

COMMENT UTILISER LINKEDIN POUR DEVELOPPER VOTRE ASSOCIATION ?

10 méthodes pour utiliser les réseaux sociaux professionnels
dans le management des associations
et dans la collecte de fond



Table des matières

Introduction	3
Chapitre 1 — Les profils LinkedIn	4
Chapitre 2 — Les pages d’entreprise LinkedIn	6
Chapitre 3 — Les groupes LinkedIn	7
Chapitre 4 — Etablir des connections	9
Chapitre 5 — Suivez l’actualité	11
Chapitre 6 — Recrutez les meilleurs candidats de votre secteur	12
Chapitre 7 — Plateforme d’applications	13
Chapitre 8 — LinkedIn for Good	14
Chapitre 9 — Evaluer votre impact avec LinkedIn	15
Chapitre 10 — Alvarum sur LinkedIn	16
Références	17

Introduction

Ce Guide Alvarum explique comment utiliser **LinkedIn pour les associations** : pour convaincre de nouveaux soutiens, pour vos collectes de fonds et pour la création de relation. Chaque chapitre explique une partie différente de LinkedIn. Selon vos objectifs, vous pouvez décider quels outils de LinkedIn sont les plus utiles à votre organisation. Ce guide vous fournira 10 façons de maximiser votre utilisation de LinkedIn.

Le guide mettra en évidence les meilleures pratiques et démontrera comment créer et gérer un profil personnel, une page d'entreprise et un groupe de discussion sur LinkedIn. Mais surtout ce guide vous expliquera comment votre association peut **profiter de la puissance de LinkedIn** et utiliser sa richesse de données et d'informations pour développer votre association. Ce guide conclura en étudiant « LinkedIn for Good », un service dédié spécifiquement aux associations, que LinkedIn développe actuellement.

LinkedIn est **un réseau pour les professionnels et les associations** qui donne à chaque membre l'opportunité d'afficher leurs CV en ligne. LinkedIn a actuellement plus de 120 millions d'utilisateurs actifs dans le monde entier, dont plus de 26 millions en Europe. LinkedIn a plus de 2 millions de membres en France.

‘LinkedIn a plus de 2 millions de membres en France.’

De nos jours la majorité des associations ont une page Facebook, la plupart d'entre elles ont un profil Twitter, mais peu utilisent LinkedIn autrement que pour la recherche d'emploi. Cette méthode ne profite que d'une utilisation partielle de ce riche service. LinkedIn est en effet un excellent moyen de développer les contacts professionnels nécessaires à la croissance de votre association, comme par exemple des partenaires commerciaux, des contacts avec des personnalités politiques et des consultants pro bono. LinkedIn vous offre la possibilité de contacter des personnes que vous n'auriez pu connaître par d'autres réseaux sociaux ou même physiquement. Ce potentiel apparaît clairement lorsque l'on étudie les données démographiques des membres :

- **Haut niveau d'éducation.** Plus de 80% ont fait des études supérieures.
- **Postes décisionnaires.** Plus de 20% sont seniors ou managers et 60% sont des décisionnaires au sein de leurs entreprises/organisations.
- **Aisés.** Les utilisateurs LinkedIn ont un revenu annuel moyen de 75,000€ par foyer.ⁱ

Cependant aucune de ces statistiques n'a d'importance si vous ne savez pas clairement ce que vous attendez de LinkedIn. Comme avec n'importe quel autre réseau social, vous devez clairement définir vos objectifs et vos cibles. Vous pourrez ainsi décider si utiliser LinkedIn est bénéfique à votre association. Donc avant de lire ce guide, réfléchissez d'abord aux raisons qui poussent votre association à utiliser LinkedIn. Vous le savez déjà ? Alors nous vous invitons à lire ce guide afin que de vous montrer comment utiliser LinkedIn pour votre association.

Chapitre 1 — Les profils LinkedIn

Si vous n'êtes pas encore sur LinkedIn, la première chose à faire est de créer un profil personnel. Pensez à votre profil comme à une marque. C'est ce que les utilisateurs verront avant de vous rencontrer ou avant de connaître l'association pour laquelle vous travaillez.

1.1 Un profil complet mais pas trop

Créer un profil sur LinkedIn est aussi simple que sur Facebook ou Twitter. Cependant il est plus difficile de créer ou d'améliorer votre profil afin que celui-ci exprime clairement votre expertise et votre engagement pour votre association. Rappelez vous qu'un profil complet est important, parce qu'il permet aux utilisateurs de vous trouver et qu'ils les rassurent sur votre expertise et votre crédibilité. Mais un profil

trop complet peut aussi décourager les utilisateurs qui ne le liront pas.

5 ASTUCES POUR UN PROFIL COMPLET

1-Inclure une photo qui montre votre visage augmente la confiance des utilisateurs et facilite la recherche.

2-Personnaliser votre profil. LinkedIn donne l'opportunité de mettre un bref résumé sur vous et de décrire vos intérêts. Pensez à ajouter quelques centres d'intérêts, ou une histoire personnelle, mais attention à ce que cela reste court.

3-Ajouter des mots clés. LinkedIn est rattaché à Google et son moteur de recherche interne fonctionne comme n'importe quel autre. De bons mots clés augmenteront le nombre de visites sur votre profil.

4-Expliquer votre fonction. Les utilisateurs veulent savoir ce que vous avez accompli, ce que le seul titre de poste ne leur indiquera pas. Donc décrivez vos responsabilités et vos compétences.

5-Recommandations. Les utilisateurs aiment savoir ce que les autres pensent de vous. Demandez à un ou deux collaborateurs d'écrire une recommandation sur votre profil. Attention, n'en faites pas trop.

Avant de compléter votre profil, naviguer sur les profils d'autres acteurs d'associations. Réfléchissez à ce que vous aimez ou non, et ce qui attire votre intérêt chez quelqu'un que vous ne connaissez pas. Pour un bon exemple, regardez le profil de [Beth Kanter](#), Auteur du livre Networked Nonprofits. Un fait évident : avoir une bonne photo de profil rend celui-ci beaucoup plus attractif.

Une fois que vous avez compris ce qu'est un bon profil, pensez à comment vous souhaitez vous présenter. Faites une liste de mots clés qui vous décrivent vous et votre association. Attention : se décrire en 5 mots peut être plus difficile qu'il n'y paraît. En outre, prenez connaissance des options avancées du moteur de recherche de LinkedIn. Les utilisateurs peuvent vous trouver de différentes façons, donc pensez à comment vous désirez être trouvé et ajuster vos mots clés en fonction. Placez ces mots dans votre CV et vos centres d'intérêt.

De nos jours la plupart d'entre nous ont déjà occupé plus d'un emploi, et certains d'entre eux sont plus pertinents que d'autres. Incluez dans votre CV les postes occupés qui ont de l'importance pour votre emploi actuel. Pensez à votre page LinkedIn comme à un CV d'une page ; tout ne rentrerait pas donc éliminez le superflu. Ce qui signifie supprimer les emplois que vous avez eu durant moins d'un an et ceux qui n'étaient qu'alimentaires. Ceci est vrai également pour vos recommandations, donc pas de témoignage de votre colocataire de fac.

1.2 Vous n'êtes pas seul. Encourager vos collègues à s'inscrire sur LinkedIn

Si vous êtes le seul membre de votre association, vous pouvez passer cette partie. Néanmoins, dans tous les autres cas, d'autres personnes sont impliquées : l'équipe, les membres du bureau, les volontaires, etc.... Demandez à ces personnes qui font partie de votre organisation de compléter leurs profils aussi. Plus vous aurez de membres inscrits sur LinkedIn, plus vous développerez le nombre de contacts décisifs pour votre organisation.



[Partagez cette courte vidéo pour aider votre équipe à en savoir plus](#)

1.3 Laissez votre profil et ceux de vos collègues travailler pour vous

La majorité des associations ne disposent pas de temps pour travailler sur LinkedIn. Ainsi, il est important de créer votre profil de telle sorte qu'il fera le travail pour vous sans aucune maintenance. LinkedIn offre de nombreuses options pour programmer votre profil afin qu'il travaille pour vous. LinkedIn continue de mettre à jour ses options et ses outils, donc il y a beaucoup de choses que vous pouvez faire pour optimiser votre profil. Dans les sections suivantes, nous étudierons chacune de ces options en détail.

Chapitre 2 — Les pages d'entreprise LinkedIn

Vous devez vous demander pourquoi ce second chapitre a pour thème les pages d'entreprise. Comment une page d'entreprise peut-elle être utile à une association? Bien qu'à l'origine les pages d'entreprise étaient utilisées pour promouvoir des offres d'emplois, de nos jours celles-ci sont devenues très populaires pour positionner votre organisation. Plus important encore, n'importe quelle société qui a un ex ou actuel collaborateur membre de LinkedIn a déjà une page d'entreprise.

Quand quelqu'un crée un profil sur LinkedIn et désigne votre organisation comme son employeur, LinkedIn crée une page d'entreprise. Actuellement plus de 101 000 organisations utilisent leurs pages d'entreprise pour créer une présence officielle sur LinkedIn et ceci inclut également les ONG. Ainsi, les membres LinkedIn peuvent suivre les pages de leurs entreprises, comme lorsque vous suivez quelqu'un sur Twitter. Par exemple, la page d'entreprise créée par la [Croix Rouge aux USA](#) a attiré des milliers de suiveurs.ⁱⁱ

LA PAGE D'ENTREPRISE

→ Logo de votre association.

Téléchargez n'importe quelle image de marque ou css.

→ **Description.** Mettez une description claire mais brève de votre organisation. Vous pouvez utiliser les textes déjà existants sur votre site web ou vos présentations.

→ **Choisissez votre secteur.** (i.e. organisation à but non lucratif)

→ **Ajoutez votre blog ou le fil d'actualité de votre site web.** De cette manière, la page de votre entreprise sera mise à jour fréquemment sans nécessiter une lourde maintenance.

→ **Mots clés.** Tout comme avec les profils personnels, les mots clés sont essentiels si vous voulez être facilement retrouvé.

2.1 Comment utiliser votre page d'entreprise (peut-être déjà existante)

Revendiquer votre page. Partant du fait que votre page d'entreprise existe probablement déjà, faites en sorte de l'améliorer et utiliser la pour atteindre vos objectifs.

En premier lieu, vous devez vous assurer que vous avez effectivement une page sur LinkedIn : allez dans « ajouter une entreprise » depuis la page « accueil des pages d'entreprise » ou cliquez sur le symbole de votre association sur votre profil personnel. Aussi, vérifiez que personne n'a mal épilé le nom de votre association ou que vous n'avez pas différentes pages à cause des acronymes. Enfin, si vous ne l'avez pas déjà fait, revendiquez votre page, mais méfiez vous, vous aurez besoin d'une adresse mail interne à votre association (i.e. info@nomassociation.fr), donc pas de comptes de messagerie gmail ou hotmail.

Les pages d'entreprise sont intéressantes car elles permettent à d'autres personnes de « suivre » votre organisation. Vous pouvez relayer vos informations en connectant vos Tweets ou flux RSS actualités. En outre, les

membres peuvent voir comment ils sont connectés à votre équipe, en cliquant sur « comment êtes vous connectés à ce profil » à côté de leurs noms. Pour finir, les pages d'entreprise ont maintenant une partie appelées « Services ». Celle-ci vous permet de mettre en avant des produits ou des services. Votre association offre des produits équitables ou du conseil ? Mettez-le en avant sur votre page. Parlez-en à vos utilisateurs pour qu'ils puissent le recommander après l'avoir tester.

Chapitre 3 – Les groupes LinkedIn

Un des meilleurs atouts de LinkedIn est la création de « groupes », car ceux-ci vous permettent de rentrer en contact avec les personnes qui partagent vos centres d'intérêt. Les groupes de discussion se forment autour d'un sujet qui intéresse les membres. Il y a actuellement plus de 87 000 groupes à but non lucratif sur LinkedIn. Ces groupes ne vous permettent pas seulement de créer des liens avec d'autres personnes de votre secteur mais aussi d'en suivre l'actualité, de rester au courant des dernières innovations et de partager des bonnes pratiques.

Tout le monde peut créer un groupe LinkedIn dans la mesure où il n'y a aucun frais. Néanmoins, créer, manager et faire la promotion d'un groupe LinkedIn pour une association demande du temps et de l'énergie. C'est pourquoi il est important de d'abord évaluer si cela est vraiment pertinent et nécessaire pour votre association.

3.1 Rejoindre (et quitter) les groupes LinkedIn

Rejoindre un groupe LinkedIn, particulièrement les groupes ouverts, est simple. Tout ce que vous avez à faire une fois que vous avez trouvé un groupe qui vous semble intéressant pour vous et pour les objectifs de votre association est de cliquer sur « rejoindre ce groupe ». Recherchez des groupes qui sont en lien avec votre fonction ou la cause de votre association. Regardez de quel groupe vos collègues ou les utilisateurs de votre secteur sont membres et décidez s'ils sont pertinents pour vous. LinkedIn permet de faire partie de 50 groupes au maximum. Cependant, beaucoup de groupes auront un contenu non pertinent pour vous et beaucoup d'autres seront inactifs. Une meilleure stratégie est de choisir 7 à 10 groupes qui vous semblent intéressants et de suivre les discussions de ces groupes pendant quelques semaines. Après deux ou trois semaines, évaluez les groupes et désinscrivez-vous de ceux qui n'ont pas de valeur ajoutée. Quelques groupes que vous pouvez rejoindre :



- **[Social Media for Nonprofit Organizations \(anglais\)](#)**

Ce groupe est à destination de tous ceux qui s'intéressent à l'utilisation des médias sociaux par le secteur associatif. Les membres peuvent poster des ressources, partager des informations ou demander un conseil.

- **[Association Française des Fundraisers](#)**

Groupe international de l'organisation du même nom. Echange de bonnes pratiques.

- **[Nonprofit Marketing and Fundraising Tips \(anglais\)](#)**

Partager des contacts, trouver de nouveaux donateurs, des outils marketing et de communication, des newsletters.

- **[ESS](#)**

Se tenir au courant de l'actualité sociale et solidaire en France

3.2 Vous voulez vraiment créer votre propre groupe LinkedIn

Si vous ne parvenez pas à trouver un groupe qui répond à vos besoins et que vous avez suffisamment de temps disponible au moins une fois par semaine pour gérer le groupe, alors vous pouvez créer votre propre groupe dans la partie « **créer un groupe** ». LinkedIn offre deux types de groupes : fermés ou **ouverts**, cela dépend des objectifs de votre groupe. Réfléchissez bien au nom de votre groupe, car vous ne pourrez le changer que 5 fois. En outre, essayez de ne pas créer un groupe qui porte le même nom que votre organisation, mais plutôt un qui permet de comprendre facilement et plus largement votre mission. Un groupe appelé « sauver les dauphins » fonctionne bien mieux que « agence de protection environnementale de l'Amérique de l'est ». Regardez les autres groupes du secteur : ceux qui sont **centrés sur des sujets** précis et non sur leur mission pure sont bien plus actifs et vivants.

Créer un groupe est plus facile que gérer un groupe. Gérer un groupe prend en effet du temps et demande un certain engagement. Bien que LinkedIn propose d'éditer des « **règles du groupe** », aucunes d'elle ne sont gravées dans la pierre. Vous aurez besoin de traiter avec des membres qui utiliseront votre groupe pour faire de la publicité ou qui feront des remarques inappropriées. Généralement les groupes avec un sujet précis et bien défini sont ceux qui attirent le plus de monde. Ajouter à une mise à jour régulière des contenus des discussions actives et une application claire des règles du groupe, et celui-ci grandira. Consultez le groupe [Autism Speaks](#) pour voir ce à quoi ressemble un groupe LinkedIn très vivant.

Chapitre 4 — Etablir des connections

LinkedIn est un outil fantastique pour établir des connections avec les membres. Il y a beaucoup de manière d’y parvenir. Dans cette partie nous étudierons les différentes méthodes pour ajouter des personnes à votre réseau et pour construire une relation qui continuera en dehors de votre profil LinkedIn.

4.1 J’aimerais vous ajouter à mon réseau professionnel sur LinkedIn

La méthode la plus simple pour ajouter quelqu’un à votre réseau LinkedIn est d’aller sur leurs profils et de cliquer sur “[ajouter à mon réseau](#)”. LinkedIn vous permet d’ajouter n’importe quelle personne dans les catégories suivantes : collègues, anciens élèves de votre école, collaborateurs, contacts, membre du groupe et ‘autres’. La partie ‘autres’ nécessite d’avoir l’email personnel de la personne. Vous pouvez trouver des personnes en allant directement sur leurs profils ou en allant sur vos groupes LinkedIn et en naviguant sur les profils des membres. LinkedIn vous aide aussi à trouver des personnes grâce à l’outil « [Les connaissez-vous ?](#) »

En plus d’ajouter des personnes directement à votre réseau, vous pouvez aussi demander à vos contacts de vous présenter à leurs propres contacts. Il est important de rester en contact avec les utilisateurs et d’avoir connaissance de leurs réseaux. Rentrer en contact avec quelqu’un est bien plus facile si vous avez une connaissance commune. Si vous voyez qu’une de vos relations connaît quelqu’un à qui vous souhaiteriez être présenté, cliquez sur « [Etre présenté par une relation](#) ».

En outre, LinkedIn a un certain nombre d’outils pour rendre plus facile l’ajout de relations. Par exemple, LinkedIn pour Outlook : lorsque vous ajoutez une adresse à votre carnet d’adresse vous avez la possibilité de les ajouter facilement à votre réseau LinkedIn.

La question la plus importante qui se pose pour n’importe quel réseau social est de savoir qui ajouter ou non à son réseau. Si vous n’avez jamais pratiqué l’ajout de contact dans d’autres réseaux sociaux, il faut que vous réfléchissiez à l’attitude que vous souhaitez adopter. N’oubliez pas que toutes les personnes qui accèdent à votre réseau ne verront pas seulement votre profil mais aussi toutes vos relations et votre attitude sur LinkedIn via votre fil d’actualité. En fonction de votre poste et de vos objectifs, il peut être utile de mettre en place des règles de base pour ajouter et accepter des relations.

En outre, les membres LinkedIn qui ont plus de 500 contacts ont une certaine réputation (ils sont appelés [LIONS](#)). Avoir beaucoup de contacts peut influencer l’impression que les utilisateurs auront de vous, aussi bien positivement que négativement.

4.2 Les normes LinkedIn

Les normes LinkedIn sont en fait des règles non écrites, qui se rejoignent toute en un point : agissez comme une personne réelle même si vous êtes dans un univers virtuel. Ainsi, lorsque vous envoyez une demande de relation, n'utilisez jamais une réponse toute prête, mais ajoutez toujours un message personnel qui explique pourquoi vous désirez établir une connexion. Vous ne pouvez pas le faire en 120 caractères ? LinkedIn vous permet d'envoyer des messages aux membres des groupes LinkedIn avant d'entrer en contact. Une fois que quelqu'un accepte votre demande de relation, n'attaquez pas tout de suite, attendez d'avoir eu quelques interactions.

D'autre part, lorsque quelqu'un vous envoie une demande de relation, vous pouvez décliner si vous expliquez les raisons de ce refus. Envoyez un message personnel qui explique la politique que vous pratiquez pour l'ajout de contact.

4.3 Les relations du secteur associatif

LinkedIn fournit d'excellents outils de recherche pour trouver des donateurs ou des supporters potentiels. Vous pouvez chercher par régions, postes, entreprises, etc... Cependant, ces recherches doivent être bien ciblées et compléter votre stratégie existante. Quelques exemples :

- Consulter les associations similaires à la vôtre déjà présentes sur LinkedIn. Les réseaux de ces associations seront probablement intéressés par votre association.
- Les personnes qui peuvent vous intéresser pour augmenter votre collecte de fonds: le responsable du développement durable, les dirigeants des entreprises de votre région, des donateurs de longue date, des personnes à la recherche de mission de bénévolat.
- Si vous voulez obtenir un rendez-vous avec une entreprise pour du mécénat, consultez leur page LinkedIn : peut-être connaissez vous déjà quelqu'un qui travaille dans cette entreprise et qui pourrez vous introduire.
- Utilisez le moteur de recherche LinkedIn pour trouver des personnes influentes dans votre région, ou des personnes qui s'intéressent à votre cause, et envoyez leur un message pour entrer en relation. Effectuez des recherches avec les mots clés : [Volunteer Management](#) ou [Fundraising](#) en utilisant [LinkedIn Skills](#). Attention, n'attaquez pas directement. Agissez toujours comme si vous étiez dans la vie réelle.
- LinkedIn vous permet de savoir qui a consulté votre profil avec l'outil "[statistiques du profil](#)". Ces personnes peuvent être des donateurs potentiels pour votre association.

Chapitre 5 — Suivez l'actualité

LinkedIn permet de garder un œil sur toute l'actualité du secteur associatif. "[LinkedIn today](#)" montre les derniers articles partagés sur LinkedIn et Twitter par les personnes de votre réseau. Les groupes LinkedIn discutent des thèmes de l'actualité du secteur et l'outil 'réponse' vous permet de contacter les experts du secteur.

5.1 L'outil réponse

L'outil 'réponse' permet aux professionnels de poser des questions aux autres membres LinkedIn. Pour les associations c'est un très bon espace de dialogue qui permet de **trouver des experts** pour résoudre une problématique ou pour questionner sur de meilleures pratiques. Vous pouvez poser des questions fermées et ouvertes. Différentes catégories sont disponibles : Nonprofit Management; Nonprofit Fundraising; Philanthropy; Social Entrepreneurship etc. Une fois que les utilisateurs ont répondu à votre question, vous pouvez sélectionner la **meilleure réponse**. Les membres qui fournissent la meilleure réponse pour plusieurs questions se voient décerner un statut d'expert sur LinkedIn. Les questions que vous posez peuvent être vues par vos contacts et par les relations de vos contacts comme des « questions du réseau ». Toutes les questions sont rangées dans des catégories spécifiques. Des questions intéressantes peuvent être trouvées dans les parties 'Nonprofits', 'Nonprofit Fundraising' et 'Nonprofit Management, Social Entrepreneurship.' Quand vous posez une question et que quelqu'un vous répond, ce sera visible sur LinkedIn et, si vous le décidez, transféré à votre boîte mail.

'La question la plus importante qui se pose pour n'importe quel réseau social est de savoir qui ajouter ou non à son réseau ?'

- **Pourquoi les Français hors de leurs frontières sont-ils si peu solidaires?**

2 réponses | Posée par Jean Philippe Gousse | 18 septembre 2008 in Animation de réseau professionnel

- **Je cherche un listing de projets accomplis dans le domaine du développement durable.**

2 réponses | Posée par Najib Maddah | 18 février 2010 in énergie et développement, Produits écologiques

- **Je veux aider à enseigner dans la formation professionnelle dans les pays pauvres**

1 réponse | Posée par Abdel Bour | 26 mai 2009 in Enseignement

Revenir - Résultats de recherche sur Réponses | « Précédente | Suivante »

Najib Maddah
Owner at Swaf Smart Web Application
Factory Sàrl
[voir toutes mes questions](#)

Je cherche un listing de projets accomplis dans le domaine du développement durable.

Dans le cadre d'un grand projet de développement durable qui vise à promouvoir les entreprises ayant déjà "agi" dans ce domaine, je cherche comment trouver une liste de ces entreprises ou des projets qui ont été financé par ces entreprises.


Clarification ajoutée 20 février 2010 :
Je précise que je n'ai jamais demandé une liste exhaustive! mais des listings. Qui peuvent exister pour différents raisons et à différent niveau (local, national, international).
Merci pour ceux qui m'ont déjà répondu, ca m'a déjà beaucoup aidé.

publiée(s) 18 février 2010 in [énergie et développement](#), [Produits écologiques](#) | [Close](#) | [Signaler la question comme...](#)

[Partager cette question](#) ▾

(1) Bonnes Réponses

Clovis Véron
Montage, trucage, compositiong Vidéo
[voir toutes mes réponses](#)

 Meilleures Réponses pour :
énergie et développement (1)... [voir plus](#)

★ **Voici la réponse élue Meilleure Réponse**

Bonjour, étant sociétaire de La Nef, je reçois annuellement un compte rendu des projets **solidaire** et durable subventionnés par eux (nous). Je vous conseil donc de vous adresse à La Nef pour obtenir ce listing.

Cordialement

Clovis Véron

Liens :
<http://www.lanef.com/emprunter/annuaire.php>
<http://www.credit-cooperatif.coop/entreprises/clienteles/>

publiée 18 février 2010 | [Signaler la réponse comme...](#)

Une réponse LinkedIn avec la meilleure réponse mise en avant.

Chapitre 6 — Recrutez les meilleurs candidats de votre secteur

Utilisez l'outil [LinkedIn Recruiter](#) pour trouver des informations sur vos candidats et recrutez les meilleurs profils de votre secteur. Des associations de toutes tailles utilisent déjà LinkedIn pour vérifier les références des candidats une fois qu'ils ont postulé pour un poste. Mais pourquoi ne pas utiliser le réseau pour trouver vous-même de bons candidats et les approcher ?

Les organisations constatent que diffuser leurs offres d'emplois sur LinkedIn génère un grand intérêt chez les candidats à haut potentiel en un court laps de temps. LinkedIn offre l'opportunité de diffuser une offre d'emploi via différents canaux (profil, page d'entreprise, page de carrières) Vous pouvez utiliser 'trouver des talents' pour mener une recherche gagnante. Ainsi, cela ne prend que quelques minutes sur LinkedIn pour cibler des leaders de communauté locale avec un haut potentiel, tant en terme d'expériences que de compétences.

'63.241 personnes
qui travaillent pour
une association en
France ont un
profil LinkedIn.'

Chapitre 7 — Plateforme d'applications

LinkedIn possède une plate-forme d'applications qui propose d'améliorer votre profil en le reliant à votre blog, à des présentations, des listes de lectures, des dossiers, des voyages d'affaire et bien d'autres éléments. Ci-dessous vous trouverez trois exemples d'applications intéressantes pour booster votre réseau.

7.1 Twitter

Connectez votre compte Twitter à votre compte LinkedIn vous permettra de trouver et suivre vos relations Twitter sur LinkedIn. Selon Twitter, cette application vous permet de :

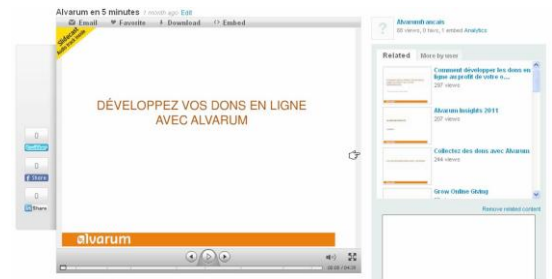
- voir lesquelles de vos relations LinkedIn sont sur Twitter
- suivre des relations LinkedIn sur Twitter, directement via l'application
- sauvegarder vos relations LinkedIn sous forme de liste



7.2 Slideshare

Slideshare est un outil en ligne qui vous permet de partager des présentations avec n'importe qui. Tout comme LinkedIn, Slideshare est un outil très utile pour les entreprises et les associations. Et tout comme LinkedIn, Slideshare est maintenant utilisé massivement par beaucoup d'associations.

Dans cette [vidéo](#), l'application Slideshare est expliquée.



7.3 Badge

Si vous désirez que votre compte LinkedIn se diffuse plus rapidement, vous devez absolument ajouter un badge à votre blog, à votre CV en ligne ou à votre site. Un badge est un lien qui renvoie à votre profil LinkedIn. Allez dans [Profile Badges](#), choisissez un badge qui correspond à votre design et copier/coller le dans vos mails ou vos blogs.

7.4 Autres applications

Pour suivre le développement des nouvelles applications, rendez vous sur [LinkedIn labs](#). Il y a de multiples applications, comme localiser votre réseau avec [LinkedIn Maps](#). Vous pouvez aussi mettre un lien qui renvoie à votre [blog Wordpress](#) et permettre à vos relations de voir vos derniers articles. Vous pouvez également consulter [LinkedIn Apps](#) pour voir quelle application vous sera le plus utile. Cependant, pensez toujours en termes de résultats et d'efficacité. Ne surchargez pas votre page avec trop de contenu.

Chapitre 8 — LinkedIn for Good

[LinkedIn for Good](#) est une initiative philanthropique qui permet aux ONG d'impliquer la communauté LinkedIn dans leurs causes. Ce programme est actuellement encore en développement et un nombre limité d'associations a été sélectionné. Mais de nouvelles mises à jour vont être disponibles rapidement et ce service permettra de tirer profit de cette communauté de millions d'utilisateurs.

Selon Bryan Beckridge, responsable des solutions LinkedIn pour les associations, les points principaux sontⁱⁱⁱ:

- **Des profils LinkedIn gratuits pour les équipes**
Cela renforcera les relations de votre organisation.
- **Des pages d'entreprise gratuites pour les associations**
Une page d'entreprise représente votre présence officielle sur LinkedIn. Attention à ce que votre organisation n'est pas déjà une page simplement parce que quelqu'un l'a indiqué comme ancien employeur ou concurrent. Créer une page d'entreprise implique que vous contrôliez ce que les utilisateurs voient de votre association sur LinkedIn.
- **Des pages de groupes gratuites**
Les groupes sont un bon moyen de créer des conversations et des relations avec votre audience – le but commun et principal de tous les média sociaux. Le groupe d'Alvarum sur LinkedIn recense des discussions où les membres peuvent trouver de l'aide, apprendre ou partager les bonnes pratiques de toutes les associations.
- **Utiliser LinkedIn Recruter pour recruter**
Cet outil permet aux associations d'identifier des candidats 'passifs' et de les contacter directement pour évaluer leur intérêt. Le nombre d'informations que LinkedIn a sur chaque membre rend plus facile la recherche de candidats à haut potentiel.
- **Investir dans une page 'carrière'**
Les associations qui recrutent beaucoup auront intérêt à investir dans une page 'carrière' ; Ces pages, qui sont imbriquées sous les profils des entreprises, permettent aux organisations de créer une 'identité de marque' qui permettra aux personnes à la recherche d'un emploi de comprendre la vision de votre association en terme de recrutement.
- **Diffuser et gérer les annonces**
Bien que des sites comme Craigslist ou Ressources Solidaires proposent déjà de diffuser des annonces dans le secteur associatif, pensez qu'avec LinkedIn vous toucherez une audience plus large. Des candidats qualifiés prendront immédiatement connaissance des postes à pourvoir. Évaluer le coût de diffusion sur LinkedIn et prenez en compte que vous n'aurez pas ici comme sur d'autres canaux une avalanche de candidats qui ne correspondent pas au profil recherché.

- **Inclure LinkedIn dans l'ensemble de vos réseaux sociaux et dans votre communication**

LinkedIn propose un nouvel espace pour que votre association crée de nouvelles relations. Il peut être utilisé passivement en assurant simplement la présence d'une page d'entreprise ; il peut aussi être utilisé comme un lieu d'interaction et de discussion pour l'ensemble de vos employés, membres, supporters et toutes autres personnes intéressées par votre association.

Chapitre 9 — Evaluer votre impact avec LinkedIn

LinkedIn offre l'opportunité de millions de relations possibles. C'est un réseau différent de Facebook ou Twitter donc vous ne devez pas appliquer la même stratégie à ces trois réseaux. Pensez aux forces du réseau LinkedIn et à comment celles-ci peuvent vous être utiles dans votre stratégie. Identifier vos objectifs dictera votre stratégie LinkedIn. Par exemple, si vous voulez utiliser LinkedIn pour vous connecter avec des fondations, vous devrez d'abord comprendre les fonctionnalités avant de mettre en place une grande campagne de collecte de dons par LinkedIn. Ne vous attendez pas à un succès immédiat.

- Recherchez des personnes qui travaillent à d'importants postes (fondations, politique,..)
- Rejoignez des groupes que ces personnes ont déjà rejoints et interagissez avec elles
- Demandez à ce que l'on vous présente lorsque vous avez une connaissance commune
- Utiliser les réponses LinkedIn pour poser des questions mais aussi pour montrer votre expertise

Lorsque vous recherchez des personnes sur LinkedIn réfléchissez à ce que vous souhaitez savoir et qui pourrait vous donner la réponse. Pour ajouter des personnes à votre réseau pensez toujours à^{iv} :

- Cette personne peut elle m'aider pour quelque chose que j'aurai besoin dans le futur ?
- Est-ce que je veux être capable de recontacter cette personne plus tard ?
- Comment vais-je pouvoir [récolter les fruits](#) de cette relation?
- Avoir trop de contacts vous rendra moins [efficace](#).

Pour finir, les objectifs des associations qui rejoignent des réseaux sociaux sont : la collecte de fonds, la création de contacts, obtenir du soutien. Ainsi vos outils d'évaluation sur LinkedIn devront mesurer l'atteinte potentielle de ces objectifs.

Chapitre 10 — Alvarum sur LinkedIn

Il aurait été absurde pour Alvarum d'écrire un e-book au sujet de LinkedIn si nous ne l'utilisions pas nous même. Actuellement, nous avons trois groupes sur LinkedIn : un pour la France, un pour l'Allemagne et un pour la Hollande.

N'hésitez pas à nous rejoindre pour vous tenir au courant des dernières actualités des événements de collecte de fonds, des interviews d'associations et de participants mais aussi des bonnes pratiques, des méthodes pour recruter des participants pour vos événements et pour augmenter le nombre de vos soutiens.

Discussions les plus commentées



Suivre Emilie

Découvrez le nouveau Alvarum challenge du Semi-Marathon de Paris !
Savez-vous que 67% des collecteurs de la Course des Héros sont des femmes ? Et que les coureurs participent avant tout pour s'engager ...



Faites du Semi-Marathon de Paris le nouvel événement de votre...

connaissances.alvarum.fr

Savez-vous que 67% des collecteurs de la Course des Héros sont des femmes ? Et que les coureurs participent avant tout pour s'engager solidairement ? C'est pour aider les associations à mobi...

publiée il y a 14 jours

Lucile Voisin il y a 13 jours • Lucile aime ça.

[Voir plus >](#)



Félicitations à la Fondation Prem'Up et à sa marche des bébés qui a réussi à collecter 216 354€ via la plateforme alvarum



Une "marche des bébés" pour financer la recherche contre la... lepoint.fr

Des progrès doivent être réalisés pour limiter le nombre de naissances avant terme et mieux s'occuper des prématurés.

publiée il y a 3 jours

Helene Salvanes il y a 2 jours • Helene aime ça.

[Voir plus >](#)



[J'aime](#) [Commenter](#) [Ne plus suivre](#) [Plus](#) ▾



Suivre Stéphane



ISF : Duel final Fondation de France vs Fondation Caritas ?

sg-consultant.blogspot.com

Actualités et innovations du mécénat, de la philanthropie et de la communication d'intérêt...

publiée il y a 1 mois

Stéphane Godlewski il y a 19 jours • Bonjour Emilie, j'ai toujours pensé, depuis ma participation à la conception des "pièces jaunes" que l'événement d'intérêt général ... »

[Voir plus >](#)



[Visitez la page Alvarum pour les associations](#)

Références

-
- ⁱ LinkedIn Company Overview. <http://marketing.linkedin.com/audience>
- ⁱⁱ LinkedIn Learning Center. <http://learn.linkedin.com/nonprofits/>
- ⁱⁱⁱ <http://netsquared.org/blog/trenton/linkedins-nonprofit-solutions>
- ^{iv} Nonprofit strategies for getting more out of LinkedIn. Socialbrite 2011.
<http://www.socialbrite.org/2011/07/14/nonprofit-strategies-for-getting-more-out-of-linkedin/>

Ressources

LinkedIn Learning Center: Nonprofits

<http://learn.linkedin.com/nonprofits/>

LinkedIn Answers: Nonprofit Management

http://www.linkedin.com/answers?categoryHome=&category=NNP_MGM&goback=.ahp

Nonprofit Teach 2.0. A social media guide for nonprofits

<http://nonprofitorgs.wordpress.com/>

Beth's Blog: Nonprofits and Social Media

http://beth.typepad.com/beths_blog/ (archived posts up to 2010)

www.bethkanter.org (new blog)

About.com. Nonprofit Charitable Orgs: Social Media or Web 2.0

http://nonprofit.about.com/od/socialmedia/Social_Media_or_Web_20.htm