

L'application LinkedIn pour étudiants prévue pour 2017 en France (colloque de l'Arces)

Lille - Publié le lundi 13 juin 2016 à 17 h 57 - Actualité n° 71140
Imprimé par Xavier Teissedre pour son seul usage (ab. n° 13929)

C'est en 2017 que le réseau social professionnel LinkedIn prévoit de lancer en France son application pour les étudiants, ciblant les établissements de l'enseignement supérieur et la recherche. Telle est l'information partagée par Manuel Canévet, consultant, et [William Saulnier](#), chargé de compte chez LinkedIn Marketing Solutions, le 10/06/2016. Ils s'expriment devant des responsables de la communication des établissements de l'enseignement supérieur réunis à Lille pour l'atelier « LinkedIn, le réseau social qui case les silos dans les université et les écoles », lors du colloque de l'[Arces](#).

« Tournée vers la recherche du premier emploi de l'étudiant, cette application réunit l'écosystème de l'enseignement supérieur : étudiants, prospects, partenaires, financeurs, médias , influenceurs et employés », déclare William Saulnier, qui « accompagne les établissements d'enseignement supérieur dans leur stratégie marketing sur LinkedIn. » « Cette nouvelle application risque de changer la donne pour certains métiers de l'enseignement supérieur, comme les conseillers d'orientation, les community manager ou les [DSI](#) », ajoute Manuel Canévet.

LinkedIn a été racheté le 13/06/2016 par Microsoft pour un montant de 20,06 Md€ (26,2 Md\$).

Comment fonctionne la future application ?

L'application, qui existe déjà aux Etats-Unis, recense des offres d'emploi ou de stage personnalisées en fonction de l'établissement et de l'intitulé des études d'un diplômé. Elle propose aussi des suggestions de profils d'anciens étudiants ayant suivi le même parcours.

- « Les datas des profils d'étudiants, des pages des établissements et des classements sont combinées selon un algorithme qui fait ressortir des offres modulables en fonction des tendances, du salaire et du moment de la recherche », explique William Saulnier.

Quel diplôme sera pris en compte ?

Comment faire si un étudiant possède plusieurs diplômes issus de plusieurs cursus dans différents établissements ? Quel diplôme sera pris en compte ? « LinkedIn n'a pas de visibilité sur ce qui sortira de l'algorithme mais ce sera vraisemblablement le dernier diplôme obtenu qui sera pris en compte dans la proposition d'emploi », explique William Saulnier.

Les enjeux pour les établissements

Selon Manuel Canévet, l'application pour étudiants impliquera la majeure partie des services d'un établissement du supérieur : l'association des alumni, les relations entreprise, la [DSI](#), l'insertion professionnelle, les RH, la communication, mais aussi la fondation ou la formation.

- Les DSI devraient par exemple mettre en place une certification pour authentifier les diplômes mis en avant par les étudiants sur leurs profils pour faire la chasse aux faux.
- Un travail de community management plus soutenu est nécessaire, pour « faire en sorte que LinkedIn donne une photographie de l'établissement qui soit la bonne ».

Une appli plutôt qu'une plateforme

« LinkedIn cherche à rajeunir sa base d'utilisateurs et vise une population jeune », explique William Saulnier. Le réseau social estime que sur 433 M d'utilisateurs dont 11 M de membres français, il est utilisé par « près de 40 M d'étudiants et de jeunes diplômés ».

Le choix d'une application sur smartphone plutôt que d'une plateforme sur ordinateur se place donc dans l'optique du rajeunissement de la base d'utilisateurs : « 57 % du trafic LinkedIn se passe déjà sur téléphone », explique William Saulnier. « C'est moins fastidieux pour les jeunes : ils ont dans leur poche un outil qui leur sert de conseiller d'orientation et qui leur permet de prendre la température du marché de l'emploi », continue Manuel Canévet.

L'enjeu de la présence des directions d'établissements sur LinkedIn

« Sur 82 présidents d'université, nous avons recensé 31 profils sur LinkedIn. La plupart ne sont cependant que très sommairement renseignés, et l'immense majorité n'est pas active sur la plateforme », déclare Manuel Canévet.

Il faut « mener nos directions respectives sur LinkedIn », estime O'len Gaultier, directrice de la communication et du marketing de l'[ICP](#).

- « A l'ICP, les gens d'église n'ont pas d'intérêt pour une carrière, mais LinkedIn leur a permis d'être en contact avec des théologiens et canonistes américains : ce réseau est aussi collaboratif en terme de savoir et d'échanges d'informations ».

« LinkedIn n'a pas vocation à répondre à toutes vos problématiques mais espère devenir un outil complémentaire pour l'insertion professionnelle », déclare William Saulnier aux représentants des établissements de l'enseignement supérieur.

Manuel Canevet



Parcours	Depuis	Jusqu'à
Canévet et associés CEO	Janvier 2015	Aujourd'hui
Campus communication Directeur associé	Août 2008	Décembre 2014
Groupe AEF Journaliste	Juillet 2007	Août 2008
Université de Nantes Directeur de cabinet	Septembre 2002	Juin 2007

Canévet et associés a pour vocation d'accompagner les entreprises et institutions, et tout particulièrement les universités et grandes écoles, dans leur stratégie de communication et la définition d'actions de com' (définition et adaptation des politiques, positionnement, bilan d'image,...) sur le champ de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation, en profitant au mieux des opportunités numériques

Fiche n° 5347, créée le 17/07/14 à 10:49 - MàJ le 17/12/15 à 17:45

William Saulnier



Parcours	Depuis	Jusqu'à
Linkedin Account Executive Marketing Solutions	Janvier 2016	Aujourd'hui
Linkedin chargé de compte chez Linkedin Marketing Solutions	Juin 2016	Décembre 2015
Dell Junior Account Manager	Septembre 2013	Octobre 2014
AroundYou Pty Limited Business Development Executive	Août 2012	Juillet 2013

Fiche n° 18022, créée le 13/06/16 à 16:06 - MàJ le 14/06/16 à 10:39