



# Université d'été de l'ESC ROUEN

## 12 septembre 2008

### Compte rendu de la table-ronde n°7- Les réseaux sociaux virtuels : quels usages professionnels ?

#### Executive summary

Les réseaux sociaux se développent de plus en plus sur Internet. Qu'il s'agisse de réseaux à but professionnel ou non, ils envahissent la Toile et ne sont pas toujours bien connus. De nombreuses interrogations se posent quant à ce nouveau phénomène, et il est important que les personnes concernées puissent comprendre les usages de ces nouveaux outils.

A quoi correspondent ces réseaux ? Que peut-on en faire d'un point de vue professionnel ? Quel comportement faut-il adopter lorsqu'on les utilise ? Y a-t-il des pièges à éviter ?

#### 1. Définitions

Le terme « réseau social » a été introduit par John A. Barnes en 1954. Il définit « un ensemble d'entités sociales telles que des individus ou des organisations sociales reliées entre elles par des liens créés lors des interactions sociales. Il se représente par une structure ou une forme dynamique d'un groupement social. L'analyse des réseaux sociaux, basée sur la théorie des réseaux, l'usage des graphes et l'analyse sociologique représente le domaine étudiant les réseaux sociaux » (source Wikipedia).

Plusieurs théories ont ensuite été développées autour de ce concept de « réseau social ». Ainsi en 1967, Stanley Milgram reprend et expérimente la théorie des « Six degrés de séparation » selon laquelle « toute personne sur le globe peut être reliée à n'importe quelle autre, au travers d'une chaîne de relations individuelles comprenant au plus cinq

autres maillons » (Wikipedia). Cette théorie a également été démontrée récemment par des chercheurs de Microsoft en croisant et analysant les discussions qui ont lieu sur le chat Windows Live Messenger. De même, en 1993, l'anthropologue britannique Robin Dunbar évalue à 150, le nombre maximum de personnes avec lesquelles un individu peut entretenir des relations stables à une période de sa vie, cette étude est connue sous le nom de « Nombre de Dunbar ».

Aujourd'hui, on parle de « réseautage social » pour qualifier l'ensemble des applications d'Internet et outils à disposition de tous qui permettent de relier amis, collègues, associés ou autres individus. Ces outils connaissent une croissance exponentielle depuis l'apparition du Web 2.0 (voir le compte rendu de l'atelier de l'Université d'été 2007).

Dès 1995, le site classmates.com était sur la Toile pour aider les internautes à retrouver leurs anciens camarades de classes. Puis, beaucoup d'autres ont suivi, et il existe actuellement différents types de réseaux sociaux virtuels. Certains comme Viadeo ou LinkedIn sont orientés sur le plan professionnel, et permettent de laisser son CV en ligne afin de mettre en relation recruteurs et travailleurs. D'autres, tels que Myspace, Facebook ou encore Bebo, s'intéressent plus à l'aspect personnel du réseau, on y contacte et retrouve ses amis, partage des photos ou même son humeur du jour. Ces deux types de réseaux fonctionnent cependant sur un modèle identique<sup>1</sup>: les mises en relations sont soumises à l'accord des deux parties, il est possible de distinguer un profil public (visible par tout le monde et accessible depuis les moteurs de recherche) d'un profil privé (visible par ses contacts), et ces réseaux possèdent des moteurs de recherche très précis.

Le nombre de membres inscrits à ces réseaux ne cesse de croître, et fin août 2008, Facebook a dépassé les 100 millions d'inscrits à travers le monde et est en voie de rattraper MySpace et ses 120 millions de comptes actifs. De tels chiffres posent alors la question de la valorisation de ces réseaux, et actuellement un réseau est valorisé de 20 à 150 dollars par visiteurs uniques, ce qui donnerait à Facebook une valeur de 15 milliards de dollars.

## 2. Motivations

Comme il existe différents types de réseaux sociaux virtuels, on dénombre diverses motivations chez les utilisateurs.

Ceux qui contribuent aux réseaux sociaux à tendance professionnelle, le font dans une orientation de marketing personnel afin de vanter les mérites de leurs services, leur société, ou agence de consulting, ou en tant que personnes à la recherche d'un emploi.

En effet, ces sites favorisent les relations entre recruteurs et demandeurs, et donnent la possibilité de s'assurer une visibilité et une crédibilité sur le Net par ses contributions, ses écrits en ligne et les diverses

recommandations que l'on peut afficher. L'Apec s'est récemment associé à LinkedIn<sup>ii</sup> pour croiser leurs données lorsque quelqu'un postule à une offre sur son site. Si le profil numérique n'est en aucun cas une preuve de compétences, il permet, d'une façon stratégique, de se montrer sous un certain jour<sup>iii</sup>, et de se caractériser par les informations que l'on met en ligne. La véracité est tout de même capitale sur le Net, puisque le contact numérique n'est qu'une première étape avant les traditionnels CV et entretiens d'embauche.

Par ailleurs, pour certains, il apparaît capital d'être présent sur ces réseaux afin de maîtriser son identité numérique<sup>iv</sup>, et de ne pas être victime d'une usurpation d'identité, sachant que plusieurs réseaux ne se posent pas la question de la régulation puisque plus leur base de données s'étend, plus leur valeur augmente.

### 3. Utilisations

Etre présent sur les réseaux semble de nos jours indispensable, mais que doit-on y faire ou ne pas faire ?

Pour tous, les réseaux sociaux assurent un carnet d'adresse mis à jour, et des contacts facilités. Les réseaux virtuels permettent également aux salariés de rebondir dans leurs plans de carrière, aux entrepreneurs de promouvoir leurs activités, aux recruteurs d'avoir des bases de données de plus en plus conséquentes, à certaines entreprises de faire du buzz en les utilisant comme outils de marketing viral.

Les utilisations de ces réseaux sociaux sont très variées mais des principes de bases sont à observer par tout le monde afin de tirer le meilleur parti de ces outils.

Tout d'abord, il est important d'aller à l'essentiel car ces réseaux sont véritablement chronophages et l'on peut facilement y naviguer longuement sans réellement en retirer quoi que ce soit.

La bonne attitude à adopter est donc de commencer par donner et exister en participant aux discussions, en publiant du contenu, et en se faisant recommander. Il faut bien démarrer pour assurer sa visibilité et sa crédibilité en ligne. Ensuite, quand le besoin se fera sentir, on pourra compter sur ce réseau que l'on aura alimenté, et le solliciter.

Dans l'utilisation des réseaux sociaux virtuels, il est indispensable de maîtriser son identité numérique<sup>v</sup>. Il faut savoir qu'une fois que l'on publie une information sur le Net, celle-ci se répand et ne nous appartient plus, c'est pourquoi il est nécessaire de se demander, à chaque fois que l'on souhaite publier une information, si cette dernière nous sert ou nous dessert, et ajuster nos actions ensuite. Cette auto restriction est essentielle car à l'heure où tout le monde réagit contre la mise en place du fichage informatique, on se livre de plus en plus sur la Toile sans retenue, divulguant ainsi des informations personnelles auxquelles tous les

internauts ont accès. Dans cette optique de régulation et de protections des informations personnelles<sup>vi</sup>, il est donc préférable de s'assurer de ses contacts et limiter les informations données (sur) ? son profil public.

## Conclusion

Les réseaux sociaux virtuels constituent un outil au potentiel immense pour quiconque sait l'utiliser<sup>vii</sup>. En effet, en maîtrisant son identité numérique, ses contacts et son activité au sein de ces réseaux sociaux virtuels, l'utilisateur, qu'il soit salarié, à la recherche d'un emploi ou à la tête d'une entreprise, peut retirer d'énormes bénéfices de ces réseaux.

Matthieu Duserre (99) et Philippe Lafage

Mélanie Sainjon (09), rapporteur de la table ronde et étudiante de la majeure Entrepreneuriat

Bibliographie pour aller plus loin :

- Les réseaux sociaux  
De Facebook aux Intranets, l'émergence des applications  
Peopleware  
2e édition 2008, Pearson  
Alain Lefebvre
- Le point de Bascule  
Malcolm Gladwell, Les éditions Transcontinental, 2003
- L'évolution des sociétés humaines  
De la mutation du lien social à l'organisation du travail  
Christian Licoppe, Pearson, octobre 2008
- L'âge de l'accès  
La nouvelle culture du capitalisme  
Jeremy Rifkin, éditions La Découverte 2005
- Alain Degenne, Michel Forsé (1994) : Les réseaux sociaux ; Paris, Armand Colin.
- S. Wasserman, K. Faust (1994), Social network analysis. Methods and applications ; New York, Cambridge University Press.
- E. Lazega (1998), Réseaux sociaux et structures relationnelles ; Paris; Que sais-je? n° 3399, PUF

---

<sup>i</sup> A tel point que la frontière de leurs usages est floue, exemple cet article « LinkedIn ou Facebook pour développer votre business »

<http://www.computerworld.com/action/article.do?command=viewArticleBasic&articleId=9065398>

<sup>ii</sup> Voir à ce sujet interview de Richard Colin : [http://www.dailymotion.com/video/x4ph29\\_richard-collin-accord-apeclinkedin\\_blog](http://www.dailymotion.com/video/x4ph29_richard-collin-accord-apeclinkedin_blog)

<sup>iii</sup> Notion de Marketing Personnel : [http://www.enviedentreprendre.com/2006/04/avezvous\\_pens\\_v.html](http://www.enviedentreprendre.com/2006/04/avezvous_pens_v.html)

<sup>iv</sup> Maitriser son identité numérique : <http://www.lesjeudis.com/magazine-informatique/actualites-informatiques/maitrisez-votre-identite-numerique-428.html>

<sup>v</sup> Autre source sur ce theme : <http://www.webdeux.info/personal-branding-introduction-marketing-personnel>

<sup>vi</sup> Illustration : face à face Facebook/CNIL protection de la vie privée <http://www.cnil.fr/index.php?id=2383>

<sup>vii</sup> Interview riche résumant très bien les thèmes abordés par cette table ronde : <http://www.marketing-perso.net/2008/01/rseaux-sociaux.html>