

Think Education : développer son capital Alumni sur les réseaux sociaux passe par LinkedIn

Paris - Publié le jeudi 4 février 2016 à 15 h 17 - Actualité n° 61585 - Imprimé par ab. n° 13929

« Pour gérer au mieux son capital Alumni sur les réseaux sociaux il faut se concentrer sur l'un d'entre eux. Et le plus important est aujourd'hui LinkedIn », indique Eve-Marie Blanc Deleuze, présidente des anciens de l'ISC Paris, lors d'un atelier consacré à l'usage des réseaux sociaux pour fédérer les alumni lors de Think Education, le 02/02/2016. LinkedIn est « un outil plus puissant et plus à jour que notre base de données », selon Eva Mollat du Jourdin, déléguée générale d'ESCP Europe Alumni. Le groupe LinkedIn qu'elle anime compte 22 000 adhérents sur les 45 000 anciens. « Si on prend en compte nos membres qui sont à la retraite, notre taux de pénétration sur ce réseau social est très important », poursuit-elle. LinkedIn permet de savoir « où se trouvent les anciens diplômés et ce qu'ils font. Mais aussi de faire le lien entre nos bases de données et leurs bases à eux - avec bien évidemment l'autorisation [de l'association] des alumni ».

Cet atelier, animé par le consultant Manuel Canévet rassemblait : Henri Isaac, vice-président en charge du numérique à l'Université Paris-Dauphine ; Eve-Marie Blanc-Deleuze, présidente des anciens de l'ISC Paris ; Eva Mollat du Jourdin, déléguée générale ESCP Europe Alumni.

Comment utiliser les réseaux sociaux ?



Atelier - Fédérer et actionner un capital Alumni grâce aux réseaux sociaux - Think Education 2016 - © News Tank - LM

Fédérer

Eva Mollat du Jourdin ([ESCP Europe](#)) met en avant dans ses publications les anciens diplômés les plus emblématiques. « Ce push va en plus créer une fierté d'appartenance. Nous utilisons aussi les ranking et les nouveaux programmes. »

Pour Eve-Marie Blanc-Deleuze ([ISC Paris](#)) : « Facebook nous sert de Hall of Fame (mise en avant des meilleurs diplômés) et Twitter nous permet de réagir sur les événements à chaud ».

Animer



Eva Mollat du Jourdin - © News Tank - LM

« Les réseaux sociaux sont utiles s'ils facilitent les interactions entre membres », indique Eva Mollat de Jourdin qui prend l'exemple de Meetic qui organise régulièrement des événements « dans la vraie vie » entre ses membres.

Frédéric Goux, coordonnateur Campus France, la rejoint : « Nous avons sondé nos adhérents pour savoir ce qu'ils attendaient de nous et la grande majorité a répondu en faveur d'un réseau organisant des rencontres conviviales. »

« L'important est de définir une ligne éditoriale. L'animation doit aussi s'articuler autour de la marque (l'école, l'université) », ajoute Henri Isaac, vice-président en charge du numérique à l'université Paris-Dauphine.

« Il faut contrôler ce qui est dit sur les réseaux sociaux. Car souvent ce sont des espaces d'échanges et de conversations. La viralité de ces réseaux est une force mais elle doit rester sous contrôle », souligne Eve-Marie Blanc-Deleuze.

Quels moyens pour fédérer et animer ?

- « La difficulté principale réside dans le temps nécessaire pour bien gérer les réseaux sociaux. Et cela n'est pas toujours compatible avec les moyens d'une association Alumni », selon Eve-Marie Blanc-Deleuze.
- Pour que les actions sur les réseaux sociaux soient efficaces il faut « au moins un ou plusieurs Community Manager », assure de son côté Henri Isaac. Il ajoute que le sentiment d'appartenance de l'étudiant va se modeler avec une expérience sociale et physique, qui ne passe pas obligatoirement par le numérique mais « par le sport et la vie associative, par exemple. C'est pour cela qu'un lien entre l'association Alumni et l'institution peut être profitable ».

Quels liens entre l'institution et son association de diplômés ?

Pour Henri Isaac « la séparation entre l'institution et l'association pose des problèmes. Les deux entités doivent travailler de concert. La forme doit être définie avec précision :

- soit l'institution mutualise des moyens pour l'association (qui reste indépendante).
- soit l'association devient un service intégré à l'université comme c'est déjà le cas dans d'autres pays ».

Eva Mollat du Jourdin s'accorde avec Henri Isaac mais relève néanmoins la question de « l'indépendance de l'association Alumni » en cas de fusion avec l'institution.

L'exemple d'un réseau social propre : Campus France

Parmi les 3 millions d'étudiants étrangers passés par la France seuls 100 000 sont toujours en contacts avec leurs universités via les réseaux sociaux. Partis de ce constat, Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères, et Geneviève Fioraso, alors ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, ont décidé de lancer le 26 novembre 2014 le nouveau réseau social français destiné aux étudiants étrangers ayant fait des études en France.

Pour Frédéric Goux, coordonnateur des services en ligne de Campus France, ce réseau social était nécessaire car « 80 % des étudiants étrangers passés par la France ont des avis positifs sur l'expérience et ressentent un attachement envers la France ». Le réseau 100 % virtuel fonctionne avec un site central et des sites locaux mis en place progressivement par les ambassades françaises à l'étranger.

- « Nous avons 23 000 anciens diplômés inscrits aujourd'hui mais on agrège aussi d'autres professionnels : les universités, les entreprises et les acteurs de la mobilité ».
- Pour Frédéric Goux, il n'y a pas de concurrence avec les universités ou les écoles. Le nouveau réseau social est « un outil complémentaire aux établissements ».

Synthèse des ateliers de Think : des étudiants mobilisés

Pour couvrir le plus grand nombre d'ateliers et en rendre compte, News Tank a reçu le renfort d'un groupe d'étudiants de l'ISC Paris et de l'ISCPA (groupe IGS). Les articles ont été relus, édités et validés par l'équipe rédactionnelle de News Tank.