



Comment trouver un emploi avec LinkedIn ?

Le numérique facilite la recherche d'emploi sur le web, avec un accès à des milliers d'annonces publiées en ligne.

En 2018, 600 000 offres d'emploi ont été proposées chaque jour sur pole-emploi.fr¹. Mais ce dernier n'est pas le seul dans cette jungle de l'emploi. Selon Jobteaser², 94 % des recruteurs utilisent LinkedIn dans leur processus de recrutement.

Le réseau professionnel tend à s'imposer parmi les professionnels du recrutement et les chercheurs d'emploi. Dans ce contexte, comment en tirer le meilleur parti ?

1. http://www.pole-emploi.org/files/live/sites/peorg/files/documents/Publications/RA_essentiel%202018_21SP-1.pdf

2. <https://www.jobteaser.com/fr/advice/118-linkedin-8-astuces-pour-vous-faire-reperer-par-les-recruteurs>

LinkedIn : un outil incontournable de la recherche d'emploi

Un réseau dédié à la mise en relation de professionnels

Le site est cofondé en 2002 par Reid Hoffman en Californie et officiellement lancé le 5 mai 2003 avec un objectif : « mettre en relation des professionnels du monde entier pour les rendre plus performants et productifs ». En juin 2016, la société sera rachetée par Microsoft.

Une place de leadership

Au niveau mondial en 2019, le site conforte sa position de leadership : LinkedIn annonce dans sa page entreprise plus de 660 millions d'utilisateurs dans plus de 200 pays et territoires et traduit en 24 langues.

En France ce n'est pas moins de 19 millions de membres inscrits en France en 2019 (soit 54% de la population active !) et 13,5 millions de visites uniques par mois et 2,2 millions par jour³.

Lieu de mixité

La typologie des utilisateurs est variée : que l'on soit un homme ou une femme, on peut en quelques clics s'offrir une belle visibilité. En effet, LinkedIn regroupe une majorité d'hommes (55% des utilisateurs), mais les femmes y sont bien représentées (44 %). Les entrepreneurs et salariés d'entreprises restent encore majoritaires sur ce réseau avec 30 millions d'entreprises inscrites en 2019.

Pour LinkedIn, l'algorithme est un argument commercial⁴

Publiez un contenu de qualité et authentique !

C'est une règle de bon sens, mais il ne faut pas la perdre de vue, d'autant plus qu'il s'agit de vous-même et de votre communication personnelle. LinkedIn sera très attentif dès la publication de votre contenu et décidera de vous mettre en avant ou non auprès de ses abonnés.

Engagez-vous !

3 . Chiffres 2019 publiés dans un livre blanc par LinkedIn au début de l'année 2019. Repris par BDM :

4. <https://www.frenchweb.fr/linkedin-25-choses-a-savoir-sur-lalgorithme-des-publications/376088>

Cyril Bladier est spécialisé dans les stratégies digitales et expert de LinkedIn. Professeur à HEC / Google@HEC / ESCP / Neoma BS

LinkedIn aime les personnes qui s'engagent et qui commentent. Il notera les réactions que suscitent vos commentaires et vous mettra en avant et vous gagnerez ainsi en visibilité.

Comment en tirer le meilleur parti ?

Développer son **personal branding** avec LinkedIn, c'est être acteur de sa communication personnelle, voici quelques conseils.

L'utiliser comme un outil de veille

- **Identifier une entreprise**, et évaluer son dynamisme, son sérieux à travers l'activité de ses collaborateurs entrepreneurs.
- **Voir et être vu** : pour repérer les nouvelles offres d'emploi, se créer un réseau et augmenter sa notoriété personnelle.
- Être attentif aux **dernières fonctionnalités** : LinkedIn ne cesse d'évoluer avec par exemple l'outil « Anciens élèves de LinkedIn » pour attirer les étudiants et jeunes diplômés⁵ faiblement représentés.
- Profiter de la **plateforme de services** pour l'apprentissage en ligne (prendre la parole en public, fidéliser un salarié ...), la recherche d'un expert ou d'un coach, l'évaluation de rémunération, la recherche de groupe d'intérêt.
- Créer une alerte : avec l'**onglet « Offres d'emploi »**, il est désormais possible d'être informé des nouvelles offres de l'entreprise et de le faire savoir aux recruteurs d'une entreprise.

Travailler son référencement personnel

Il est primordial de travailler son SEO, il faut penser que son profil sera référencé sur Google. Voici une liste non exhaustive des principales actions à mener :

- Travailler la différence, la qualité en **mettant à jour** le statut professionnel.
- Soigner la **photo de profil** : elle doit être professionnelle, cela permet de démontrer l'engagement, l'expertise et les centres d'intérêts.
- Optimiser le référencement avec **des mots-clés**, les recruteurs utilisent comme tout le monde les moteurs de recherche.
- Réaliser un **Benchmark** : les candidats doivent se jauger en visitant les profils de professionnels de leur secteur.
- Valoriser des exemples de **réalisations professionnelles** en ajoutant des médias : vidéos, images...
- Susciter les **recommandations qualifiées** par votre réseau.

5. <https://students.linkedin.com/fr-fr>.

- Réaliser un **pitch** de votre profil clair avec une valeur ajoutée permet au visiteur de capter son attention.
- **Rejoindre un groupe** favorise les échanges et votre visibilité.
- Privilégier les **commentaires**, ils généreront plus de vues, LinkedIn aime les personnes qui s'engagent.

Conclusion

La réalité de demain est que les entreprises seront amenées à utiliser LinkedIn pour être visibles commercialement. Dans ce contexte, LinkedIn devient un acteur principal dans la recherche d'un travail ou d'un stage.

Cependant, il ne s'agit pas de privilégier un site ou un moteur de recherche en particulier mais de faire appel à un panel choisi, afin de multiplier ses chances de trouver un emploi conforme à ses exigences.

Laurence Lelouch