

FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

Tirer profit de son réseau professionnel

Le réseau professionnel prend une place toujours plus importante dans le quotidien du dirigeant qui a fréquemment l'opportunité d'y avoir recours, et notamment lors des phases de recrutement, à travers la cooptation. Encore faut-il pour cela pouvoir disposer d'un réseau professionnel d'influence.



1. Le recrutement par cooptation

Appelé aussi " recrutement par recommandation " ou en anglais " crowd recruiting ", le recrutement par cooptation désigne le recrutement qui s'opère parmi les membres d'un ou plusieurs réseaux professionnels. Les dirigeants ont de plus en plus recours à cette méthode qui permet :

- le recrutement d'une personne qui n'est pas un illustre inconnu et qui est censée présenter des gages d'efficacité et d'engagement ;
- un gain de temps dans le processus de recrutement ;
- une réduction des coûts de recrutement.

Le recrutement par cooptation constitue donc une méthode qui présente assez peu de risque pour le recrutement. Pour autant, elle ne peut remplacer totalement les processus plus traditionnels de recrutement. Le recrutement par cooptation est en général utilisé en amont ou de manière complémentaire aux autres canaux de recrutement. Par définition, la mise en place de ce recrutement par cooptation doit se faire dans un cercle restreint et non pas de manière totalement publique. Il s'agit de cibler les membres de son réseau professionnel ayant le plus de potentiel au regard de la fiche de poste et de les contacter, de façon collective ou individuelle, via le canal de communication le plus adapté (téléphone, email, réseaux sociaux, etc.).

2. Être efficace tout en sachant préserver son temps

Que ce soit dans cette problématique de recrutement ou dans un autre domaine, utiliser son réseau efficacement, c'est pouvoir s'en servir à bon escient et rapidement. Pour avoir à sa disposition un réseau professionnel très utile, il faut y passer du temps au quotidien et sur le long terme. D'un autre côté, il est impossible pour un dirigeant de se perdre dans un réseautage interminable et stérile. Dans l'optique de cibler au mieux les éléments du réseautage qui pourront répondre aux besoins, il est important de planifier et prioriser :

- sa présence aux événements ;
- ses démarches de prise de contact et relance ;
- ses réponses aux sollicitations ;
- ses autres échanges avec son réseau (blog professionnel, mise à jour de profil professionnel, etc.) ;
- les nouvelles personnes à contacter (selon des critères de poste, d'influence, de qualités professionnelles et personnelles).

3. La mise en place d'un réseau d'influence

Le réseau professionnel ne doit pas être une perte de temps mais un facilitateur. Sa construction, son entretien et son développement doivent se faire dans cette logique. Pour un dirigeant, le réseau professionnel doit être synonyme de réseau d'influence. Il doit lui permettre de se former et de profiter de l'expertise de chacun des membres de son réseau, mais toujours en mettant davantage l'accent sur les personnes influentes. En donnant la priorité à celles-ci, le chef d'entreprise va bâtir un réseau de plus en plus influent qui doit lui donner un pouvoir plus important dans tous les domaines et notamment :

- dans ses prises de décisions ;
- dans sa recherche d'informations et de personnel compétent ;
- en matière de visibilité ;

- en matière de lobbying.

Comment créer son réseau professionnel



1. L'importance de réseauter

Les dirigeants hésitant à se lancer dans la construction d'un réseau professionnel évoquent très souvent un manque de temps à consacrer à cette pratique. L'erreur est de considérer le réseautage comme une perte de temps. Il s'agit en fait d'un investissement d'une partie de son emploi du temps pour son avenir.

Se créer un réseau professionnel permet entre autres :

- d'être au courant d'opportunités d'affaires et de carrière ;
- de faire gagner de la visibilité à sa société et à sa propre personne ;
- d'avoir accès à une plus grande source d'informations dans son secteur d'activité mais également dans d'autres secteurs ;
- de se former par l'échange d'expériences ;
- d'éviter le traditionnel isolement du chef d'entreprise.

2. Un réseau professionnel qui se base sur le réseau personnel

La construction de son réseau professionnel démarre à partir de son réseau personnel déjà établi. Les gens très proches et les connaissances forment une première base intéressante dans laquelle il est possible de puiser des premiers contacts professionnels.

Il peut s'agir :

- de la famille (des parents au sens large à la famille plus lointaine) ;
- des amis proches et des copains moins intimes ;
- des camarades et professeurs rencontrés pendant les périodes d'enseignement et d'études ;
- de l'ensemble des connaissances côtoyées dans ses activités sportives, ludiques, intellectuelles et associatives ;
- des autres relations de proximité (voisins, médecins, commerçants, etc.).

3. Une stratégie de réseautage à la fois large et ciblée

Réseauter pour réseauter ne suffit pas. Pour se construire un réseau de qualité, il est nécessaire d'adapter sa recherche de contacts en fonction de ses besoins et de son profil professionnel. Son réseau professionnel devra être très organisé :

- selon son secteur d'activité professionnelle ;
- selon la taille, le poids et l'évolution future espérée de son entreprise ;
- selon sa localisation géographique.

Il est très important de bien identifier ses besoins en termes de contacts professionnels afin de pouvoir cibler en conséquence les réseaux auxquels participer. Néanmoins, il ne faut pas se laisser enfermer dans une vision égoïste du réseautage. Qu'il soit réel ou virtuel, celui-ci s'inscrit dans une relation d'échanges. Le réseau professionnel doit se créer de façon large, avec à la fois des personnes qui possèdent des profils similaires aux nôtres, et d'autres personnes aux profils différents mais complémentaires.

4. Des rencontres physiques aux réseaux sociaux professionnels

Depuis l'explosion des réseaux sociaux en ligne, réseauter se conjugue aussi bien sur Internet que dans le monde réel. Pour autant, négliger les rencontres physiques serait une erreur, tant le contact visuel reste un élément essentiel de la communication. Un réseau professionnel va donc se construire à la fois à travers des échanges réels (rencontres physiques) et virtuels, en ciblant les supports les plus à même d'amener à des rencontres intéressantes :

- les cocktails d'affaires appelés également parfois " networking " ;
- les dîners d'affaires ;
- les autres événements organisés par des organisations professionnelles (fédérations professionnelles, chambres de commerce, etc.) ;
- les autres événements organisés par des associations (employeurs, anciens élèves, etc.) ;
- les réseaux sociaux professionnels en ligne (LinkedIn, Viadeo, etc.) ;
- les réseaux en ligne généralistes (Facebook, Twitter, etc.) ;
- les réseaux en ligne spécialisés dans un secteur d'activité (forums de discussion, listes de diffusion, etc.).

Comment utiliser son réseau professionnel



1. Bien organiser son réseau professionnel

Un réseau professionnel ne peut être efficace que s'il est bien organisé. Avec les nombreux événements de réseautage organisés et l'importance prise par les réseaux sociaux sur Internet, le nombre de contacts professionnels réalisés peut exploser en peu de temps. Il est ainsi primordial de classer régulièrement les données collectées via des logiciels ou des applications spécialisées. Ces outils permettent de rassembler en un même endroit facile d'accès :

- ses cartes de visite ;
- ses contacts téléphoniques ;
- les profils de ses contacts sur les réseaux sociaux en ligne.

À établir de préférence avec comme premier critère d'organisation la profession ou le secteur d'activité de chacun des membres du réseau, ce classement doit permettre de trouver rapidement qui, parmi ces membres, doit être contacté selon le besoin du moment.

2. Savoir activer l'ensemble de son réseau

Si un réseau professionnel organisé permet de cibler rapidement qui pourra répondre à des besoins spécifiques, il peut arriver d'avoir besoin de contacter l'ensemble de ses contacts à la fois. Cela peut être le cas par exemple lorsque l'on vient de rédiger une offre d'emploi pour son entreprise et que l'on souhaite d'abord la faire circuler à l'intérieur de son réseau professionnel. Il est alors intéressant d'avoir mis en place des outils permettant de contacter rapidement la totalité des membres de son réseau. La solution la plus pratique est d'utiliser Internet puisqu'il est l'outil de communication permettant d'atteindre le plus de personnes en un minimum de temps. Il est ainsi possible de contacter sa base rapidement via :

- un réseau social professionnel (LinkedIn, Viadeo, etc.) ;
- une liste de diffusion professionnelle établie depuis son logiciel de messagerie ;
- un blog professionnel que l'on a créé, alimenté et communiqué à son réseau.

Contacté de manière exhaustive sa base professionnelle est également utile lorsque l'on a du mal à cibler quel est l'interlocuteur idéal pour un besoin particulier.

3. S'impliquer dans son réseau professionnel et faire preuve d'ouverture

L'utilisation de son réseau professionnel demande une implication conséquente dans le réseautage. Il est en effet difficile de demander une information ou un service de grande ampleur à quelqu'un que l'on n'a vu qu'une seule fois. La présence régulière à des événements de networking ainsi que la sollicitation fréquente, sans être excessive, de son réseau professionnel permettent de le garder actif et ouvert à ses propres demandes.

Dans la même logique, la pleine utilisation d'un réseau professionnel n'est possible que s'il a été bâti et entretenu de manière désintéressée. La curiosité, le tissage de liens et l'aide professionnelle envers les autres membres sont autant d'ascenseurs vers un réseau professionnel efficace. Feindre le désintéressement est également une solution, mais celle-ci est à double tranchant.

Comment entretenir son réseau professionnel



1. Réseauter pour maintenir le lien avec les membres de son réseau professionnel

Rester en contact avec les membres de son réseau est primordial pour conserver la possibilité d'obtenir des réponses positives et rapides au moment où l'on en a besoin. Il est possible de maintenir le lien avec l'ensemble de ses relations sans pour autant y perdre un temps inconsidéré. Selon l'importance donnée à chacun des membres, une reprise de contact avec les membres de son réseau peut se faire :

- par mail pour simplement prendre des nouvelles ou envoyer une information (article de presse, parution d'une offre d'emploi, sortie d'un ouvrage, etc.) que l'on pense pertinente pour son interlocuteur ;
- via un message (sms, mail, réseaux sociaux, etc.) à l'occasion de la nouvelle année ou de l'anniversaire de la personne puisque, désormais, les anniversaires sont très souvent communiqués sur les réseaux sociaux ;
- par une invitation à déjeuner ;
- à travers la possibilité d'aller à deux ou à plusieurs membres de son réseau à un événement de networking ;
- par un coup de téléphone.

2. Veiller à sa cyber-réputation à travers les réseaux sociaux professionnels

Réseauter en ligne pour entretenir son réseau " virtuel " est tout aussi important. En tant que dirigeant, une activité davantage accrue sur les réseaux sociaux professionnels, du type LinkedIn et Viadeo, que sur les réseaux généralistes, comme Facebook et Twitter, a un meilleur impact.

Le simple fait de mettre régulièrement à jour son profil, et de le compléter au fil de ses expériences professionnelles, montre un certain dynamisme. À côté de ça, il est important de continuer à agrandir son réseau en ligne en multipliant les contacts, tout en conservant une démarche sélective dans sa recherche.

3. Continuer à développer son réseau professionnel

À partir du moment où le réseau commence à tenir une place importante dans la vie professionnelle, il est plus facile d'avoir quelques réflexes pour le faire vivre au quotidien. Chaque sortie faite dans le cadre de son travail ou dans un cadre personnel peut devenir une opportunité de développer son réseau professionnel. Réseauter, c'est savoir rebondir d'un réseau à un autre au gré de ses activités professionnelles mais également personnelles, afin de toujours agrandir son cercle relationnel.

Développer son réseau professionnel ne sera possible qu'en continuant d'adopter un comportement professionnel, amical et utile avec les membres actuels de son réseau. Chaque attention compte et il est de bon ton de demander régulièrement aux personnes de son réseau où elles en sont professionnellement et si elles ont des attentes particulières en ce moment. Une fois un besoin professionnel ciblé, il est plus facile d'y répondre en donnant un contact ou une information rendant service. Sur la durée, une relation de " donnant-donnant " doit s'installer et profiter à chacun des membres du réseau qui, satisfaits par ce cercle professionnel, vont l'élargir naturellement en y incorporant des relations à eux.

Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence
des décideurs
La communauté
Marketing
& communication



Le média
cross canal
Ecommerçants
et commerce
connecté



Le média
orienté
100% client



Le service
d'information
des commerciaux
et des business
developers

Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent
des acheteurs
privé / public



La solution
d'information
des directeurs
administratifs
et financiers

Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source
d'information
des entrepreneurs
et
des dirigeants PME



Le magazine
des entreprises
artisanales



Le magazine
des entreprises
artisanales