autre. Cependant, en comprenant ces différences et en adaptant leur comportement en ligne en conséquence, les utilisateurs peuvent maximiser leur impact et leurs opportunités sur chaque plateforme. En prenant l'exemple de Mélody qui partage sur son compte Instagram et LinkedIn ses articles de blog. En partageant sur ces deux types de plateformes cela lui permet de toucher des publics différents et ainsi obtenir de la reconnaissance dans deux sphères différentes.

Sur Instagram, Mélody peut atteindre un public plus diversifié, composé de ses amis, de sa famille, mais aussi de personnes partageant des intérêts similaires en matière de lecture, son domaine de prédilection. Les utilisateurs d'Instagram sont souvent à la recherche de contenu

plutôt visuel et attrayant, ce qui donne à notre enquêté l'opportunité de partager ses articles accompagnés de photos, suscitant ainsi l'intérêt et l'engagement de son public.

En revanche, sur LinkedIn, cette étudiante en master communication, peut cibler un public plus professionnel. Ses connexions sur cette plateforme sont ses collègues, des recruteurs, des professionnels de l'édition ou des personnes intéressées par des sujets liés à son secteur d'activité. En partageant ses articles de blog sur LinkedIn, Mélody peut établir sa crédibilité en tant qu'experte dans son domaine, partager des informations utiles, et créer des opportunités de réseautage et de collaboration avec d'autres professionnels.

CONCLUSION

Nous avons pour objectif de comprendre comment les étudiants en master utilisent LinkedIn pour construire leur identité numérique et accéder à des opportunités professionnelles. En nous appuyant sur notre problématique de départ, "Construire une nouvelle identité numérique pour accéder à l'emploi : les usages de LinkedIn chez les étudiants de master", nous avons formulé plusieurs hypothèses que nous avons testées tout au long de notre enquête sociologique.

Rappel de nos hypothèses :

- L'appropriation de LinkedIn par les étudiants de master : nous avons supposé que les étudiants en master se sont appropriés LinkedIn et ses codes pour se positionner dans le monde professionnel.
- La variation de l'identité numérique selon le réseau social : nous avons émis l'hypothèse que l'identité numérique varie en fonction du type de réseau social numérique utilisé.
- Le développement de relations professionnelles : LinkedIn serait utilisé par les jeunes afin d'élargir leur réseau professionnel dans un secteur précis.
- LinkedIn comme outil de socialisation professionnelle : nous avons suggéré également que la création d'un profil LinkedIn fait partie intégrante du processus de socialisation professionnelle des étudiants.

Nos résultats confirment que les étudiants en master utilisent LinkedIn de manière stratégique pour entrer en contact avec des professionnels et trouver des opportunités d'emploi. Ils apprennent à maîtriser les codes de la plateforme, comme l'optimisation du profil et la recherche de reconnaissance avec du contenu en lien avec leur secteur d'activité, ce qui leur permet de se distinguer sur le marché du travail. Nos entretiens montrent que les étudiants savent quelles informations mettre en avant ou non et comment structurer leur profil pour attirer l'attention des recruteurs. Nos recherches montrent également que l'identité numérique sur LinkedIn est différente de celle sur d'autres réseaux sociaux. Nous nous retrouvons face à une identité numérique professionnelle. A travers cette identité, les étudiants mettent en avant leurs compétences et leurs expériences professionnelles et académiques, distincte de leur présence sur des plateformes plus personnelles comme Facebook ou Instagram. Par exemple, les photos de profil sur LinkedIn sont généralement plus formelles, et les publications et interactions se

concentrent sur des sujets professionnels. Les étudiants adaptent ainsi leur comportement en ligne en fonction de la plateforme utilisée, ce qui reflète une compréhension des attentes et des normes de chaque réseau social. La création et la mise à jour régulière d'un profil LinkedIn joue un rôle important dans le processus de socialisation professionnelle. Nos enquêtés considèrent LinkedIn non seulement comme un outil de recherche d'emploi, mais aussi comme un moyen de s'intégrer et de se familiariser avec les normes et attentes du monde professionnel. La plateforme permet aux étudiants de se connecter avec des professionnels, et de se tenir informés des tendances de leur secteur. En suivant des pages d'entreprises et des personnalités pertinentes, les étudiants développent leur réseau professionnel et renforcent leur identité numérique.

Nous avons relevé qu'il était possible de catégoriser les individus en fonction du temps passé sur l'application. C'est ainsi que nous avons pu distinguer le « sérieux et investi », le « planifié » ainsi que « l'occasionnel ». Les types d'usages ont également pu être catégorisé entre « l'usage pour soi » et « l'usage pour l'entreprise ».

Nous en concluons que LinkedIn joue un rôle dans la transition des étudiants de master vers le monde professionnel. Il permet non seulement de chercher des emplois, mais aussi de construire et de maintenir une identité numérique professionnelle cohérente et efficace.

Cependant, notre enquête présente des limites. En effet, notre échantillon ne peut ne pas être complètement représentatif de l'ensemble des étudiants en master. La taille de l'échantillon et la diversité des profils des participants influencent également nos résultats puisque tous les secteurs d'activités ne sont pas représentés. Nous aurions aimé pouvoir élaborer un questionnaire sur les habitudes des étudiants sur LinkedIn et ainsi le diffuser au plus grand nombre, malheureusement par manque de temps et de moyens, cela était impossible. En effet, ce questionnaire nous aurait permis d'établir des données statistiques afin d'appuyer nos propos. Les résultats de notre étude sont contextuels et peuvent évoluer en raison des changements sur le marché de l'emploi, ainsi que l'évolution des réseaux sociaux numériques professionnels. Les conclusions que nous tirons sont spécifiques à la période à laquelle nous avons conduit nos recherches et pourraient ne pas s'appliquer à l'avenir.

Pour aller plus loin, il serait intéressant d'explorer l'utilisation des données personnelles des utilisateurs par LinkedIn ainsi que de connaître et d'analyser les mesures de protection des données mises en place par la plateforme pour garantir la confidentialité et la sécurité des informations des utilisateurs.

Que fait la plateforme de nos données personnelles ? Les revend-elle ? Que fait-elle de sa base de données ? Les utilisateurs se posent-ils ces questions lors de leur inscription ?

Ainsi, notre recherche ouvre la voie à de nouvelles questions sur la gestion des données personnelles par les réseaux sociaux professionnels, un sujet de plus en plus important à l'ère du numérique.

SOMMAIRE DES ANNEXES :

ANNEXE 1 : BIBLIOGRAPHIE	79
ANNEXE 2 : SITOGRAPHIE	80
ANNEXE 3 : PRESENTATION DES ENQUETES.....	82
ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN	83
ANNEXE 5 : ENTRETIEN RETRANSCRIT	88

ANNEXE 1 : BIBLIOGRAPHIE

- **Audran, J et Hoblingre, H.** *Une communauté professionnelle en réseau: LinkedIn un premier pas vers la formation?*, HAL Openscience, 2020
- **Benedetto-Meyer,M. et Boboc, A.** « Chapitre 6 : Les recompositions de la fonction RH avec le numérique : recrutement, gestion des carrières et nouvelles modalités d'apprentissage en entreprise », in *Sociologie du numérique au travail*, Paris, Armand Colin, 2021, p.153-183
- **Cardon, D.** « *Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0* », Réseaux, n°152, p.93-137, 2008
- **Cardon, D.** « Identité en ligne », in *Culture numérique*, Presses de Sciences Po, p. 176-188, 2019
- **Chartier, M.** *Guide complet des réseaux sociaux*. Paris : First Interactive, 2013
- **Dupont, O. et Perticoz, L.** *Les ethos des jeunes professionnels de la communication sur LinkedIn*, itinéraire, Pléiade, 2016
- **Georges, F.** *Représentation de soi et identité numérique : une approche sémiotique et quantitative culturelle du web 2.0*, in Réseaux, , n°154, 2009, p. 165-193
- **Hoblingre Klein,H.** *Utiliser LinkedIn en entreprise et hors-entreprise : entre stratégie collective et individuelle*, HAL Openscience ,2021
- **Hoblingre Klein,H.** *Réseaux sociaux professionnels: instruments d'empowerment professionnel ? : analyse de cas de consultants RH et de recruteurs sur LinkedIn*, HAL Open science, 2018
- **Hoblingre Klein,H.** *Les usages et pratiques et utilisateurs de LinkedIn*, HAL Open science, 2015
- *Lexique de sociologie*, 5ème Edition, Dalloz, 2017.
- **Rissoan, R.** *Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo – Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication*. Saint-Herblain : ENI., 2011

ANNEXE 2 : SITOGRAPHIE

- <https://www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/evolution-LinkedIn-40841/>
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>
- <https://www.linkedin.com>
- <https://www.linkedin.com/in/calypso-g-726571197/>
- www.proinfluent.com
- https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.proinfluent.com/profil-linkedin-etudiant/&ved=2ahUKEwjRu7aixr-GAxXzdqQEHanOAJIQFnoECCcQAQ&usg=AOvVaw0_01kih5J6v563Bq8qq8y7
- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/storytelling/188202>
- <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://iut-b.univ-lille.fr/linkedin-ce-reseau-social-indispensable-pour-les-etudiants/&ved=2ahUKEwjRu7aixr-GAxXzdqQEHanOAJIQFnoECCQQAQ&usg=AOvVaw2L9xUbIeTVyGu1HODWHXJM>
- https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/c-est-mon-boulot/emploi-les-18-24-ans-ont-une-utilisation-totalement-decomplexee-du-reseau-linkedin_5430760.html
- <https://start.lesechos.fr/travailler-mieux/recrutements-entretiens/etudiants-quant-ils-a-faire-sur-linkedin-1256956>
- <https://www.Linkedin.com/pulse/identite-reelle-et-virtuelle-sandrine-lemare/>
- <https://www.cairn.info>
- <https://www.cairn.info/culture-numerique--9782724623659.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-165.htm>
- <https://www.cairn.info/sociologie-du-numerique-au-travail--9782200630096-page-153.htm>
- ¹ <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199121-b2b-ou-b-to-b-definition/>
- <https://www.erudit.org/fr/revues/mi/2018-v22-mi04797/1062491ar/#:~:text=Un%20reseau%20social%20numerique%20est,connecte%20a%20d'autres%20utilisateurs%20>
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>
- <https://www.meltwater.com/fr/blog/social-media-branding>

- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/storytelling/188202>
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Web3>

ANNEXE 3 : PRESENTATION DES ENQUETES

	Enquêté 1	Enquêté 2	Enquêté 3	Enquêté 4	Enquêté 5	Enquêté 6	Enquêté 7
Prénom	Leila	Mélo dy	Thomas	Ophélie	Emma	Julien	Claire
Date de l'entretien	11/01/2024	25/01/2024	08/03/2024	25/03/2024	27/03/2024 4	28/03/2024	29/04/2024
Durée de l'entretien	1h08	1h22	1h04	1h02	57min	51 min	40min
Genre	Femme	Femme	Homme	Femme	Femme	Homme	Femme
Age	24 ans	22 ans	22 ans	21 ans	22 ans	27 ans	26 ans
Statut actuel	Étudiante en Alternance en Master Communication – Chargée de Communication Interne	Étudiante en Alternance en Master Communication – Chargée de Communication Digitale	Étudiant en Alternance en Master Communication – Journaliste/chargé de Communication	Étudiante en Master RH – Chargée de Mission RH	Étudiante en Alternance Master RH – Chargée de Mission RH	Chargé de Clientèles en Assurances / Formateur BTS Assurances de personnes	Étudiantes en Master Communication - Chargé de Communication Marketing en Alternance

ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN

1. Présentation de l'enquêté :	<ul style="list-style-type: none">• Présentez-vous (nom, âge, profession, niveau d'étude, trajectoire professionnelle)
2. Utilisation quotidienne :	<ul style="list-style-type: none">• Depuis quand avez-vous LinkedIn ?• Dans quelles conditions vous êtes-vous créé un profil ?• Aujourd'hui pour toi c'est primordial d'avoir un compte LinkedIn surtout quand on est jeune ?• À quelle fréquence consultez-vous votre profil LinkedIn ?• Combien de temps passez-vous généralement sur la plateforme chaque semaine ou chaque jour ?• Quelles sont les principales activités que vous réalisez sur LinkedIn au quotidien ?• Utilises-tu régulièrement la messagerie LinkedIn ?• Quelles utilisations tu en fais ? Personnelle ? Dans le cadre pro ? Pour ton travail ?• Est-ce que des personnes que tu ne connais pas te contactes par MP ?• Qu'est-ce qui diffère LinkedIn des réseaux sociaux classiques selon toi ?

	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que tu trouves l'utilisation de LinkedIn facile ? Par rapport à d'autres réseaux sociaux ? • Est-ce que tu es abonné à des groupes ? Est-ce que tu suis des lives sur la plateforme ?
3. Objectifs professionnels :	<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont vos principaux objectifs professionnels en utilisant LinkedIn ? • Comment espérez-vous que LinkedIn contribue à votre carrière à long terme ?
4. Réseautage et connections :	<ul style="list-style-type: none"> • Dans quelle mesure utilisez-vous LinkedIn pour élargir votre réseau professionnel ? • Comment choisissez-vous les personnes avec qui vous souhaitez vous connecter sur LinkedIn ? • Combien as-tu de relations ? • Combien as-tu d'abonnés ? • Est-ce que ce sont des chiffres importants pour toi ? • Avez-vous eu des expériences significatives de réseautage grâce à LinkedIn ?
5. Contenu partagé et engagement :	<ul style="list-style-type: none"> • Partagez-vous régulièrement du contenu sur votre profil ? Pourquoi ? • Comment choisissez-vous le type de contenu que vous partagez sur LinkedIn ? • Quels types de contenu publies-tu ?

	<ul style="list-style-type: none"> • Selon toi qu'est-ce qu'une bonne publication LinkedIn ? • Comment mesurez-vous l'engagement ou l'impact de votre contenu sur la plateforme ? • Like, j'adore, soutien
<p>6. Apprentissage et développement :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Avez-vous utilisé des fonctionnalités telles que LinkedIn Learning pour développer vos compétences ? • Comment LinkedIn contribue-t-il à votre apprentissage professionnel continu ? • Y a-t-il des domaines en particulier pour lesquels vous cherchez activement à acquérir de nouvelles compétences ?
<p>7. Expérience de recherches d'emploi :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Avez-vous utilisé LinkedIn pour rechercher des emplois ou des stages ? • Quelle a été votre expérience de postulation à des offres d'emploi via la plateforme ? • Avez-vous utilisé la candidature simplifiée sur cette plateforme ? • Avez-vous posté votre CV sur votre profil ? • Recherchez-vous sur LinkedIn le nom de personnes avec qui vous allez avoir des entretiens ? Ou encore des personnes de l'entreprise avec qui vous pourriez être amenées à travailler ? • Utilisez-vous d'autres réseaux sociaux de ce genre pour rechercher un poste ?

	<ul style="list-style-type: none"> • Si oui, lesquels et pourquoi ? • Avez-vous réussi à établir des contacts professionnels utiles dans le cadre de votre recherche d'emploi ? • Comment avez-vous trouvé votre emploi actuel ?
<p>8. Présentation du profil :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comment avez-vous structuré votre profil LinkedIn pour attirer l'attention des recruteurs ou des employeurs potentiels ? • Quels éléments de votre profil sont les plus importants selon vous ? • Avez-vous reçu des retours positifs ou des opportunités grâce à votre profil LinkedIn ? • Quelle est l'information que vous ne divulgueriez jamais sur LinkedIn ? • Est-ce que des membres de votre famille comme vos parents par exemple ont LinkedIn ? • Parlez-moi de votre photo de profil, a-t-elle été prise uniquement dans le cadre de LinkedIn ? • Est-ce que tu penses que LinkedIn est une sorte de carte de visite ?
<p>9. RH</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regardes-tu le LinkedIn des candidats avant de leur proposer un entretien ? • Selon toi quelle est la place de LinkedIn dans la fonction RH ?

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Vois-tu LinkedIn différemment depuis que tu travailles dans la fonction RH ?• Durant tes études de RH est-ce qu'on te parle de LinkedIn ? Comment l'appréhender ? |
|--|--|

Entretien : réalisé le 25/01/2024 en visioconférence

Caractéristiques de l'enquêté : Femme de 22 ans, étudiante en Master dans une université en région parisienne. Alternante en communication chez une grande société d'énergie.

Laure : Bonjour ! Alors du coup, je vais te poser mes questions sur ton utilisation de LinkedIn. Voilà.

Mélody : OK. C'est parti !

Laure : Ensuite, ce que tu en fais quotidiennement ? Tes objectifs professionnels avec LinkedIn ? Ce que tu peux partager dessus ton engagement, voilà. Ton profil et tout, le tout le tralala. Tu es prête ?

Melody : Vas-y !

Laure : Alors tout d'abord, est-ce que tu peux te présenter ? Voilà, ce que tu fais dans la vie, ton nom, ton âge, ta trajectoire professionnelle, les études que tu as faites jusqu'à présent, tout ça.

Melody : OK donc déjà ça va prendre ça 10 minutes, mais "let's go" alors. Donc moi, je m'appelle Melody j'ai 22 ans actuellement, j'ai tout d'abord commencé par un bac ES économique et social V ; fait également la mention européenne en anglais. J'ai donc enchaîné ensuite avec un DUT Information Communication - option métier du livre et du patrimoine-. Où c'était en fait, il y avait des cours sur la communication et à la fois t'avais des cours en fait

tout ce qui est les métiers de l'édition, donc librairie impression éditeur, t'avais tout ça. Et j'avais fait ça parce que à l'origine du coup, moi je suis une grande passionnée de littérature. J'avais et j'ai toujours un compte Instagram où je parle livre, un blog où je parle littérature donc moi je veux me lancer dans l'édition. J'ai fait 2 stages lors de ce de ce DUT donc en petite maison d'édition, édition Bussière et édition du Jasmin. Et c'est là où je me suis rendu compte que un le milieu de l'édition est super, méga ultra méga bouché et que de 2 finalement en fait, ce qui m'attirait plus en édition, c'était la communication. C'est ça qui m'attirait le plus. Donc du coup je me suis dit je vais partir un peu, avoir un plan B quand même et donc je suis partie faire une Licence Pro Chef de Projet de Communication. Donc là c'est la même fac que le DUT et là j'ai fait dans cette licence chef de projet, donc en gros là comme 360, c'est à dire qu'on avait cours de relation presse, d'événementiel, de marketing, de d'achat de médias, comédie. Mais enfin vraiment, on a tout fait, on a fait pas mal de briefs avec des agences, des choses comme ça. Et donc j'étais en alternance. Donc à ce moment-là, l'EFCH qui est donc fait partie du ministère de l'armée. Et donc là, j'étais à Ivry et pourquoi j'ai fait cette balance ? Parce que bah, c'était bouché. Et donc il me fallait un plan B et sauf que ça a été très compliqué, très très très compliqué de trouver une alternance en L3 pro parce que les entreprises, elles cherchaient surtout des CDI déguisés, donc des gens qui étaient en master L 3 pro pour eux ils n'ont pas assez d'expérience. J'avais envoyé une centaine de candidatures pour genre vraiment un oui quoi et quelques entretiens. Donc ensuite de ça quand j'ai fini j'ai retenté pour mon master de trouver une alternance en édition ; j'ai fait quelques entretiens mais ça n'a pas abouti. Encore une fois, c'est super bouché, c'est très compliqué. Je pense que faut être vraiment très connu sur les réseaux ou avoir un un vrai réseau que je n'avais pas encore à l'époque. Et donc du coup, j'ai enchaîné avec un master Communication. Parce que dans le cours de mon alternance à l'EFCH, je m'étais déjà rendue compte que bah finalement je revenais un peu à mes origines, c'est-à-dire à la communication digitale. Donc tout ce qui est réseaux sociaux. C'est-à-dire que quand j'ai commencé mon compte Instagram, j'avais vraiment envie de me lancer sur les réseaux sociaux dans le cadre de la communication. Mais en même temps je n'étais pas sûre donc j'avais testé plein de trucs et là c'est vraiment en étant l'EFCH où je me suis dit OK en fait dans toutes les missions que j'ai faites, vu que c'était vraiment un post 360, j'ai aimé vraiment tout ce qui est digital et donc du coup là je suis en alternance actuellement à CDE -l'énergéticien, pas l'équipe de France-, hein, je précise on ne sait jamais... Et donc c'est un poste vraiment très tourné digital où c'est tout ce qu'il y a création de contenu pour les réseaux sociaux. Donc là c'est surtout Twitter. On a fait un peu de LinkedIn, c'est de la veille. Enfin, c'est vraiment tourné externe digital. Après je fais aussi un peu d'interne. J'écris des articles à la fois pour l'externe, aussi pour

et ensuite, j'écris aussi des articles pour l'intranet. Je participe à des interviews, des choses comme ça. Donc on va dire que j'ai quand même un parcours. Si je pouvais le définir un peu, je suis un peu un couteau Suisse finalement, je pense qu'on peut le résumer comme ça parce que finalement, j'ai fait des petites boîtes, j'ai fait des moyennes, des grosses boîtes... J'ai fait de tout. Je veux dire, j'ai fait du public, j'ai fait du privé, j'ai fait de l'énergéticien, j'ai fait de l'édition donc j'ai vraiment fait de tout. Je suis restée assez ouverte sur la question et en termes d'expérience, j'ai vraiment fait de tout. Voilà. Donc ça c'est un peu mon parcours et mes trajectoires professionnelles. Moi après c'est de savoir pour la suite, donc je suis encore en alternance jusqu'en septembre et après je sais pas ce que je ferai de ma vie, voilà, est-ce que ça répond à ta question ?

Laure : Oui c'est parfait. Alors du coup là je vais te poser des questions plus du coup sur ton arrivée en quelque sorte sur LinkedIn. Du coup depuis quand tu enfin depuis quand as-tu LinkedIn ?

Melody : Alors si je ne me trompe pas, je l'ai vraiment lancé juste après le lycée DUT c'était vraiment cette période-là je pense que c'était avant mon DUT ou pendant parce que du coup comme je cherchais un stage et qu'il fallait que je me trouve un stage. Et on m'avait dit et c'est ma sœur Océane qui m'a conseillée de créer un compte LinkedIn, qui m'a dit faut que j'en crée un. C'est vraiment sur le réseau social sur lequel être. Donc au début, je n'ai pas forcément pris au sérieux, puis après là je en ce moment je ne vais pas spoiler je pense que tu vas me poser des questions après sur ça mais j'essaie vraiment de travailler mon compte LinkedIn pour qu'il soit vraiment le plus complet possible et pour avoir ajouté pas mal de relations, etc. Là, je crois que j'ai, je pourrais te dire les chiffres en même temps, mais je crois que j'ai à peu près 900 relations là sur LinkedIn je pense que je dois en connaître je ne sais pas, même pas 100. Tu vois ce que je veux dire ? Enfin.

Laure : Ok.

Melody : C'est ça ouais j'ai 811 relations précisément, voilà.

Laure :Ok. Alors ça on reviendra dessus après et du coup ouais c'était parce que tu recherchais un stage et c'est pour ça que du coup tu as créé ton profil.

Melody : Ouais, je l'ai vraiment, enfin ouais, maintenant que tu me le dis, c'est ça. C'était vraiment ma sœur qui m'a poussée à le faire en début de DUT parce qu'il me fallait un stage et que c'est ainsi où tu peux créer ton réseau, tu peux aller chercher des gens d'édition que tu vois, tu connais pas, tu les ajoutes. Je connais notamment un de mes potes à moi qui est qui s'appelle Yohann. Et qui travaille dans l'édition. Et en fait, il a trouvé son alternance comme ça il a posté son CV et en fait il a été contacté, il a pu trouver son alternance dans l'édition comme ça. Donc c'est vrai que ouais voilà pour l'édition et tout même de manière plus générale pour l'emploi, on m'avait clairement dit qu'il fallait que je me crée un compte LinkedIn. Et pourtant à ce moment-là je pense que c'était vraiment les débuts quoi. On m'avait dit vraiment faut que tu t'en crées un parce que pour trouver une offre d'emploi ou un stage un truc comme ça c'est le meilleur moyen quoi.

Laure : Ok, et du coup toi on t'a dit que c'était important que t'en crée un. Mais est-ce que selon toi aujourd'hui c'est primordial d'avoir un compte LinkedIn ? Surtout quand on est enfin quand on est jeune. Enfin quand on arrive dans dans les études sup ou qu'on sort des études sup. Pour toi, est-ce que c'est primordial maintenant ?

Melody : Je pense que oui. Alors je pense que certains te diront non parce que ils diront bah oui après tu peux toujours les contacter par Mail, tu peux toujours, tu peux envoyer des mails contacter tu sais sur les trucs genre Indeed, Welcome to the Jungle truc comme ça et tout. Mais je pense que en vrai c'est primordial. Genre, c'est à dire que si tu cherches un emploi quand t'es jeune maintenant t'es obligé d'avoir ça. Après encore une fois je nuancerais peut-être ça un peu, ça dépend aussi un peu du marché. Et dans lequel tu vas te mettre. Moi c'est un marché de niche donc faut avoir un réseau. L'édition c'est sûr que t'es obligée d'être sur LinkedIn parce que sinon ça va être très compliqué de rencontrer du monde, sauf si t'as du réseau à côté. Ouais je pense que de manière générale oui pour moi faut un compte LinkedIn parce que c'est là où tout se

passé. C'est là où tu peux avoir des opportunités, c'est là où tu peux rencontrer du monde et même je crois que maintenant il y a des applications comme Welcome to the Jungle quand tu veux te créer un compte, ils te demandent si tu veux pas créer ton compte avec LinkedIn ou je crois qu'il y a des applications qui te demandent de relier ton compte LinkedIn ? Il y a même je crois dans mes souvenirs des offres d'embauche où des fois ils disaient bah mettez votre compte LinkedIn. Je pense que c'est hyper important, c'est primordial même juste tu vois, je veux dire je prends l'exemple d'un RH qui recrute, c'est la première chose qu'il va faire c'est qu'il va taper le nom de la personne et va aller sur LinkedIn voir son LinkedIn et tout. Moi j'avoue quelqu'un que je sais pas, un collègue ou un truc comme ça que je viens chercher sur LinkedIn je vois qu'il a rien mis à jour je dis OK enfin tu vois genre je pense c'est ouais non c'est important pour moi il faut l'avoir parce qu'il y a tellement de choses qui se passent sur LinkedIn tellement d'opportunités qui peuvent se passer mon cas n'a pas été encore prouvé sauf pour certains trucs mais je pense que c'est vraiment un bon moyen ! Que c'est un peu obligé, quoi !

Laure : OK, et toi du coup tu passes combien de temps généralement sur la plate-forme ? Enfin, chaque jour ou chaque semaine, est-ce que c'est un rendez-vous quotidien que enfin t'y vas tous les matins ou combien de temps tu passes sur la plate-forme à peu près quotidiennement ?

Melody : Bah en vrai je vais pas te mentir j'y passe pas beaucoup de temps parce que tu sais j'ai enlevé les notifications parce que souvent t'as des notifications qui servent un peu à rien et tout genre en mode telle personne a publié depuis je sais pas combien de temps pour la première fois, j'étais en mode OK on s'en fout un peu, j'avoue que j'y passe pas beaucoup de temps, on va dire que j'y vais une fois par jour, je peux y aller genre 5 minutes. Je regarde s'il y a des nouveaux postes, s'il y a des trucs qui vont m'intéresser, notamment l'actualité, réseaux sociaux, communication, ça dépend. Si par exemple bah là je te prends l'exemple, je suis en train de voir pour trouver un CDI pour l'année prochaine c'est sûr que bah de temps en temps je me fais une petite session ou je vais sur LinkedIn, je sais pas, peut-être 1 heure et je regarde pour ajouter plein de gens. Par exemple, si je cherche pas un boulot dans l'édition, je vais me dire bah tiens je tape édition, je vois ce qu'on me propose, même les recommandations je vois ce qu'on me propose donc des fois y a ça. Et puis pareil, si je cherche une offre d'emploi, je vais me dire tiens, je vais passer 30 minutes. Regarder toutes les offres qu'il y a, c'est plus des sessions

comme ça, mais sinon au quotidien, c'est pas un outil que j'utilise, même que des fois je peux ne pas l'ouvrir pendant plusieurs jours. C'est à dire, que des fois comme j'ai pas les notifs ça m'est déjà arrivée de voir les messages genre 4 jours après quoi parce que j'avais pas ouvert l'application.

Laure : Ok, et du coup ? Quelle utilisation de enfin ouais, quelle utilisation t'en fais de de LinkedIn ? Est-ce que c'est plutôt personnel, professionnel ?

Melody : Moi ça va plus être professionnel dans le sens où c'est pas un réseau. Tu vois, j'irai pas raconter ma vie privée parce que ça concerne pas les gens et que c'est un truc quand même je trouve que c'est quand même un réseau où faut bien montrer tu vois. Faut pas te montrer comme là je suis en pyjama, tu vois dans mon lit. Ce que je veux dire c'est que t'es obligé d'être bien, t'es obligé de mettre sous ton meilleur angle, t'es obligé de faire bien les choses donc c'est vraiment un côté très professionnel et je vais pas raconter ma vie personnelle sur LinkedIn comme je peux voir certains qui racontent des anecdotes et tout. Non. Je trouve que c'est vraiment un truc où tu parles de ta profession, tu parles de ce que tu fais de toute façon tu vas poser des questions, tu vois ? Moi je fais des posts sur mon blog, sur les articles un peu professionnels et ça marche plutôt bien. Tu vois ce que je veux dire ? Donc c'est vraiment très professionnel. Ce n'est pas vie privée, vie groupe quoi.

Laure : Ok donc ouais, tu utilises surtout pour mettre en avant ton blog.

Melody : Alors je dis je pense pour plusieurs trucs, un bah pour chercher un emploi tu vois là notamment, je regarde, je mets des alertes, je mets les mots clés, je cherche des trucs de deux ; ça va être et c'est depuis pas longtemps en vrai que j'ai osé faire parce que syndrome de l'imposteur légitimité, tu vois. Ou en gros c'est des articles un peu professionnels, un peu réflexion sur mon blog, je fais des interviews d'auteurs, des fois je fais des articles un peu débats, j'ai fait un mémoire sur booktok et du coup j'en ai fait un article que j'ai mis sur LinkedIn. J'ai été interviewée cette année par une journaliste sur la romance donc j'ai publié l'article sur LinkedIn et ça a super bien marché. Donc on va dire qu'il y a vraiment tout un côté professionnel

de montrer ce que je fais dans mon temps, dans mon activité blogueuse, tout ça parce que aussi j'ai l'ambition de faire le truc un peu plus professionnel que juste faire des reviews et moi qui clash des livres, tu vois ce que je veux dire là ? Je veux vraiment que ça ait un côté un peu plus réflexif et que ça me serve pour la suite et que j'arrive à en faire quelque chose de ça, de manière professionnelle dans l'avenir. Notamment si je veux me lancer en indépendant, pardon, en édition, c'est aussi une manière de montrer un peu ma légitimité que la "meuf" elle arrive pas comme ça du jour au lendemain en se lançant dans l'édition en tant que freelance, mais qu'elle a fait des trucs avant. Que les gens me connaissent que les gens me reconnaissent quelqu'un qui parle de l'édition tu vois ? Qui vont se dire "Ah bah elle j'ai vu ses posts et ben beaucoup d'édition c'est logique tu vois ? Ou genre si ils pensent si ils voient mes articles ils vont peut être penser à moi pour d'autres trucs. Donc j'ai dit chercher un emploi mes posts et aussi un CV. Un CV vraiment je fais en sorte que mon LinkedIn bah tu pourras le regarder il est très très très très très détaillé, c'est-à-dire que je vais aller mettre parce que tu vois pour un CV souvent t'as une page et des fois t'as pas le temps de développer vraiment tout ce que tu veux mettre. Du coup, je vais vraiment faire en sorte que ce soit hyper détaillé. C'est à dire que pour ben, tout ce qui est universités, expériences, je prends le temps de mettre les matières que j'ai eu les cours. Si j'ai eu des projets. Mes expériences professionnelles pareil je pense. Je fais en sorte de détailler un max tout ce que j'ai fait aussi. Bah là par exemple, j'ai une expérience personnelle où je mets mon blog en avant, je mets les liens. Je travaille en tant que bêta lectrice avec des autrices, du coup, j'ai fait une partie expérience où j'ai mis en fait les liens qui renvoient vers les livres sur lesquels j'ai bossé tu vois ? Donc ouais on va dire un côté montrer ce que je fais deux mon CV, trois chercher un emploi notamment pourquoi faire en mode CV ? Parce que tu vois je prends le cas de ma sœur où elle en fait elle son LinkedIn. Elle a déjà été contactée plusieurs fois dans le cadre de de sa profession. En fait des ça s'appelle comment ça s'appelle ? Des chercheurs de prime, des je sais plus, des chercheurs de dettes ou j'en sais rien tu sais qui vont chercher des personnes, des talents et qui vont regarder ton profil et qui vont te contacter pour proposer un poste tu vois ? Donc il y a un peu ça aussi quoi.

Laure : OK et justement, est-ce que toi t'as déjà été contactée par exemple par messagerie LinkedIn ? Par justement des chasseurs de têtes, etc. Est-ce que il y a des personnes qui ou même des personnes qui je sais pas ont vu tes articles sur ton, sur que tu as partagé un article ou quoi sur ton compte LinkedIn ? Est-ce qu'il y a des personnes par par message privé on va dire qui viennent te te parler ou quoi ?

Melody : Alors sur le côté profession alors non ça m'est jamais arrivé. Mais c'est vrai que une fois ou deux j'avais mis mon CV j'avais des anciens. Enfin j'avais une ancienne prof à moi qui cherchait quelqu'un et qui du coup avait commenté en disant bah Moi je cherche une alternante si jamais ça intéresse et tout. Après j'ai jamais été contactée en tout cas pour un poste. Et pour tout ce qui est blog non pas forcément ils me contactent pas en privé. Mais c'est vrai que ça m'arrive d'avoir des commentaires de personnes disant que l'article est intéressant et tout. Etc quoi, mais on va dire je crois pas ou sinon non, vraiment pas.

Laure : Ok, est ce que t'as déjà eu une expérience négative sur LinkedIn ?

Melody : Pas forcément, mais c'est juste que des fois tu sais il y a un peu les gens en robot qui t'envoient des messages en mode ouais si vous pouvez si vous êtes intéressé. Attends je reprends mon LinkedIn et je te dis ça de suite. Est-ce que vous êtes intéressé pour tu sais, pour une application, une agence qui peut t'aider et tout ? Genre là y a pas longtemps après y en a, je comprends pourquoi ils font ça. Ah si par exemple, j'ai en trouvé un, je suis ravie de vous présenter une métaphore. Trois adresses d'exception pour vos séminaires cocktails et événements une expérience haut de gamme blabla la "meuf" comme ça qui vient pour faire sa pub alors que genre ça n'a aucun rapport avec moi tu vois. Mais j'ai un autre exemple qui était intéressant, auquel d'ailleurs j'ai oublié de lui répondre depuis le 14 décembre par exemple, quelqu'un qui est en freelance et qui a vu que j'étais chargée de COM à CDE et qui me contactait parce que elle voulait voir si dans le cadre de mes missions, est-ce qu'on enfin, dans le cadre de mes missions, est-ce que j'avais besoin d'illustrateur, comment ça se passait ? Et en gros, elle m'a contactée par message. Et voilà, elle a tenté sa chance. Après moi je lui ai dit que j'étais alternante et que je pouvais rien faire pour elle. Tu vois. Mais c'est plus les trucs en mode un peu shiant. En mode ouais. Ah ouais tiens, regarde plateforme leader, social Media Management. Apparemment, elle m'a déjà envoyé un précédent message que je n'ai jamais ouvert. Le placement collaboratif complet qui vous permet de centraliser, optimiser la gestion de vos réseaux. Tu vois c'est plus ce genre de truc comme ça qui me saoule où c'est genre il y en a plein comme ça et des fois je me fais avoir genre j'accepte la quelqu'un et après je vois qu'il m'a envoyée un message et je me dis j'aurais pas dû l'accepter quoi.

Laure : Ouais donc pour toi c'est ça le côté négatif sur la plateforme c'est les messages un peu automatiques ou les pubs que tu peux recevoir par message privé quoi.

Melody : Ouais, c'est ça. Après il y a des gens très gentils. Tu vois, il y a un mec qui m'a envoyé un truc. Hello Melody, très heureux de pouvoir suivre ton actualité. Qu'est-ce que tu veux leur dire à ces gens-là, genre parce que des fois tu sais pas si c'est un message que eux-mêmes sont allés écrire et je suis en train de faire un coup de *gueule* pour LinkedIn désolée.

Rire...

Mais tu sais pas si des fois c'est genre un message que eux ont vraiment pris le temps d'écrire ; qui s'intéressent vraiment à toi, à ce que tu fais. Ou si c'est un truc automatique et tout. Et des fois, je suis là en mode. Ah bah tiens regarde. Ah non. Ahh oui, une fois j'avais non pardon. Aussi, ce qui est bien avec LinkedIn par contre c'est que tu peux mettre ton CV directement genre candidature rapide ou je sais plus quoi et après ils t'envoient un message et là j'avais quelqu'un qui m'avait envoyée un message en mode bon ben on a bien aimé votre CV. Est-ce que vous pouvez nous envoyer votre lettre de motivation ou je sais pas quoi tu vois genre en mode...

Laure : Ok et sinon la messagerie LinkedIn, est-ce que tu t'en sers ? Je sais pas pour parler avec des collègues ou parler avec des amis ou ce genre de choses? Est-ce que toi tu l'utilises personnellement ou pas ?

Melody : Ouais alors soit quand je vois une offre de poste qui pourrait intéresser des potes, je l'envoie, soit des fois j'ai des potes qui m'envoient des offres d'alternance et je l'envoie, soit je regarde un peu. Après ouais non, c'est plus partager des offres, on m'envoie des offres ou sinon je partage des trucs d'actu, genre en mode des fois par exemple, je vois une actualité qui pourrait être intéressante pour des copines qui travaillent dans un secteur en particulier. Et puis voilà on va dire que ou sinon j'utilise pour parler avec des gens. Quand par exemple je sais pas, genre j'ai des collègues, j'ai pas forcément leur numéro, j'ai pas forcément leurs comptes réseaux

sociaux privés parce que ça j'accepte pas les gens de mon boulot. Enfin sur mes comptes réseaux sociaux privés je n'accepte aucun de mes collègues et donc du coup des fois j'ai pas forcément leur contact. J'ai pas forcément un mail en dehors de celui CDE ou genre un un numéro de téléphone et donc du coup des fois ça m'arrive genre de discuter avec les personnes par LinkedIn. J'ai un collègue même si j'ai son numéro de téléphone je vais pas lui envoyer un SMS je trouve ça encore un peu trop privé tu vois. Alors que LinkedIn je trouve, ça reste un peu professionnel et du coup bah tu vois par exemple avec mon collègue de temps en temps je lui dis bah tiens j'ai vu ça, ça pourrait t'intéresser. Tiens je viens de voir cette annonce là, je regarde la conversation tu vois genre là par exemple c'était 5 outils sur comment analyser les concurrents ? Donc du coup, je l'ai envoyé, ou une pub que j'ai trouvé intéressante, je lui envoie sur lequel on pourrait s'intéresser. Et là tu vois, c'était un truc sur l'algorithme de Twitter, il a été révélé au monde entier. Les 8 points essentiels à retenir ? Parce que comme on travaille sur Twitter, du coup je l'ai envoyé à mon collègue, je lui dis bah Voilà, comme ça t'as l'info et tout ou le guide des réseaux sociaux. Tiens d'ailleurs, c'était le truc que je cherchais, tout à l'heure que j'avais pas réussi à retrouver, attends, je l'enregistre avant que j'oublie. Voilà c'est bon, voilà, c'est plus ce genre de choses à quoi.

Laure : Ok, et du coup LinkedIn, est-ce que ça t'a permis du coup de garder le lien avec enfin des anciens collègues etc comme tu disais que t'avais pas forcément leur numéro ou que tu les avais pas sur tes réseaux sociaux perso est-ce que ça t'a permis de garder le lien ? Ou même des fois tu te dis "Ah bah oui tiens je vais regarder ce qu'il devient en allant voir son compte LinkedIn ou quoi" ?

Melody : Garder des contacts, je sais pas trop... Si par exemple tu vois, il y avait quelqu'un que j'avais rencontré quand j'étais en licence pro parce que en fait, j'étais revenue sur mon ancien lieu de stage pour déjeuner avec mes anciennes collègues. Il était là et en fait, j'avais passé l'après-midi à l'aider sur son CV et donc quand quand j'ai vu qu'il avait un nouvel emploi ou un truc comme ça, tu vois, je lui envoyais un message du genre. Ah bah super mais tu vois c'était genre 2 ans après tu vois c'est plus ça après ouais, ça m'arrive des fois de me dire Bah tiens, elle devient quoi cette personne ? Et du coup je vais regarder ça. Ouais ça peut m'arriver et tout après garder contact discuter encore avec eux ? Non, pas vraiment. En tout cas LinkedIn je vais pas garder contact avec eux, c'est plus on va dire suivre un peu ce qu'ils font. Leur évolution et

voir ce qu'ils font. Et voir où ils en sont dans la vie, soit ils ont eu des postes ou non ? Tu vois si des fois j'ai pas de nouvelles ? Bah tiens je sais pas, je te prends l'exemple de mon ancienne ancienne tutrice de de d'alternance à l'EFCH qui était partie au bout de 2 mois qui avait démissionné. Et en gros bah là il y a pas longtemps je me suis dit bah tiens elle devient quoi et tout. Je suis allée sur son LinkedIn pour voir si elle avait toujours le même poste, si elle l'avait changé tu vois.

Laure : Ok, et est-ce que tu trouves que l'utilisation de LinkedIn est facile ? Est-ce que pour toi c'est tu trouves que c'est assez simple de naviguer sur la plate-forme ? Ce qu'ils proposent c'est facile à comprendre, etc par rapport à d'autres réseaux sociaux par exemple ?

Melody : Ouais bah je trouve que pas toujours. Parce que des fois après peut-être parce j'utilise pas souvent aussi et que du coup comme je poste une fois par mois j'ai pas forcément tu vois l'habitude et tout mais pas toujours. Je trouve que des fois je me je me fais *chier* pardon je suis vulgaire ? Des fois je m'embête à aller chercher certains trucs et du coup il faut que j'aïlle sur Internet. Limite à dire mais attends ou sinon des fois faut que je fouille la plateforme pour réussir à retrouver où sont certains éléments tu ? Attends, pardon, je perds ma couverture, je reviens. Il y a certains trucs comme ça où ? Euh ouais, où je trouve que des fois c'est pas euh. Mais, mais pas forcément. Est-ce que je dirais que c'est pas parce que c'est pas intuitif ? Non, je dirais plus parce que c'est parce que comme je connais pas forcément tous les tenants et les aboutissants de la plateforme, quand j'y reviens, des fois je suis un peu en mode ouh, attends, comment ça marche déjà ? Où est-ce que je trouve ça ? Ben je te prends l'exemple, tu vois par exemple ce matin je cherchais le poste, là que je viens de retrouver. Je cherchais un poste du coup ce matin que j'avais vu y' a longtemps et du coup je cherchais les éléments pour plus tard les conserver et j'étais en mode attends. Où est-ce qu'on retrouve les éléments enregistrés ? Donc finalement j'ai retrouvé assez rapidement mais tu vois, j'ai quand même dû poser la question de où c'est quoi ?

Laure : Ouais, ça ne te saute pas directement aux yeux quoi.

Melody : Non. Mais peut-être parce que si j'utilise pas souvent quoi, voilà.

Laure : Oui ouais ouais, peut-être une question aussi d'utilisation. Parce que si par exemple tu travaillais et que tu faisais beaucoup de posts sur LinkedIn par exemple pour ton taf, etc, peut être que tu aurais des mécanismes plus faciles. C'est comme tu utilises Twitter, il y a d'autres personnes qui auraient peut-être plus de facilité avec LinkedIn et beaucoup moins avec Twitter. Ce genre de choses par exemple, c'est ça ?

Melody : Ouais parce que ouais. C'est ça, c'est un peu comme les logiciels Adobe si tu utilises pas depuis longtemps. Après, je trouve quand même que les plateformes maintenant des réseaux sociaux font en sorte que ce soit intuitif dans le sens où je crois que j'ai vu un reportage une fois sur des enfants qui avaient genre 4-5 ans et qui savaient genre chercher des vidéos Youtube les passer en revoir d'autres. Donc pour moi, je pense que c'est assez intuitif, ils font en sorte que ce soit simple, mais c'est vrai que quand tu utilises jamais, des fois c'est vrai que tu vois Twitter par exemple si tu travailles pas pour ton taf pour faire ça, moi par exemple quand tu vas sur Twitter, tu tapes Twitter un tweet, tu t'écris ton tweet, tu l'oublies. En fait quand t'es une boîte faut que t'aïlles sur un truc spécifique où tu peux avoir d'autres fonctionnalités et tout, tu vois ce que je veux dire. Donc ça c'est des trucs que des fois si tu utilises pas, t'as pas forcément ce type de fonctionnalité là quoi.

Laure : OK, et selon toi, qu'est-ce qui diffère LinkedIn des autres réseaux sociaux ? Enfin, des réseaux sociaux classiques comme Instagram, Twitter, Facebook. Pour toi qu'est-ce qui diffère sachant que bah LinkedIn c'est un réseau social mais il est professionnel. Mais qu'est-ce qui diffère selon toi ? Les grosses différences que t'as pu remarquer ?

Melody : Je pense que, comme tous les réseaux sociaux, il a un peu les mêmes bases. J'ai envie de dire Tu sais, il a quand même le fil que tu vas aller scroller. T'as la messagerie souvent d'ailleurs qui est toujours sur le même côté. Tu vois, regarde si tu regardes Instagram et Twitter, la messagerie elle est à droite. Bah LinkedIn ça va être pareil. La barre de recherche elle est au même endroit que Twitter. T'as le truc de scroller. T'as même le truc maintenant quand tu vois

sur Instagram tu sais bon on va LinkedIn t'as le truc avec le petit plus pour poster un truc. Ben maintenant sur Instagram c'est pareil, c'est au même endroit. Enfin, je sais plus si c'est dans l'ancienne mise à jour, donc celle-là je sais plus, mais en tout cas c'est à peu près la même chose. Je pense que fondamentalement en vrai ils reprennent un peu les mêmes basiques qui marchent un peu chez les autres plateformes, c'est à dire que c'est toujours quand tu réfléchis les plateformes sont en fait finalement elles sont un peu conçues de la même manière. Pour que si tu vas d'un endroit à un autre, tout soit au même niveau et que tu t'en sors, tu vois genre moi tu dis bon bah ça je m'en sors parce que en fait limite Twitter c'est un peu la même configuration je dirais. Je pense que c'est juste tiens j'ouvre LinkedIn. On sait jamais y a peut-être des choses qui vont me.... Je pense que c'est juste. Je pense que c'est juste que LinkedIn je pense que c'est plus le fond qui va changer dans le sens où quand tu vois la tu compares Tik Tok et LinkedIn. Je sais pas la plateforme et tout. Tu sens quand tu vas sur LinkedIn c'est du sérieux tu vois ? C'est pas le truc où tu vas aller publier une vidéo toi en train de faire un sketch de rôles sur les inconnus, tu vois ce que je veux dire, je trouve que c'est vraiment juste l'ambiance, c'est à dire que quand tu es sur c'est plus vraiment le fond dans le sens où sur LinkedIn les gens vont mettre nom, prénom. Ils vont mettre une tenue avec une belle photo profil etc quand ils vont faire des posts, souvent les posts sont ultra réfléchis, j'ai jamais vu un post avec juste une ligne. Non. Les gens réfléchissent au hashtag, ils réfléchissent aux emojis, ils réfléchissent au fait que ce soit bien bien détaillé, bien cadré, etc, alors que sur les autres réseaux sociaux, bah des fois t'as des pseudonymes, des fois t'as des t'as même pas de photo de profil, des fois t'as pas enfin LinkedIn aussi, mais par exemple sur LinkedIn je verrai pas quelqu'un mettre une image je sais pas d'un chat en photo de profil tu vois ce que je veux dire ? Je pense que fondamentalement la différence c'est vraiment juste l'atmosphère, j'ai envie de dire qui est la dessus. Ou quand tu sais que tu vas sur LinkedIn c'est pas pour "déconner" et que tu peux pas aller t'amuser à mettre des vidéos de ton tonton en train de faire des "conneries" chez toi.

Tu vois ce que je veux dire ?

Enfin genre, je pense c'est plus ça mais fondamentalement plus sur la forme. Sur la configuration finalement, en fait ils réutilisent un peu les basiques que tu retrouves un peu dans tous les réseaux sociaux quoi.

Laure : Ok. Sur LinkedIn, est-ce que t'es abonnée à des groupes ? Par exemple, est-ce que tu suis des Live, ce genre de choses sur la plate-forme? Enfin, c'est des choses que tu peux

trouver sur sur Facebook par exemple, les groupes, les lives. Tu peux les retrouver aussi sur Tik Tok et Insta. Est-ce que toi sur LinkedIn c'est le genre de truc que tu utilises ?

Melody : Alors, je suis des gens genre des influenceurs un peu LinkedIn, tu vois ceux qui sont sur les réseaux sociaux, sur le Community Management qui peuvent m'apporter ou qui postent des trucs sur les dernières actualités de l'écologie, des choses comme ça. Je leur mets à côté de ça, moi de base je suis pas live, je regarde jamais les lives sur aucune plateforme. Ça m'intéresse pas, enfin je, j'ai pas, je crois, l'attention pour ça de rester sur ça et pareil les groupes non pas du tout parce que moi déjà j'ai pas Facebook. Je suis pas du tout forcément des groupes. Je vais plus suivre des gens qui professionnellement vont m'apporter la valeur ajoutée sur mon travail. Genre par exemple si ils postent des bah tu vois les guides des réseaux sociaux, les dernières actus sur Twitter, ce genre de choses, mais sinon non, pas de live ni de groupe.

Laure : OK. Comment tu espères que LinkedIn puisse contribuer à ta carrière à long terme ?

Melody : Alors, je dirais qu'à long terme, déjà un peut-être, tu sais me faire un peu reconnaître comme une personne à suivre sur l'édition, sur les livres, etc, parce que je me dis que bon j'espère que ça fait pas XXX (29:16) ce que je dis mais parce que j'ai fait plein de mémoires tu vois sur la question, j'ai fait des articles un peu intellectuels sur la question, c'est pas juste des reviews où je donne mon avis sur un livre et que je le défonce ou pas. Que c'est vraiment un truc intelligent. Et que je me dise tiens si les gens pensent à quelqu'un sur l'édition, ils veulent savoir des actus, ils veulent un peu s'instruire sur l'édition, ils vont venir sur mon profil LinkedIn. Je te prends un exemple aussi. Par exemple, moi je fais de la lecture bêta depuis des années et en fait c'est un peu le bouche à oreille en fait. De temps en temps, sur Instagram je reçois une demande de quelqu'un qui me dit Ah bah j'ai ce livre-là à lire en bêta lecture ou même sur Twitter Hein. Est-ce que tu serais intéressée ? Est-ce que tu as le temps ? Et tout. Pour l'instant, je refuse tout le monde parce que je veux des trop bonnes expériences qui font que je reste avec les gens avec qui je sais que je travaille. Mais tu vois, c'est quand même une bonne chose parce que je me dis le jour où je vais peut-être me lancer en freelance là-dessus. Bah ce genre de gens c'est bien que les gens viennent me voir spontanément. Tu vois ? C'est ce que je me dis Bah "putain" ça fait excuse moi je suis archi vulgaire. Excuse-moi je disais. Je disais donc mince et non péripatéticienne ou je sais pas quoi le terme. En bref. Oui, que les gens

pensent à moi quand ils pensent à la bêta lecture, c'est une bonne chose, tu vois ? C'est c'est vraiment une bonne chose et je suis contente parce que ça prouve parce que ça fait à peu près 7-8 ans que je me suis lancée là-dedans, j'ai fait mon petit fil de chemin, les gens pensent à moi, les gens se disent bah tiens si je cherche quelqu'un qui veut lire un manuscrit, il faut que j'aille la voir elle. Et du coup, c'est un peu le truc que j'espère aussi avec LinkedIn c'est que les gens me suivent pour ça et notamment une autrice, Louise Nicolas qui le dernier post que j'ai fait c'était une interview d'autrice elle a fait un commentaire ça m'a grave touchée, elle a dit c'était sur son post LinkedIn je disais elle m'a dit

“Oh mais tes posts enfin tes articles sont toujours super intéressants etc”,

et je me suis dit OK donc je fais pas ça dans le vide et je fais pas ça dans le vent il y a vraiment des gens qui vont aller le regarder notamment mon dernier post mon dernier article il a vraiment bien marché sur LinkedIn donc j'étais vraiment contente. Je me suis dit OK, il y a de la valeur ajoutée, j'apporte quelque chose. Je parle pas dans le vide tu vois. Donc je pense que c'est vraiment être reconnu comme quelqu'un de l'édition qu'on va suivre etc. Pas hautain mais voilà, après c'est plus bah professionnellement, sur le long terme c'est peut-être genre que ça m'aide à trouver un travail dans le sens où j'aimerais bien que si un jour un poste vient à se libérer, il y a des gens qui me contactent en mode ah bah je cherche quelqu'un, est-ce que ça t'intéresse ? Tu vois, je pense que ce serait plus me faciliter la vie. Et puis ça prouverait aussi que du coup mon profil est intéressant, que les gens s'y intéressent. Et après ? Bah après sur le long terme aussi je pense que c'est suivre un peu les actualités parce que comme on travaille dans la communication, c'est quand même quelque chose qu'on doit faire se mettre à jour de manière quotidienne. Et je reconnais que je le fais pas forcément parce que soit j'ai pas forcément le temps de vraiment prendre le temps, genre 1 h tous les matins, regarder la veille sur chaque truc, etc. Je me suis abonnée à quelques newsletter mais mais LinkedIn c'est bien parce que c'est vraiment un truc que t'as dans l'immédiateté. Tu vois, par exemple, si c'est une newsletter, c'est vrai que c'est une fois par mois. Là LinkedIn tu vas arriver le matin même l'information elle sera déjà sortie. Donc, je pense c'est aussi un tout, un contenu d'actualité me garder à jour parce que je le fais pas assez je pense, voilà quoi. Moi, je te dis.

Laure : Très bien, très bien. Du coup, tu m'as dit que tu utilisais LinkedIn pour élargir ton réseau, surtout dans le domaine de l'édition. Donc des fois tu peux prendre 01h00 pour ajouter des personnes, etc. Comment tu choisis les personnes avec qui tu vas te

connecter ? Comment tu choisis, si tu vas suivre plutôt la personne ou si tu vas directement te enfin demander à se connecter à elle ? Comment tu vas choisir les personnes ? Quelles sont les bonnes personnes à suivre, à se connecter, etc ?

Melody : Alors je te prends le cas de l'édition, par exemple, je vais taper, juste éditrice. Et en fait, si je trouve juste plein de gens qui se disent éditrices de certaines maisons d'édition que je connais, je vais me connecter avec elles. Les personnes que je vais suivre ça va plus. C'est un peu les influenceurs LinkedIn. Je sais pas s'il y a un terme sur ça ? Mais je pense à Jonathan ou Louis mais je pourrais te les envoyer parce que j'ai très mal dit son prénom. Je crois que c'est ça. Je l'avais vu à médias en scène. Faut que je te retrouve les noms.

Laure : Ouais, tu m'enverras les noms comme ça.

Melody : Ouais, il y a pas de soucis, je t'enverrai un profil mais je vais plus regarder. Attends, je vais te dire ça parce que du coup je peux voir les personnes que je suis. C'est ça en fait, je vais plus regarder les gens qui vont être influenceurs. Par exemple, là je te prends Diane Macé, “je te guide pour attirer tes clients sur LinkedIn, sans prospection”.

T'en as une autre qui est sur l'identité des marques, en fait, je vais plus aller suivre des gens qui vont m'apporter en termes de d'actualité. De comment dire, d'informations de valeur ajoutée, etc. Et je vais aussi suivre. Ah voilà c'est bon j'ai retrouvé son nom, ouais c'est Esparguier je sais pas comment on dit, bref je vais recevoir, je vais suivre aussi les gens par exemple qui acceptent pas qu'on se connecte à eux et qui veulent qu'on les suivent. Bah là du coup je me dis bon bah vas-y je vais les suivre on sait jamais.

Et aussi, je pense que les personnes un peu haut placées, je te prends l'exemple de à mon travail donc. Donc moi je suis dans un pôle et au-dessus de ce pôle il y a un directeur de pôle de toutes les filières de 3000 personnes qui s'appellent Marc Benhaoum. Et bah par exemple, lui tu vois, je le connais pas personnellement, c'est pas mon collègue, je veux pas me connecter avec lui, je vais aller le suivre tu vois quand même parce que c'est mon directeur plus plus. Je sais pas à quel degré il est mais je vais aller le suivre parce que je me dis OK c'est pas mon directeur, enfin c'est pas mon collègue. Pardon on ne s'est jamais parlé mais je vais aller le suivre parce que ouais c'est une personne qu'il faut que je suive ce qu'il dit des choses comme ça tu vois.

Donc, il y a des collègues, enfin il y a des personnes comme ça qui sont dans mon giron au travail que je vais aller suivre. Et c'est surtout des fois c'est un peu drôle parce que il y a des des un peu des dirigeants à CDE pour lesquels j'ai créé leur post LinkedIn à une époque je le faisais et je me suis toujours dit, si un jour j'essaie de me connecter avec eux, ils vont se dire, mais c'est quoi elle ? Genre ils ne vont pas m'accepter. Alors que c'est moi qui ait fait leur post LinkedIn, tu vois, c'est ça qui est très drôle quand des fois tu es la petite main. Je pense que c'est aussi un peu une question de légitimité. Tu vois, je vais aller suivre ces gens-là parce que je vais me dire, mais ils vont voir, ils vont dire, mais c'est quoi celle-là ? Tu vois ce que je veux dire en mode qu'est-ce qu'elle veut celle-là ? Et des fois, je me dis. Mais j'ai écrit tes posts LinkedIn !!! Je suis quelqu'un, tu vois ? J'espère que ça répond à ta question.

Laure : Mais du coup, tu me disais qu'il y avait des personnes haut placées du coup que tu suivais mais que tu ne te connectais pas à elles. Mais par contre il y a des des personnes que tu n'as jamais croisées non plus mais que elles par contre tu ne vas pas hésiter à demander à te connecter.

Melody : Ouais, ce que j'étais en train de me dire quand je répondais à ta question, c'était un peu un paradoxe, c'est-à-dire qu'il y a des gens que je ne connais pas, auxquels je vais me connecter, mais c'est plus des gens qui sont pas dans mon giron où on travaille, tu vois ? C'est-à-dire que si eux ils me refusent, je m'en fiche, je les connais pas, je les croiserai jamais, je ne vais jamais leur envoyer un mail. Tu sais ce que je veux dire ? Alors que Marc Benayoun par exemple, si il me refuse etc, je me dis c'est un peu gênant parce que si un jour je le croise dans un salon et qu'il me parle. Il va pas penser à que c'est moi qui l'a refusé il y a 6 mois alors que moi je saurais qu'il m'a refusée sur LinkedIn. Tu vois, je pense que c'est plus une question de connaissance ou pas connaissance, tu vois franchement il y en a, je vais pas avoir de difficultés à les ajouter parce que je me dis je les rencontrerai sûrement, jamais, on va jamais se croiser, et s'ils me refusent, dans 6 mois j'aurai oublié. Alors que quand c'est quelqu'un, un dirigeant dans ton taf, et cetera, tu vas sûrement recroiser je trouve, ça devient un peu gênant. Après peut être que c'est moi qui rends le truc gênant et c'est pas gênant de base hein, mais je sais pas, c'est juste aussi une question de ouais, de légitimité, donc est ce que je me sentirais assez à l'aise ? Tu vois ce que je veux dire enfin ? Non, même quand je poste mes articles LinkedIn et tout des fois je me dis mais je suis qui en fait ? Je suis qui pour aller dire à des gens de l'édition, bah en

fait l'édition ça marche comme ça, c'est ça c'est ça, tu vois, là il y a un article que j'ai trop envie de faire et en même temps je me dis si je le poste, je me dis mais je suis qui en fait ? Pour aller dire Ah bah ça marche comme ça à des gens qui me suivent, qui sont dans l'édition, qui en connaissent sûrement 10 fois plus que moi sur la question, tu vois.

Laure : Et tu t'es pris beaucoup de refus de connexion par exemple ? Enfin, c'est quelque chose que tu fais attention ou parce que du coup tu fais attention pour pouvoir aller les suivre par la suite.

Melody : Non. Tu vois par exemple là ? J'ai 46 personnes à qui j'ai envoyé une invitation et qui m'ont jamais accepté, tu vois ce que je veux dire ? Et c'est vrai que des fois, quand je fais un peu du Follow en masse. Ça m'est déjà arrivée. Ben, notamment quand j'ai commencé vraiment LinkedIn et que du coup je devais ajouter des gens qui sont dans le même milieu que moi. J'ai ajouté, même LinkedIn, il m'avait bloqué tellement j'avais ajouté tellement de monde en 2 jours, j'avais ajouté plein de gens et en fait il y a plein de gens qui m'ont jamais acceptée et du coup après de temps en temps, voilà tu vois, je vois ça, mais en vrai je regarde jamais. Une fois j'avais regardé, j'avais enlevé des demandes et tout, tu vois enfin genre je passe vite à autre chose je m'en fiche même si il y a quand même 46 personnes que j'ai demandé qui m'ont jamais acceptée. Mais c'est pas c'est pas trop grave tu vois, si quoique il y a quand même des gens. C'était mes anciens collègues, ils abusent un peu.

Laure : Et du coup tu m'as dit que t'avais 811 relations et t'as combien de de personnes qui te suivent ?

Melody : Ah, je vais te dire ça tout de suite, j'en ai 54. Pardon, personne que je suis. Attends, je vais regarder tu sais comment on fait ça ?

Laure : Tu te débrouilles. Non parce que généralement quand tu te connectes à la personne tu la suis je crois, mais du coup tu peux la suivre sans être connecté.

Melody : Oui effectivement tu peux la suivre sans être connecté. Alors écoute, je regarde là mais j'en ai aucune idée. Je vais chercher, je te dirai.

Laure : Ok. Parce que je me souviens pas.

Melody : Mais je sais que j'avais vu des données donc...

Laure : Attends. Bah quand tu vas sur ton profil, bon après là je suis sur l'ordinateur, ça te met par exemple moi j'ai 390 relations et ça me met à côté 406 abonnés.

Melody : Ah bah attends, je vais regarder sur mon ordinateur

Laure : Donc tu vois après sur le téléphone je sais pas mais mais du coup voilà ?

Melody : Tu le vois où ça ?

Laure : Bah quand t'es sur ton profil.

Melody : Mais je dois être bête Tu me montreras après.

Laure : Je te dis, c'est pas grave, t'inquiète. Ok. Ah Melody ne bouge plus....

Melody : En plus, je te dis non, mais je suis sûre que je l'ai déjà vu ce truc de "merde" en plus.

Laure : Bon c'est pas grave tu regarderas après mais ouais quand tu vas sur ton profil ou il y a genre ton nom, ton prénom, ta photo de profil tout quoi et en haut t'as écrit ton taf, tes coordonnées et ça écrit enfin abonné. Il y a un point. Et après tu as les relations sur la gauche juste en dessous ta photo de profil en fait.

Melody : Ah moi j'ai juste écrit plus de 500 relations c'est tout hein ?

Laure : C'est tout.

Melody : Attends, tu sais quoi ? Je vais te partager mon écran. Qu'on règle la question maintenant. Vas-y, dis-moi où c'est du coup ?

Laure : Ça te met pas, mais si tu cliques sur tes plus de 500 relations, ça te met pas le nombre de 820. Ah mais ça te met pas toi, c'est bizarre.

Melody : Donc là, j'ai beaucoup de gens.

Laure : Bah c'est bizarre parce que enfin moi par exemple ça fait pas, enfin ça fait pas comme ça.

Melody : J'essaierai de voir si je trouve. Je te dirais.

Laure : Attends, regarde.

Melody : Intrigue quand même cette histoire...

Laure : Regarde moi tu vois là ou pas ?

Melody : Oui, ah oui.

Laure : Et ben moi tu vois, ça met là.

Melody : Effectivement, je...Ouais, j'essaierai de voir si j'arrive à trouver, mais...

Laure : C'est pas grave. Mais du coup ma question suivante était, est-ce que pour toi ces chiffres ils sont importants ? Est-ce que c'est important pour toi de te dire "Ah Ben j'ai plus de 500 relations" ou est-ce que c'est un chiffre que tu regardes parce que tu enfin tu as un compte Instagram, etc. Sur les autres réseaux sociaux, quand on a un compte public par exemple, que ce soit Tik Tok, Instagram, on peut se dire "Ah faut que je regarde le nombre d'abonnés que j'ai, combien j'ai pris", etc. Est-ce que c'est un truc qui t'importe beaucoup ?

Melody : Excuses-moi je t'interromps j'ai trouvé !Alors j'ai en fait c'est écrit j'ai 811 relations mais j'ai 828 personnes qui me suivent donc je pense que tu dois en avoir genre bah 19 qui me suivent juste tu vois qui sont pas connectés avec moi.Voilà. Pardon est-ce que tu peux me reposer du coup ta question ?

Laure : Oui, du coup je te demandais si les chiffres donc des personnes qui te suivent et de tes connexions, est-ce que pour toi ce sont des chiffres importants ? Parce que je te disais t'as un compte Instagram Tik Tok tout ça c'est le genre de chiffres sur des réseaux sociaux plutôt classiques qu'on regarde quand on a un compte public forcément qu'on regarde souvent, on se dit, "Ah bah tiens, j'ai, j'ai gagné tant d'abonnés, etc". Est-ce que c'est un truc important que tu regardes etc pour justement obtenir ta reconnaissance comme quelqu'un de dans

L'édition, etc qui a sa place et tout ? Est-ce que c'est important de savoir s'il y a des gens qui se mettent à te suivre, par exemple, une fois que tu as posté le lien d'un de tes nouveaux articles ? Ce genre de choses. Est-ce que ce sont des chiffres qui t'importent beaucoup ?

Melody : Alors j'ai envie de te dire oui, non. Non, parce que d'un côté-là, les 811 personnes auxquelles je suis abonnée, la plupart des gens, c'est des gens où je faisais des follows en masse pour avoir un plus gros réseau dans le cas où je partagerai un CV à qui ça parlerait etc. Et comme je te dis, sur les 811, je dois en avoir une centaine que je connais vraiment, donc en fait je me dis à quoi bon ? En fait les gens je suis abonnée avec eux mais sans plus, ils ne s'intéressent pas forcément à ça. Et d'un autre côté j'ai envie de te dire oui mais seulement dans le cas où par exemple je poste un truc et que après y a des signes Je te prends l'exemple ; bah quand j'ai posté mon article là, le dernier sur Luis Langlois, c'était une interview d'Autrice y a quand même plusieurs personnes après qui soit se sont mises à me suivre soit se sont abonnées et c'est là où je me dis c'est utile, ça veut dire qu'on se suit pas juste parce qu'on se suit là, on se suit parce que la personne elle est intéressée par ce que je poste, tu vois ?

Laure : Ok et du coup ouais donc enfin toi ton utilisation de LinkedIn tu ne fais pas que consommer ce qui te propose dans ton fil et tu proposes justement du contenu à travers ces articles.

Melody : Ouais ben je pense c'est le but. Mais tu vois par exemple, c'est bête à dire, mais j'irai pas forcément faire un post sur mon travail parce que je ne me sentirai pas légitime. Par exemple tu sais je travaille dans le monde de tout ce qui est énergéticien et tout. Donc je commence à quand même à connaître des choses, à avoir mon opinion sur certaines choses. Mais j'irai pas parler je pense pour ma boîte ; enfin pas que j'aime pas ma boîte hein. Je l'aime bien hein, mais je me sentirai pas légitime de le faire parce que je me dis y a déjà d'autres gens dans ma boîte qui le font, qui le font beaucoup mieux, qui le font très bien de manière intelligente. Et je me dis qu'est-ce que moi je vais apporter en plus à ça ? Et surtout le fait que bah finalement ça c'est pas un truc où je suis vraiment calée tu vois, c'est à dire je commence à connaître des trucs, mais je suis pas vraiment calée et je me sens pas vraiment légitime alors que l'édition je vais me sentir légitime parce que j'ai bossé dedans parce que ça fait 8 ans que je suis dedans. Parce

que j'ai travaillé avec des autrices, parce que j'ai mes articles, etc, mais tu vois par exemple, enfin, je reprends encore le cas de mes interviews. J'ai vraiment commencé à les partager. Bah du coup en 2024, mais genre j'ai commencé vraiment à les partager en 2023. Et pourtant ces interviews j'en avais fait d'autres avant et j'aurais pu les partager mais j'osais pas. Comme je l'ai dit encore des fois, c'est question de légitimité et tout. Mais ouais, je me sens plus légitime sur l'édition partagée sur ça parce que j'ai fait des mémoires dessus, parce que j'ai fait des recherches dessus, j'ai fait des entretiens dessus donc ça me semble légitime quoi ?

Laure : Ok. De toute façon on reviendra après sur le type de contenu que tu partages sur LinkedIn et qui est pour toi un bon post. Mais est-ce que du coup tu as eu, pour en revenir à tes relations, tes abonnés, tout ça ? Est-ce que tu as eu des expériences significatives de réseautage grâce à LinkedIn ? Est-ce que par exemple, tu t'es rendu à un événement ou quelque part et quelqu'un t'a reconnu justement grâce à ton LinkedIn ? Ou enfin voilà ce genre de chose par exemple.

Melody : Ça m'est déjà arrivée avec Insta et Tik Tok. Mais alors LinkedIn je crois pas ? Enfin si. Parce que quand même, la dernière fois c'était bizarre parce que je suis allée à une soirée événement, etc. Et en fait, j'ai pas dit mon prénom ni que je connaissais des gens dans la boîte. Et en fait, les gens me connaissaient déjà. Mais peut-être juste parce que la personne que je connais qui travaille dans la boîte m'a peut-être montrée à des soirées ou des trucs comme ça. J'en sais rien. Bah après non, je crois que LinkedIn en tout cas ça m'est jamais arrivée genre.

Laure : Ok. Est-ce que sur LinkedIn, tu recherches les noms des personnes, par exemple quand tu vas avoir un entretien d'embauche ou ce genre de choses, ou si on te dit bah tu vas travailler avec un tel, est-ce que tu regardes sur LinkedIn enfin le profil des personnes avant de les rencontrer ? Ou est-ce que avant de candidater par exemple, quand ta candidate à CDE, est-ce que juste avant t'as regardé sur LinkedIn les personnes qui travaillent, qui travaillent dans le pôle justement où t'as candidaté pour voir qui y travaillait, le profil, etc.

Melody : Je vais plus regarder quand j'ai un nom spécifique. Bah bien évidemment, quand j'ai postulé à CDE et que j'ai su le nom de mon possible tuteur avec qui j'allais m'entretenir, je suis allée sur LinkedIn et je suis allée chercher le nom de mon futur tuteur pour voir. Bah qu'est ce qu'il fait... Ce sur quoi il a posté, s'il a parlé sur certains trucs et aussi sa tête. Hein ? Mais des fois je trouve c'est rassurant parce que tu sais faire des entretiens, c'est un peu l'inconnu. Mais quand tu as un peu la tête de la personne à laquelle tu te dis OK, je vais rencontrer telle personne je pense un peu pour se rassurer. Plus ouais mais oui non ça m'arrive j'ai eu là j'ai eu 3, non j'ai eu 2 nouvelles collègues récemment bah quand j'ai su leur nom je suis allée sur LinkedIn parce que j'étais curieuse de voir bah qui elles sont, quand elles vont arriver, qu'est-ce qu'elles ont fait dans leur vie ? Bon du coup ça a mêlé un petit quiproquo parce que du coup il y a une de mes collègues que j'avais cherché sur LinkedIn et puis j'ai fait la bourde de lui dire le lendemain. Elle m'a dit. Bah du coup tu m'as spoiler euh oui genre j'ai fais la bourde de lui parler d'un truc que j'avais vu sur son LinkedIn. Voilà mais oui ça m'est déjà arrivée. C'est rassurant je trouve.

Laure : OK et tu regardes sur LinkedIn uniquement des personnes dans ton entourage professionnel, on va dire, où est ce que ça t'arrive de chercher je sais pas des personnes avec qui tu étais en cours au lycée par exemple, ou des personnes que tu suis sur Instagram ou sur Youtube, ce genre de choses et que tu cherches aussi sur LinkedIn où tu te focus uniquement sur les personnes avec qui tu travailles, où tu vas travailler, etc.

Melody : Alors, si c'est des anciens du lycée, du collège et tout ça peut m'arriver de regarder, mais en vrai, j'évite parce que j'ai pas forcément un bon souvenir de ces moments-là et de ces gens-là. Donc des fois franchement non, pas forcément après sauf si par exemple tu vois, je suis dans la fac dans 77 et j'étais dans le lycée dans 77, donc c'est sûr que je croise plein de gens que je voyais avant. C'est vrai que par curiosité, des fois je me dis : “ Qu'est-ce qu'il est devenu ? ” Tu vois ? Mais sinon non, je vais pas forcément chercher à me connecter avec eux. Au contraire je pense que je veux garder une distance. Après si, bien sûr, si dans mon travail ou dans les gens avec qui je vais travailler oui je regarde après si c'est des gens sur Instagram, Youtube, pas du tout parce que bah encore une fois pour moi c'est un peu briser la barrière privée professionnelle. Et ça viendra pas à l'esprit. Par exemple tu vois, enfin c'est un peu contradictoire, mais d'un côté tu postes mes articles etc sur LinkedIn, donc les gens ils savent que j'ai un blog, que j'ai insta et tout. Mais par exemple sur mon compte insta perso j'irai pas dire. Enfin sur mon compte

Insta, là. J'irai pas dire où je travaille, quel est mon nom de famille, etc. Je garde quand même une distance parce que je suis un peu parano des réseaux. Des fois LinkedIn il y a des moments où je me dis il faut que je le garde à jour et en même temps, des fois ça m'angoisse parce que je me dis maintenant et que euh des fous existent en ce moment... Le mec il a juste à taper mon nom et il sait où je travaille ce que j'ai fait les études, dans quel master je suis tu vois alors que sur Insta j'essaie vraiment de faire plus gaffe à ça oui je fais vraiment attention à ce que je mets je ne donne pas mon nom de famille, etc quoi.

Laure : Ouais quand tu veux des informations sur une personne ou quoi, t'as plus de facilité à te dire direct je vais aller sur LinkedIn ou tu vas aller sur un autre réseau social ?

Melody : Ben en fait si j'ai son nom, prénom, je vais plus aller sur LinkedIn parce que je pense que vraiment il y a 90% des gens, je pense qu'il y a un compte LinkedIn. Bon j'invente un chiffre hein, mais c'est un peu mon impression. Enfin, aujourd'hui quand tu tapes quelqu'un, si la personne n'a pas LinkedIn tu trouves ça étonnant. Tu vois ce que je veux dire ? Genre. Et sur Instagram, souvent c'est des pseudos et tout. Tu ne peux pas forcément retrouver les gens, tu vois.

Laure : Du coup, là je vais te poser quelques questions sur le contenu que tu partages, du coup tu m'as dit que tu partageais tes articles de ton blog et tout depuis l'année dernière. Du coup, c'est à quelle fréquence que tu postes à peu près ? Est-ce que tu te donnes un rythme ou ?

Melody : Alors normalement il y en a un, c'est à dire que normalement tu fais tant d'interviews d'auteurs par mois. Sauf que le problème c'est que j'avais contacté plusieurs personnes pour le faire. Je n'ai jamais de réponse ou des fois ça fait 6 mois que j'attends les informations donc normalement effectivement une par mois. Sauf que malheureusement, des fois je n'ai pas d'interview. Là tu vois, ça fait 2 semaines et j'ai toujours pas contacté la personne que je voulais contacter parce que je me sens pas légitime de le faire. Donc ça dépend vraiment en fait.

Laure : Ok et du coup comment tu choisis le type de contenu que tu partages sur LinkedIn ? Est-ce que c'est tout le temps que des articles de ton blog où est-ce que c'est parfois des posts à part entière ou tu as pas forcément de lien vers un autre, un autre site ou par exemple t'expliques une expérience ou un projet auquel t'as participé ? Comment tu choisis le type de contenu que tu vas partager ?

Melody : Alors bah déjà il faut savoir que des fois ça m'arrive de repartager des CV, des choses comme ça pour les gens, pour les aider un peu parce que je me dis genre j'ai 1000 abonnés, ça peut peut-être servir à quelqu'un ?

Après ça m'arrive de partager quand mes collègues publient des trucs. Voilà, c'est un peu large hein, pour créer des infos. Mais des fois ça m'arrive de partager quand mes collègues ont des trucs par exemple, je sais pas là j'avais fait participer à une campagne de communication sur 2 collègues du du pôle CST qui ont fait un challenge pour l'environnement. Je me souviens plus trop. C'était ah c'était le challenge naturel. Ah bah j'ai le post sous les yeux et donc c'est moi qui avait écrit la publication, etc. Et donc là j'avais repartager en disant bah heureuse d'avoir pu travailler sur la communication externe de challenge et tout blablabla. Et je souhaite un très bon rallye bla bla bla.

Après je repartage ouais bien évidemment des CV, des infos aussi par rapport à l'édition. Euh, quand par exemple t'as des gros chiffres qui sortent quand t'as des news, des choses comme ça, euh. Et puis par exemple, ouais, quand j'étais avant à l'EFCH, s'il y avait un article de presse dessus, je repartageais ce genre de choses là on va dire. Et après du coup, par rapport à spécifiquement mon blog pour te répondre plus spécifiquement, comment je choisis ce que je partage ? Pour moi je vais dire un peu tout ce qui est les trucs un peu je suis pas péjoratif mais un peu intellectuel qui vont avoir une vraie valeur ajoutée. Par exemple, quand je partage, bah quand j'ai fait mon morceau booktok et que j'ai fait un article dessus, c'est vraiment dire bon bah voilà, j'y ai passé 6 mois à travailler dessus.

Qu'est-ce que quelles sont les grosses, les grosses idées qu'on peut retenir ? Parce que je sais que pour les CM, pour les gens en édition, ça peut être utile tu vois. Enfin c'est plus des trucs où je me dis il y a une valeur ajoutée, ça peut intéresser les gens, ça va les faire réfléchir, ça va

peut-être leur même faire changer ou même eux-mêmes ils intègrent des trucs. Tu vois ce que je veux dire ?

Laure : Ouais, OK. Et d'après toi, qu'est-ce qu'une bonne publication LinkedIn ?

Melody : Alors une bonne publication, c'est que déjà t'as une phrase d'accroche. Ensuite de ça ben je vais prendre ma dernière ça ira plus vite. Une bonne phrase d'accroche, c'est à dire que là tu vois, le dernier que j'ai publié c'était il y a 2 semaines.

J'ai mis : les auteurs et autrices ont-ils un rôle de prévention ou de sensibilisation auprès de leurs lecteurs ? Toujours un peu, une phrase accroche, des fois un peu putaclic et tout.

Tu vois, quand j'ai partagé mon article sur LinkedIn, j'avais fait un truc sur LinkedIn sur booktop pardon, j'avais fait un peu un truc comment ? Attends que je te le retrouve.

Ah bah tu vois, là j'en ai un autre. Margarita Gabani la représentation de la sexualité dans les romances, on en parle avec Margarita Gabani. Après j'avais fait un autre truc, c'était genre l'édition utile à monde fermé. Donc pour moi faut passer un peu par une phrase d'accroche comme ça qui va être un peu genre catchy, un peu intéressante que ça va aller attraper des gens parce que tu sais sur LinkedIn, souvent t'as la première phrase après c'est écrit voir plus.

Quoi qu'il arrive, il faut qu'avec les 2 premières lignes tu arrives à faire un truc catchy ? Parce que sinon, il y a personne qui va aller regarder littéralement ce que tu publies. Tu vois ? Genre c'est pas... bah par exemple, Booktok, c'était Enquête au cœur de booktok, un hashtag qui divise ? Vraiment un truc un peu plus taclé, c'est un peu l'esprit quand tu mets voilà on prend une phrase catchy. Ensuite pour moi c'est mettre des emojis en début de paragraphe parce que je trouve que ça permet vraiment de bien séquencer le truc ça va être si c'est qu'on poste sur les auteurs ça va être bah déjà une petite phrase d'introduction en mode :

“aujourd'hui, découvrez le portrait de.... Bla bla”.

Après, je fais un petit développement sur de quoi ça parle, de manière sans éthique et après pour attiser, pour donner envie aux gens d'aller lire l'article vu que c'est des interviews ; je mets une petite citation, tu vois vraiment pour moi faut une phrase d'accroche ! Faut un petit développement qui soit développé mais un peu synthétique que ça soit pas trop trop long parce

que sinon personne va regarder les emojis je trouve ça marche hyper bien pour bien cadrer le sujet, etc, et pour aussi comprendre de quoi ça va parler.

Des citations, ça peut être hyper intéressant et tout et surtout à la fin, Call to action tu vois, genre en mode :

“Découvrez l'interview dans son intégralité,” j'avais mis quoi d'autre ?

“Découvrez l'interview juste ici”.

“Je vous laisse découvrir la suite”

Et par exemple, attends, je vais te reprendre un post que j'avais fait pour ah bah pour mon travail tu vois par exemple, je pourrais te l'envoyer. La phrase d'accroche, c'était : *“on se retrouve sur la route !”* tu vois ce que je veux dire ?

Faut un peu ouais, une phrase d'accroche, un complément, un call to action, des emojis en début de paragraphe, t'intègres les hashtags pendant que tu développes, c'est à dire que tu vas, tu vas pas les mettre à la fin mais essayer de les intégrer au fur à mesure et après la forme ouais, un petit renvoi vers un site, un petit truc comme ça, ça peut être intéressant !

Laure : Ok. Toi ça t'étonne pas qu'on utilise des des emojis dans les réactions à des posts par exemple avec enfin le j'adore, le j'aime tout ça... Et aussi il y a des emojis à chaque début de phrase. Est-ce que pour toi ça ne t'étonne pas ? Sachant que c'est le type de choses qu'on utilise par exemple sur Facebook avec la réaction drôle, j'adore tout ça qui du coup est apparu aussi sur LinkedIn alors que c'est un réseau social professionnel.

Melody : Je pense que c'est un peu dans le but d'humaniser tu vois, je pense que quand t'es dans la profession, des fois t'as un peu cette barrière de c'est juste de la formation, du plus-value et c'est pas forcément sentimental. Quand je vais aller partager je sais pas un CV, c'est pas sentimental parce que tu vois ce que je veux dire, ou et je pense aussi c'est ouais, c'est c'est vrai pour moi c'est vraiment apporter du sentiment et de l'humanité ; dans le sens où par exemple bah tu vois enfin je te prends l'exemple quand j'ai fait mon interview, que j'ai été interviewée et tout y a eu 5 180 impressions et j'ai eu 16 commentaires pour moi quand t'as des emojis un peu tu vois, je crois que t'as le truc intelligent. Attends ouais pour moi ajouter plus de trucs,

ajouter un corps, ajouter les mains qui applaudissent et tout c'est vraiment humaniser dans le sens où bah quand t'aimes t'es juste en mode OK tu likes mais si t'applaudis c'est que la personne derrière tu dis "Ah je suis fière de ton travail, je suis contente pour toi bravo félicitations" tu vois ce que je veux dire ?

Ça envoie un autre message. Et ça casse un peu ce 4 ème mur et ce truc de c'est pas juste quelqu'un qui parle à d'autres gens sur la profession, c'est vraiment tu vas apporter du sentiment, de l'humanité. Tu vas un peu faire réfléchir et quand moi je mets des emojis dans mon, dans mon post, c'est aussi pour apporter un peu de ça. Tu vois qu'on casse. Enfin c'est surtout que des fois quand tu lis des posts qui sont un peu longs, ça peut être un peu chiant. Tu vois quand tu mets des petits emojis je trouve ça attise un peu ta curiosité ? Ah tu vois par exemple des fois quand tu mets les 2 petits yeux qui regarde d'un côté, tu dis, ah, c'est la curiosité, tu vois, je pense que c'est vraiment pour ajouter de l'émotion et et du sentiment. Etc, et ça veut dire beaucoup. Tu vois moi des fois tu sais ça m'arrive. Tiens je vais te dire ça pour mon dernier post, comme ça tu auras des exemples. Mais pour mon dernier post il est où ? Il est, le voilà. Tu sais, tu peux regarder du coup les statistiques, tu peux voir les réactions et tu peux voir quel type de réaction ont les gens, tu vois ? Bah je me dis ah cool elle, elle m'a mis un bravo, elle m'a félicitée tu vois. Et quand c'est quelqu'un que je connais pas je me dis ok donc cette personne que je ne connais pas elle m'a félicitée sur mon travail donc ça veut dire que c'est ça l'a intéressé. C'est tu vois quand c'est mes potes vas y c'est mes potes. Elles me soutiennent, elles sont obligées (mais non je rigole), mais je trouve que quand tu dépasses un peu que tu mets un cœur ou que ou des gens que tu connais pas forcément surtout dans le mois où j'ai envie de me faire légitimer. Je me dis ok, les gens ils me légitiment. Ils ont vraiment trouvé un intérêt à ça. Ils ont pas juste liké tu vois ? Oui, tu vois ce que je veux dire ?

Laure : Surtout que pour la réaction autre que le pouce en l'air, tu dois généralement appuyer plus longtemps ou ce genre de choses donc ça demande une action plus longue que juste tu scroll et hop, tu jettes un like sans même lire le truc.

Melody : Ben c'est ça. Et puis tu vois surtout que moi je te prends un exemple. Je trouve quand même que sur LinkedIn les gens vont pas forcément. Après c'est peut-être parce que j'ai un petit groupe mais ils vont pas forcément interagir. C'est à dire que je là sur le dernier post, j'ai

eu 1500 impressions mais j'ai eu 34 réactions, un truc comme ça. Donc finalement je trouve que les gens sur LinkedIn, ils vont lire, ils vont prendre l'information ; un peu comme un journal de presse tu vois, tu lis l'article et tu passes à autre chose tu vois et tu penses pas forcément en dans un article de presse tu vas pas remercier la personne tu vois tu penses pas forcément à dire bah tiens je vais aller liker pour montrer que son travail m'intéresse. Les gens des fois je trouve qu'ils dépassent pas ça. Et je trouve que LinkedIn par rapport à Twitter où tu peux avoir le like ou le RT facile sur LinkedIn j'ai l'impression que tu vas plus réfléchir. Parce que comme c'est professionnel, tout ce que tu vas liker, ça va être vu par tes collègues, etc. Donc si tu vas liker un truc qui est pas terrible, qui ne foule pas une bonne image, tu vas dire houla ok tu vois il y a des trucs, moi je les like mais je les assume, tu vois ce que je veux dire ? Surtout moi quand je parle de sexualité et tout, c'est des choses que les gens voilà professionnellement je veux dire c'est des trucs qu'il faut que t'assumes derrière quoi, OK ?

Laure : Et du coup toi comment tu mesures l'engagement ou l'impact de ton contenu sur LinkedIn du coup est ce que c'est plutôt à travers les likes, les commentaires ?

Melody :

Moi, c'est plus à travers l'impression et les commentaires. Par exemple, tu vois ça m'est déjà arrivée de poster des articles ou j'ai genre 300/400 impressions et pourtant mes articles je les poste toujours le matin, je programme le post, je crois qu'il sort à 07h30 quand les gens sont dans les transports je fais toujours un peu la même truc, quand j'ai 300/400 impressions je me dis "merde" genre c'est que le sujet intéresse pas. Tu vois là le dernier que j'ai fait ça a grave intéressé et tout parce que c'est un sujet un peu particulier sur l'anxiété tout ça, etc, la sensibilisation. Et là et ce qui m'a aussi touchée c'est que tu vois j'ai eu un commentaire, c'est rare que j'ai des commentaires, en plus là c'était un commentaire archi positif donc ouais c'est vraiment en fonction des impressions. Quand je vois que j'ai 300/400 impressions je me dis bon pas ouf mais quand je vois que j'en ai plus de 1000 je me dis ah c'est que ça a plutôt bien marché par rapport à ce que je fais habituellement ; et après oui s'il y a des commentaires ou non, les réactions je regarde pas forcément parce que je sais pas c'est pas un truc que je me dis ouais. Bof quoi...

Laure : Ok, d'accord. Et du coup sur LinkedIn, il y a une fonctionnalité qui s'appelle LinkedIn Learning, c'est pour développer ses compétences. Est-ce que tu l'as déjà utilisée ? Est-ce que tu sais si par exemple dans ta boîte, parce que ils peuvent acheter une espèce de licence, est-ce que tu sais si dans ta boîte ils l'utilisent ? Ils ont payé ce genre de chose ou pas ?

Melody : Je vais passer pour la pire Community Manager mais je t'avoue que je savais même pas que ça existait ce truc. Enfin je savais qu'il y avait un truc de compétences, je sais pas quoi mais je savais pas qu'il leur avait qu'il lui avait donné un vrai nom donc là je vais passer vraiment pour une "boomeuse" ! La honte à moi mais non je t'avoue, je savais pas du tout en fait j'ai vu ça il y a pas longtemps mais je savais pas que c'était officiellement lancé et franchement pas du tout. Mais je sais que par exemple mon collègue je sais qu'il a un compte premium c'est la boîte qui paye. Parce que du coup il a des ; enfin je te dis ça je crois hein, je suis pas à 100% sûre, mais la dernière fois, il m'avait dit un compte premium et je lui avais dit ça coûte cher et il m'avait dit que c'était la boîte, je crois. Et, et parce que du coup, il fait beaucoup de. Recherche sur LinkedIn des fois pour regarder s'il y a des influenceurs qui peuvent être intéressants ou des statistiques qui pourraient être intéressants pour le la COM et tout. Mais après, non je ne connaissais pas. Je regarderai après du coup.

Laure : Et du coup, comment tu trouves et comment tu souhaiterais que LinkedIn contribue à ton apprentissage professionnel continu ? Parce que tu disais que tu utilisais LinkedIn pour tout ce qui était aussi veille pour savoir du coup l'évolution de tout ce qui est com, etc, parce que c'est ton domaine mais est-ce qu'il y a d'autres façons que tu 'aimerais que LinkedIn contribue pour ton apprentissage professionnel ?

Melody : Je pense que, j'ai l'impression ; après je ne connais pas forcément parfaitement l'algorithme. Puis, j'ai l'impression que LinkedIn si tu suis pas un max de personnes tu vas pas avoir beaucoup de publications, tu vois alors que sur Instagram tu as beaucoup de posts sponsorisés, beaucoup de pubs, beaucoup de trucs comme ça et du coup il y a beaucoup de choses que tu vois de gens que tu suis pas. Sauf que sur LinkedIn finalement tu regardes 5 minutes, tu as fait le tour pour la journée et si tu suis pas grand monde tu as pas d'information,

trop d'informations non plus. C'est un peu ça mon sentiment donc je pense que peut-être, plus tu vois par exemple si j'ai un sujet moi mon sujet c'est la COM et tout bah si des fois il y a des trucs qui sont sur ce sujet-là et qui pouvaient me le proposer je dirais pas non. Tu vois ce que je veux dire ?

Après, s'il y a un truc de learning, de compétences, bah je pense que c'est déjà bien. Après avoir comment ça marche et si ça vaut vraiment le coup et si c'est bien et après faire plus je pense que c'est juste peut-être le fait que pas vraiment de la rencontre mais tu vois par exemple je te prends l'exemple. Moi j'ai ajouté plein de monde sur LinkedIn mais où finalement j'ai pas l'impression que ça m'ait servi à grand chose tu vois ? Je me dis finalement, j'ai plein de gens qui me suivent qui sont abonnés et tout mais qui interagissent pas ? Et la connexion pour l'instant j'en vois pas l'utilité tu vois ? Donc peut-être connecter davantage les gens pour plus les faire interagir ? Tu vois, je sais pas...

Laure : Ok, OK, d'accord. Du coup là je vais te poser des questions sur tes expériences de recherche d'emploi sur LinkedIn et ensuite plus précisément sur ton profil. Du coup, tu m'as dit que t'avais utilisé LinkedIn pour rechercher des emplois, des stages, etc, et que aussi ton profil était assez complet pour refléter du coup tout ce que tu pouvais pas forcément mettre sur une seule page de CV. Mais est-ce que tu as déjà posté ton CV sur ton profil ? Enfin par exemple en PDF ce genre de chose ?

Melody : Ouais, ça m'est déjà arrivé ça de le faire à 2 ou 3 reprises.

Laure : Et pourquoi ?

Melody :

Bah parce que comme c'était un milieu bouché et tout, encore une fois, je me suis dit, enfin l'édition, pardon, comme c'est un milieu bouché, je me suis dit, si jamais il y a des gens qui sont dans l'édition, qui voient mon profil et qui le gardent de côté, tu vois que ou qui se disent ah bah tiens je cherche quelqu'un mais l'offre elle est pas parue. Tiens je garde son CV ou tiens je

connais quelqu'un qui cherche quelqu'un, je lui envoie le post. Tu vois, c'est plus dans cette ambition là de me dire que les gens m'avaient un peu à l'esprit. Après je trouve que je vais pas forcément vu l'impact, j'ai l'impression que finalement poster son CV sur LinkedIn ça te rapporte pas grand-chose quoi.

Laure : Ok. Et du coup c'est comment a été ton expérience de postulation à des offres via LinkedIn ? Est-ce que tu as utilisé la candidature simplifiée ? Est-ce que tu as utilisé d'autres réseaux sociaux pour chercher un poste ?

Melody : Bah c'est vrai que sur LinkedIn il y a le truc candidature simplifiée, c'est le terme cherché tout à l'heure spontané, simplifié ça je trouve ça archi bien parce que finalement en fait si ton profil LinkedIn est assez complet, tu mets juste ton CV en plus et qui est déjà pré enregistré. C'est un gain de temps énorme, tu vois quand tu cherches un emploi souvent tu fais, je sais pas, beaucoup de candidatures. Quand je cherche des alternances, il y a des jours où je faisais genre 15 candidatures. Je t'avoue que quand tu es à la 15ème candidature, qu'il faut créer un nouveau compte sur la plate-forme du groupe, qu'il faut que tu remplisses tous les trucs, que ensuite tu mettes ton CV, que tu mettes enfin une lettre de motivation. C'est long et c'est barbant. Et je trouve que c'est bien parce que LinkedIn, ça automatise vraiment le truc, ça le simplifie. C'est-à-dire que même pour eux, ils voient immédiatement le CV.

Moi ça m'est déjà arrivé de mettre mon CV et que 2 h après on m'a envoyé un message. Tu vois ce que je veux dire avec la candidature simplifiée et c'est tu vois par exemple, je sais que moi pour chercher un boulot soit je cherche sur LinkedIn soit sur les plateformes directement de l'entreprise. Alors par exemple Renault, CDE, Engie, Total, etc. Mais je vais pas aller forcément regarder sur Endeed, Welcome to the Jungle parce que je trouve pas ça forcément pratique. Je vais vraiment rester me concentrer sur LinkedIn quoi.

Laure : Ok du coup t'as pas utilisé d'autres, enfin à part les sites officiels des entreprises, t'as pas utilisé d'autres réseaux sociaux pour trouver un poste ?

Melody : Ça m'est déjà arrivé faire une fois vu que j'étais un peu désespérée pour mes stages en édition de 3 stories et Instagram et un petit tweet mais après non quoi ?

Laure : Ok ! Genre enfin LinkedIn est resté le principal.

Melody : Ouais, pour moi c'est un peu le cœur quoi du truc.

Laure : Ok. Du coup ton emploi actuel, tu l'as trouvé comment ? Enfin ton alternance du coup tu l'as trouvé via le via via le le site de CDE ou ?

Melody :

J'ai en vrai, alors moi en vrai, c'est un peu particulier parce que j'ai un doute si j'avais pas trouvé l'offre sur LinkedIn ou sur le site directement donc soit LinkedIn soit le site directement mais là je t'avoue je ne m'en souviens plus du tout. Mais c'était un des 2, j'avais postulé à une offre, j'avais fait des entretiens, j'avais fait le truc en fait j'avais pas été retenue et après pour mon poste actuel ils m'ont appelée genre une semaine après en me disant on vous a pas retenu mais en fait votre profil il est béton, il est génial donc est-ce que vous voulez qu'on vous mette sur une autre offre d'emploi qui est à peu près similaire ? Et là j'ai dit oui. Et donc du coup ils m'ont mis. Enfin c'est CDE , quand je dis ils, c'est CDE. Ils m'ont mis sur cette offre d'emploi sur laquelle je suis du coup, j'ai été embauchée. Mais je crois que oui. À l'origine, dans mes souvenirs, j'ai dû sûrement voir l'offre sur LinkedIn, tu vois ? Je sais qu'à cette période là, je passais beaucoup de temps sur LinkedIn à regarder les offres quoi ?

Laure : Ok d'accord. Du coup, là je vais te poser des questions sur comment t'as construit ton profil tout simplement. Donc du coup comment tu as structuré ton profil pour attirer l'attention de recruteur ou d'employeur potentiel. Tu me disais que tu l'avais beaucoup complété. Est-ce que tu as il y a des choses que tu as mis en avant ? Ouais, quelles sont les choses les plus importantes sur ton profil par exemple aussi ?

Melody : Bah déjà tu vois, je réfléchis quand t'as un recruteur qui arrive, la première chose qu'il va voir c'est ta biographie, c'est ta tête et c'est et c'est ta bannière. Donc déjà ma tête, je me suis assurée d'avoir une jolie photo bien professionnelle de moi en blazer, tout ça blablabla.

Laure : Tu l'as fait, tu l'as fait spécialement pour LinkedIn ta photo ? Ou c'est une photo que que t'avais juste comme ça et que tu t'es dit bah c'est bien et puis voilà.

Melody : Non, c'était un jour, on était à la fac, j'avais mis un blazer et tout et je me suis dit, ah ma photo de profil, elle commence à dater depuis 2-3 ans. Est-ce qu'on peut en profiter pour que je la refasse comme ça ? Je la change vu que j'étais bien habillée. Tu vois si j'étais habillée comme une plouc ? Non, je pense que j'aurais pas à dire on va la refaire tu vois. Donc il y a la photo après la description ; ouais, j'ai essayé de faire un truc un peu drôle, un peu accrocheur. Je vais te dire ça de suite.

J'ai mis en titre "Chargée de Communication Digitale en alternance à CDE et blogueuse littéraire lorsque je n'écris pas des tweets sur la pompe à chaleur". Alors tu vois, je me suis dit c'est un peu catchy. Bon c'est c'est pas, c'est pas l'humour de l'année mais je me dis, c'est un peu catchy, c'est un peu drôle, c'est un peu fun. Voilà les gens ils vont se dire bon allez, elle est un peu rigolote celle-là et en même temps elle est professionnelle. Et surtout aussi, ça montre que j'ai plusieurs activités et que dans lequel je suis engagée. Après j'ai fait gaffe aussi, pareil à ma ma bannière LinkedIn, vu que je mettais en avant arobase SHcatharsis y a des personnes qui viennent voir mon blog. J'ai mis un livre comme ça les gens comprennent de quoi ça parle. Euh non j'ai vraiment fait attention à ce que ce soit bien écrit la boîte dans laquelle je travaille, ma profession. Et ouais. Ce soit un peu catchy, tu vois que ce soit que ce soit intéressant à lire tu vois ? Et après quand ils descendent, c'est vrai que sur les expériences j'ai vraiment fait en sorte de comme je te disais vraiment de développer tout. C'est vraiment de mettre tout et de limite mettre des exemples là par exemple je parle de du compte Twitter CDE Solutions, bah si tu cliques sur le truc là en fait t'as le renvoi direct vers le lien CDE Solutions qui te renvoie directement sur le compte Twitter. Et pareil sur mes formations, j'ai fait en sorte de montrer que j'avais eu des cours de différents types. Enfin, j'ai vraiment pris le temps de mettre tout, pas tous les cours mais les principaux. Et si j'ai fait un mémoire de le noter, etc. D'ailleurs, pour attends, j'avais fait un autre truc que je je te confirme. Attends, je te dise pas de bêtises. Oui tu vois par

exemple en DUT j'ai fait un mémoire, j'ai eu 17 sur 20 bah j'ai mis ma note parce que je sais que quand c'est une bonne note en mémoire c'est bien vu plus et tout. J'ai fait aussi attention bah dans tout ce qui est licence et certification notamment, il y a des postes, je pense que ça c'est important à le mettre dans le sens où il y a des postes, faut annoncer un niveau d'Anglais bon ou d'espagnol ou j'en sais rien. Du coup, j'ai mis ma certification et après pareil les projets comme je te dis vu que je suis bêta lectrice. J'ai fait en sorte d'expliquer un peu en quoi ça consistait et de mettre des exemples. Et pareil, bon, tu pourras regarder, mais en gros, quand tu cliques, ça renvoie directement sur la page Amazon du Livre, comme ça ils voient concrètement OK, c'est quoi le livre ? Ça consiste en quoi ? Ça parle de quoi ? c'est quoi qui l'a fait tu vois ?

Laure : Ok.

Melody :

Voilà, donc je pense que les éléments principaux c'est avoir une bio qui est un peu qui est synthétique mais qui catchy, une jolie photo de profil et la précision du travail. Après les expériences, je dirais vraiment de bien détailler, de pas hésiter à mettre des exemples et de bien mettre en avant si tu as des certifications et des projets à côté, ce que ça montre que bah voilà, t'es investie à côté tu vois. Surtout dans l'édition, en gros si tu as pas un compte Instagram, tu passes pas la porte d'entrée tu vois.

Laure : Hum ok ! et comme là tu nous disais que il y avait quand même pas mal d'infos sur ton LinkedIn, quelle est l'information que tu ne divulgueras jamais sur LinkedIn ? tu me disais du coup sur ton compte de enfin ton compte Instagram public, tu donnes pas ton nom de famille, etc, ce genre de choses. Mais sur ton compte LinkedIn, qu'est-ce que tu ne publierais jamais ? Enfin quelle info tu ne donneras pas ?

Melody : Par exemple, quand je fais mon CV, j'en fais un différent pour LinkedIn, c'est-à dire que si je l'envoie à un recruteur par mail, je vais lui mettre mon numéro de téléphone et je vais pas lui donner mon adresse. Mais je vais juste lui dire que je vis sur la ligne du RER A parce

que des fois c'est ce qu'ils veulent savoir par rapport où ils sont mais par exemple sur LinkedIn jamais de ma vie j'irai mettre mon numéro de téléphone ni mon adresse personnelle parce que je sais que bah déjà : 1- usurpation d'identité, 2-j'ai la flemme d'avoir des bolosses qui me harcèlent et d'ailleurs je suis très très très très parano sur toutes ces questions-là. C'est un peu contradictoire, mais en gros sur LinkedIn moi je suis en privé privé privé, c'est-à-dire que je crois que si tu me cherches même sur Internet je ne sais pas si tu vas me trouver directement. Je sais pas si tu vas me trouver facilement mais tu sais tu as plusieurs trucs tu as un compte LinkedIn public soit on t'affiche juste ton nom soit on t'affiche rien du tout. Ohh je te retrouve le truc et moi je l'avais mis en ultra privé quoi.

Et c'est un peu, c'est pour ça que je te dis c'est contradictoire parce que j'ai 811 relations donc j'ai envie de te dire c'est 811 relations ils voient mon profil mais je sais pas. Comme je te dis si demain t'as un stalker je te dis ça parce que tu vois c'est arrivé à ma sœur ou une fois elle avait elle était sur une appli de rencontre et y a quelqu'un en fait juste avec sa photo qui a été mettre sa photo sur Internet et à réussi à retrouver son compte LinkedIn et qui du coup a réussi à savoir bah son nom, son prénom, alors qu'elle lui avait pas dit son nom de famille tu vois ce que je veux dire ?

Laure : Hum hum...

Melody : Genre le mec, elle le connaissait depuis 30 secondes tu vois. Du coup c'est là où elle a compris où le mec il est allé chercher, tu vois. Donc c'est là aussi où j'essaie de faire gaffe un peu. Et c'est pour ça LinkedIn d'un côté je le garde parce que c'est professionnel et qu'on en a besoin, mais d'un autre côté je me dis “putain”, la personne en fait limite si elle veut m'incarner moi et me voler mon identité. Elle sait où je travaille, ce que je fais. Et elle peut même dire les mémoires sur lequel j'ai travaillé, les cours que j'ai eus, tu vois, c'est enfin il y. Tellement d'informations sur une personne sur LinkedIn, moi c'est un peu ouais ; angoissant quoi, j'ai envie de te dire.

Laure : Et du coup, autre que ta sœur, est ce qu'il y a d'autres gens de ta famille qui ont LinkedIn ?

Melody : Ouais Ben mon père, je sais qu'il l'a, mais je sais que lui je crois, il l'a juste, il l'avait créé mais. Mais je crois qu'il a rien mis dessus. Juste une fois j'ai reçu une notification comme quoi c'est son anniversaire professionnel, il a juste.

Laure : Il travaille dans quel domaine du coup ?

Melody : Lui il est dessinateur en profession libérale. Mais tu vois par exemple, il a juste mis son expérience profession libérale depuis 1985 “putain” ça fait très longtemps et et il a juste mis sa photo de profil et j'ai là je vois qu'il a commenté un post il y a 3 mois mais sinon il est pas du tout actif quoi.

Laure : Ok d'accord, et est-ce que tu penses que LinkedIn du coup c'est une sorte de carte de visite, mais virtuelle du coup ?

Melody : Je pense, ouais, parce que. Je pense ouais parce que finalement en fait si tu as envie de travailler avec quelqu'un, enfin je te prends un exemple. Bah tu vois je crois que je t'ai tout à l'heure je t'ai parlé de quelqu'un qui m'a envoyé un message qui était illustratrice et qui voulait savoir si à CDE on cherche des gens et tout. Bah en fait si tu veux en savoir plus tu allais juste aller voir sur son profil. Tu peux vérifier qu'elle a une vraie expérience, qu'elle a eu des diplômes, d'autres expériences et tout. Donc tu vois quand t'as je sais pas si t'as quelqu'un qui t'envoie un message comme ça sur LinkedIn, bah au moins tu peux voir si elle a eu d'autres expériences, si elle est compétente sur le truc. Donc je pense que oui vraiment c'est une carte de visite. Où bah ça te permet d'aller en voir plus et si tu veux l'engager, la personne au moins tu sais direct si elle a les compétences que tu recherches, tu vois.

Laure : Ouais, et est-ce que si tu rencontres quelqu'un etc, mais que vous avez pas beaucoup de temps de discuter, tu vas lui dire, “Ah bah n'hésitez pas à aller consulter mon profil LinkedIn” comme on pourrait le faire en sortant une carte de visite de sa poche par exemple?

Melody : Je pense que soit je donnerai mon mail en disant “bah envoyez moi un mail on en rediscute” soit oui je peux ça m'est déjà arrivé en vrai de dire à des gens bah ajoutez moi sur LinkedIn et je vais t'aider ou je vais aller regarder ça ou je vais aller regarder si tu vois bah allons je te prends des des anciennes personnes que je connaissais, que j'ai recroisées dans le bus par hasard, avec qui on a discuté, qui cherchaient un boulot, qui cherchaient un stage et tout. Je leur disais bah ajoute-moi sur LinkedIn comme ça je repartagerai ton CV et tout tu vois. Donc en vrai oui je pense que je leur dirai prendre mon mail soit oui je dirai aller voir mon compte LinkedIn quoi oui.

Laure : Et comme t'es, tu m'as dit que t'étais en en ultra privé sur LinkedIn. Est-ce que du coup pour toi c'est important de savoir qui a consulté ton profil ? Parce que tu sais, on reçoit comme quoi un tel a constaté ton profil et tout. Est-ce que pour toi c'est important de savoir ça ou au contraire tu t'en fiches ?

Melody : Moi je trouve que c'est important oui et non. D'un côté, je pense que non on s'en fout un peu parce que ça veut tout et rien dire. Et d'un côté oui, parce que pour 2 informations, un la boîte dans laquelle il bosse et de 2 leur statut, tu vois par exemple, alors tu peux voir ça où déjà faut que je te retrouve ce truc. Ah, je suis vraiment une “boomeuse” hein, c'est pas possible ça ? Ouais, non franchement je trouve que par exemple de temps en temps tu sais, des fois ils te, ils te floutent les messages, les visages -pardon- vu que j'ai pas le j'ai pas pardon le premium mais ... Ah oui par exemple : qui a consulté votre profil depuis là tu vois je vois que quelqu'un de la l'Institut des Hautes Etudes de défense nationale m'a vu quelqu'un, qui travaille à l'IUT Paris, quelqu'un qui travaille à l'EFCH. Bah en fait, je commence un taf du coup je trouve ça quand même intéressant parce que des fois par exemple surtout quand je publie un post insta sur non un post LinkedIn pardon sur les livres tout ça, c'est toujours intéressant de voir. Bah par exemple après ça je sais pas, il y a quelqu'un d'une maison d'édition qui allait regarder mon profil. Tu vois ce que je veux dire c'est plus savoir où la personne travaille et si elle a un statut important dans la boîte. Parce que c'est sûr que si t'as un RH qui regarde ton profil, tu dis “Oh cool” tu vois. Mais si t'as quelqu'un de hyper lambda qui a pas forcément bon c'est c'est pas péjoratif hein mais qui a pas forcément le pouvoir d'engager ou non quelqu'un c'est vrai qu'on s'en fout un peu je pense. C'est plus la boîte et ouais, le statut de la personne quoi.

Laure : Ok et toi, quand tu regardes enfin avant de regarder un profil, tu est ce que tu te dis ? Ah il va ? Enfin quelqu'un va voir que que j'ai regardé ou ce genre de choses. Est-ce que tu te poses la question ?

Melody : Bah alors en fait comme je suis en ultra privée normalement les gens voient pas que je regarde leur profil dans la logique.

Laure : Tu y vois pas du tout parce que des fois quand tu es en privé, tu ils te mettent justement juste la le nom de la boîte ou le ou quelqu'un qui travaille dans le domaine par exemple des ressources humaines à consulter votre profil. Et le ou ce genre de choses ?

Melody : En vrai quand c'est des gens tu vois je sais pas. En vrai en fait je trouve que c'est si tu le fais dans les jours suivants ça va. C'est vrai que si tu viens devant la personne il y a 2 Min et que tu vas sur LinkedIn c'est un peu chelou. Tu vois que la je me dis "putain" j'espère que la personne elle va pas le voir parce que sinon c'est gênant tu vois ?

Laure : Oui dans la minute qui suit ?

Melody : Ouais, dans la minute qui suit je me dirais c'est gênant et tout.

Laure : Ouais okay okay d'accord Bah Merci Melody c'est fini. C'était la dernière question ! merci de m'avoir accordé de ton temps pour cet entretien, qui j'en suis sure me sera très utile !

Melody : Ok Bah de rien, j'espère que ça t'a été utile ! a bientôt !