

Faut-il être présent sur LinkedIn ?

Le réseau social professionnel a mis du temps à être investi par les professionnels du spectacle. Aujourd'hui, ils sont nombreux à y être inscrits.

Aujourd'hui, 10 millions de Français disposent d'un profil LinkedIn. Sur une population active approchant les 30 millions de personnes, près d'un Français sur trois est donc sur le réseau social professionnel. Alice Caze, fondatrice et responsable du Bureau AIM Prod, est inscrite depuis 5 ans. Au début, elle n'a «pas perçu tout de suite», l'avantage qu'elle pouvait en tirer. Mais depuis quelques

mois, elle s'investit un peu plus sur le réseau, au point d'avoir téléchargé son application pour smartphone de manière à s'y montrer plus active. «J'y applique une stratégie de communication et de réseau que j'espère à terme utile à mon bureau de production.» Alice Caze a créé depuis ses débuts professionnels un profil Facebook «avec un contenu uniquement professionnel» pour se faire connaître dans son premier métier d'administratrice de compagnie. Désormais, elle investit en priorité LinkedIn, «dont la cible est bien plus professionnelle». Pour elle, il ne s'agit pas d'élargir son réseau dans le champ du théâtre et de la danse, «mais plutôt de l'ouvrir sur des champs connexes qui m'intéressent pour y développer à terme des projets : la mode, la musique, le monde de l'entreprise». Les premiers contacts pourraient bientôt déboucher sur des rendez-vous concrets, explique la jeune femme. Comme la majorité des personnes ayant un compte sur le réseau social, elle y a détaillé son parcours, son CV, posté un article qui lui a été consacré un jour dans la presse. Elle suit avec attention les mouvements, les changements de poste et «like» les articles qui retiennent son attention pour être présente et active. C'est là la clé du succès selon le consultant Antoine Jamart (Boomerang), pour lequel «la constitution d'un réseau n'est rien si l'on n'est pas en mesure de l'animer, de poster des articles et d'interagir avec ses contacts». Jean-Luc Bertin est chargé de la production et de la diffusion de plusieurs compagnies au sein de son agence, La Boîte à talents. Il utilise LinkedIn, «un peu à la manière de Facebook, comme un canal d'information» pour annoncer les créations et les tournées. «C'est un peu une piqûre de rappel, sourit-il. Cela conforte le travail réalisé par mail.» Mais, attention, tempère-t-il, «si de nombreux programmeurs y sont présents, peu sont réellement actifs. C'est juste une possibilité pour rendre plus visible l'actualité des projets que je défends». Une piste à ne pas négliger. CYRILLE PLANSON



JULIEN PEBREL

Alice Caze, fondatrice et responsable du Bureau AIM Prod
«J'applique une vraie stratégie de communication et de réseau sur LinkedIn.»