







# Le réseau professionnel, c'est quoi et c'est qui ?

## De quoi et de qui parle-t-on lorsque l'on évoque la notion de réseau ?

Un réseau est un ensemble de personnes en interactions :

- regroupées par un intérêt commun ou un parcours commun,
- souhaitant échanger,
- prêtes à s'entraider, à accepter de donner des « coups de main »,
- désirant faire évoluer leurs pratiques,
- au sein d'un cadre formalisé ou non, où les notions de corps, de grades et de hiérarchie ne sont pas prégnantes.

## Il est avant tout constitué de personnes !

Un réseau professionnel, aussi appelé « réseau relationnel », se construit avec l'ensemble des individus côtoyés en face à face (réunions, clubs, etc.), et par le biais de divers moyens de communication (internet, email, visio-conférences, etc.) à la fois dans le cadre personnel et professionnel.

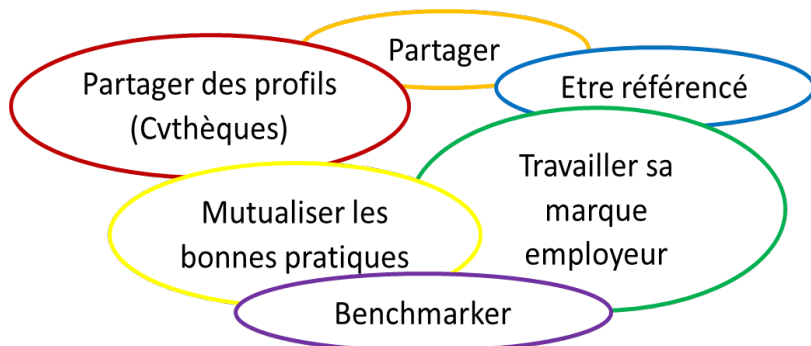




# Pourquoi utiliser les réseaux professionnels ?

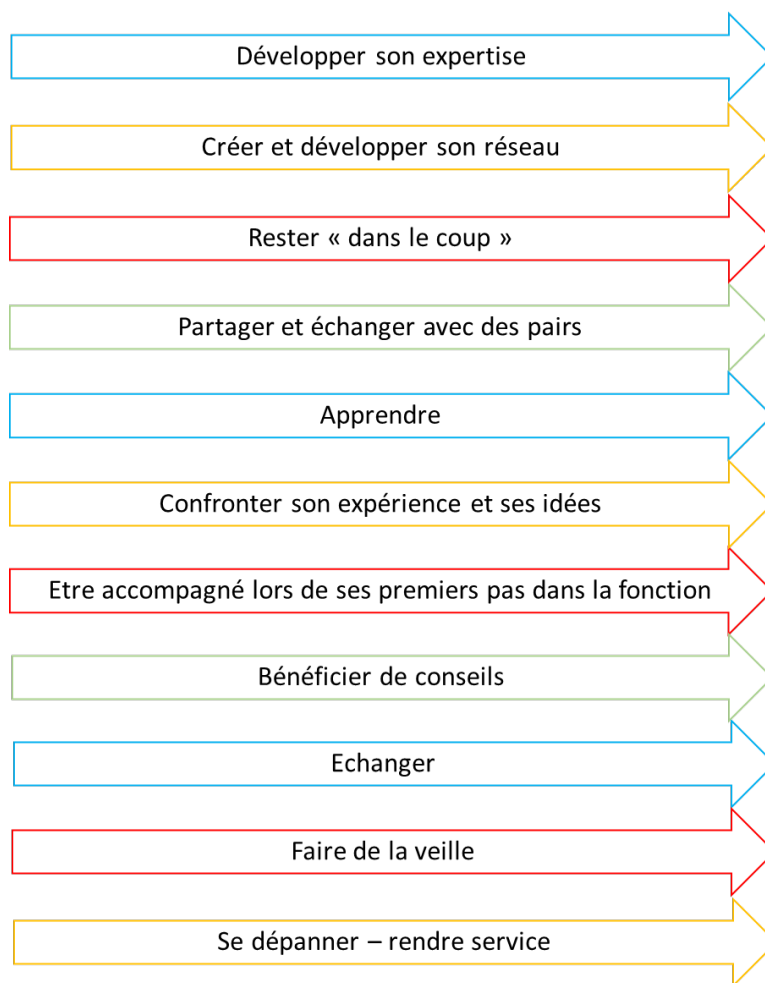
Nous avons posé la question suivante aux entreprises : « Pourquoi utilisez-vous les réseaux professionnels ? »

Et voici ce qu'elles nous ont répondu →



Identifier ses contacts cibles et construire son réseau (clients, prospects, partenaires, prescripteurs, confrères, voire concurrents), donner de la **visibilité** à son offre et/ou à son expertise, faire connaître son entreprise, ses produits et/ou services.

Les réseaux professionnels sont avant tout une opportunité pour :













# Quel intérêt pour le RH ?



Que ce soit les réseaux professionnels (groupements, clubs, associations) ou les réseaux sociaux choisis, ceux-ci offrent de nombreuses opportunités.

- Rendre **visible** votre entreprise et valoriser votre marque employeur,
- **Communiquer** afin de valoriser votre entreprise, vos collaborateurs,
- Ouvrir votre champ de **sourcing** de candidats
- Créer une communauté de « salariés **ambassadeurs** ».

## Visibilité de votre entreprise

Connaître vos valeurs, votre pourquoi, vos éléments différenciateurs, c'est poser les bases.

L'assurance d'avoir des fondations solides sur lesquelles s'appuyer.

Ensuite, pensez à valoriser votre entreprise, ses valeurs, en vue de développer son attractivité en partageant votre actualité et faisant vivre votre page « entreprise ».

## Communiquer

A l'aide des réseaux sociaux, vous avez la possibilité de :

- Communiquer et mettre en avant l'arrivée d'un nouveau collaborateur ou apprentis voire stagiaire,
- Valoriser des actions d'équipe : séminaires, actions de team-building, voire des actions solidaires,
- Relayer des témoignages de salariés,
- Diffuser et mettre en avant vos offres d'emploi,
- Valoriser les départs en retraite et en profiter pour remercier vos collaborateurs

## Sourcer des candidats

Votre présence sur les réseaux vous fera connaître et vous offrira l'opportunité de recherche des candidats potentiels en les approchant via LinkedIn par exemple, ou en diffusant vos offres d'emploi via votre club professionnel.

Rappel : la 1<sup>ère</sup> offre d'emploi est gratuite sur la page entreprise de LinkedIn.

## Créer une communauté - Salariés ambassadeurs

Votre positionnement en tant qu'entreprise fera interagir vos collaborateurs (70% de vos collaborateurs sont davantage susceptibles de réagir à vos posts et à l'actualité de votre entreprise (par ex: cliquer, partager, liker), qu'un utilisateur lambda).

Il peut s'agir de :

- Partage des posts de votre page Entreprise
- Partage de leurs expertises / réalisations / contributions / cohésion d'équipe.

## Nos recommandations :

### La ligne éditoriale :

Lorsque vous activez votre présence sur les réseaux sociaux, il est important d'avoir une ligne éditoriale claire.

En effet, après avoir déterminé votre stratégie, il est temps de préparer votre feuille de route. C'est le rôle de la **ligne éditoriale**.

Elle rassemble tous les éléments qui permettront d'appliquer votre stratégie en communication digitale : le choix des réseaux sociaux (ou autres leviers de communication : site web, newsletter...), le ton, le vocabulaire, les mots-clés, les thèmes, les sources d'inspiration, les formats, etc.).

Pour cela, construisez un **calendrier éditorial**.

L'idée n'est pas de subir sa communication, mais plutôt d'en faire un véritable atout.

Élaborer un calendrier éditorial vous permet de gagner en temps, en sérénité et d'être régulier.

Cette planification de vos posts de réseaux sociaux vous donnera une vision globale de vos publications, vous pourrez y noter le format, le réseau, y préparer les mots-clés, les dates de programmation, etc.

### Animer et modérer :

Il est important **d'animer et de modérer** la présence sur les réseaux sociaux :

- Définissez une ligne éditoriale claire, ainsi qu'un calendrier éditorial (postez régulièrement des informations, communications etc.)
- Le cas échéant, nommez un administrateur / des administrateurs de la page « Entreprise »
- Répondez régulièrement et systématiquement aux notifications, aux commentaires ou aux messages privés
- Postez fréquemment des informations, communications
- Faites en sorte que vos abonnés / collaborateurs interagissent sous vos publications (like, commentaires) et qu'ils les partagent auprès de leur propre audience. Et soyez présent et disponible.

Tout cela favorise votre positionnement sur les réseaux sociaux, mais surtout auprès de vos abonnés.


Soyez avant tout, être réactif avec bienveillance, et régulier tout en restant professionnel afin d'asseoir votre crédibilité !

### Former et sensibiliser :

N'hésitez pas à **vous** former, mais aussi à **former et sensibiliser** vos équipes pour être efficace et à l'aise sur les réseaux, en faire bon usage, leur fournir des contenus.

Ne faites pas trop de contrôle, faites confiance à vos collaborateurs, et rédigez éventuellement ensemble une charte de bonne conduite.

# Remerciements



La création de cette Boîte à Outils à destination des TPE/PME, a été l'occasion d'une belle collaboration avec une cinquantaine d'entreprises du Club Génération Industrie de la Maison de l'emploi de Strasbourg, de l'ADIRA, et du réseau Résilian.

Il est le résultat de belles rencontres, de riches échanges, avec une participation forte des entreprises sur une problématique commune.

Un grand merci également aux deux co-pilotes du projet, Frédérique KARMANN (membre du Club Génération Industrie), et Sébastien LEDUC (ADIRA), qui portent depuis de nombreuses années cette réflexion autour de l'attractivité des TPE/PME, plus particulièrement pour leur enthousiasme, leurs belles idées, qui ont constamment confronté les pratiques.



Hélène BOUR  
Consultante Partenaire de la Maison de l'emploi de Strasbourg


daonna conseil 

la Maison de  
l'EMPLOI  
Strasbourg



Nos réflexions continuent à enrichir vos pratiques RH autour de deux questions qui ont donné lieu à deux autres boîtes à outils :

-  Réussir ses recrutements
-  Comment faire de l'entretien professionnel un outil de management






Une dizaine de réunions de travail, et la participation active de près de 50 entreprises du Club Génération Industrie de la Maison de l'emploi de Strasbourg, de l'ADIRA, et du réseau Résilian, auront permis la création de ces 3 boîtes à outil.

ACEA, ALSAPAN, ARPA, ATRYA, AZAE Strasbourg, BONGARD, BUERSTNER, BURGARD, BURKERT SAS, CARAMBAR & CO, CCI Alsace, COLIN INGREDIENTS, CRISTAL UNION, DE DIETRICH, ESPRIT TEAL, FESTEIN ALSACE, GAGGENAU, REGION GRAND EST, Groupe ACKERMANN, HERTA, IBAG, IDHEA SAVEURS ET SAUCES, KNAUF, LDE, LOHR INDUSTRIE, MECASEM, MECATHERM, MERCEDES BENZ Molsheim, NORCAN, PAUL HARTMANN SA, POLE EMPLOI, SCHILLER, SCHMIDT GROUPE, SCHROLL, SEEGMULLER & CIE, SEW USOCOME, SEWAPACK, SIAT-BRAUN, SOCIETE GENERALE - REGION GRAND EST, SOGESA - GROUPE, SCHERTZ, SOVEC, STIB Industrie, STOCKO, TARIFOLD, THERMEA, TRANSGENE, TRUMPF MACHINES, WIENERBERGER

# Liens Utiles



Maison de l'emploi de Strasbourg Club Génération Industrie	<a href="https://www.maisonemploi-strasbourg.org/">https://www.maisonemploi-strasbourg.org/</a>
ADIRA (Agence de Développement d'Alsace) 	<a href="https://www.adira.com/">https://www.adira.com/</a>
RESILIAN (Réseau d'Industriels Innovants d'Alsace Nord) 	<a href="https://www.resilian.fr/">https://www.resilian.fr/</a>
ANDRH (Association des DRH de France) 	<a href="https://www.andrh.fr/">https://www.andrh.fr/</a>
RAFAL (Réseau des Acteurs de la Formation en Alsace)	<a href="http://rafalap.cluster028.hosting.ovh.net/">http://rafalap.cluster028.hosting.ovh.net/</a>
APEC	<a href="https://www.apec.fr/">https://www.apec.fr/</a>
Vos fédérations professionnelles ou tout autre groupe en fonction de la thématique qui vous intéresse	

Les fichiers source de tous les outils proposés dans cette boîte à outils  
Pourront être fournis sur simple demande par mail à  
[contact@daonnæonseil.fr](mailto:contact@daonnæonseil.fr).



## Prêts à passer à l'action ?

### Vos contacts utiles :

[contact@daonna-conseil.fr](mailto:contact@daonna-conseil.fr)

[sebastien.leduc@adira.com](mailto:sebastien.leduc@adira.com)



### Vos liens utiles :

<https://www.maisonemploi-strasbourg.org/club-generation-industrie/>

[www.adira.com](http://www.adira.com)

<https://www.resilian.fr/>