

Faut-il être sur plusieurs Réseaux Sociaux Online ?

Les réseaux sociaux ont explosé ces dernières années. Ainsi, Facebook, Twitter, MySpace, Viadeo ou encore LinkedIn accueillent des utilisateurs en masse.

Concrètement, nous sommes nombreux à avoir de plus en plus de profils... L'IFOP confirme cette tendance dans une récente étude (janvier 2010) * : au global, 77% des internautes déclarent être membres d'au moins un des réseaux sociaux en ligne et 25% des internautes sont membres d'un seul réseau social, 34% de deux à trois réseaux sociaux et 18% de quatre et plus. Mais tous les réseaux sociaux online - ou OSN (Online Social Network) - ne se ressemblent pas.

Pourquoi et comment choisir ?

* l'observatoire des réseaux sociaux - Ifop - Janvier 2010

Generic Networks versus Specialized Networks

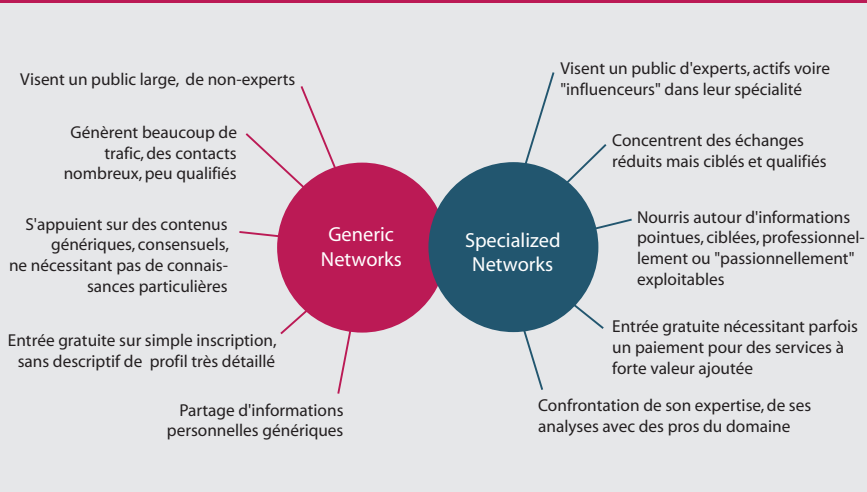
Globalement nous pouvons constater le match suivant "Generic Networks" versus "Specialized Networks". Nous pouvons définir les réseaux sociaux "Generic" selon leur utilisation : pour rester en contact avec ses amis, ses collègues, les anciens de son école comme l'IFAG par exemple. Et les réseaux sociaux "Specialized" : pour partager un objectif, un intérêt commun ou une passion. Facebook, LinkedIn... sont génériques. Flickr (partage de photos), Flixster (échange de notation sur des films)... sont spécialisés.

Qualité versus Quantité

Les réseaux sociaux sont de plus en plus segmentés, mettant la qualité et l'efficacité au cœur de leur stratégie. On le voit, Meetic, site mondial, segmente de plus en plus par affinité, car un réseau trop étendu, trop global perd en efficacité. Dans la même logique, de nouveaux acteurs de niche apparaissent focalisés sur des segments particuliers dont voici 3 exemples :

OSN Bourse /Finances : Cortal Consors soutient hopee.fr, le 1^{er} réseau social dédié à la Bourse qui évalue objectivement la fiabilité des recommandations boursières de ses membres et offre aux investisseurs actifs en Bourse une nouvelle source d'information complémentaire.

Comparatif Réseaux sociaux généralistes et spécialistes



OSN recrutement : revendique une nouvelle approche du recrutement sur Internet : à la fois un JobBoard (plateforme d'emplois) de type Monster et un Online Social Network de type Viadeo ou LinkedIn (réseaux sociaux professionnels). L'approche de Huzz permet de mettre en avant la relation recruteurs/candidats conforme à la notion de capital humain, basé sur la réciprocité car chacun connaît le profil de l'autre.

Les contacts sont qualitatifs (l'anti-robot) grâce à leur pertinence, en opposition aux offres d'emplois arrivant sur votre email via un push plus ou moins bien paramétré. Le candidat a plus de proximité avec le recruteur et vice versa via la messagerie intégrée.

Pour conclure, Huzz est un spécialiste Internet du recrutement et les recruteurs (cabinet de recrutement RH, agence d'intérim, DRH...) recherchent de l'efficacité et une pro-activité dans les outils mis à leur disposition. Ils ont tous une contrainte de productivité et globalement de performance. Grâce à des fonctionnalités "Focus sur le recrutement", Huzz peut leur apporter cette productivité ainsi qu'une bonne pro-activité.

OSN Art contemporain : 1^{er} réseau social conçu autour d'une base d'informations sur l'art contemporain. Il permet de créer son réseau d'amis et d'experts, de participer et d'inviter des amis à des événements, foires, vernissages, publier

photos et vidéos et coups de cœur.

Aujourd'hui, la stratégie la plus efficace consiste non pas à arbitrer entre OSN génériques ou spécifiques mais bien plus à jouer la complémentarité selon ses besoins ■

Dates-clés de Denys NOEL

20 ans d'expérience en finances d'entreprises à l'international

- 1998-2002 : CFO de start-up's
- 2002-2005 : Responsable Financier du groupe Lise Chamel
- 2005 : MBA de Chicago
- Expertise financière et comptable en US GAAP, France GAAP, German GAAP...



Posez vos questions réseaux à Denys NOEL

Intervenant en Finances à l'IFAG Paris
denysnoel@gmail.com