



La chronique d'Éléna Fourès, expert en leadership et multiculturalité, fondatrice du cabinet IDEM PER IDEM.

elena.foures@idem-per-idem.com

Réseaux sociaux : ma vitrine professionnelle

La porosité entre ce qui relève de la sphère privée et ce qui est public, augmente avec l'utilisation de plus en plus étendue des réseaux sociaux. Elon Musk en a fait les frais récemment en communiquant sans filtre sur Twitter sur la possibilité de retirer Tesla de la Bourse : résultat, il a perdu ses fonctions au sein du Conseil d'administration de son entreprise, a dû payer une amende de 20 millions de dollars, et est dans l'obligation de faire valider tous ses Tweets par le département juridique...

Cet exemple retentissant témoigne d'un manque de recul global, et ce toutes générations confondues, sur l'influence de la « révolution digitale » sur le monde de l'entreprise, et des mutations profondes qui en découlent. Alors, comment se préparer pour ne pas être pris de court ?

Les réseaux sociaux véhiculent une culture de la visibilité. Ils sont un moyen de communication, et en tant que tels s'appuient principalement sur *la Forme*. Or nous évoluons, en France, dans un biotope culturel qui privilégie fortement *le Contenu*. Notre rapport aux réseaux sociaux part donc du postulat qu'ils reflètent la réalité.

Ainsi, par exemple, au travail, dans le monde réel, il vous arrive d'être « exposé », en public (prise de parole, cocktail...), tandis que d'autres moments relèvent du domaine privé (isolé dans un bureau, dans les transports, chez vous...). Nous imaginons donc que certains réseaux sociaux seraient « privés » (Facebook, Twitter, Snapchat...), et d'autres « publics » (LinkedIn, Viadeo, Workplace...). **ERREUR : la carte n'est pas le territoire.** Contrairement au monde réel **tout ce que vous posterez, suivrez, aimerez et partagerez pourra être utilisé contre vous**, pour la simple raison qu'il en restera pour toujours une trace quelque part dans le « World Wide Web ». Ce simple constat, si vous l'intégrez, vous évitera la plupart des erreurs d'utilisation des réseaux sociaux.

Notre attachement culturel au *Contenu*, particulièrement fort dans le monde professionnel, nous fait tomber dans deux écueils principaux dans notre relation au digital : **un rapport purement utilitaire (côté Expert) – une**

IDEMPERIDEM

TOMORROW LEADS TODAY



messagerie ou un moyen de suivre l'évolution professionnelle de mon entourage –, ou un exutoire pour **partager sa vérité sans filtres avec le monde (côté Personne)**. Il est urgent de s'extraire de ces deux logiques et d'adopter celle de la **Fonction**, c'est-à-dire reconnaître que ce sont des outils au service de vos objectifs professionnels, comme la posture, la lenteur ou le vêtement.

En Fonction, vous avez une vision à moyen ou long terme de vos objectifs professionnels, de la stratégie pour les atteindre, et de l'image que vous voulez véhiculer : il faut appliquer ces mêmes principes aux réseaux sociaux. J'irai même plus loin en disant qu'ils doivent devenir la vitrine de votre valeur professionnelle, relayer et renforcer votre visibilité de Fonction en réel (on dit IRL « In Real Life » dans le jargon Internet), où se situent les vrais enjeux. En effet, en tant que Leader Inspirant, vous devez susciter l'engouement, et quoi de mieux pour mesurer votre capacité à emporter l'adhésion que le nombre de « followers » sur votre Instagram, par exemple ?

Instaurer une relation saine en termes de distance et de temps avec les outils du digital passe par la logique de la Fonction : tout impact émotionnel négatif en sera fortement gommé, et vous serez nettement en avance sur les autres.

A FAIRE

- **Se focaliser sur l'objectif**
Établissez une stratégie digitale pour votre Fonction avec des objectifs précis, et mettez-la en place en vous demandant, avant chaque action en ligne « Qui veut s'exprimer (Expert, Personne, Fonction) ? » et « Est-ce que cela sert mon objectif ? ». Cela simplifiera toutes vos prises de décision.
- **Allier visibilité IRL et virtuelle**
Le réel et le virtuel sont des vases communicants, il faut donc utiliser ces deux leviers simultanément pour maximiser leur rendement en termes de visibilité. N'ayez pas peur de communiquer sur votre utilisation des réseaux, et proposez à vos interlocuteurs de vous ajouter sur LinkedIn, ou de vous suivre sur votre Instagram de Fonction.
- **S'informer et se former**
Informez-vous régulièrement sur les réseaux sociaux qui existent, et choisissez ceux qui pourront servir votre développement professionnel. Demandez l'aide de vos proches qui sont à l'aise avec ces technologies pour vous former, ou faites appel à un Community manager freelance : vous gagnerez du temps et de l'efficacité.

A EVITER

- **Bouder ces outils**
C'est réduire vos chances de réussite professionnelle à long terme. Même si les décisions et les actions se font IRL, la mise en relation, les connexions et l'émulation se fait de plus en plus en ligne. Ne pas capitaliser là-dessus est, au mieux, un handicap, au pire du sabotage. Ne laissez pas votre Personne et ses opinions sur les réseaux sociaux vous prendre en otage : prenez de la hauteur et utilisez-les de manière responsable et réaliste.
- **Confondre Profil et Réalité**
C'est une erreur d'usager débutant en virtuel, qui revient à être émotionnellement associé à ces outils, ce qui crée potentiellement des réactions disproportionnées. Les « Influenceurs » ont bien compris cette séparation, et n'hésitent pas à mettre en scène leur communication digitale pour servir leurs intérêts : ne croyez pas au #nofilter.
- **Ignorer la Forme**
Comme tout se conserve en virtuel, la Forme prend d'autant plus d'importance qu'elle est pérenne. Il ne suffit pas de faire du présentiel, il faut s'exprimer avec efficacité et sans ambiguïté. Faites tourner vos doigts en l'air 7 fois avant de taper quoi que ce soit sur le clavier, et 7 fois de plus avant d'appuyer sur Entrée...