

01.02.2010 - LAROSE, GILLES

Développement des affaires

[Imprimer](#)

Facebook, ou l'art de se tirer dans le pied

Sur Facebook, on apprend que certains conseillers financiers doivent arrondir leur fin de mois en jouant de la musique dans des mariages !

Un autre conseiller a choisi de se présenter torse nu, une bouteille de bière à la main. Un conseiller a mis en vente son manteau de fourrure sur sa page Facebook.

Aimeriez-vous être un de leurs clients ? Quelle image pensez-vous qu'ils projettent d'eux-mêmes et de leur profession, ou de leur employeur ? De plus, ces informations sont faciles à trouver !

Récemment, j'ai rencontré Fabien Major, un conseiller pour qui Internet n'a plus de secret, qui m'a montré l'une après l'autre ces perles d'inconscience sur son ordinateur. Devant un café, il m'a expliqué comment il avait trouvé ces pages sur Facebook.

Fabien major est un conseiller en sécurité financière et représentant en épargne collective. Je vous invite à consulter son site et son blogue au www.majorblog.net/gestionnaire/.

Dans cette chronique, je vous relate l'essentiel de nos discussions à propos de Facebook. Certes, il s'agit d'un excellent outil de réseautage social. Mais il peut toutefois revenir vous hanter si vous ne faites pas preuve de prudence. Rappelez-vous cette jeune dame de la région de Cowansville, à qui Manuvie a supprimé ses chèques d'assurance salaire. Pour une personne en congé de maladie pour cause de dépression, elle avait l'air trop joyeuse sur Facebook...

Facebook, Twitter, LinkedIn et YouTube

Facebook, Twitter et YouTube sont des sites de réseautage social où chacun partage des informations, des nouvelles, des photos ou des vidéos avec son réseau " d'amis ". LinkedIn fait partie de cette catégorie, mais j'y reviendrai plus loin dans ce texte.

Sur Facebook, vous pouvez retrouver des collègues, d'anciens camarades de classe, de vieux amis et, surtout, vous en faire de nouveaux.

Tout professionnel doit protéger son image (je résiste à la tentation de vous citer l'exemple d'un golfeur...). Et ce, dans toutes les circonstances. Alors, si vous décidez, malgré tout, de créer votre page Facebook, voici quelques erreurs à éviter.

Prudence oblige !

Ne pas rendre sa page publique

Première précaution, ne rendez pas votre page accessible à tous. Exigez qu'une personne intéressée vous demande l'accès à votre page. Vous aurez ainsi un certain contrôle sur vos " amis ". Toutes les perles que Fabien Major m'a montrées étaient publiques.

Ne pas joindre des groupes professionnels

Vous voulez trouver des perles, tapez " conseiller financier " ou " planificateur financier " dans l'outil de recherche de Facebook. Ou encore SFL, Investors Group, Desjardins, etc. C'est de cette manière que nous les avons trouvées.

Pourquoi lier votre page personnelle à des groupes professionnels ou à votre employeur si ce n'est pas nécessaire ?

Attention au contenu de votre page

Si jamais un de vos clients arrive sur votre page par l'intermédiaire d'un " ami " commun, voulez-vous qu'il sache que vous avez deux emplois ? Votre client doit considérer que votre emploi de conseiller financier vous permet de gagner honorablement votre vie. Sinon, sa confiance sera ébranlée.

Attention aux groupes dont vous déclarez faire partie. Quelle image ces groupes projettent-ils de vous ? Attention à votre photo et à celles de vos amis. Soignez vos textes. Sur Facebook, l'anonymat n'existe pas.

Enverriez-vous votre page Facebook à tous vos clients ? " Ben voyons Larose, tu exagères ! " Pourtant, le simple fait d'afficher des informations sur cette page, même dans des sections dites " privées ", les expose à la planète entière. Et vos clients habitent sur la même planète que vous...

Un contre-exemple

En cherchant sous " conseiller financier ", j'ai trouvé l'excellente page publique d'un conseiller du Groupe Investors, Jonathan Pépin. Offre de service claire, clientèle cible précise, photo inspirant la confiance. Voilà une page très professionnelle ! Il pourrait certainement l'envoyer à ses clients actuels ou potentiels.

Lorsque j'ai communiqué avec lui, il m'a dit avoir créé sa page pour informer ses parents et amis qu'il travaillait maintenant pour le Groupe Investors. De son propre aveu, sa page, bien qu'excellente, ne lui a attiré aucun nouveau client.

À quoi sert Facebook ?

Facebook est un réseau social ! On n'y brasse pas nécessairement des affaires.

Peut-on trouver tout de même des clients avec Facebook ?

Regardons le problème sous un autre angle : trouvez-vous des clients grâce à votre site Internet ? Probablement pas. Il en va de même pour votre page Facebook. À moins de l'utiliser de façon proactive.

Patrick Felton, un conseiller financier de Laval, se sert de Facebook d'une façon très proactive. Lorsqu'il rencontre des clients potentiels, au lieu de solliciter leur carte professionnelle, ce qui manque de subtilité, il leur demande s'ils ont une page Facebook. Dans l'affirmative, il la repère le plus rapidement possible et leur demande d'être leur " ami ". La majorité des gens disent oui, car leur rencontre a eu lieu la veille ou quelques jours auparavant. Vous comprenez toutefois que nous dépassons ici le niveau Facebook 101.

Pourquoi Patrick Felton aime-t-il communiquer avec Facebook ? " Je laisse à la personne le loisir de me répondre à sa convenance ", répond-il. Par la même occasion, il m'annonce que bientôt Facebook permettra de segmenter ses amis.

Le réseau LinkedIn

Le réseau LinkedIn se définit comme un réseau de professionnels en ligne.

LinkedIn facilite la construction d'un réseau de professionnels et permet l'échange de connaissances. De plus en plus de professionnels l'utilisent pour véhiculer leur image afin d'améliorer leur visibilité et leur réputation. Certains gourous qualifient le phénomène de Personal Branding.

LinkedIn a des avantages. À condition de savoir s'en servir (voir l'article en page 24).

En conclusion

Sauf quelques rares exceptions, une page Facebook, quel que soit son intérêt, ne vous aidera pas à développer vos affaires.

À retenir avant tout : gare aux gaffes qui pourraient avoir des conséquences désastreuses sur le reste de votre carrière... et même sur une partie de votre vie. Car il est très difficile, voire quasiment impossible dans certains cas, de retirer ce qui est publié sur Internet. Et, parfois, les services spécialisés dans ce genre de chose coûtent cher.

** Consultant en productivité informatique laroseg@maisondigilor.ca*