

Internet : Quand les PME recrutent, elles consultent les réseaux sociaux

Internet

Posté par : JPilo

Publié le : 29/4/2011 14:00:00

38% des entreprises, dans le secteur des nouvelles technologies, vérifient le profil de leurs employés potentiels sur les réseaux sociaux tels que Facebook, selon une enquête réalisée par le réseau international d'agences de communication [Eurocom Worldwide](#), en partenariat avec l'agence Hardcom.

« Si les internautes à la recherche d'un emploi ont sans doute tout intérêt à ce qu'un employeur potentiel consulte leur profil LinkedIn, qu'en est-il de ce qui figure sur leur page Facebook ? », commente **Catherine Bienbeau**, Responsable de l'agence [Hardcom](#). « Même s'ils sont certains d'avoir configuré correctement leurs propres paramètres de confidentialité, les photos ou autres informations personnelles publiées sur les pages de leurs amis ne risquent-elles pas de leur porter préjudice sur le plan professionnel ? »



L'enquête Eurocom Worldwide indique que 38% des entreprises du secteur des nouvelles technologies consultent les profils des candidats sur les médias sociaux afin de déterminer leur adéquation avec un poste pourvoir. « Les médias sociaux sont un formidable moyen de se constituer un réseau et de s'ouvrir des opportunités de carrière, mais il devient de plus en plus difficile de faire la distinction entre vie professionnelle et vie privée sur le Web », ajoute **Catherine Bienbeau**.

L'enquête réalisée auprès de plus de 660 hauts responsables d'entreprises dans le secteur des nouvelles technologies met également en lumière l'usage des médias sociaux au sein de celles-ci.

A peine plus d'un tiers (36%) de ces entreprises ont mis en place une procédure formelle, en dehors d'une simple alerte Google, pour savoir ce qui se dit à propos d'elles sur le Web.

« La première phase du déploiement d'une campagne sur les médias sociaux consiste à être à l'écoute de ce qui se dit en ligne sur votre société et sur ses services ou produits », souligne **Mads Christensen**, directeur du réseau Eurocom Worldwide. « Or la majorité des entreprises ne le font pas de manière très rigoureuse, voire pas du tout. »

Il ne paraît pas y avoir de progression du nombre d'entreprises tenant un blog au cours des deux dernières années, cette proportion demeurant à peine un tiers environ. Les principales motivations citées pour la tenue d'un blog d'entreprise sont, par ordre décroissant, d'améliorer l'interaction avec les clients, d'accroître la notoriété et le leadership ou encore d'optimiser le référencement sur les moteurs de recherche (SEO).

Selon l'enquête d'Eurocom Worldwide, les principaux freins à la tenue d'un blog sont le manque de temps (pour 39% des entreprises), le manque d'intérêt (32%) ou bien le fait de « ne jamais y avoir songé » (18%).

« L'intérêt d'un blog d'entreprise du simple point de vue du référencement sur les moteurs de recherche est tel qu'il est pour le moins surprenant de ne voir qu'à peine un tiers des entreprises du secteur des nouvelles technologies en tenir un », déplore **Mads Christensen**. « Cela dit, la tenue d'un blog demande un investissement de temps non négligeable, aussi vaut-il mieux s'en abstenir que de ne pas être à la hauteur en termes de qualité du contenu ou de fréquence de mise à jour. »

En dépit de ces avis partagés face aux blogs, la moitié (51%) des entreprises interrogées disposent d'une page Facebook et 46% d'un compte Twitter, 43% sont présentes sur LinkedIn et un peu plus du tiers (36%) sur YouTube. Au total, 38% d'entre elles prévoient d'augmenter leurs investissements dans les médias sociaux au cours des 12 mois à venir.

En termes d'activité, environ un quart (26%) des entreprises consultées utilisent Twitter quotidiennement et une sur cinq (21%) actualise sa page Facebook tous les jours.