(débutants)

4 actions à éviter dans les groupes LinkedIn®

pour faire bonne impression et gagner en visibilité

Yassine AÏSSAOUI
Consultant SEO, Social Media
www.ya-graphic.com

Pour faire bonne impression et gagner en visibilité !

J'ai créé le **groupe LinkedIn®** eMarketing, SEO et Community Management pour permettre aux membres du réseau social professionnel de venir enrichir leur savoir dans des discussions autour des problématiques actuelles. Pour que ce soit possible il faut modérer les partages, encourager les membres à la discussion.

Pour conduire un groupe LinkedIn de qualité il faut avoir du caractère, être disponible et être fidèle aux règles que l'administrateur impose à lui-même et aux membres, il faut savoir **distinguer le spam du bon partage**.

Ma responsabilité d'administrateur de groupe m'a appris à ouvrir les yeux sur ma capacité d'engager les utilisateurs. Au lieu d'engager la conversation, **mon activité se limitait souvent au partage de contenu** qui ne suffit plus pour être visible aujourd'hui. Au fil du temps je me suis aperçu que l'engagement apportait beaucoup de choses positives : les gens s'intéressent à vous et à vos partages, ils parlent de vous et partagent votre contenu. En d'autres termes, vous devenez visible.

Voici **4 actions à éviter dans les groupes LinkedIn** si vous voulez que votre profil fasse bonne impression et si vous souhaitez plus de visibilité.

Lundi 11 Novembre 2013 ♦ Ce document ne peut être utilisé, cédé ni reproduit sans l'autorisation de Ya-graphic.com.

1. Vous partagez les articles de votre propre blog sans engager la discussion

C’est tout simplement du **spam**, sinon comment l’expliquez-vous autrement ? Les spammeurs des groupes LinkedIn ne se préoccupent pas de connaître l’avis des autres membres. Ils pratiquent le partage à profusion. Ce spam là je le compare à un rouleau compresseur qui écrase tout sur son passage.

2. Vous partagez le même article avec le même titre dans plusieurs groupes à la fois

Le spam est beaucoup plus flagrant quand l'utilisateur de LinkedIn diffuse son article dans plusieurs groupes LinkedIn à la fois.

Vous pouvez toutefois publier le même article dans divers groupes parce **qu'un article peut être vu sous différents points de vue**. A chaque partage la discussion doit refléter une lecture différente de l'article partagé.

Depuis le groupe eMarketing, SEO et Community Management j'ai la possibilité de voir si l'activité du membre se résume seulement à des partages (ou pas).

3. Vous ne répondez pas aux autres membres

Ne pas répondre ou ne pas réagir à une remarque c'est tout simplement du je-m'en-foutisme. Le membre a partagé son article dans le groupe, c'est tout ce qui comptait pour lui. Il faut éviter ce comportement.

Il m'arrive souvent de voir des membres soumettre leur article sans savoir que des questions d'autres membres les attendent dans le groupe. Savez-vous pourquoi ils ignorent les questions ? C'est parce qu'ils diffusent leur article par une extension de social media. C'est plus facile pour eux, mais les résultats ne sont pas satisfaisants, ils pourraient faire mieux s'ils apportaient des réponses utiles aux membres.

4. Vous ne lisez jamais les règles des groupes LinkedIn

Les règles d'un bon groupe LinkedIn, c'est comme le code de la route, sauf que c'est votre réputation en ligne que vous abîmez si vous ne les respectez pas. Les règles des groupes LinkedIn vous indiquent la bonne conduite.

Ces règles sont situées juste en haut à droite de votre page LinkedIn. Il suffit d'un simple clic pour les afficher. Un membre qui ne les respecte pas est un membre qui se moque bien de **la bienséance du groupe**.

Dans le groupe eMarketing, SEO et Community Management il n'y a que 6 règles à respecter.

Mon message aux entreprises et aux marques

Le **nombre de membres** d'un groupe LinkedIn est un critère de qualité qui ne suffit pas. Ce qui compte c'est surtout **la qualité des partages et des discussions**.

Dans LinkedIn - comme dans Twitter, dans Facebook ou Google+ - le nombre ne présente aucun intérêt si les utilisateurs ne sont pas actifs. Votre groupe LinkedIn peut compter seulement 50 membres, mais si la totalité des membres est active au point que les discussions sont relayées dans d'autres groupes, d'autres sites de réseau social, des blogs ou des forums, alors vous êtes gagnant.

Yassine AÏSSAOUI

Consultant SEO, Community Manager
e-mail. **contact@ya-graphic.com**
mobile. **06 52 64 70 04**

- LinkedIn - Yassine AÏSSAOUI
- Twitter - @yagraphic
- Facebook - ya-graphic
- Google+ - ya-graphic