

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Chacun sait que les réseaux sociaux prennent une place de plus importante dans notre vie, qu'il s'agisse de Facebook, Twitter... et Google+. Parallèlement à ces réseaux communautaires « grand public », il existe aussi des réseaux sociaux destinés au monde professionnel : LinkedIn, Viadeo, bien sûr, mais aussi Digikaa, Muxii, Worketer et tant d'autres. Sont-ils « compatibles » avec les critères de pertinence de Google ? Sont-ils utilisés en France ? Comment s'en servir pour augmenter sa notoriété et son référencement ?...

Panorama des réseaux sociaux professionnels

L'univers des réseaux sociaux pro en France a longtemps été dominé par Viadeo, une création 100% française, lancée en 2006 à partir d'un club d'entrepreneurs en ligne. En 2011, le marché a été chamboulé avec l'arrivée de l'américain LinkedIn, un concurrent sérieux et bien établi. Aujourd'hui, le marché est partagé entre ces deux leaders et plusieurs « petits » concurrents, tels que l'allemand Xing et des réseaux spécialisés comme Digikaa, Muxii, Worketer...

Difficile de connaître les parts de marché exactes de tous ces réseaux. Il y aurait en France environ 8 millions de membres dans Viadeo et 7 millions dans LinkedIn : autant dire que c'est du cinquante-cinquante ! Au passage, beaucoup d'utilisateurs se servent de plusieurs réseaux en même temps, de façon à ne rater aucune opportunité.

Fin 2013, l'agence Harris Interactive a publié une étude sur l'utilisation de Viadeo (<http://www.harrisinteractive.fr/news/2013/17122013b.asp>) : il en découlait que 28% de la population active et 26% des recruteurs étaient inscrits sur ce portail. Les premiers s'en servent pour trouver des contacts et des offres d'emploi, les seconds pour découvrir des candidats intéressants...

La page entreprise, source de notoriété ?

Entrons maintenant dans le cœur du sujet, à savoir le développement de la visibilité au travers des réseaux communautaires professionnels. On sait que les pages d'entreprises créées sur Twitter, Facebook, Pinterest, Google+... sont bien prises en compte par Google et remontent bien dans les résultats de recherche.

On le voit très bien quand on fait une recherche sur un nom de marque : la page Facebook n'est généralement pas très loin du site de la marque dans la page de résultats. Un réseau social professionnel peut-il apporter les mêmes avantages ? *A priori*, les réseaux professionnels sont moins souvent affichés que leurs homologues « grand public » mais il existe des exceptions !

En fait, cela dépend de la stratégie d'entreprise et sa politique de visibilité dans les réseaux sociaux. Si l'on recherche des noms d'entreprises B2B, on s'aperçoit que ce sont parfois les réseaux sociaux professionnels qui remontent le mieux dans Google.

Dans Viadeo et LinkedIn, la fiche entreprise contient beaucoup d'informations destinées à faciliter les contacts. Il est possible (et souhaitable) de renseigner le numéro de téléphone et l'adresse de son entreprise et de fournir une description de son activité. La fiche entreprise peut également renfermer un lien vers le site web et vers ses réseaux sociaux, et ce qui est intéressant dans Viadeo est qu'il s'agit de liens Dofollow.



En savoir plus sur DTWeb.

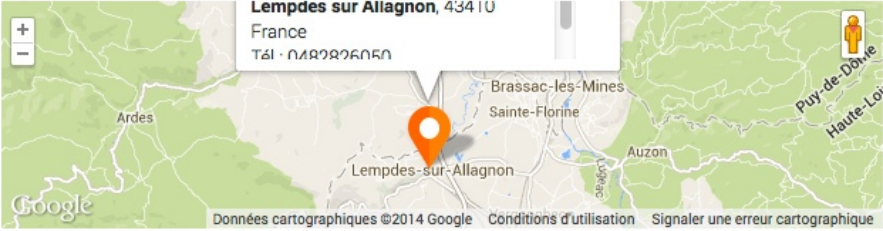
DTWeb est une agence de développement spécialisée dans la création de site internet, et le développement d'application mobile Android et iPhone.

6-10 employés

Internet/Services en ligne

Liens Dofollow





Map showing Lempdes sur Allagnon, France. The map includes labels for Brassac-les-Mines, Sainte-Florine, Auzon, and Haute-Loire. A red location pin is placed over Lempdes-sur-Allagnon. The map is credited to Google, 2014.

Dans LinkedIn, la fiche Entreprise renferme également ce type d'information, mais il n'y a pas de lien Dofollow. Le lien pointe vers une page LinkedIn intermédiaire, qui redirige en 302 vers la page finale. Autant dire qu'au niveau du linking, ça ne va pas apporter grand-chose pour Google.



Application • Site • Formation • Référencement

Agence de développement web située à Lempdes sur Allagnon (43) et spécialisée dans la création de site web et le développement d'application mobile pour Android et iPhone. Nous utilisons tous les leviers de la communication pour développer la notoriété et la visibilité des entreprises sur le web mobile et sur le web traditionnel [voir moins](#)

Spécialisations
référencement naturel, formation professionnelle, création d'application mobile, développement web, rédaction de contenu, médias sociaux, création graphique, community management, référencement payant

Site web http://www.dtweb.fr	Secteur Internet	Type Société à responsabilité limitée (SRL)
Siège social 9 route de Frugères les Mines Lempdes sur Allagnon, Auvergne 43100 France	Taille de l'entreprise 1-10 employés	Fondée en 2010

La page LinkedIn propose aussi une fonctionnalité très intéressante : la possibilité d'ajouter des pages Services ou Produits (ces dernières étant payantes). Ces pages internes permettent de présenter ses prestations, et d'ajouter un lien pointant vers le site web ainsi qu'une information de contact. Très intéressant donc pour les visiteurs et clients potentiels mais moins pour le linking : le lien « consultez notre site Web » ne transfère pas de popularité car il est redirigé en 302.

Création d'applications mobiles

[Solliciter des recommandations](#)

Descriptif du service

Nous réalisons la création d'application mobile pour iPhone ou Android en langage natif et nous assurons la publication sur Google Play et Apple Store. Faites confiance à des experts du développement pour smartphone !
Cette prestation est complétée par la mise à disposition d'un serveur de push pour vous permettre d'envoyer facilement des notifications aux personnes ayant installé l'application.

- application Android
- Application iPhone
- soumission à Google Play
- soumission à Apple Store

Obtenir plus d'infos :

Lien non SEO

[Création d'applications mobile](#)
[Consultez notre site Web »](#)

Nous contacter



Damien Ruiz
Président

[Envoyer un message à Damien](#)

En termes de pur linking, la fiche Viadeo est donc plus performante. Par contre, en termes de trafic, c'est la fiche LinkedIn qui l'emporte, grâce à la possibilité de multiplier les liens sur sa page.

Une communication ciblée

Comme dans Facebook ou Google+, la page Entreprise peut publier des actualités et des messages sur son activité, qui seront ensuite visibles par tous les abonnés à la page. Cette communication d'entreprise permet naturellement de partager des liens, et de générer du trafic vers des pages de son site web ou de son blog d'entreprise.

Pour une entreprise, il est évidemment vital d'affirmer sa présence en publiant régulièrement des actualités, c'est le même principe que sur un réseau grand public. La différence est que l'audience est beaucoup plus limitée, et qu'on attend d'une entreprise qu'elle publie des messages très pros (dans les autres réseaux, la communication est un peu plus libre et un plus fun).

Exemple de partage de lien par Orange France dans Viadeo :

Orange France Live



Orange France [Statut précédent](#) | [Statut suivant](#)

Le cloud, vous l'utilisez ? On vous explique ses avantages notamment dans le cadre professionnel.



Le cloud : méconnu des petites entreprises malgré ses qualités
Il s'agit d'un système proposant des services ou des applications informatiques en ligne, accessibles à tout moment et de partout.

[Intéressant](#) jeudi à 10h58

Les PME et grandes marques ont bien noté l'intérêt de faire de la communication Corporate dans les réseaux sociaux professionnels : c'est assez souple d'utilisation, rapide à mettre en œuvre et cela permet d'avoir une bonne visibilité à moindre frais.

En termes de référencement, la mauvaise surprise est de constater que dans Viadeo les liens partagés sont désactivés par un attribut nofollow, tandis que dans LinkedIn on a le système de redirection 302 cité précédemment. Pas de transfert de notoriété depuis ces réseaux sociaux, donc.

Est-ce que ces liens n'ont vraiment aucun intérêt pour le référencement ? En tout cas, ils sont bien répertoriés par Google, il suffit de consulter la section Réseaux sociaux de Google Analytics. Dans l'exemple ci-dessous, on voit que beaucoup de réseaux sont pris en compte :

Réseau social ?	Visites
1. Facebook	58(42,03 %)
2. Google+	33(23,91 %)
3. Twitter	20(14,49 %)
4. LinkedIn	16(11,59 %)
5. Pinterest	7 (5,07 %)
6. Viadeo	2 (1,45 %)
7. Netvibes	1 (0,72 %)
8. Yelp	1 (0,72 %)

Actuellement il y a débat pour savoir si les signaux envoyés par les réseaux sociaux (nombre de visites par exemple) peuvent compter ou non pour le référencement. Ce qui est certain, c'est que Google les comptabilise et qu'ils peuvent avoir un impact indirect (plus une page est visitée, plus elle sera considérée comme pertinente pour Google).

Les groupes et communautés pro

Dans les réseaux tels que LinkedIn et Viadeo, les groupes de discussion et communautés thématiques sont des espaces très intéressants pour échanger entre professionnels, demander des conseils, faire connaître ses services, proposer une offre d'emploi, etc.

L'adhésion est souvent libre et les professionnels peuvent agir en tant qu'ambassadeur de leur entreprise (ou à titre personnel, pour enrichir leur carnet d'adresse). Les Groupes se présentent comme des mini-forums de discussion, où chacun peut commenter et réagir aux posts de la communauté (un modérateur de groupe se chargera d'éviter les dérapages).

On trouve ainsi facilement des groupes de discussion sur le référencement naturel dans LinkedIn et Viadeo, avec plusieurs centaines de membres. Une opportunité pour se faire connaître et partager des liens !

Le Groupe « Référencement naturel et web 2.0 » dans LinkedIn :

The screenshot shows a LinkedIn group page for "Référencement naturel et web 2.0" with 389 members. The page layout includes a header with the group name and member count, a search bar, and a main content area. A prominent post features a white robot head icon and discusses a "Nouveau concept - SIC - Site Internet Concept - 1er réseau d'achat groupé de site internet entre professionnels". Below this, there is a discussion input field and a post by Mohand Amrouni titled "LinkedIn autorise la création d'articles à ses membres". On the right side, there is a section for "Les membres de ce groupe" showing profile pictures of Vincent Limouza and another member, and a "Votre niveau de contribution au groupe" section with a progress bar.

Comme dans les messages de profil, les liens sont bloqués pour le référencement (nofollow/redirection) mais ils peuvent avoir un impact significatif sur le trafic et la

notoriété au sens large... C'est une stratégie à ne pas négliger (à condition d'avoir du temps à consacrer à l'animation sur les réseaux sociaux).

Les boutons de partage professionnels

Comme tous les réseaux sociaux, Viadeo et LinkedIn proposent des boutons de partage à insérer sur une page web, qui permettent aux internautes de diffuser une URL dans leur propre réseau, et donc d'augmenter la visibilité d'une entreprise...

Lorsqu'on anime un site web, on pense souvent aux boutons de partage classiques, type (Facebook, Twitter, Google+...) mais rarement à ces boutons « pro » qui peuvent avoir une réelle utilité dans une stratégie de communication. En effet, mettre un bouton « J'aime » sur un site Corporate, ce n'est pas forcément très adapté à l'audience ni à la tonalité du site. Par contre, insérer un bouton LinkedIn ou Viadeo, c'est s'adresser aux professionnels !

Les boutons de partage sont faciles à paramétrer sur <http://socialtoolbox.viadeo.com/> et <https://developer.linkedin.com/plugins/share-plugin-generator> : un simple copier-coller de code source suffit à ajouter la fonctionnalité sur son site web.

Viadeo Share

Profitez de la viralité de Viadeo pour attirer de nouveaux visiteurs sur votre site. En permettant à vos visiteurs de promouvoir votre contenu auprès des professionnels présents sur Viadeo, vous ramènerez du trafic sur votre site.

Configurer

URL (laisser vide pour l'url actuelle)

Mode d'affichage

Bouton, foncé

Prévisualiser

Share 168

Avec ce type de boutons, il est possible d'augmenter les interactions et votes sur un site web. Par contre, si cela a un intérêt pour la notoriété, cela n'aura en principe pas d'impact direct sur le référencement. Plusieurs études publiées en début d'années ont montré que les votes et partages dans les réseaux n'avaient pas d'influence sur le classement dans Google (cf <http://www.abondance.com/actualites/20131226-13520-facebook-pas-dimpact-sur-le-positionnement-google.html>).

Conclusion

En termes de linking et de référencement, les réseaux sociaux professionnels n'ont clairement aucun intérêt (comme tous les réseaux sociaux en général, à l'exception de Google+). Par contre, il est évident qu'augmenter le nombre de visites et développer sa présence sur le web ne peut qu'avoir un impact favorable sur la santé de son site web.

Les réseaux professionnels s'adressent aussi en priorité aux salariés et experts dans leur domaine, il est donc possible de mener une stratégie de communication ciblée et orientée B2B, stratégie qu'il est plus difficile de mener à bien sur les réseaux grand public.

Une étude publiée fin 2003 par ACCE (<http://business.lesechos.fr/directions-ressources-humaines/management/recrutements-les-entreprises-en-retard-sur-les-reseaux-sociaux->

[professionnels-58476.php](#)) montrait que seulement 26% des recruteurs inscrits s'occupaient de leur page entreprise. La France est en retard ! Comme d'habitude ?

Guillaume THAVAUD, *Cellule de veille de la société DTWeb*
(<http://www.dtweb.fr/>). *Référencement naturel, applications mobiles, création de site web...*