



UNIGE | RÉSEAUX SOCIAUX

Conseils d'utilisation



LINKEDIN

LinkedIn - optimisez votre profil personnel

L'Université de Genève possède une page LinkedIn entreprise que vous retrouverez sur <https://www.linkedin.com/school/universite-de-geneve/> ainsi que de nombreuses pages vitrines de facultés, services ou centres.

Disposer d'un profil LinkedIn vous permettra de valoriser votre travail, vos recherches, d'échanger sur vos domaines de recherche, d'élargir votre réseau en interagissant avec des pairs, d'ancien-nes collègues ou des partenaires.

LinkedIn c'est avant tout:

Un outil de réseautage utilisé pour:

- Renforcer son image d'expert-e
- Agrandir son réseau professionnel
- Prospecter des client-es, des candidat-es, etc.

Un outil de communication utilisé pour:

- Partager ses projets professionnels et ses accomplissements
- Mettre en avant ses travaux et ses partenaires
- Partager les nouvelles de son entreprise

Un outil de réseautage utilisé pour:

- LinkedIn Marketing Solution

1 à 2 Créer ou mettre à jour votre profil

3 Développer son réseau

4 à 5 Dynamiser ses publications

6 à 7 Droit à l'image et copyright

8 Algorithme


① Créez ou mettez à jour votre profil

Titre et coordonnées

- Trouvez un ou plusieurs titres pour votre profil
Exemple : Chargé-e de cours | Conférencier/ère | Data specialist | Science
- Sélectionnez votre région, votre secteur professionnel
- Coordonnées : email, téléphone
- Personnalisez votre url du profil

 **Modifiez votre URL personnalisée**

Personnalisez l'URL de votre profil.

www.linkedin.com/in/anne-laure-payot 

Soignez votre résumé

- Utilisez une bonne accroche et soyez précis-e, quelques phrases suffisent
- Décrivez qui vous êtes, votre vision et votre mission en tant que professionnel-le
- Mentionnez les points clés de votre parcours, vos compétences et vos spécialités
- Si vous cherchez un emploi, expliquez quelle fonction ou dans quel domaine vous souhaiteriez travailler

Détaillez vos expériences professionnelles

- Décrivez votre parcours professionnel : votre poste actuel, et les précédents
- Utilisez des mots clés pour détailler vos expériences
- Illustrez vos réussites avec des exemples (pas d'informations confidentielles) ou des réalisations concrètes.

Votre formation et vos diplômes

- Valorisez votre cursus : écoles, universités, formation continue
- Détaillez vos «réalisations» : diplômes obtenus, brevet, prix et distinction, langues parlées, publications, etc.
- Choisissez une photo de profil professionnelle et adaptée

Vos compétences et expertises

- Indiquez vos expertises avec la fonction **Skills**
 - Faites-les valider sur votre profil par vos relations
-
-

② Si vous avez déjà un profil, vérifiez qu'il est à jour

- Ajoutez un site web si vous en avez un
- Mentionnez les associations dont vous faites partie ou les projets spécifiques (caritatif, humanitaire, etc.) auxquels vous participez ou avez participé
- Enrichissez votre profil avec des contenus médias : vidéos, présentations, articles, etc.
- Intégrez vos sites, blogs, comptes Facebook ou Twitter, cela améliorera votre visibilité

Astuces

- Liez votre expérience avec l'entreprise ou l'institution concernée si elle a une page LinkedIn entreprise
- Inscrivez les mots clés correspondant à vos compétences pour être facilement identifié-e par des contacts ayant une recherche
- Modifiez l'ordre d'apparition des éléments de votre profil, en déplaçant les sections sur votre page → hiérarchisation des informations souhaiteriez travailler

Paramétrez votre profil public

- Paramétrez la fréquence des emails et des notifications envoyées par LinkedIn
- Sélectionnez la langue d'utilisation de votre interface
- Passez en revue la rubrique « Préférences et confidentialité » pour décider quelles informations vous souhaitez rendre publiques : photo, titre, expériences, etc.

☰ **Modifier le contenu**

Ceci est votre profil public. Pour modifier les sections, mettez à jour votre profil.

[Modifier des contenus](#)

👁 **Modifier la visibilité**

Vous contrôlez ce que les personnes qui ne se sont pas identifiées sur LinkedIn voient de votre profil. Les limites que vous fixez ici affectent l'apparence de votre profil dans les moteurs de recherche, les badges du profil et les services autorisés tels qu'Outlook.

[En savoir plus](#)

Confidentialité

Réglez vos paramètres de confidentialité. Vous pouvez gérer quelles informations vous souhaitez ou non rendre publiques.

Compte	Confidentialité	Pubs	Communications
Comment les autres voient votre profil et vos informations de réseau	<h3>Comment les autres voient votre profil et vos informations de réseau</h3> <p>Modifier votre profil public Changer Choisissez comment votre profil apparaît dans les moteurs de recherche ou les services autorisés pour les membres qui ne se sont pas identifiés</p> <p>Votre adresse e-mail Changer Choisissez qui peut voir votre adresse e-mail sur votre profil</p> <p>Visibilité de vos relations Changer Relations Sélectionnez qui peut voir la liste de vos relations</p> <p>Les personnes qui ont consulté ce profil, ont également consulté Changer Oui Décidez si vous souhaitez que cette fonctionnalité apparaisse lorsque votre profil est consulté</p> <p>Visibilité de votre nom de famille Changer Complet Choisissez comment votre nom doit s'afficher</p> <p>Représentation de votre organisation et de vos centres d'intérêt Changer Oui Décidez si vous voulez être mentionné(e) avec les contenus sur vos employeurs ou sur lesquels vous avez publiquement exprimé votre intérêt</p>		

Visibilité publique de votre profil Activé

Informations de base (obligatoires)

Nom, nombre de relations et zone géographique

Photo du profil

Uniquement les relations de 1er niveau
Les membres LinkedIn directement en relation avec vous.

Votre réseau
Vos relations, connectées avec vous jusqu'à 3 niveaux.

Tous les membres de LinkedIn

Public
Tous les membres LinkedIn sur et en dehors de LinkedIn. Votre contenu peut apparaître dans les résultats de recherche (Google, Bing, etc.).

Titre du profil Afficher

Résumé Afficher

Articles et activité Afficher

Expérience actuelle Afficher

Détails Afficher

Expérience précédente Afficher

Détails Afficher

Formation Afficher

Détails Afficher

Expériences de bénévolat Afficher

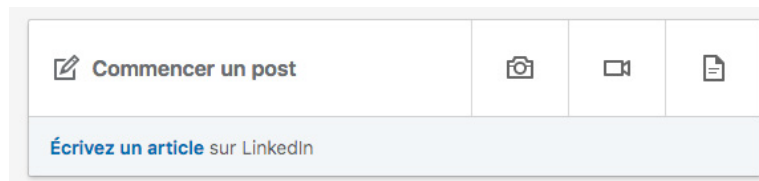
Langues Afficher

③ Développez votre réseau

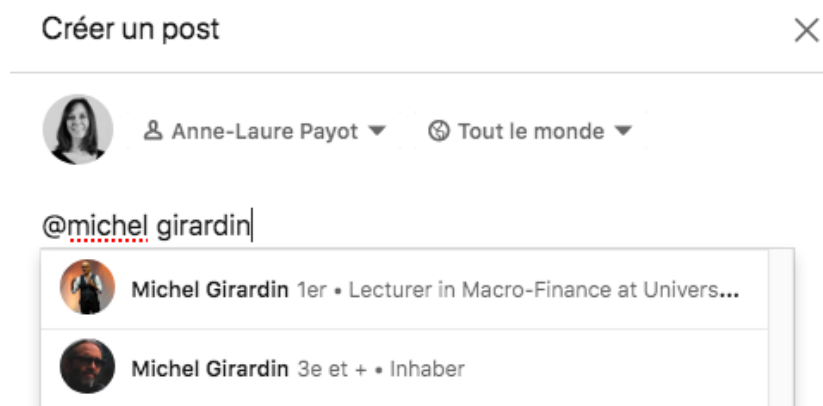
- Connectez-vous à vos ami-es, (ancien-nes) collègues et connaissances et envoyez-leur une invitation
- La page **Développez votre réseau** vous permet de chercher dans votre carnet d'adresses e-mail pour trouver des contacts. Vous pouvez aussi inviter des membres directement avec leur adresse e-mail
- Dans l'onglet **Réseau**, consultez la liste des personnes que vous pourriez connaître. Si vous souhaitez entrer en contact avec quelqu'un que vous ne connaissez pas, pensez à personnaliser votre demande et à écrire quelques lignes

4 Publiez et partagez du contenu

- Partagez des informations sur votre entreprise, sur vos recherches, sur vos accomplissements, sur vos domaines d'intérêt, etc.
- Vous avez la possibilité d'écrire des articles directement sur LinkedIn



- N'oubliez pas de **taguer** les personnes et les institutions partenaires dans vos publications afin de créer des synergies. Ils pourront alors partager plus facilement votre contenu et/ou le commenter. Il vous suffit de mettre un **@** avant le nom de la personne ou de l'institution.



- **Likez** et **commentez** le contenu qui vous a plu ou intéressé
- Toute votre activité est visible sur votre profil.

Activité

496 abonnés [Gérer les abonnés](#)

[Tout voir](#)



Bonjour, y a-t-il la possibilité de voir ce webinar en rediffusion? Sera-t-il...

Anne-Laure a commenté



L'UNIGE organise un cycle de trois conférences en ligne sur les impact...

Anne-Laure a partagé ceci



Recherche sur le COVID-19 à l'UNIGE // UNIGE Research on COVID-19

Anne-Laure a partagé ceci

4 réactions

5 Photos et vidéos

Visuel

Accompagnez toujours votre publication d'un visuel (photo, flyer, etc.) afin de la rendre plus attractive. Si vous faites appel aux graphistes pour une affiche, pensez à leur demander un visuel pour vos réseaux sociaux. Dans le cas contraire, vous pouvez créer facilement des visuels adaptés à LinkedIn sur www.canva.com

ASTUCE: Un lien URL génère automatiquement un aperçu du lien avec une image. Vous avez la possibilité de remplacer sa photo et de modifier son titre.



Photo

Imagez votre quotidien, en mettant par exemple des photos de votre laboratoire, de vos expériences de terrain, de vos cours, etc.

Vidéo

Si vous produisez des vidéos, vous avez la possibilité de les télécharger directement sur LinkedIn ou de mettre un lien YouTube ou Vimeo.

Pensez à informer le service de communication et vos partenaires avant publication sur les réseaux sociaux. Cela vous permettra d'augmenter leur visibilité.



⑥ Droit à l'image

Veillez à avoir l'accord des personnes figurant sur les photos (reconnaisables et plan rapproché) avant de les partager sur vos réseaux sociaux.

Partager une photo sans leur consentement peut être considéré comme une atteinte illicite à la personnalité.

Nuance: si la ou les personnes sont considérées comme «accessoires» ou en arrière plan ≠ atteinte illicite à la personnalité

Le consentement n'est pas nécessaire :

- Si l'image porte sur une personnalité publique ou un-e sportif/ve
- Lors de manifestations publiques car les personnes sont conscientes qu'il peut y avoir des photographes. Remarque: Les photos prises dans ce cadre ne doivent pas cibler une personne et être utilisées pour illustrer l'événement et à des fins informatives uniquement.

Pensez à avertir les participant-es si des photos sont prises dans le cadre d'un événement.

.....

⑦ Copyright

Veillez à respecter le droit d'auteur-e sur une image (droits de la propriété intellectuelle). Assurez-vous que les images ou les visuels utilisés sont libres de droit.

Attention : Une image trouvée sur internet ≠ libre de droit

Gardez à l'esprit que certaines images ou photos ne peuvent pas être utilisées à des fins commerciales.

.....

⑧ Algorithme

Tous les réseaux sociaux disposent d'un **algorithme** qui détermine la visibilité des publications sur le fil d'actualité en les hiérarchisant, aussi bien pour les profils que pour les pages. Cet algorithme a pour but de montrer aux utilisateurs du contenu de qualité susceptible de les intéresser en priorité dans leur fil d'actualité.

À chaque publication, l'algorithme juge en premier lieu la qualité du contenu. Les images et vidéos sont-elles «native»? La publication est-elle inédite? Ne comporte-t-elle pas de piège à clics ou d'incitations aux partages et aux likes?

Plus le contenu est qualitatif, plus le logiciel-robot mettra en avant vos publications!

La publication est ensuite montrée à seulement 1 % de vos abonné-es. L'algorithme juge alors la réaction des utilisateurs/trices soumis à la publication:

La publication suscite-t-elle des likes, des commentaires, des partages? Les vidéos ont-elles un temps de visionnage minimum? Ou au contraire, ma publication récolte-t-elle des commentaires négatifs, signalements, etc.?

Plus les réactions sont rapides et positives, plus Facebook diffusera une publication, et inversement.

La publicité est une solution pour que vos contenus soient montrés à un plus grand nombre de personnes, parfois même à vos propres abonné-es à qui les réseaux sociaux n'auraient pas montré vos publications dans leur fil d'actualité.
