



5 QUESTIONS POUR CONSTRUIRE VOTRE WEB PRESENCE RH

PROPOS RECUEILLIS PAR GLADYS JACQUES

INTERVIEW INITIALEMENT PUBLIÉE SUR LES SITES
ACL PARTNERS ET MG PARTNERS - JUIN 2013

**YVES LOISEAU, DIRECTEUR ASSOCIÉ DE RESOURCE LAB,
DÉFINIT EN 5 POINTS LA DÉMARCHE POUR CONSTRUIRE
VOTRE WEB PRÉSENCE RH.**

LA WEB PRÉSENCE N'EST PAS SIMPLEMENT UNE QUESTION D'IMAGE

YVES LOISEAU
INTERVIEWÉ PAR GLADYS JACQUES

La Web présence ne se limite pas à la visibilité ou à la notoriété. Elle revêt un caractère plus stratégique.

Comme pour un lieu, un terrain ou un territoire, être présent sur le web implique d'être au courant de ce qui se passe, d'être acteur de sa communauté et d'être reconnu pour ses actions.

Ce n'est pas simplement une question d'image, c'est beaucoup plus concret.

La Web présence permet d'acquérir des informations stratégiques, d'influencer son environnement et d'en anticiper les évolutions.

Dans ce sens elle se rapproche de l'intelligence économique.

COMMENT BIEN DÉBUTER SA WEB PRÉSENCE RH ?

La démarche de Web Présence va ouvrir et exposer l'entreprise sur le Web.

Ce changement est aujourd'hui vital mais il ne faut pas en négliger la portée à l'intérieur comme à l'extérieur de l'entreprise.

Comme tout projet de changement, la démarche de Web Présence nécessite un état des lieux et une réflexion approfondie intégrant l'entreprise et son environnement.

En matière de RH il s'agira par exemple d'identifier les profils cibles et leurs attentes, d'étudier la concurrence et de définir un plan d'action.



Il s'agira aussi de (re)penser son identité, de définir une ligne éditoriale (ce que l'on veut dire, ce dont on veut parler) et d'identifier les ressources internes et externes capables de fournir le contenu indispensable à la démarche de Web Présence.

Il importera enfin de mobiliser les parties prenantes autour de la réussite de cette démarche.

OU FAUT-IL ÊTRE PRÉSENT ?

Cela dépend des publics que l'on vise. Il faut partir sans à priori.

La clef est de bien définir les profils que l'on cherche et d'observer leur présence sur le terrain.

Cela dit, Il existe quelques "classiques" et une stratégie de Web Présence inclut généralement, outre la veille et la démarche éditoriale, l'implantation de l'entreprise sur un ou plusieurs réseaux sociaux professionnels et un référencement naturel ciblé spécifique à la démarche RH.

Dans tous les cas, il ne faut pas perdre de vue l'objectif de la démarche. Il faut transformer son audience en candidats, en fans, en coopteurs et il est primordial de ramener ses cibles vers un média que l'on maîtrise, généralement le site ou le blog RH de l'entreprise.

Cette notion est au cœur de la vague des Talent communities Outre-Atlantique.

A QUOI DOIT RESSEMBLER MA WEB PRÉSENCE RH ?

La Web Presence se caractérise avant tout sur le fond.

Pour séduire et fidéliser des candidats de plus en plus sensibles au contenu de leur emploi, il faut montrer ce que l'on peut offrir, prouver son expertise, communiquer dans la durée et rassurer de façon régulière. Il faut aussi parfois contrer des échos négatifs et interagir de différentes façons.

"Notre Web Présence, ce sont aussi les autres."

Dans ce cadre, l'entreprise va exister sur le Web au travers de son contenu (livres blancs, « trucs et astuces », blogs...) que les gens de métier sauront évaluer et apprécier.

La forme a aussi bien sûr son importance.

L'entreprise va exister sur le Web au travers de ses dirigeants et collaborateurs.

On a beaucoup parlé de personal branding. Je parlerais plutôt aujourd'hui de collective branding où chacun peut contribuer. Le porteur du projet de Web Présence RH doit s'efforcer de maîtriser ce branding polymorphe.

Cela débute par les recruteurs qui ne doivent pas, malgré la liberté relative du Web, "désorienter" les candidats par une attitude trop "friendly".

QUELS SONT LES MOYENS À METTRE EN ŒUVRE ?

Comme pour tout changement significatif, il faut commencer par organiser un projet et une équipe. Celle-ci impliquera des profils RH, marketing et technique. Il est aussi préférable de se faire accompagner par des experts. La construction d'une présence sur le web ne souffre pas d'erreur.

En termes d'outils, il faut prévoir de s'abonner à quelques services en ligne qui simplifient et amplifient la démarche. Il faut compter quelques centaines d'euros par mois, selon ce que l'on choisit.

Pour un projet d'envergure, il faut prévoir aussi un budget publicitaire.





COMMENT CONVAINCRE SA DIRECTION ?

Cela dépendra du contexte. Cela dit on peut citer quelques bénéfices évidents comme la mobilisation des équipes, la construction d'une image experte qui rayonne au-delà des RH, une logique qui privilégie l'investissement dans des actifs pérennes plutôt que la consommation de services, l'acquisition de données stratégiques.

Sur ce dernier point on ne saurait trop insister sur l'importance, parfois négligée de la veille RH. Dans notre économie dite "des savoirs" une connaissance de l'offre, de la demande et des flux de Talents est riche en enseignements utiles à la conduite de l'entreprise.

Un bon exemple est lié aux cycles économiques troublés que nous traversons. Dans une économie en dent de scie, les entreprises enchainent phases d'embauche et "Job freeze".

Tantôt elles battent la campagne pour attirer les candidats, tantôt c'est silence radio.

A chaque nouveau cycle il faut recommencer à zéro. La web présence RH permet d'éviter ces à-coups et de capitaliser dans le temps.

Yves Loiseau est un spécialiste du web depuis ses débuts dans les années 90. Il s'est plus particulièrement orienté vers tout ce qui touche aux RH et à l'emploi. Il est directeur associé de la société de conseil en Web Présence Resource Lab et Business Manager France de Textkernel, société spécialisée dans les technologies sémantiques et le Big data en matière d'emploi et de compétences.

TENDANCES DIGITALES

by Resource Lab

« L'ENGAGEMENT DE
VOS FANS ET LA
CONSTRUCTION D'UNE
COMMUNAUTÉ SONT
DEUX CHOSES
DIFFÉRENTES »

MITCH JOEL