

BULLETIN INFO OCTOBRE 2017

Table des matières

Etre présent sur les réseaux.....	2
Quels en sont les objectifs ?	2
Pourquoi votre présence est-elle primordiale sur ces médias ?	2
CAPE SERVICES vous conseille :	3
Site Web ou réseaux? Ou ... Site Web et réseaux?.....	3
Les réseaux les plus généralistes.....	3
Les réseaux orientés « pro » LinkedIn et Viadeo	4
Avoir son site web ?	5
2 « astuces » CAPE SERVICES pour optimiser votre identité sur le Web.....	5
ENTRETIEN AVEC MONIQUE DELEZENNE, experte web.....	6



Compétences **A**utonomes **P**our **E**ntreprendre

Etre présent sur les réseaux

Etre présent sur les réseaux sociaux, important pour un consultant en portage salarial? Objectifs ? Site Web ou réseaux sociaux? Quels réseaux? ...

Entretien avec Monique Delezenne, experte communication web et réseaux.

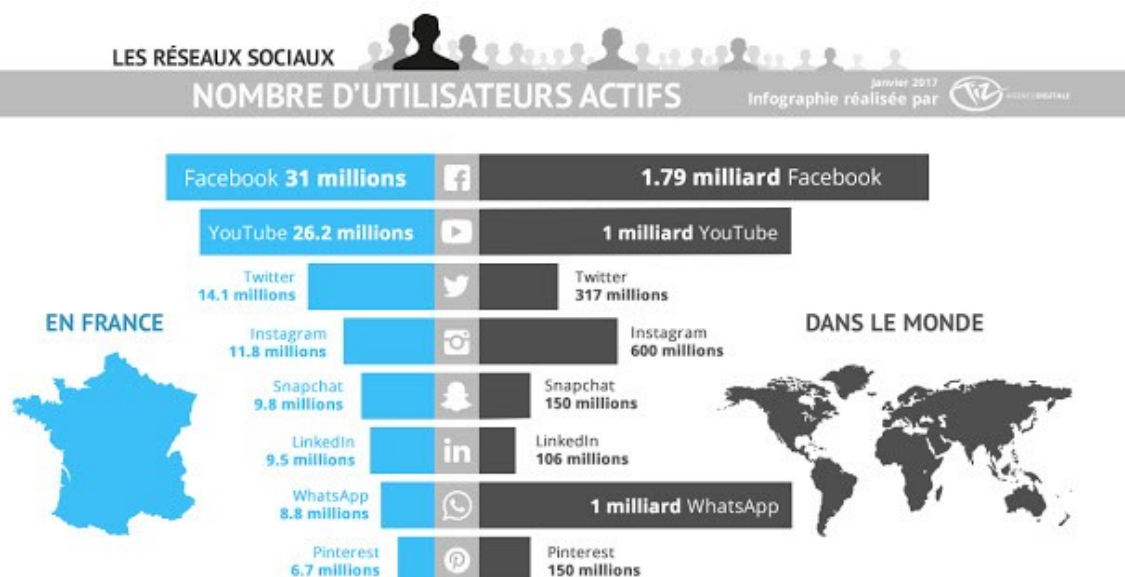
Aujourd'hui être présent sur les réseaux est une nécessité pour tous les professionnels autonomes, les freelances.

Publiez votre profil, votre cursus sur les réseaux sociaux professionnels comme **LinkedIn** et/ou **Viadeo**, discutez sur des forums ou créez des groupes sur **Facebook**. Mettez en place un **blog professionnel** et animez-le en publiant des articles.

Quels en sont les objectifs ?

- Faire connaître vos prestations
- Vous rendre visible auprès de votre clientèle cible
- Valoriser vos compétences, votre expérience et votre formation
- Vous positionner en tant qu'expert
- Trouver des partenaires d'affaires
- Décrocher des clients

Pourquoi votre présence est-elle primordiale sur ces médias ?



© Infographie réalisée par Tiz, agence web digitale à Strasbourg

Parce que leur nombre important d'abonnés, leurs publics diversifiés et leur portée géographique en font des outils incontournables.

CAPE SERVICES vous conseille :

° Identifiez vos cibles (vos clients idéaux)

En effet il faut adapter son discours en fonction des personnes auxquelles on s'adresse. Pour cela servez-vous de votre expérience et étudiez vos clients actuels pour en déduire un « profil type ».



° Demandez-vous où se trouvent vos clients idéaux

De quels réseaux sociaux font-ils partie ?

° Concentrez-vous sur un ou deux réseaux sociaux adaptés à votre activité,

Choisissez ceux dans lesquels vous pouvez « atteindre » plus facilement votre « cible »

Quel que soit le ou les réseaux utilisés, il faut y consacrer du temps pour faire vivre vos pages et surtout y être présent très régulièrement.

Site Web ou réseaux? Ou ... Site Web et réseaux?

Les réseaux les plus généralistes

° Facebook :

est le plus large réseau social au monde. Sa force, c'est l'importance de son animation et sa simplicité. Il est plutôt réservé aux professionnels qui s'adressent à des particuliers avec des solutions pour aider les entreprises à toucher leurs clients.

Créez une page PRO pour pouvoir faire de la publicité Facebook et être ainsi plus visible. Celle-ci ne renfermera que les dossiers professionnels afin de ne pas se laisser distraire par les activités extrascolaires et autres invitations aux anniversaires auxquelles il faut répondre ...



° Twitter : :

initialement pour les professionnels peut devenir très chronophage, l'objectif étant de répondre très rapidement à chaque Tweet. Il peut être utile pour de la veille professionnelle, pour suivre des abonnés en créant des listes par domaines d'intérêts, pour

informer vos clients, pour assurer un SAV rapide ... ,

Simple de faire des tweets mais il est plus difficile qu'il n'y paraît de respecter le nombre de caractères, de limiter son temps de présence sur le réseau, (lorsque les premiers contrats sont signés on peut parfois être tenté de travailler tard...)

° Instagram :

application mobile, propriété de Facebook, dédiée à la photo et aux petites vidéos. Bon outil de marketing viral.

Il est facile de créer des passerelles entre son compte Instagram et d'autres réseaux et/ou son site web.

Bannissez les images et vidéos de piètre qualité, ajoutez un commentaire, une légende sous vos publications, géolocalisez... Cela peut vite devenir chronophage

° Pinterest :

Plateforme qui permet de rassembler ses coups de cœur trouvés sur le web et de les classer par thématiques.

Couplé avec un site Web et/ou une activité de vente en ligne, Pinterest facilite le dialogue avec la clientèle que vous ciblez et permet de générer du trafic sur votre site

Bannissez les visuels non originaux ou de piètre qualité, postez incitatif... Cela peut vite devenir chronophage

° YouTube :

diffusion de vidéos et de publicités. Il fait partie de l'univers Google.

Une interview, une démo, un tuto sur YouTube permettent d'affirmer votre expertise. Ne vous en privez pas. Pour le plus affutés, créez votre chaîne YouTube

Privilégiez des vidéos courtes et de bonne qualité. Nous passons tous aujourd'hui plus de temps à regarder qu'à lire...

Les réseaux orientés « pro » LinkedIn et Viadeo

Vous allez pouvoir y pour communiquer sur votre actualité professionnelle, votre parcours, vos clients.

Une fois votre profil créé, ***professionnalisez votre page*** en ajoutant votre photo (type CV, pas celle de vos dernières vacances!).

N'hésitez pas à rejoindre des groupes en rapport avec votre profession : vous ***pourrez déposer votre contribution*** et prendre part aux débats.

Il est possible d'utiliser ***LinkedIn*** et ***Viadeo*** comme des blogs, en effet être actif sur le web c'est publier du contenu ou réagir à l'actualité (professionnelle), preuve



que vous maîtrisez votre sujet.

Certains **recruteurs** déposent sur ces plateformes des offres d'emploi ou de missions.

° Viadeo (repris par le Figaro) a sorti une formule « freelance » en 2015 (<http://freelance.viadeo.com/fr/freelance>). Le freelance peut s'y inscrire gratuitement. **Pour voir les missions proposées, il s'agit d'une option payante (environ 20 € pour un mois).**

° LinkedIn (propriété de Microsoft) propose une formule basic (gratuite) et des formules premium.

64,8% des revenus de LinkedIn viennent des recruteurs qui utilisent quotidiennement ce réseau social pour pister des candidats et vérifier leurs compétences (source :ZDnet – Guillaume Serries | Mardi 10 Janvier 2017)

Avoir son site web ?

C'est utile ! Ne serait-ce que pour afficher vos coordonnées ou vos références. Pour créer un site, les tarifs sont très variables. Un site vitrine de 2 pages peut être gratuit (voir les offres de la société chez laquelle vous avez réservé votre nom de domaine) mais l'addition grimpe vite si vous optez pour un design personnalisé dans le respect de votre charte graphique ou pour des fonctions avancées comme un espace sécurisé ...

N'oubliez pas que le premier réflexe des Français est d'effectuer leurs recherches sur Internet. Votre site est donc votre carte de visite sur le web et la vitrine de votre entreprise qui est ainsi ouverte/éclairée 24/24 et 7/7...

2 « astuces » CAPE SERVICES pour optimiser votre identité sur le Web

° Utilisez les outils à votre disposition.

Des pages du site web de CAPE SERVICES (<http://www.capeservices.fr/annuaire-des-professionnels/>) sont réservées aux professionnels autonomes. N'hésitez pas à vous en servir, remplissez votre fiche professionnelle, faites la vivre.

Plus vous maillez votre réseau, mieux vous êtes référencé.

° Votre adresse mail

Le mail est le moyen d'échange d'informations avec les clients le plus utilisé. Alors n'oubliez pas de créer une adresse mail personnalisée. Bannissez les adresses mail @orange.fr, @gmail.com ou autre @free.fr. Achetez votre nom de domaine (*entre 15 et 30 euros par an selon la prestation annexe associée*) et configurez votre adresse mail sur le modèle votrenom@votresociete.com.

Vous gagnez en professionnalisme et confortez votre image d'expert.



ENTRETIEN AVEC MONIQUE DELEZENNE, experte web

Être présent et communiquer sur internet devrait être incontournable pour toutes les entreprises, quelle que soit leur taille.

N'oubliez pas : « *Si vous n'y êtes pas, vos concurrents eux y sont, et ils sont actifs, et ils sont vus...* »

En général les sites web des freelances ou des petites entreprises semblent mal référencés sur Google, Bing ou autre moteur de recherche.

Parmi les causes les plus courantes :

- **des contenus** rarement mis à jour (la fréquence de mise à jour qui va influencer les moteurs de recherche),
- **des fondamentaux** du référencement naturel non appliqués (mots-clés, structuration du contenu, visuels non optimisés ou sans balise alt...),
- **des sites** non optimisés et sans nom de domaine propre (c'est à dire en sous-domaine, exemple www.monsite.lenomdemonfournisseurgratuit.com ...)
- **une absence de maillage** (site, applis, comptes de réseaux sociaux, géolocalisation ...)

Plus vous serez actifs sur le web, plus vous intéresserez des internautes, plus les moteurs de recherche considèreront que votre contenu mérite d'être retenu.

En dehors du référencement payant ou de la publicité online, les outils tels que [LinkedIn](#), [Viadeo](#), [Facebook](#), [YouTube](#) ... (à sélectionner selon votre cible) peuvent permettre un bon référencement de vos contenus.

Je vous conseille de faire vivre votre site et d'être actif sur le ou les réseaux sociaux que vous avez sélectionnés car réseau + engagement + implication => gain en notoriété.



Mais organisez-vous car cette activité peut devenir très chronophage, et dites-vous bien qu'il n'est pas possible de communiquer efficacement sur internet sans stratégie de communication et sans aucune compétence dans le domaine.

On ne s'improvise pas webmaster, web-designer ou référenceur, ce sont des vrais métiers, comme le vôtre !