

Rencontres en ligne

Dans la finance, où le développement du carnet d'adresses est primordial, les perspectives qu'offrent les réseaux professionnels comme Viadeo sont loin de laisser indifférent. Témoignages.

Les réseaux en ligne ne cessent de faire des adeptes. En témoigne le succès de Meetic, de Copains d'avant ou de MySpace. Si ces sites s'adressent à la sphère privée, il est intéressant de noter le développement en France, depuis 2004, d'une nouvelle catégorie: les réseaux professionnels. Leurs missions: trouver des clients, des partenaires ou des collaborateurs, retrouver d'anciens camarades d'études, collègues, vous donner de la visibilité et, pourquoi pas, vous faire chasser. Mais également échanger des informations sur les forums ou affirmer votre expertise en créant votre hub (un club dans le réseau). Si le premier réseau – il rassemble 9 millions d'utilisateurs – est américain, les Français ne sont pas en reste.

Une priorité: se rendre visible

Trois réseaux coexistent. Viadeo (anciennement Viaduc), le plus connu, vient de franchir en janvier le cap du million de membres. Parmi eux, 10 à 15 % sont issus de la finance: conseiller en gestion de patrimoine indépendant (CGPI), directeur gestion privée d'une banque à réseaux, responsable marketing et communication patrimoniale dans une banque, conseiller en gestion privée

dans une banque privée, responsable d'une entité dédiée au family office... Les différents métiers de la gestion de patrimoine sont visibles sur Viadeo.

Ils sont nombreux, comme Emmanuel Vannini, CGPI à Nice, à attendre beaucoup de ce réseau: « Je suis présent sur ce site pour nouer de nouveaux liens en rencontrant des clients bien entendu mais aussi en développant mon réseau de partenaires, de prescripteurs et de mandataires. Enfin, je n'ai rien contre le fait de reprendre contact avec de vieilles connaissances. ». Pour cela, la première démarche consiste à se rendre visible. Cela passe notamment par la rédaction d'un profil détaillé permettant aux visiteurs de se faire une idée sur son interlocuteur et la société qu'il représente. Jean-Pierre Le Stum, CGPI, n'y va pas par quatre chemins: « Vous souhaitez investir, transmettre, trouver un financement ou encore organiser votre succession... Participez à nos conférences afin d'en savoir un peu plus sur la gestion de patrimoine! Nous sommes, avec l'ensemble des conseillers diplômés de Valorea Conseil à votre disposition. » Il est également à l'origine de la création de plusieurs hubs dont un dédié aux CGPI qui rassemble 50 personnes. Il faut dire que le hub permet, à coup

sûr, d'augmenter sa visibilité et d'attirer par une thématique des visiteurs. C'est dans cet esprit qu'Arnaud Poissonnier vient de créer le sien, dédié au family office. Son premier message? Un communiqué annonçant la création de sa structure, Cooffice. « C'est gratuit, facile à mettre en place et cela me permet d'accéder à un embryon de visibilité. Pour le moment une vingtaine de personnes ont consulté ce hub », explique-t-il.

Entre fantômes et contrats

Même résultat – une visibilité accrue – mais un objectif différent pour Franck Sinanian, conseiller en gestion privée dans une banque privée qui a créé avec Francis Klein, conseil en gestion de patrimoine et défiscalisation, deux hubs: gestion privée – résidents et expatriés et le Club des Conseillers en gestion de patrimoine – avis d'expert. Ce dernier rassemble plus de 300 membres: « Notre objectif est clair: ce n'est pas le fait d'afficher notre expérience qui nous intéresse mais bien de rencontrer des gens, d'échanger. C'est incroyable de voir que les membres se partent entre eux sur notre hub, voire même animent les discussions! » Un sentiment que partage Bertrand Wallon, responsable marketing et communication patrimoniale dans

une banque, présent sur Viadeo « non pas dans un cadre professionnel, c'est-à-dire de recherche de fournisseurs et clients, mais pour garder des liens avec des anciens camarades de formation ou pour participer à un forum, rechercher une information ».

Une plate-forme de prospection

Si le fait de disposer d'une bonne visibilité, et par conséquent d'attirer des visiteurs, est un premier pas, non négligeable, qu'en est-il des affaires conclues? « Les utilisateurs de Viadeo fantasment sur le fait qu'il puisse y avoir des clients sur le réseau. Je doute que ce genre de démarche puisse avoir de l'efficacité. Ma cible est haut de gamme, il y a peu de chance qu'elle soit intéressée par un tel outil marketing », estime Franck Sinanian. Même écho du côté d'Arnaud Poissonnier: « 99 % des membres ne correspondent pas à ma cible de clientèle, cela dit, ce réseau m'a au moins apporté deux gros prospects ». Du côté des CGPI, et des conseils en défiscalisation, l'enthousiasme est nettement plus prononcé: « 2006 fut pour moi une belle année accompagnée de fructueuses rencontres, au gré des soirées networking et mises en relation », résume Jean-Pierre Le Stum. Le résultat est à la hauteur de ses attentes: « Le site de ma société compte en moyenne 200 visites par mois sans faire de communication autre que Viadeo. Nous avons répondu et collaboré avec trois sta-

giaires. Nous avons également acquis de nouveaux clients et des nouveaux fournisseurs sont en lice. » Emmanuel Vannini insiste quant à lui sur « l'opportunité de développer son réseau de partenaires. Grâce à Viadeo, je suis entré en contact de façon rapide et conviviale avec d'autres professionnels exerçant dans des domaines d'activité complémentaires au mien. » Les indépendants sont particulièrement actifs sur Viadeo. « Ils se servent de cet outil comme une plate-forme de prospection », résume

Arnaud Poissonnier. Jusqu'à irriter d'autres professionnels? « Certaines personnes, et notamment les CGPI utilisent un peu trop Viadeo pour envoyer au plus grand nombre de l'information essentiellement commerciale », explique Bertrand Wallon. Avec plus d'un million de membres inscrits sur Viadeo, il est de plus en plus difficile d'être visible, de plus en plus fréquent d'être mis en relation, mais de plus en plus rare de faire du business. ■

Caroline Dupuy

Les autres réseaux en ligne

- LINKEDIN (www.linkedin.com)

Premier réseau professionnel à avoir été créé sur la toile en 2003. Site américain, il ne propose pour le moment qu'une version en anglais. Ses créateurs viennent d'annoncer une troisième levée de fonds pour financer une prochaine expansion en Europe, Chine et Japon.

Membres: 9 millions

- XING (www.xing.com)

Anciennement OpenBC est un réseau en ligne multilingue (dont version française) créé par des Allemands en août 2003.

Membres: 1,5 million dans le monde

- 6NERGIES (www.6nergies.com)

Site français créé en 2005 qui propose six fonctionnalités: accroître votre visibilité sur Internet, avoir des avis d'experts, renouer avec des connaissances, trouver des débouchés commerciaux, vous faire recruter, vous aider à recruter.

Membres: 16 500 membres

- PIWIE (www.piwie.biz)

Site français proposant d'enrichir son réseau, de contacter des recruteurs et de chatter avec les membres en direct.

Membres: NC

Valérie Abehsera, directrice générale adjointe, Viadeo

Succès indéniable pour les hubs «finance»



Les financiers sont-ils bien représentés sur votre réseau?

Valérie Abehsera: Actuellement 10 à 15 % des personnes inscrites proviennent de la sphère financière. Si au début de notre activité, à l'été 2004, les personnes inscrites avaient un lien très fort avec les nouvelles technologies, l'informatique ou les métiers de la communication, aujourd'hui avec un million de

membres, la répartition est plus homogène et touche la plupart des métiers du secondaire et du tertiaire. Il est intéressant de noter, en revanche, que la finance est très bien représentée sur Viadeo en termes de hubs (forums thématiques créés par les membres, NDRL). En effet, 149 hubs publics liés à la finance ont été créés par des membres. Autre phénomène de taille: la fréquentation de ces hubs est incroyablement haute. Une trentaine d'entre eux recensent plus de 200 membres et trois comptent plus de 1 000 adhérents!

Que viennent-ils chercher?

V.A.: Viadeo est un outil qui leur permet d'une part de gérer et développer un réseau professionnel en ligne en partageant des carnets d'adresses. Et d'autre part d'échanger et de

rencontrer d'autres professionnels autour de centres d'intérêts spécifiques. À noter que les membres utilisent le site pour différents besoins, à différents moments de leur vie professionnelle: trouver des clients et/ou des partenaires, recruter des collaborateurs ou bien "être chassés", échanger des informations et accroître leur notoriété professionnelle.

Quel est le profil type sur Viadeo?

V.A.: La répartition des membres est la suivante: 75 % de salariés d'entreprise (cadres ou cadres supérieurs), 15 % de chefs d'entreprise, 5 % d'indépendants (profession libérale, consultants) et 5 % de demandeurs d'emploi. Le profil type est un cadre supérieur de 35 ans basé en région.

Propos recueillis par C. D.

Réserver aux professionnels

Régionales 2007

Quelles perspectives pour les marchés d'actions? Quelles stratégies privilégier?...

Les réponses de Carmignac Gestion, DNCA Finance, Financière de l'Echiquier et Tocqueville Finance.

Quatre expertises, une conférence et dix villes

- le 11 avril en soirée à **Nice**
- le 12 avril au matin à **Marseille**
- le 16 avril au matin à **Lyon**
- le 18 avril au matin à **Rennes**, en fin d'après-midi à **Nantes**
- le 25 avril au matin à **Toulouse**, en fin d'après-midi à **Bordeaux**
- le 03 mai au matin à **Lille**
- le 10 mai au matin à **Strasbourg**
- le 14 mai en soirée à **Paris**

Renseignements complémentaires:

Réservez votre date

melbouhi.marketing@gestiondefortune.com

