

# CULTIVEZ VOTRE IDENTITÉ NUMÉRIQUE



BLOG

RÉSEAUX SOCIAUX

E-REPUTATION

PERSONAL BRANDING

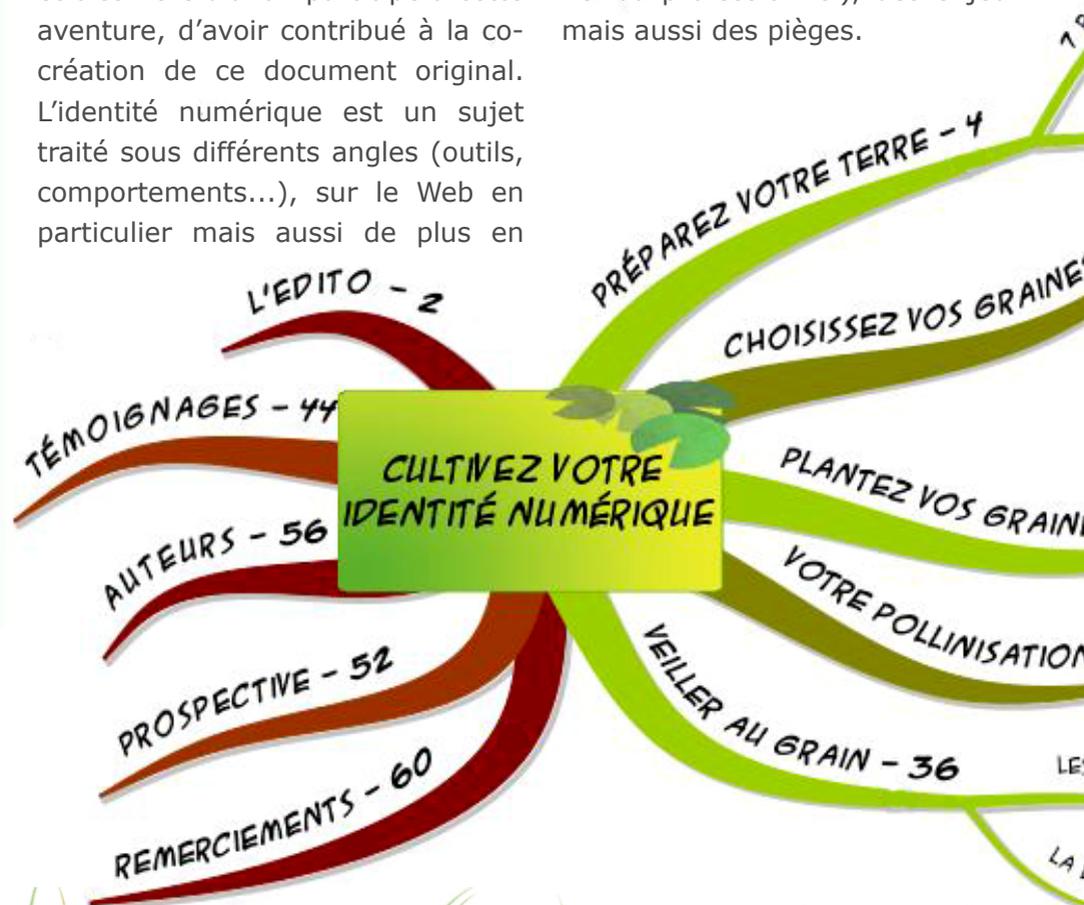
WEB 2.0

TRAVAIL COLLABORATIF

E-RECRUTEMENT

Lorsque les Geemiks m'ont demandé de coordonner la réalisation de cet ebook, j'ai dit « oui » tout de suite, spontanément. Aujourd'hui, je peux dire que je ne le regrette pas. Je suis très heureuse et très fière d'avoir participé à cette aventure, d'avoir contribué à la co-création de ce document original. L'identité numérique est un sujet traité sous différents angles (outils, comportements...), sur le Web en particulier mais aussi de plus en

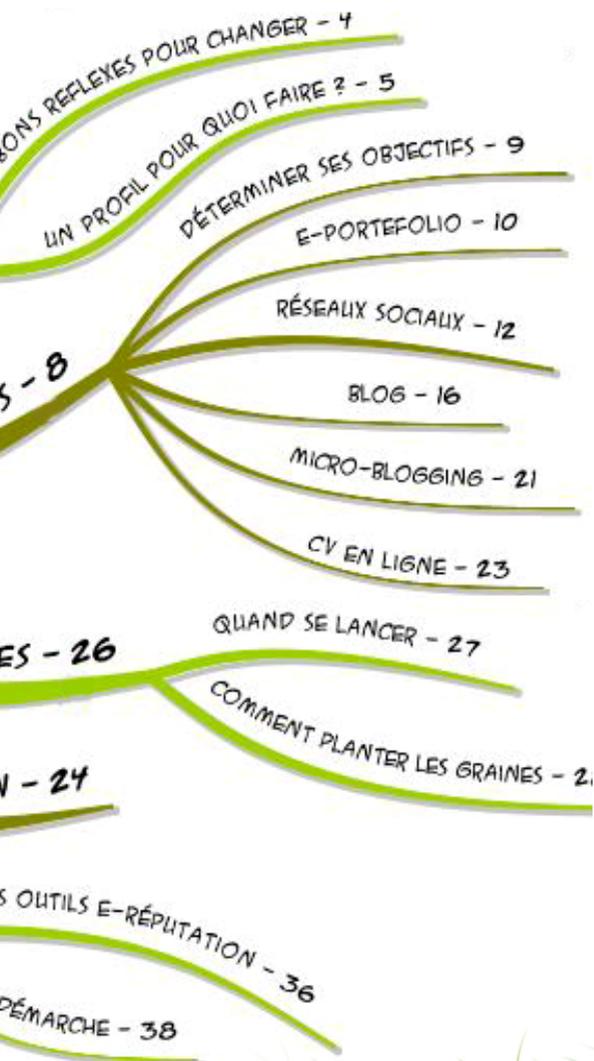
plus par les médias classiques comme la télévision et la radio. Le sujet est « tendance » et on commence à prendre conscience de l'importance de bien gérer son identité numérique (que ce soit au niveau personnel ou professionnel), des enjeux mais aussi des pièges.



# SOMMAIRE

Alors comment s'y retrouver face au panel d'outils existants ? Y-a-t-il

une démarche spécifique à mettre en oeuvre ? Quelles sont les choses à faire et à ne pas faire ? En résumé, comment devenir visible sur le Web (par exemple pour trouver un job) en restant soi, sans que ça prenne trop de temps et sans courir de risques ?



« **Cultivez votre identité numérique** » est un guide pratique composé à la fois d'articles de fond accessibles à tous et de plein de conseils, d'astuces et de témoignages. Il comprend aussi des contenus augmentés (Liens vers des articles publiés sur le blog Youontheweb et/ou sur les blogs des auteurs et experts). Il est gratuit, téléchargeable et utilisable sous licence créative commons. N'hésitez pas à le recommander à vos amis et à l'enrichir de vos commentaires, suggestions et avis.

**Bonne lecture  
et bon jardinage !**

**Emilie Ogez**



# PREPAREZ VOTRE

Vous souhaitez donner un nouvel élan à votre vie en utilisant le Web. Gare à l'improvisation ! Bâtir une e-réputation nécessite de la méthode.

## 1 LES 7 BONS RÉFLEXES POUR CHANGER ET REBONDIR

**V**ous souhaitez donner un nouvel élan à votre vie. Et vous vous demandez comment faire ?

Voici 7 étapes :

**1. Réfléchir.** Qui dit changer dit mettre en route un processus qui requiert de la méthode par des actions à court, moyen et/ou long terme et un investissement total.

**2. Le détonateur de l'envie de changement = Votre désir.** Votre envie de changement est-elle liée à un besoin de changer de structure, de secteur, de zone géographique, de poste, de mission, d'environnement professionnel... ?

**3. Se (re)connecter avec son moteur, son rêve = Votre besoin vital.** Il s'agit de s'affranchir des préconçus, des préjugés, des

contraintes pour interroger son rêve d'enfant.

**4. Qualifier et quantifier les ressources dont vous disposez = Vos énergies acquises.** Etablir ici un diagnostic objectif de vos traits de personnalité, vos compétences et vos talents en explorant toutes vos activités professionnelles et extra professionnelles.

**5. Analyser scrupuleusement votre environnement = Votre espace.** Analyser votre environnement : réseaux relationnels, évolution de votre entreprise actuelle et du secteur, concurrents, marché de l'emploi, tendances.

**6. Compiler, trier et planifier votre objectif = Votre plan de route.** En fonction de votre rêve,

des ressources dont vous disposez, de vos contraintes et des attentes du marché définissez votre futur métier.

**7. Construisez vos outils de valorisation = Votre rayonnement.** Construisez tous les outils de communication (par exemple : le e-portfolio).



Les astuces du personal branding



Les étapes du personal branding

2

## A QUOI ÇA SERT D'AVOIR UN PROFIL SUR LE WEB SI PERSONNE NE VOUS LIT ?

**R**ien ne sert de se précipiter sur le Net sans que votre «profil professionnel» ne soit un tant soit peu travaillé. Une cartographie de votre «marque personnelle» vous permettra de bien débiter sur le Net pour qu'il puisse servir au mieux votre projet de vie.

Car toutes les données publiées sur le Web vont alimenter votre e-réputation et impacter votre notoriété. Donc «Soigner sa e-réputation c'est manager son Personal Branding».

Managez les composants de votre Personal Branding :

- **Votre Message Personnel.** Un seul et unique argumentaire à décliner pour un mini-CV qui peut se verbaliser en moins d'une minute.
- **Votre Singularité.** Une définition claire, succincte et précise de vos objectifs professionnels (ex : métier, secteur, volume), de vos valeurs (3 à 5 maximum) et de vos passions actuelles.



# PREPAREZ VOTRE

« What makes you unique, makes you successful. »  
(William Arruda)

- **Votre Vision.** C'est votre projet de vie dans 5 à 10 ans (fonction ou métier, environnement, enjeux et résultats souhaités).
- **Votre Valeur ajoutée.** Elle se trouve dans la combinaison de vos qualités personnelles, vos formations, vos réalisations et votre potentialité.
- **Vos Références,** témoignages, attestations, recommandations constituent votre « Jocker Réputation - Confiance ».
- **Votre Cible.** Le secteur, l'activité, l'environnement dans lequel vous souhaitez faire mouche.
- **Votre Positionnement concurrentiel.** Une connaissance des profils « concurrents » pour trouver ce qui vous démarque.

**Fadhila Brahimi**



Gérer son identité sur le Web (PPC & HK)



- *«De Manager à Manager-Star» : Appréhendez l'identité numérique et l'eRéputation en apprenant à rebondir grâce au Professional Personal Branding.*
- *Test : Vaincre le Trac pour Oser réseauter! Dossier test et conseils du coach Fadhila Brahimi.*
- *Guide du Personal Branding, de la marque personnelle, de la reputation.*
- *Guide pour Changer de vie et changer de métier*



## L'IDENTITÉ ET LA RÉPUTATION NUMÉRIQUES EN ENTREPRISE

**A** l'heure où les entreprises commencent à introduire les nouveaux usages sociaux issus du Web 2.0 dans leurs organisations, le sujet de l'identité et de la réputation numérique dans l'entreprise devient un enjeu pour les employés et les responsables de ressources humaines. Les systèmes d'information sont en train de basculer d'une vision orientée données à une vision orientée capital humain, et ce changement de paradigme majeur change la donne en matière de visibilité individuelle au sein de l'entreprise.

Dans ce nouvel univers, il est tout aussi essentiel d'être parfaitement bien référencé dans l'intranet 2.0 qu'on doit l'être aujourd'hui sur Internet, d'avoir une présence active, de communiquer parfaitement sur

ses compétences en laissant des traces visibles et pertinentes, de communiquer sur les projets auxquels l'on a participé, sur ses réalisations concrètes, sur les expertises développées, sur les relations établies avec tel ou tel groupe de personnes, etc...

C'est de cette nouvelle capacité que dépendront dorénavant sa crédibilité, son potentiel à intégrer les projets les plus intéressants, à monter dans la hiérarchie de l'entreprise, à être sollicité sur telle et telle expertise, à attirer à soi les meilleures ressources, etc...

Anticipez donc ces changements, ils sont au cœur de l'évolution de nos organisations, aussi bien à titre individuel qu'à titre collectif.

**Miguel Membrado**



- [E-reputation et gestion des talents](#) (David Guillocheau)
- [Les multiples facettes de l'identité numérique](#) (Miguel Membrado)



# CHOISISSEZ VOS em

Il y a peu de temps encore (le web a 10 ans), la seule manière d'être visible sur Internet était de créer son site web. C'était long, un peu technique et assez fastidieux à mettre à jour.

**A**ujourd'hui les solutions qui s'offrent à l'internaute sont simples et nombreuses, sans doute trop, et « *la question n'est plus de savoir comment mais de savoir pourquoi l'on veut être visible.* »

C'est en répondant à cette question que l'on pourra sélectionner les meilleurs supports de sa présence en ligne :

## SUPPORT DE PRESENCE

## PERMET DE ...

### Services de **CV en ligne**

- Déposer et mettre à jour un **CV** dans un objectif de recrutement

### Blogs

- S'exprimer sous forme d'**articles** (pas de limite de taille)
- Faire du **social networking** en renvoyant vers des blogs « amis » (blogroll)

### Services de **Micro-blogging**

- Envoyer des **messages** limités à 140 caractères
- Maintenir la relation avec les utilisateurs du service **abonnés** à son compte

### Services de **social networking**

- Déposer et mettre à jour un **CV**
- Se faire **recommander** par des anciens
- Se mettre en **relation** avec d'autres professionnels

## 1

## DÉTERMINER SES OBJECTIFS

De même que les publicitaires mettent en place des stratégies médias pour les produits, nous devons choisir les supports sur lesquels nous voulons être présents en fonction de nos objectifs. La ques-

tion du temps est ici cruciale et se pose ainsi : est-ce que je veux **être visible rapidement** (par exemple pour trouver un job), ou est-ce que je veux **être reconnu** pour mon expertise et m'assurer une reconnais-

SUPPORT DE PRESENCE	PERSONNALITE PROJETEE	COMPETENCES	+	-
Services de CV en ligne	★ ★ ★	★ ★ ★	Nécessite peu d'entretien	Ne permet pas de se démarquer réellement
Blog	★ ★ ★	★ ★ ★	Permet de promouvoir ses compétences à long terme	Demande un gros investissement en temps
Micro-blogging	★ ★ ★	★ ★ ★	Permet d'étendre son réseau et de rester en contact	Compétences rendues visibles uniquement dans la qualité des liens que l'on diffuse
Services de social networking	★ ★ ★	★ ★ ★	Proposent des forums professionnels thématiques & des mécanismes de confiance	Demandent un temps pour l'entretien de son réseau



# CHOISISSEZ VOS e

« La question n'est plus de savoir comment mais de savoir pourquoi l'on veut être visible. »

sance à long terme. Dans le premier cas l'on privilégiera des supports permettant de mettre en avant ce que l'on veut donner à voir de soi-même (originalité, dynamisme,...), dans le second, des supports permettant de valoriser ses compétences.

Lorsqu'on a compris que la première approche génère plutôt de la popularité et la seconde plutôt de la confiance il devient possible de les combiner pour qu'elles répondent au mieux à nos objectifs à court, moyen et long termes.

**Christophe Deschamps**



## L'E-PORTFOLIO

**U**ne construction personnelle tout au long de la vie

La définition la plus courante définit le **e-Portfolio** comme un portefeuille de compétences et aptitudes à réaliser certaines tâches. « Dossier personnel, documenté et systématique. Il est constitué par la personne pour reconnaître ses acquis ou pour les faire reconnaître sur le plan institu-



tionnel ou professionnel. Il est le résultat d'une démarche personnelle et il demeure la propriété de son auteur qui reste maître de son utilisation et de sa maintenance. »

De ce point de vue, c'est le volet privé du « personal branding ». Cet espace se construit au fil des ans et s'enrichit au fur à mesure des orientations et des expériences. Le e-Portfolio est le lieu d'une construction réfléchie et singulière d'un parcours

de vie : conseil d'orientation, bilan de compétences, entretien annuel, bilan d'étape professionnel, droit individuel de formation, Validation des Acquis de l'Expérience ou Validation des Acquis Professionnel, etc. Le concept de formation tout au long de la vie est le reflet de cette complexité des dispositifs existants.

Aujourd'hui, un lycéen doit chaque année faire le point sur son orientation avec son professeur principal. A l'université, il doit faire des stages valorisant son parcours. Et salarié, il doit faire un bilan annuel avec son supérieur hiérarchique. Aucun lien entre ces événements, hormis vous-même. Vous avez acquis des savoirs lors d'apprentissages (formels et informels). Vous pouvez reprendre des études à n'importe quel âge et valoriser votre expérience (dans l'entreprise comme dans le monde associatif). Pour faciliter ce

parcours personnel et administratif, mieux vaut anticiper et constituer un dossier de ses compétences.

Quels outils ? Un simple wiki peut faire l'affaire ou un blog. Il existe aussi quelques plate-formes (elgg, Mahara, eduportfolio). Certains préfèrent une approche heuristique sous la forme de carte. D'autres utilisent Netvibes. A ce jour, il n'existe pas l'outil qui fait tout. Mais des démarches individuelles et éparses. A vous d'expérimenter et de trouver chaussure à votre pied. Le plus simple est de faire ses emplettes sur le site d'Helen Barrett. On a l'embaras du choix.

**François Duport**



E-portfolio  
for starters



- Lexique «Identités actives» - Terme n°25 : ePortfolio
- L'e-portfolio, CV du futur (dossier France 5 emploi)
- Le témoignage de Christophe Blasquez



# CHOISISSEZ VOS RESEAUX

3

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

**L**es réseaux sociaux ont connu un essor important au cours de ces dernières années. Les internautes sont de plus en plus nombreux à y créer un profil et à le(s) utiliser dans un cadre professionnel. Voici quelques clés qui vous aideront à choisir le(s) réseaux sociaux qui vous correspond(ent) et à bien vous y présenter.

### Les 7 questions à se poser pour choisir son réseau social

1. Définissez **vos attentes**.
2. Déterminez **votre degré d'implication**.
3. Définissez **vos objectifs**.
4. Faites appel à **votre réseau relationnel** pour connaître un membre du réseau envisagé ou utiliser un annuaire des réseaux.
5. **Rencontrez** les têtes de réseaux.
6. **Évaluez** bien le réseau que vous avez choisi avant de le rejoindre en participant à deux réunions.

7. Demandez-vous quel sera **vo****tre investissement** en terme de temps.

### Les 7 trucs pour bien présenter son profil

1. Exprimer clairement ce que vous apportez. Etre dans le don, mettre en avant **ses valeurs, ses passions**, les services personnels que vous êtes prêt à rendre à vos contacts. Par exemple, offrir du contenu multimédia dès les premières lignes de son profil (références à un article posté sur un blog, une interview sur une vidéo...).
2. Etre explicite. Votre interlocuteur doit clairement **comprendre ce que vous faites**.
3. Travailler sur **un slogan** mémorisable de 3 à 4 mots maximum résumant votre savoir-faire (architecte de changement, accélérateur de réussite, agitateur de rencontres...).
4. Mettre en avant **sa capacité de**

**connexion**, les réseaux dans lesquels vous êtes actif.

**5. Se différencier** sur des compétences précises selon un positionnement simple.

**6. Utiliser des références et re-**

**commandations** pertinentes.

**7. Dire clairement ce que vous recherchez** en étant présent sur ce réseau.

**Olivier Luisetti**

## Découvrez aussi...

[7 trucs pour développer votre réseau](#)

[7 trucs pour entretenir votre capital relationnel réseau](#)

[7 astuces pour classer et gérer ses contacts réseau](#)

[7 trucs de la présentation minute lors d'une soirée réseau](#)

[7 trucs pour bien animer son réseau professionnel](#)



Social Networks in Plain English (Common Craft)



**Social Media Map**



- [Rapport Nielsen Online sur les réseaux sociaux](#)
- [Enquête IFOP sur les réseaux sociaux](#)



# CHOISISSEZ VOS EN



## LES CONSEILS DES ENEMIS

### DU BON USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX

**L**es réseaux sociaux vont vous permettre de vous promouvoir professionnellement, de développer votre **employabilité** mais pas seulement vous allez découvrir bien d'autres avantages !

Ils sont un moyen de réaliser une veille professionnelle de qualité, de détecter des opportunités, de rencontrer des contacts intéressants pour apprendre et vous former en entrant en relation avec des personnes susceptibles de vous guider ou de vous aider.

#### Comment ?

**1.** Vous publiez votre profil et vous le renvoyez vers votre CV détaillé et enrichi (liens vers des sites, documents, blog).

**2.** Vous allez ensuite travailler à inviter vos contacts pour constituer votre réseau. Réfléchissez et procédez méthodiquement (carnet

d'adresses, messagerie téléphonique, référent lors de vos différents stages, job....) et adoptez dorénavant ce réflexe « social networking » ... invitez après chaque rencontre pertinente les personnes susceptibles de constituer votre réseau professionnel.

**3.** N'oubliez pas non plus de solliciter des recommandations professionnelles. Il s'agit ici de demander à certaines personnes de votre réseau avec lesquelles vous avez travaillé, réalisé certaines activités et d'obtenir des références sociale et professionnelle qui vous qualifie et vous recommande . Vous pouvez choisir vos collègues, collaborateurs, clients, fournisseurs ou partenaires, professeurs si vous êtes jeune diplômé et surtout n'oubliez pas pour vos références sociales de solliciter vos meilleurs amis, les membres des associations/réseaux auxquels vous appartenez.

Après avoir fait ce travail de base, je vous invite à utiliser de façon **interactive** cette fois, les réseaux sociaux en choisissant de :

**4.** Vous inscrire et participer de façon active aux réflexions des communautés professionnelles et à leurs questionnements. C'est au sein de ces groupes que des « experts » sont repérés pour leur apport personnel sur certains sujets. C'est ce niveau là d'interactivité qui vous permettra de vous ouvrir de nouvelles opportunités professionnelles et de « *vous faire repérer* ». Certains de mes étudiants disent être inscrits dans des hubs et ne pas être pour autant repérés ! Alors je souhaite préciser ce que j'entends par « démarche active ». Il faut entrer en relation avec les autres, participer en posant des questions, en commentant certains apports, en indiquant certaines sources, sites, références, expériences utiles au débat et au questionnement. Vous pouvez également proposer des sujets de discussion et contribuer à les animer.

**Félicitations, vous avez tout compris !** En développant votre usage avancé des réseaux sociaux, vous n'aurez plus seulement comme objectif de vous rendre visible ou d'être reconnu(e), vous allez également développer un comportement social/ble en aidant les autres (partage de contacts, d'informations, de connaissances, d'expériences) et comprendre ainsi que c'est une démarche « win-win » car c'est en procédant ainsi que vous trouverez des personnes ayant le même centre d'intérêt que vous et que vous cultiverez un véritable sentiment d'appartenance à une communauté. Ah que c'est agréable de se sentir utile ! Oh fait, je n'ai rien inventé, ces 6 besoins sociaux ont été listés dans l'étude publiée par Julie Schlack, Michael Jennings et Manila Austin intitulée Meeting Business Needs by Meeting Social Needs in Small Communities: Why Size Matters en 2007 !

**Isabelle Brisset**



# CHOISISSEZ VOS e



## LES BLOGS

**D**e toutes les traces qu'on peut laisser sur le web, la tenue d'un blog est certainement la plus emblématique. C'est également la plus chronophage. Longtemps symbolisé par les skyblogs et autres journaux intimes en ligne, cet outil a depuis regagné ses lettres de noblesse. Expertises, opinions éclairées et conseils pratiques ont permis à beaucoup de se constituer une «seconde vie» où ils endossent un rôle de spécialiste respecté. Les bénéfices qu'il apporte en terme de visibilité sont nombreux. Voici les trois principaux.

### **Centralisation de son identité numérique**

Une des principales problématiques en matière de gestion d'identité numérique est la centralisation des traces qu'on laisse en ligne. Le blog peut en effet jouer le rôle de plateforme centrale : liens vers ses différents profils en ligne, billets

évènementiels, page «A propos»... Il met en perspective l'activité numérique d'une personne, donnant corps à sa stratégie et devenant la pierre angulaire de la construction de son identité.

### **Création d'une communauté et développement de son réseau**

On parle souvent de la «blogosphère». Derrière ce mot se cache en fait une multitude de communautés construites autour d'un intérêt commun. Bloguer sur son champ d'expertise permet d'intégrer rapidement ce cercle et de se construire un réseau. Pour cela, la qualité du contenu est indispensable. Si votre ligne éditoriale est respectée, le trafic provenant de Google sera qualifié. Les requêtes effectuées concerneront ainsi votre champ d'expertises. La fidélisation d'une partie de ces visiteurs vous permettra de rassembler votre propre communauté et d'échanger avec elle.

## Mise en avant de ses compétences

Le blog peut rapidement devenir un prolongement dynamique du CV. Sa facilité d'utilisation permet l'intégration rapide de photos, vidéos, slides et bien sûr de textes sans contraintes de limitation d'espace. Cela vous permettra de mettre en avant vos

compétences en développant des billets diversifiés (études de cas, tour d'horizon..) axés autour de votre thématique. C'est l'occasion de vous placer en spécialiste, et non en simple observateur.

**Flavien Chantrel**



- Quelques plateformes de blogs : [Blogger](#), [Wordpress](#), [Typo](#), [pepad](#)...
- [Comment réaliser un blog de A à Z](#) (avec Wordpress)
- [La blogosphère en 2008](#) (Technorati)
- Moteur de recherche de blogs [Technorati](#)
- Portail d'information et outil de recherche [Wikio](#)



Les blogs selon  
Julien Pottier



Blogs in Plain English  
(Common Craft)



# CHOISISSEZ VOS EN



## LES CONSEILS DES AMIS

### BLOG ET PLATEFORME DE BLOG

#### **P**lateformes de création et d'hébergement de blogs :

##### **Les + :**

- Idéales pour commencer lorsque l'on n'a pas trop de connaissances techniques.
- Création en quelques minutes.

##### **Les - :**

- Pour les versions gratuites : pas de possibilité de récupérer la base de données des contenus pour changer d'hébergeur ou de plateforme. Il faut passer à une version payante pour cela.
- Toujours pour les versions gratuites, pas de possibilité de faire un blog multi-auteurs, sauf pour certaines versions payantes.
- La capacité de stockage peut-être insuffisante pour certaines utilisations (surtout pour les blogs utilisant beaucoup de média)

En général, il faut prêter une grande attention au choix de sa plateforme. Certaines sont énormément utilisées

par les adolescents et peuvent donc nuire à l'image experte que vous voulez donner à votre blog.

Voici quelques plateformes utilisées pour des blogs professionnels :

- Les spécialisées : [Haut et fort](#) , [Vox](#), [Canalblog](#), [Wordpress.com](#) ...
- Les plateformes hébergées sur des sites d'actualité : [le Monde](#).

#### **Les plateformes open source sans hébergement inclus :**

##### **Les + :**

- Autonomie dans la gestion du blog, possibilité d'agir dans le code source, d'adapter le graphisme et la présentation à ses envies.
- Avoir son propre nom de domaine
- Possibilité d'avoir un blog multi-auteurs
- Sauvegarder les données de son blog pour pouvoir changer de plateforme ou d'hébergeur
- Nombreux Plugins et thème graphiques disponibles
- Importante communauté d'utilisa-

teurs

- Evolutions techniques régulières

## Les – :

- Payer un hébergement (cela revient rarement à plus de 20 euros par an)
- Savoir installer son blog chez l'hébergeur et avoir un minimum de connaissances techniques

Une des plateformes les plus utilisées est WordPress, qui compte une grande communauté d'utilisateurs et un site dédié d'entraide entre blogueurs, ce qui permet aux novices de bénéficier des conseils des blogueurs experts. Dans la tête du peloton, on peut aussi citer Dotclear.

## Conseils de visibilité et de construction d'une communauté autour de votre blog :

Un blog est avant tout un **outil de publication** pour les internautes qui ont envie de **partager** leurs réflexions, leurs retours d'expérience, leurs problématiques, leurs découvertes, leurs questionnements...

- La politique éditoriale doit être claire et bien positionnée. Il faut à tout prix éviter le blog fourre-tout qui déboussolera vos lecteurs.

- Il faut aussi veiller à une **publication régulière** (quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle) et s'y tenir.

Un blog est aussi un outil qui permet de se construire une communauté. Pour cela, certaines règles sont incontournables :

- Ne pas hésiter à faire des commentaires sur les billets des blogs que vous suivez. Vous participez ainsi à la construction d'une réflexion collective.
- Faire des rétroliens sur les billets que vous citez vous-même dans votre blog. Le blogueur en question sera automatiquement au courant et viendra sûrement visiter votre blog et peut être se syndiquera t-il... c'est le début de la construction d'une communauté autour de votre blog.
- Mettre en évidence sa blogroll (=les blogs que vous estimez incontournables et que vous suivez). Les blogueurs cités seront aussi avertis et vous mettrons peut-être dans leur propre Blogroll. Vous accentuez votre appartenance à un réseau, une communauté et vous devenez de plus en plus visible.

**Carine Garcia**



# CHOISISSEZ VOS em



## LE CVBLOG

**L**e CVBlog permet, non seulement de détailler votre CV sur Internet, mais également de bloguer en toute simplicité.

L'objectif à travers cette plateforme, est de vous permettre, étudiants, cadres ou professionnels indépendants de devenir progressivement et sans compétences techniques, les acteurs de votre Marque Personnelle sur le Web.

### L'idée

Avec un CVBlog vous avez de l'espace ! Chaque article va représenter une expérience, une compétence une formation continue... Et pourquoi ne pas l'utiliser ensuite pour votre mémoire ou pour développer votre expertise professionnelle ?

### Le moteur de votre construction personnelle

Etudiants, salariés, cadres vous devez apprendre à raconter votre histoire professionnelle devant un recruteur. Internet est une place publique ou va se construire votre

image. Utiliser le CVBlog pour vous différencier, faire votre autopromotion et être visible dans les moteurs de recherche.

### Mieux se connaître pour mieux se faire connaître

Votre CVBlog doit refléter votre parcours de vie, vos motivations. C'est précisément l'objectif, vous aller développer une micro-communauté autour de votre projet de vie, partager vos expériences, vous créer de nouvelles opportunités.

### Centraliser votre Identité Numérique

Les réseaux sociaux déterminent votre réputation sur Internet. Votre CVBlog doit devenir le centralisateur de votre Identité en ligne, nous achetons votre [prenomnom.com](http://prenomnom.com) et vous redeviendrez maître de votre image.

**Matthieu Fouchard**  
**Romain Proton**



## LE MICROBLOGGING

**L**e microblog est un dérivé allégé du blog, qui permet de publier des contenus textuels en format très court. **twitter** est l'outil de microblog le plus utile pour développer et améliorer votre identité numérique. Adapté aux usages personnels et professionnels vous suivez qui vous voulez et qui veut vous suit, ce qui rend impossible le spam. Les messages (ou tweets) y sont courts et concis : 140 caractères.

Pour votre identité numérique, créez un compte Twitter, avec un pseudo Twitter du type PrénomNom. Google pourra ainsi restituer vos tweets si quelqu'un googlelise votre nom. Choisissez une photo qui vous représente. Sur une ligne de bio précisez votre métier, qui vous êtes et ce que vous aimez. Suivez aussi ce qu'on dit de vous avec [search.twitter.com](http://search.twitter.com).

Sur Twitter, parlez de votre métier, de vos activités, de votre business,

faites un peu de promotion, mais pas trop, tout en parlant aussi de vous et de ce que vous aimez (musiques favorites, photos, vos rencontres).

### TRUCS & ASTUCES

Soyez vous-mêmes, variez le ton. Suivez les experts des domaines qui vous passionnent et établissez le contact in real life. Soyez un veilleur actif, utile et partageur.



Recommandez vos meilleurs contacts. Ce que vous avez appris d'important intéresse les personnes qui vous suivent. Bien-sûr ne diffusez rien de confidentiel sur Twitter. Communiquez simplement et sans vous compromettre dans les détails gênants.

**Emmanuel Gadenne**



# CHOISISSEZ VOS ER



## LES CONSEILS DES GEMIKS

D'un point de vue professionnel, « **twitter** » signifie :

- **partager instantanément** vos découvertes, vos bookmarks, vos questions, vos appels à l'aide...
- faire partie d'une **communauté** et échanger avec elle.

Il y a donc quelques règles et un vocabulaire à respecter pour s'intégrer à cette communauté. Je vous l'explique en détails sur ce billet : [Twitter de façon Pro : règles de base et vocabulaire](#)

**Carine Garcia**



Twitter in Plain English  
(Common Craft)



Comment ça marche Twitter ?  
(Fadhila Brahimi)



- Recherche dans Twitter avec [Twitter Search](#)
- [TweetDeck](#), un client Twitter à installer sur votre ordinateur
- [La Twittosphère en 2008](#)



## LE CV EN LIGNE

**D**ans sa définition la plus large, le CV en ligne désigne tout type de contenu accessible via le réseau Internet et présentant le parcours professionnel d'une personne. Cela inclut des supports aussi variés que les sites personnels, les PDF en ligne, les CV déposés sur des sites d'emploi, les profils sur les réseaux sociaux, les CV vidéos, etc. Une bonne partie de ses types de CV sont utiles dans le cadre d'un recrutement mais pas du tout dans le cadre de la gestion de son identité numérique. Par exemple, un CV déposé sur Monster n'est pas accessible en dehors des recruteurs clients et n'est donc d'aucune utilité pour sa réputation en ligne.

Pour les types de CV en ligne présentant un intérêt dans la gestion de son identité, les caractéristiques suivantes sont essentielles : ouverture, utilisation des technologies web (html, flash) et facilité d'accès via une adresse internet dédiée.

L'objectif est de disposer d'une page ou d'un site web qui peut, si on le souhaite, être référencé sur les moteurs de recherche (en particulier quand quelqu'un tape votre nom sur Google). Il est alors possible de diffuser son adresse internet, par exemple dans sa signature mail, le CV servant alors de carte de visite numérique.

Plusieurs services peuvent permettre d'avoir un CV en ligne ouvert :

- Les réseaux sociaux professionnels comme LinkedIn ou Viadeo car une partie du profil peut être lu par des visiteurs, même s'ils ne sont pas inscrits au service
- Les plateformes de blog comme Wordpress, OverBlog ou TypePad car il est possible de se créer une page pour présenter son parcours (ex : page « A propos de l'auteur »)
- Les plateformes dédiées au CV en ligne comme VisualCV ou DoYouBuzz.com qui permettent de se créer un CV web multipage in-



# CHOISISSEZ VOS e

tégrant des éléments multimédia (texte, image, vidéo...) et offrant une forte personnalisation ainsi qu'un bon référencement.

La plupart des experts s'accorde à dire que les réseaux sociaux, les blogs pro et les services dédiés au CV en ligne ne répondent pas aux mêmes objectifs mais s'avèrent tous les 3 complémentaires. De plus, ces services s'adressent à des internautes n'ayant pas forcément le même niveau de maturité ou

d'implication sur le web. Par exemple, la création d'un simple CV en ligne ou d'un profil pro ne nécessite pas les étapes de constitution d'un réseau ni la mise à jour régulière de contenus. Pour un néophyte, la création rapide d'un CV sur le web est l'une des premières étapes dans la construction de son identité numérique... avant d'aller plus loin bien sûr!

**Ludovic Simon**



- Le CV à l'heure du 2.0 (les dossiers de Doppelganger)



## LES CONSEILS DES GEMINS

### CONSEILS POUR UN CV ENRICHIS

Comment travailler son CV numérique en mettant en valeur ses compétences, expériences, expertises, passions et intérêts ?

Pour ne pas retomber dans une présentation de CV parcours classique, quelques conseils ...

- Décrivez-vous en seulement trois ou quatre mots clés (Tags) : imaginez que vous n'avez que ces quelques mots pour vous faire recruter, ...A vous d'indiquer des mots clés sur vos compétences, vos valeurs, vos qualités...
- Ensuite travaillez à essayer de les illustrer et de les mettre en valeur dans votre CV numérique (résistez à l'idée de respecter l'ordre chronologique ou de tout vouloir mettre, choisissez ce qui répond à vos mots clés...on veut des preuves de ce que vous avancez !) Il vous manque des éléments, à vous de les rechercher (document, recommandation professionnelle, site, vidéo, présentation...)
- Choisissez de ne pas uniquement détailler les tâches confiées lors d'un

stage/job sous un format de listing mais indiquez avant le descriptif des tâches réalisées, l'apport de cette expérience en une phrase (compétences acquises, orientation choisie suite à ce stage, qualités révélées...)

- Ne minimisez pas vos passions, vos intérêts : c'est le + d'une candidature, votre relief pour un recruteur... Imaginez comment appréhender votre personnalité grâce à votre CV, choisissez vos indices. Sélectionnez vos réalisations, mettez des liens vers des activités, construisez votre blog personnel, indiquez vos communautés d'appartenance à des réseaux sociaux, soignez la personnalisation du CV..

Une fois par mois, adoptez un nouveau réflexe « travaillez votre profil numérique » en mettant à jour votre CV : les activités, expériences, acquisitions pertinentes pour enrichir votre profil et mettez à jour aussi les informations de votre profil sur les réseaux sociaux.

**Isabelle Brisset**



# PLANTEZ VOS eRa

Il faut du temps pour construire une relation durable. S'engager sur le long terme est une condition supplémentaire. Au fil du temps, la confiance s'installe et les échanges prennent en valeur aussi. Ce sont les rapports humains qui importent.

**E**couter, donner et contribuer, voilà trois activités valorisées au sein des communautés (offline et online). Ce sont trois éléments indispensables qui précisent l'état d'esprit à avoir, l'attitude à adopter. Ils permettront, en partie, d'optimiser le retour sur vos efforts de jardinage et de pleinement profiter de la qualité des graines.

## TRUCS & ASTICES

Partez du principe que ces graines (blogs, cv numériques ...) ne sont absolument pas magiques, et que c'est plus votre attitude que les outils qui vous apporteront de bons retours.

Comme David Guillocheau (Directeur de Talentys) l'a noté lors d'un interview pour le



journal 20 Minutes, «Récolter les fruits de sa participation demande du temps et de l'investissement». Ainsi, avant de planter les graines, les questions suivantes prennent toute leur valeur :

1. Suis-je prêt à m'investir à 100 % (connexion, disponibilité, réactivité) ?
2. Ai-je la patience et la persévérance nécessaires pour tenir des objectifs à long terme ?
3. Suis-je conscient(e) que les conversations ne peuvent pas être contrôlées ?

Une fois ces aspects verrouillés, vous mettez toutes les chances de votre côté. Vous pouvez maintenant vous lancer et commencer votre jardinage.



## 1 QUAND SE LANCER ?

**S**ans hésitation : commencez le plus tôt possible. Etre pro-actif dans la gestion de son identité numérique est une des premières règles à suivre. Le name googling est effectué à n'importe quel moment par n'importe qui.

Se lancer dans l'aventure numérique, c'est accepter l'idée selon laquelle on est entré dans l'ère de la transparence, où l'accessibilité aux informations est quasi-totale. Ce n'est plus simplement à l'échelle des entreprises ou autres organisations. A présent, c'est également au niveau de l'individu-même que ces conditions existent.

Les réseaux sociaux et plus particulièrement les **Contenus Générés par les Utilisateurs (UGC)**, ont amorcé l'élan d'émancipation des individus sur la Toile. Chacun tient un rôle plus ou moins influent dans cette co-production de contenu.

Que ce soit un *vote*, un *commentai-*

*re* ou même la mise en ligne d'une *vidéo* sur une des plateformes connues (YouTube, Dailymotion ...), on se rend compte que l'individu dispose d'une voix humaine et crédible, ainsi que d'un potentiel de visibilité important via la recherche sémantique.

L'adoption grandissante de ces formes de communication « sociales » est une raison supplémentaire pour s'attarder sur cette problématique.

Les résultats des actions ci-dessus se retrouvent sur les moteurs de recherche classiques et les réseaux sociaux. Votre pro-activité doit s'articuler autour de la création d'un contenu cohérent en lien avec vos objectifs (recherche d'emploi, de talents, de partenaires commerciaux ou financiers).

La construction de l'identité





# PLANTEZ VOS eRe

numérique s'articule autour d'informations vous concernant (nom, prénom, pseudos, présence sur les réseaux sociaux...). L'e-réputation se base sur les conversations entre les personnes, ou simplement sur l'opinion d'une seule personne.

Les outils du web social viennent accompagner cette évolution des rela-

tions sur Internet vers un mode plus conversationnel.

Les services de microblogging comme Twitter accélère la fréquence des échanges. Ils mettent en relief l'importance de ces conversations et la nécessité d'être pro-actif, de commencer dès que possible.



## COMMENT PLANTER LES GRAINES ?

**E**xiste-t-il un ordre idéal pour planter ses graines ? Un cheminement global ? Je ne pense pas. Tout dépend des outils que vous maîtrisez le plus, des endroits où se trouvent les personnes avec qui vous souhaitez entrer en contact, et bien évidemment de vos objectifs.

Ainsi, pour une recherche d'emploi, le CV en ligne fait partie des priorités avec le choix des plateformes (réseaux sociaux professionnels, job-boards) en fonction de la dimension du poste souhaité (régionale, nationale ou internationale).

Cela dit, il faut tout de même réserver une place importante au blog quel que soit l'objectif fixé au départ. L'ensemble des conversations à votre propos vont impacter sur votre e-réputation et sur votre référencement. Sur le long terme, il permet de rester en contact avec son réseau et de graduellement l'étendre. Il est également utile pour rester en phase avec son marché et développer sa créativité.

Pour réussir votre participation aux conversations et votre jardinage (de manière générale), il faut tout

d'abord écouter, observer et identifier les pratiques gagnantes. S'il le faut, tenez un carnet de bord où vous recenserez vos observations, les réponses à vos questions, les différents feedbacks.

N'hésitez pas à échanger avec d'autres personnes plus expérimentées pour des conseils spécifiques, après tout c'est en partie à cela que sert le réseau.

Si l'on ne peut définir d'ordre idéal, on peut néanmoins introduire la notion de temps disponible. En effet, cultiver son identité numérique n'est pas une affaire de quelques minutes quotidiennes. C'est pour cela qu'il est préférable de se limiter et de se focaliser sur quelques graines dans un premier temps, de manière à en tirer le maximum d'avantages. Plantez-les une à une selon vos objectifs, vos préférences et vos disponibilités.

Testez en permanence. Suivez l'évolution des outils. Pour chaque nouvel outil utilisé, définissez quelques indicateurs de performance qui vous

permettront de vérifier l'impact et l'efficacité de vos actions. Etes-vous en progression, en stagnation ou en régression ?

En complément des outils que vous utilisez déjà, tenez-vous également au courant des nouvelles plateformes, des services qui se créent. Ensuite, vérifiez la valeur ajoutée de chacun d'eux, pour juger s'il est nécessaire de s'investir ou pas. La veille sur les outils et l'expérimentation sont deux facteurs-clés. Pour cela, les agrégateurs de flux RSS comme Netvibes, Google Reader ou autres vont vous permettre de suivre les actualités.

#### DÉFINITION



**Lilian Mahoukou**  
*Agrégateur de flux RSS*

*Pour rester informé sur les nouveaux outils, suivez l'actualité sur*





# PLANTEZ VOS eRa

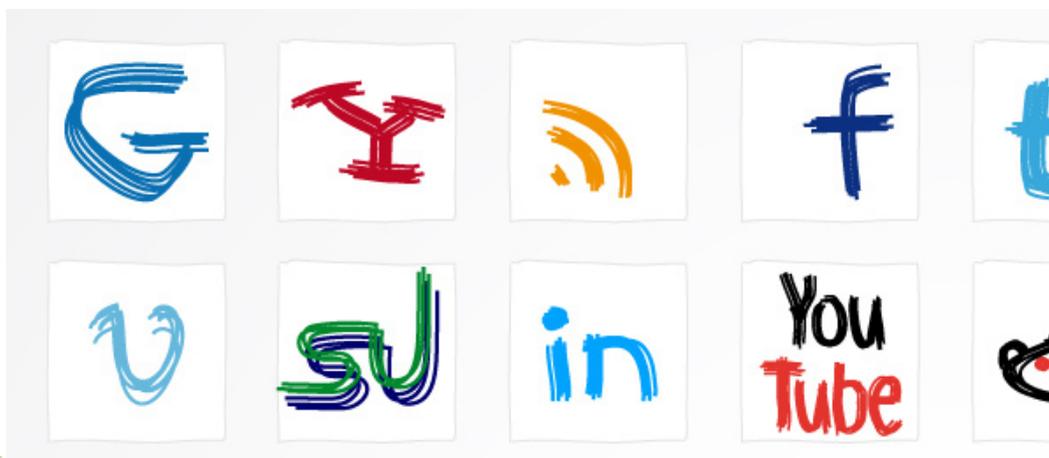


## NARCISSE ET MOI : UNE JOURNÉE AVEC MON IDENTITÉ NUMÉRIQUE

**10h** : mise à jour du statut. Je vais informer les geeks sur [Twitter](#), les musicos sur [MySpace](#), les copains sur [Facebook](#), etc. Pour pas perdre de temps, je passe en mode arrosage automatique : j'utilise [hellotxt](#) et le tout en [bi-directionnel](#). Pour ceux qui commentent à tout va, allez sur [co-comment](#). Si vous avez des amis bavards, suivez-les sur [FriendFeed](#) ou [MyBlogLog](#). Ainsi, vous pourrez participer à toutes les conversations engagées sur le Web !

**14h** : Au travail. J'emmène mon identité numérique : pour ouvrir ma session ou me connecter aux applications, pour consulter mes mails, gérer mes activités, mes documents, mes priorités, etc.. Pour m'aider, j'ai tout regroupé au sein de [GMail](#) !

**18h** : Opération séduction. Je transforme Narcisse en CV, mais pour éviter le spam ou l'usurpation d'identité, je passe par un site qui me met en relation avec les recru-



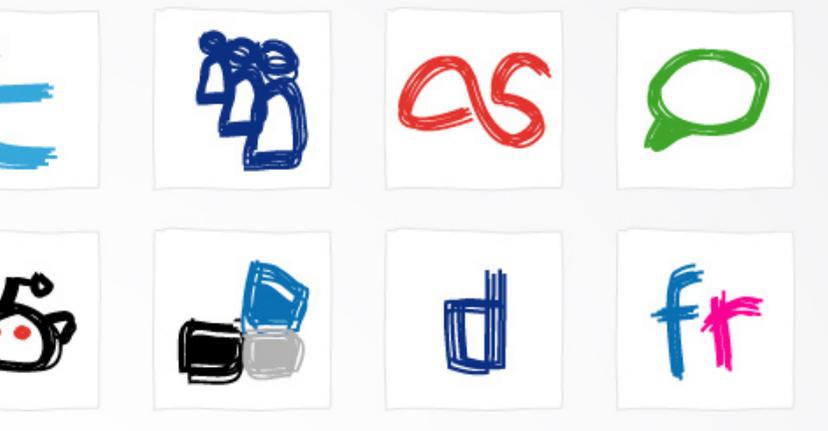
teurs, tout en cachant les données sensibles aux yeux des malotrus : [DoYouBuzz](#), [LinkedIn](#), [Viadeo](#), [Ziki](#).

**22h**, l'heure du bilan. Commentaires + bookmarking ([Diigo](#)) + musique ([Blip.fm](#)) + tweets + statut mis à jour + quelques billets sur mon blog. Ouf ! Pour que ça n'échappe à personne, je regroupe toute ma vie online et sur une seule page : ça s'appelle le lifestreaming, avec [FriendFeed](#) ou [Profilactic](#).

**Minuit** : affichez votre identité numérique in real life. Avec genre une photo de Narcisse imprimée sur le T-shirt : [iKodz](#) me permet de faire ça. Le must : dans une soirée, dans le métro, on pourra me photographier le code et arriver sur ma page !

Testez chaque site web, inscrivez-vous de partout, faites votre choix. Après, ne supprimez rien, mais investissez-vous à fond dans les quelques sites que vous aurez choisis.

**Julien Pierre**





# VOTRE POLLINISAT

Créer son identité, c'est un début... diffuser son identité, c'est bien... communiquer intelligemment, c'est indispensable ! La diffusion de l'identité doit être réfléchi en fonction des objectifs visés et des attentes à court terme et long terme.

**L**a communication sur soi va générer deux effets :

- La visibilité montante de votre identité
- Votre réputation : le jugement sur vos vous et vos propos.

Avant tout, vous devez définir ce sur quoi vous souhaitez communiquer ? Votre dernier week end ? Vos passions ? Vos études ? Vos travaux ? Vos envies métiers ? Vos envies professionnelles ? ... posez-vous la question de ce que votre réseau attend !

## **Je crée des liens**

La communication sur soi prend tout son sens à l'instant où la cible visée s'intéresse à vous, par conséquent, intéressez-là !. Pour cela, détectez vos pairs et communiquez avec eux. La première communication pos-

sible étant d'entrer en contact et aujourd'hui rien de plus simple que de se faire des relations sur les réseaux sociaux, qu'ils soient professionnels ou non.

## **Je participe à des conversations**

Communiquez chez les autres et inter-agissez avec eux. Un concept basique du web est « pour recevoir, il faut savoir donner ». N'hésitez pas à échanger, commentez, partagez des informations sur les blogs, les réseaux sociaux... tous les espaces de communication où se situent vos communautés.

## **Je crée des conversations**

Vous vous sentez l'âme d'un auteur, lancez vous et apportez votre contribution sur votre propre blog ! Attention cependant, vous devez apporter

un plus à ce qui est déjà dit. L'avantage de disposer de son propre blog pour communiquer sur soi est qu'il est personnel, personnalisé et qu'il devient la tour de contrôle de votre identité numérique.

Pour résumer, la pollinisation de votre identité passe par deux éléments

- le contenu : originalité et pertinence
- le linking : avec vos « amis » dans les réseaux sociaux (qui qualifieront votre appartenance à une communauté) mais également le linking de vos blogs, sites ou autres urls (qui qualifieront votre popularité).

**Lionel Damm**



- Les 7 règles à suivre quand on utilise les médias sociaux (Perry Belcher)



# VOTRE POLLINISAT



## ETRE AIMÉ DE GOOGLE (OU PAS)

**V**ous souhaitez travailler sur votre « Personal Branding », et vous êtes en train de vous poser une question : Que veut Google de moi ?

Avec cette question, sans le savoir, vous êtes en passe de définir une stratégie de référencement, pour vous aider on peut indiquer que celle-ci repose sur une pyramide en 3 parties.

### Structure

Votre site doit être bien lisible par les moteurs, ainsi :

- pas de site en « Full

Flash » (ou vous serez assez malin pour réaliser un site HTML en parallèle)

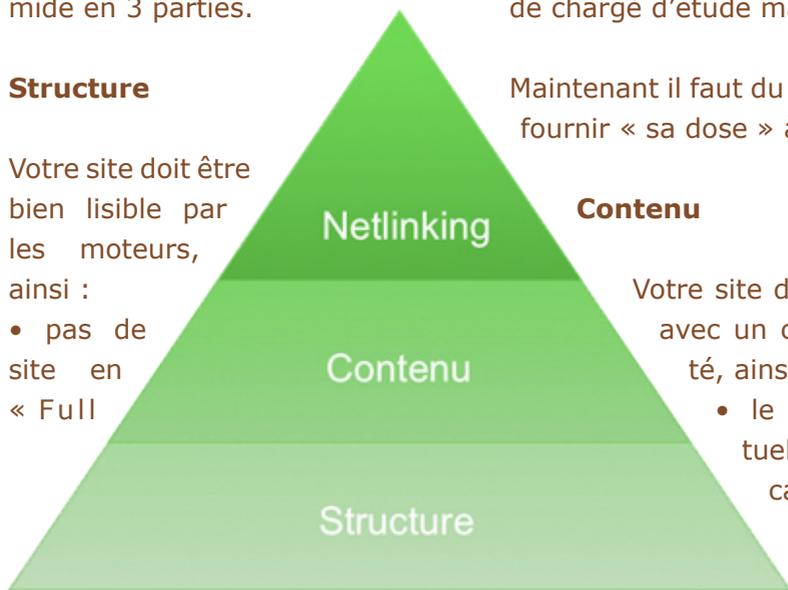
- vos titres (<title> et <h1>) correspondent à votre titre de page
- à chaque mot-clé sur lequel vous souhaitez vous positionner existe une page
- vos pages sont liées avec des textes d'ancrages signifiants (pas de « ici mon cv », mais « mon cv de chargé d'étude marketing »)

Maintenant il faut du contenu, pour fournir « sa dose » à Google.

### Contenu

Votre site doit être conçu avec un contenu adapté, ainsi :

- le contenu textuel est favorisé, car Google est aveugle
- le contenu est original,



## LA PYRAMIDE DU RÉFÉRENCEMENT

car Google déteste le « déjà vu »

- pas de poésie, car Google a toujours détesté Rimbaud
- les choses importantes sont répétées, car Google ne comprend que ce qu'on lui répète
- une poignée de mots-clefs cibles sont favorisés (« assistant marketing » ou « assistant chef de produit » ?)

Pas mal, mais évidemment, dans Google, mis à part à votre nom, vous êtes invisible sur les mots-clefs qui vous tiennent à cœur. Il est temps de devenir « Populaire » selon Google.

## Netlinking

Votre site doit être lié sur d'autres sites, ainsi :

- votre site est présent dans des annuaires de liens en dur
- il est lié sur les medias sociaux (et digg-like, bookmarking...)
- il est lié par des sites de domaines proches dans le cadre d'échanges de liens
- il est présent en « gentil spam » dans les commentaires des blogs

en DoFollow2

- le lien est en signature de vos articles sur des sites collaboratifs (Agoravox...)
- Mieux, ce n'est pas juste un CV, mais un blog avec du contenu de qualité, les liens devenant alors spontanés.

Bon travail, mais si vous êtes ambitieux et que vous cherchez à être présent sur un mot-clé concurrentiel, tel que « étude marketing », le domaine de votre blog au lieu d'être « aurelie-dupond.

com », aurait tout intérêt à s'appeler « etude-marketing.fr ». Un domaine peu sexy, mais Google n'aime pas le sexe...

**Alexandre Villeneuve**



# VEILLEZ AU eRAIN

Dans une logique préventive, la gestion de l'identité numérique nécessite la mise en œuvre d'une démarche de surveillance, qu'on peut appeler « veille e-réputation ».

*Il s'agit d'une démarche permettant de répondre à 3 principales questions :*

- *Qu'est ce qui se dit sur moi ?*
- *Comment mes propos sont-ils repris sur le web ?*
- *Quelles sont les traces numériques que je laisse sur le web ?*

## 1 LES OUTILS E-RÉPUTATION

**A**ujourd'hui, avec l'avènement du web 2.0, une panoplie d'outils gratuits est désormais à la disposition de chaque internaute. De plus, les flux RSS ont permis de démocratiser l'activité de veille en ligne, puisqu'ils permettent de rester au courant des nouvelles publications/données sur une thématique précise.

L'internaute-veilleur peut alors faire appel à une boîte à outils 'e-réputation' gratuite, qui lui offre la possibilité d'assurer une bonne couverture des espaces d'échanges en ligne : des blogs en passant par les réseaux sociaux jusqu'aux forums.

- **Les moteurs de recherche des blogs** : ce sont des outils qui vont chercher des contenus en provenance de blogs (parfois de flux RSS d'autres sources) et/ou qui permettent d'identifier des blogs dans un domaine spécifique.

- **Les métamoteurs sociaux** : ce sont des outils qui vont agréger différents types de sources comme les réseaux sociaux, les blogs, les microblogs...

- **Les outils de suivi des commentaires** : à côté des plugins proposés par les plateformes de blogs type Wordpress, certaines applica-

## E-Réputation

### La boîte à outils

**Moteurs de blogs**  
[G.Blog Search](#)  
[Technorati](#)  
[Icerocket](#)  
[Blogpulse](#)  
[Ask Blog](#)

**Métamoteurs sociaux**  
[Whostalkin](#)  
[Samepoint](#)  
[Socialmention](#)  
[Serph](#)  
[Icerocket BigBuzz](#)

**Moteurs de microblogs**  
[Twitter Search](#)  
[TwiIert](#)  
[TweetBeep](#)  
[TwiIurly](#)  
[Monitter](#)

**Recherche de personne**  
[123people](#)  
[pipl](#)  
[whoshouldifollow](#)  
[Spokeo](#)  
[Zoominfo](#)

**Agrégateurs sociaux**  
[FriendFeed](#)  
[Mybloglog](#)  
[Keotag](#)  
[Alertthingy](#)  
[Filtrbox](#)

**Suivi de commentaires**  
[Backtype](#)  
[coComment](#)  
[Yacktrack](#)  
[Co.mments](#)  
[Commentful](#)

**Moteurs de news**  
[Google News](#)  
[Yahoo Actualités](#)  
[Wikio](#)  
[Topix](#)  
[MSNBC](#)

**Moteurs de forums**  
[Boardtracker](#)  
[Omgili](#)  
[Boardreader](#)  
[Bigboards](#)  
[Google Groups](#)

# VEILLEZ AU eRAIN

tions permettent de suivre l'apparition de mots clés spécifiques dans les champs commentaires ou de suivre l'évolution d'une discussion par commentaires...

- **Les outils de veille de micro-blogs** : sont des outils qui permettent de suivre les citations d'un mot clé, d'une expression, d'un individu ou d'une source sur les supports de micro-communication comme Twitter. Ils proposent soit des flux RSS soit des alertes par mail.

- **Les agrégateurs sociaux** : sont des plateformes qui permettent de regrouper et d'agréger différents flux en provenance de diverses sources type Facebook, Twitter, Myspace...

- **Les moteurs de recherche de personnes** : il s'agit de moteurs qui permettent d'identifier les différentes traces laissées par une personne en ligne : photos, mails, coordonnées, documents...

## 2

### LA DÉMARCHE

La démarche préconisée pour mettre en place un process de veille e-réputation peut se résumer en 3 étapes :

1. **Identification des différents sujets/thématiques à surveiller et les traduire en mots clés** : nom-prénom, pseudonyme, blog, adresse mail, n° téléphone...

2. **Sélection des outils adéquats et leur paramétrage**

3. **Réception des alertes et traitement** : droit de réponse, suppression de contenu dans les cas d'informations sensibles/délicates, remerciement/félicitations dans le cas contraire.

**Aref Jdey**



## AUTHENTIFICATION ET CERTIFICATION D'IDENTITÉ

**Pourquoi s'identifier ?** eCom-  
merce, banque, mail, commen-  
taires, Facebook, etc..

Besoin de garantie sur l'identité  
des autres : robot, fake, escroc, ou  
vraie personne, mais qui ?

**Les risques :** l'usurpation d'identi-  
té. En disposant de vos identifiants,  
n'importe qui peut se faire passer  
pour vous, lire vos mails, vider vo-  
tre compte, insulter tout Internet  
en votre nom.

### Définitions :

- *Identification* : je dis qui je suis.
- *Authentification* : je prouve être  
celui que je prétends.
- *Certification* : un tiers (fournis-  
seur d'identité) prouve qui je pré-  
tends être.

### Comment s'identifier ?

- Authentification simple = **iden-  
tifiant + mot de passe**. Le 1er  
m'identifie, le 2nd m'authentifie.
- **Authentification unique** : cou-  
ple unique saisi qu'une seule fois

(Single Sign-On, SSO). Il existe  
aujourd'hui des sites (passpack.  
com) et des logiciels (KeePass) qui  
mémorisent tout ça pour vous.

- **Fédération d'ID centralisée et  
localisée** : avec Windows Live ID.

- **Fédération d'ID décentralisée**

: OpenID. Plusieurs four-  
nisseurs partagent  
les infos de  
connexion.

- Chaque  
grand ac-  
teur déploie  
sa propre

«plate-  
forme  
d'authen-  
tification» :

Google Friend  
Connect, Facebook  
Connect , MyBlogLog  
de Yahoo!

### Les nouveaux ris- ques

- Qui est celui qui  
(me) certifie ? Une



entreprise commerciale qui peut revendre mes données.

- Le phishing ou les keyloggers.

## La solution : l'authentification forte

- Ce que je sais : réponse à une question secrète
- Ce que je sais faire : lire un texte (captcha), un geste (ma signature)

- Ce que je suis : biométrie.
- Ce que je possède : une clé, une carte à puce, un mobile sur lequel je reçois le mot de passe via SMS

Voilà comment on se connectera demain, avant que de nouveaux risques apparaissent à nouveau...

**Julien Pierre**



## IDENTITÉ NUMÉRIQUE ET LÉGISLATION

**V**otre identité sur Internet n'est pas qu'un simple avatar aux couleurs chatoyantes. Cette identité se respecte, se bichonne et se protège. Explication.

L'Internet et les réseaux ont eu une fâcheuse tendance à nous dédoubler, nous transformer en de joyeux clones électroniques. Derrière nos avatars divers et variés, une identité numérique. Sur le web, cette identité prend souvent la forme d'un pseudo, d'une adresse électro-

nique, d'un IP. La plupart du temps, pour valider cette identité, un mot de passe y est souvent couplé. Le danger reste l'authentification, la procédure qui permet de vérifier l'identité.

Comme le rappelle un document de l'Université de Rennes 2 «L'identification est la procédure qui demande l'identité (identifiant ou login) ; L'authentification est la procédure qui vérifie l'identité (en contrôlant le mot de passe)». Pour éviter de voir son identité usurpée, gardez tou-

jours à l'esprit qu'un mot de passe fort sera l'une des premières barrières aux pirates. Il faut exclure, nom, prénom, date d'anniversaire.

La loi Française s'est penchée sur ce problème d'usurpation. L'identité numérique est d'ailleurs au cœur d'une réflexion, menée dans l'hexagone, visant à renforcer la confiance numérique dans un plan de développement de l'économie numérique, « France numérique 2012 ». En France, l'usurpation d'identité est un délit pénal (article 434-23 du Code pénal). La sanction peut atteindre 5 ans de prison et 75.000 euros d'amende.

L'une des solutions, le certificat numérique. Ce dernier permet de si-

gner et vérifier une identité, d'un internaute comme d'un site web. Des certificats qui sont émis par des Autorités de certification. Pour rappel, la signature numérique d'un document a la même valeur légale qu'une signature sur papier.

**Damien Bancal**



- [OpenID, comment ça marche ?](#)
  - [MyID.is](#), une plate-forme de certification d'identité sur Internet
  - Plan « [Préparer la France numérique](#) »
- Les certificats ([Comment ça marche ?](#))



# VEILLEZ AU eRAIN



## LES CONSEILS DES eEMIS

**S**i vous lisez cet e-book, c'est que soit vous êtes (ou vous y pensez très fort !) inscrit sur des réseaux sociaux, à des sites de rencontres, à des sites de partage de vidéos, à des programmes de fidélité et vous avez votre blog. Vous postez des commentaires dans d'autres blogs, vous émettez votre avis de consommateur sur des produits ou services et vous avez des photos sur le Web (désirées ou pas). Vous êtes donc **visible sur le Net** et laissez des **traces** (hobbies, activités professionnelle et/ou familiale et personnelle...).

Que peut faire le droit français pour vous en cas d'abus ou de problèmes ? **Blandine Poidevin**, avocate lilloise, nous rappelle les textes applicables dans son [billet](#) sur le blog YouontheWeb.

Le **droit à la vie privée** apparaissant dans l'**art. 9 du Code civil** est une 1<sup>ère</sup> protection : «*Chacun a droit au respect de sa vie privée*». Lié à ce dernier, spécifiquement pour les photos diffusées sans votre accord, on fait appel aussi au **droit à l'image**.

N'oubliez pas de limiter l'accès à vos informations personnelles (« paramètres » dans Facebook) ! La récolte de données personnelles depuis Internet est encadrée par la **loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, réformée en 2004**, devant faire l'objet d'une déclaration à la **CNIL**. Vous devez donc donner votre accord pour que vos données personnelles soient utilisées à des fins différentes. Le problème subsiste lorsque le siège de la société visée n'est pas en France...

Autour de tout cela, se pose aussi la question de l'**e-réputation**. Il est possible de publier du contenu relatif à une personne nominativement désignée sans que celle-ci en soit avisée. Elle dispose d'un **droit de réponse** suite au **décret du 24 octobre 2007** (demande adressée « au directeur de publication du site Internet concerné ou à l'hébergeur dudit site si les mentions d'identification de l'éditeur du site Internet ne sont pas présentées sur le site»). Idem pour les infractions de **diffamation** et



d'**injures** (poursuites pénales). Dans mon [billet sur la pénalisation de l'usurpation d'identité numérique](#), j'évoquais qu'il était compliqué de savoir ce que représente vraiment l'identité numérique (en droit civil, l'identité est ce qui fonde l'existence juridique) et donc son usurpation n'est donc pas spécifiquement punie. L'usurpation d'identité est le fait de prendre le nom d'un tiers dans des circonstances qui ont déterminé ou auraient pu déterminer contre celui-ci des poursuites pénales (**article 434-23 du Code Pénal**). [Egoblog](#) nous rappelle qu'en 2005, une **proposition de loi sur la pénalisation de l'usurpation de l'identité numérique** avait été déposée. Cette proposition a été relancée à la mort de son initiateur en novembre 2008. On y évoque aussi le phishing (ou hameçonnage : mots de passe ou avatars «volés»...). A suivre...

En ce qui concerne vos **droits d'auteur** suite à vos productions mises en ligne, ceux-ci sont régis par la **loi du 11 mars 1957** et la **loi du 3 juillet 1985 (Article L.**

**111-1 et L. 123-1 du Code de la propriété intellectuelle**). On ne peut pas reproduire l'intégralité de vos oeuvres mais un extrait en vous référant (**citation des sources**). Il existe des exceptions (voir [MonCours](#) de Christophe Grébert et/ou [Blogueurs et responsabilité](#) de Maître Eolas). Pensez aussi aux **licences Creative Commons** inspirées des licences libres : ce système permet aux créateurs de contenus (textes, images, sons, vidéos...) d'autoriser leur reproduction tout en fixant différentes conditions (simple affichage de la paternité, utilisation commerciale et/ou modifications).



**Déborah Potelle**



## MÉDIAS SOCIAUX ET RECRUTEMENT - témoignage d'un recruteur -

**S**i Emilie m'avait demandé ce témoignage il y a ne serait-ce que 6 mois, sans doute aurais-je écrit des choses très différentes.

Je pratique le recrutement depuis près de 20 ans et j'ai pu assister à des modifications profondes tant au niveau des supports que sur le plan comportemental. Au début des années 90, la parution d'une annonce dans la presse générait plusieurs centaines d'appels ou réception de CV. Sont apparues les premières plateformes d'emploi dont Monster et progressivement nous avons réparti nos diffusions entre la presse écrite et les supports numériques. Progressivement, seul les **plateformes d'emploi** sont restées avec un taux de retour en diminution constante.

2 raisons à cela.

D'une part, la croissance que nos économies a connu jusqu'à mi 2008, d'autre part l'apparition des réseaux

sociaux qui ont amené y compris des profils juniors à se comporter comme des cadres supérieurs donc à se faire chasser. Sur ce dernier point, autant un salarié en veille pouvait hésiter à mettre son CV en ligne par crainte d'être découvert par son employeur autant il n'hésite pas à créer son profil sur un réseau social professionnel, pouvant toujours prétexter faire la promotion de son entreprise ou chercher de nouveaux clients à travers ce support.

Les **réseaux sociaux professionnels** sont donc devenus pour nous, recruteurs, un outil quotidien dans nos opérations de sourcing. Voilà pour le côté pile pour les candidats.

Côté face, même si cela n'est pas très éthique, les réseaux sociaux type Facebook deviennent une mine non pas sur le plan des compétences mais de la personnalité et constituent une source d'information que nous n'obtiendrions pas lors d'un

## Olivier Darras

Créateur en 2006 de DB-Développement, un cabinet spécialisé dans le recrutement de commerciaux ou de cadres dirigeants dans les NTIC. Il est également le co-fondateur de Xelid, réseau social professionnel et culturel francophone.



entretien sauf à enfreindre certaines règles voire même la législation.

Je profite de l'occasion pour rappeler, principalement à ceux qui sont encore en formation, qu'Internet est un espace public et qu'il convient de savoir gérer son identité numérique. Il n'y a pas que vos copains de promos qui visitent vos groupes !

La parenthèse de la crise se fermera, je le pense et le souhaite, fin 2009. Dès lors, même si les schémas économiques seront vraisemblablement modifiés, le Web 2.0 aura dans tous les cas fait son chemin avec les **réseaux sociaux comme media** incontournables du marché de l'emploi.

Si l'on se projette au-delà, l'E-recrutement, via des entretiens type visioconférence ou des outils de sourcing de plus en plus automatisés appartient à la logique des choses.

Toutefois comme je le dis à tous mes clients, le meilleur candidat n'est pas le meilleur CV mais demeure celui avec qui vous vous voyez vivre au quotidien. La réussite d'une entreprise demeure cette espèce d'alchimie entre un produit, un marché et l'équipe qui le porte et le rencontre

Internet nous a permis de passer de l'ère de la vitesse (le 20ème siècle) à celle de l'immédiat, du moteur à explosion à l'ADSL.

Du tam-tam au courrier, du courrier au téléphone, du téléphone à l'email, de l'email à ... Toutes ces évolutions nous ont permis de raccourcir les distances et de favoriser le échanges, mais au moment de finaliser, les hommes doivent se rencontrer car rien ne remplace un regard, une attitude, une gestuelle de celui ou celle avec qui l'on va construire et cohabiter pendant plusieurs mois ou années.



# TEMOIGNAGES



## E-RÉPUTATION ET VIE PROFESSIONNELLE - témoignage d'un diplômé -

J'ai commencé à m'intéresser à mon e-reputation durant mon Mastère Spécialisé en Marketing Direct et Commerce Electronique à l'ESC Lille. C'est durant cette formation que j'ai été sensibilisé aux réseaux sociaux professionnels et aux index de Google.

Ma première prise de contact avec Internet s'est faite sous l'angle purement technique. Durant 8 années, j'ai été Chef de Projet Fonctionnel sur des développements essentiellement orientés Web chez un fournisseur d'accès Internet. Puis j'ai décidé de reprendre mes études afin d'avoir cette double culture : Celle de l'objectif de vente alliée à la faisabilité. Durant mon année de spécialisation à l'ESC Lille, j'ai pris conscience de l'importance d'avoir une existence sur Internet et tout particulièrement dans les moteurs de recherche.

J'ai donc commencé à travailler mon réseau professionnel en remplissant complètement mon profil Viadéo et en prenant contact avec des acteurs du web. C'est d'ailleurs grâce à ce nouveau réseau que j'ai pu travailler à La Redoute en tant que Chef de Projet Internet et aujourd'hui chez YouzWeb en tant que consultant en Web Marketing.

**Puis j'ai commencé à participer à des groupes de discussion sous mon identité réelle afin d'être personnellement associé à mes propos. Après quelques jours d'existence de mon profil, j'ai pu constater que Google avait déjà commencé son travail, puisque le premier résultat sur la requête « Vincent Favrie » était Viadéo. L'e-reputation a une place importante aujourd'hui dans ma vie professionnelle.**

## Vincent Favrie

Consultant e-Marketing, [Agence YouzWeb](#). L'identité numérique et les réseaux sociaux ont été pour lui un véritable tremplin pour sa vie professionnelle.



Il me semble indispensable d'être présent dans les index de Google. Un client doit pouvoir en savoir plus sur moi en saisissant mon nom dans un moteur de recherche. Je ne pourrais pas me vendre en tant que consultant en web marketing si je n'étais pas moi-même présent. Cependant, la tâche n'est pas sans risque. Effectivement, Google ne fait pas de distinction entre vie professionnelle et vie personnelle.

Ainsi je dois toujours être attentif à ce que je mets en ligne et à ce qui est référencé sur mon nom. Pour ce faire, j'utilise les flux RSS qui me signale chaque fois que mon nom est référencé. Ce que j'évite de faire, c'est de publier des coups de gueule ou des réactions à chaud que je pourrais regretter après. Google n'oublie pas et il est qua-

siment impossible de désindexer totalement une page. D'autant plus que si vous avez le malheur d'avoir écrit votre réaction sur un site à forte popularité, vous avez d'autant plus de chance que ce soit le premier résultat de la recherche sur votre nom.

Mais malgré les risques, la gestion de notre e-reputation est aujourd'hui incontournable dans nos métiers et peu devenir vite un jeu grisant.





# TEMOIGNAGES



## QU'EST-CE QU'UN RECRUTEUR ATTEND D'UN CANDIDAT SUR LE WEB ? - *témoignage d'un recruteur* -

**D**ans le contexte de crise économique actuelle, les postes à pourvoir ne sont plus légion. En parallèle, avec la hausse du chômage, le vivier de candidats présents sur le marché de l'emploi est en forte augmentation. Il est donc de plus en plus important pour un candidat de se démarquer de sa concurrence.

Internet offre aujourd'hui aux candidats la possibilité de « sortir du lot », à condition de bien maîtriser les nouveaux usages du web.

Avec l'apparition des outils du web social, les données professionnelles prolifèrent sur la Toile.

Il devient important pour un candidat de mettre en place un véritable e-portfolio ou portefeuille de compétences numérique. Au préalable, il est bien évidemment indispensable d'avoir élaboré une stratégie et défini une cible professionnelle.

Nous pouvons définir l'identité numérique professionnelle par : ce

que je dis sur le plan professionnel sur Internet plus ce que je fais sur le plan professionnel sur Internet.

La gestion de leur identité numérique professionnelle devient, pour les candidats, un enjeu capital.

La pratique du réflexe Google (Requête Google sur « prénom nom ») se développe en France. Cette pratique est très développée aux Etats-Unis depuis 2005.

Aujourd'hui, plus de la moitié des recruteurs effectuent des recherches en ligne sur les candidats.

Ils cherchent à vérifier la cohérence entre l'image virtuelle, l'image papier et l'image réelle du candidat.

Ainsi, la vie numérique professionnelle des candidats est de plus en plus étudiée.

Les recruteurs y recherchent des éléments complémentaires au simple CV.

## Christophe Blasquez

Consultant en Ressources Humaines depuis 2004. Formateur et conférencier sur les nouveaux usages du web en matière d'emploi et de recrutement. Depuis 2008, il travaille sur la notion d'identité numérique professionnelle et anime plusieurs communautés sur ce thème.



La lecture d'un blog professionnel est un moyen d'obtenir des indications sur le savoir faire d'un candidat. Par exemple, si un recruteur est en recherche d'un graphiste, il pourra déjà avoir un premier aperçu de son potentiel de créativité.

Le blog permet également d'évaluer les qualités rédactionnelles d'un candidat. Enfin, il nous indique que c'est une personne qui est capable d'établir une veille sur son métier ou son secteur d'activité.

Le profil réseau d'un candidat nous donne quant à lui des informations sur la nature de son réseau professionnel.

Il s'agit d'un fragment de son identité numérique professionnelle qui nous donne accès à des éléments de savoir être : sens du relationnel, capacité à fonctionner en réseau ... Nous pouvons constater qu'un nombre croissant de candidatures

spontanées sont constituées d'un lien unique vers le profil Viadeo ou LinkedIn du candidat.

**Ainsi, un recruteur attend d'un candidat sur Internet qu'il aille largement au-delà du simple CV en ligne et qu'il démontre de manière concrète ses compétences.**

Ne pas exister sur le web est-il toutefois rédhibitoire pour un candidat? Pas pour l'instant.

Mais cela risque de le devenir très rapidement au vu de l'évolution des usages.

Comment un cadre en recherche d'un job pourra-t-il en effet expliquer qu'il n'a laissé aucune trace professionnelle sur le web au cours des années précédentes?

Il est donc temps de commencer à travailler la gestion de votre identité numérique professionnelle !



## EMMA CANDIDATE

### - témoignage d'une candidate -

J'ai réalisé une opération de communication sur moi-même pour trouver un emploi il y a à peu près un an en février 2008.

Lassée de chercher du travail, de ne pas recevoir de réponses ou des lettres négatives aux offres d'emploi auxquelles je répondais, il m'a paru évident de trouver un moyen de me faire connaître autre que par les voies traditionnelles du recrutement que sont : CV et lettres de motivation. **Je voulais toucher directement les recruteurs en dévoilant mes compétences au grand jour.**

Alors, j'ai eu l'idée de « tracter » mon CV dans la rue, de les distribuer aux endroits stratégiques tels que boîtes aux lettres d'agences de communication, pare-brises de voitures, affichage, etc. Puis, j'ai poussé le projet plus loin en m'inscrivant dans le contexte du moment : les élections municipales.

Les panneaux d'affichage étaient de sortie pour les candidats, l'actualité ne parlait que des élections et bien évidemment du marché de l'emploi.

C'est ainsi que telle une candidate en campagne, j'ai tracté dans la rue mon « CV-programme » avec pour slogan « Travailler plus... Mais avant tout travailler », habillée d'une écharpe et un serre-tête bleu, blanc, rouge. Pour faire parler de moi et montrer mes compétences en matière de communication, j'ai réuni des partenaires autour de ma démarche (imprimeur, graphiste, site internet pour l'emploi, studio photo,...). J'ai même créé un blog emploi (<http://emmacandidate.blog.ouestjob.com>) pour que ma démarche soit relayée sur la toile et contacté les médias.

A ma grande surprise, j'ai eu beaucoup de retombées : les médias ont suivi, je suis même passée sur M6

## Emma Bignon



Après un BTS Animation et Gestion Touristiques Locales, des études de communication sur Nantes et un passage au service Communication de différentes Fnac, elle lance son opération «Emma Candidate» afin de booster sa recherche d'emploi. Elle apprend «sur le tas» à créer un blog et à faire connaître sur le net.

national et mon opération a créé un véritable buzz sur Internet. J'ai reçu beaucoup d'encouragements de particuliers et d'entreprises qui ont essayé de m'aider en m'orientant vers des personnes susceptibles d'être intéressées par ma candidature. Finalement, au bout d'un mois et demi, le Domaine des Ormes m'a appelé et j'ai été embauchée au service communication.

Pour moi il s'agit d'**une aventure singulière aux pouvoirs extraordinaires.**

Aujourd'hui je recherche à nouveau un emploi car mon CDD au Domaine des Ormes n'a pas pu être renouvelé. Même plus d'un an après, ma démarche me sert encore. J'ai réussi à me créer un petit réseau dans le milieu de la communication et des petites entreprises font ap-

pel à moi pour leurs stratégies de communication. Pour le moment je ne peux pas en vivre car j'ai trop peu de clients et le métier de free lance n'est pas ce que je vise. J'ai encore besoin d'engranger de l'expérience et de travailler en équipe.

Petits conseils à ceux qui cherchent du travail : Ne vous découragez jamais ! Parlez-en à tout le monde, même à votre boulangère ! Soyez créatifs et n'hésitez pas à vous montrer. Il faut avant tout sortir de l'ombre pour avancer, surtout lorsque l'on vient de terminer ses études. Pensez à vos compétences et utilisez ce que vous savez faire pour vous faire connaître. Le tout pour se créer un réseau très large et pour ne pas s'isoler pendant votre période de recherche d'emploi. Je dirais qu'il suffit de penser autrement la recherche d'emploi.



## VERS LE CV 2020 ?

**L**e CV 2.0 sera-t-il encore un CV ? L'émergence de nouvelles technologies et pratiques sociales changent la donne, voire remettent en cause la pertinence même du CV tel que nous le connaissons.

Et si le CV 2.0 n'était plus un objet en bout de chaîne, mais plutôt un process, un système, voire un véritable écosystème autour de l'individu ?

Et si de l'«arrangement floral» on passait au «CV jardinage» où l'on entreprendrait son territoire numérique duquel divers CV pourraient être extraits ?

Petit tour des questions à se poser avant de tous, peut-être, se muer en jardinier...

**CV officiel et CV officieux** - A l'heure où, en saisissant le nom d'une personne dans les moteurs de recherche, il est possible pour un employeur d'obtenir une sorte

de CV «officieux», quelle place reste-t-il pour le CV «officiel» rédigé par la personne elle-même ? Doit-elle encore prendre la peine de rédiger un tel document ou bien serait-il préférable d'éditer directement les traces génératrices du CV «officieux» laissées dans le Web ? Quels mécanismes techniques et éthiques mettre en place pour laisser la personne maîtresse de sa représentation professionnelle ?

**CV Push et CV Pull** - Le CV est un moyen de répondre à une demande, mais aussi un vecteur de marketing de soi. Quelle visibilité publique du CV pendant et en dehors de périodes d'emploi ? Comment gérer les conflits d'intérêts entre l'employeur actuel et potentiel ?

**CV gravé dans le marbre et CV en couleurs** - Alors que la démonstration des compétences professionnelles s'enrichit de l'apport de nouveaux media comme la vi-



déo et l'hypertexte, voire la 3D ou l'hologramme, les compétences réflexives et sociales trouvent à s'exprimer grâce à de nouveaux outils comme les publications en lignes, les blogs et les sites sociaux - certains déclarent leur indice eBay sur le CV.

Comment intégrer de façon synthétique et pertinente la somme d'informations disponibles sur ses compétences professionnelles ? A quoi ressembleront les outils d'édition de CV de demain ?

**Vérifier ou maîtriser ?** - Un nombre important de CV contiennent des déclarations, incomplètes, erronées, voire mensongères. Comment faciliter le travail de vérification des informations contenues dans le CV, tout en préservant la possibilité d' « obfusquer » certaines informations ?

**Hébergement : chez toi ou chez moi ?** - Quels sont les acteurs les plus pertinents pour héberger les CVs - peuvent-ils être plusieurs pour un même individu ? Les si-

tes sociaux sont-ils un lieu d'édition et de dépôt de CV ou bien de construction des éléments qui viennent structurer le CV - comme la participation à un réseau professionnel ?

**(R)établir le dialogue** - Lors d'un recrutement, peut-on imaginer une phase de dialogue initiale au cours de laquelle le contenu des CVs s'ajusterait en fonction des exigences du système RH ? Et si celui-ci renvoyait un classement et des commentaires aux différents candidats afin qu'ils puissent peaufiner leur proposition en fonction des retours ? Au cours de plusieurs itérations, les meilleurs candidats pourraient être retenus alors que les autres auraient fait de cette expérience une opportunité d'améliorer leur CV et leur chance lors d'un autre recrutement.

**Jongler entre reconnaissance, réputation et recommandation** - Au travers des traces laissées sur l'internet, de recommandations formelles (et vérifiables !) par des

# PROSPECTIVE

professionnels ou des pairs reconnus, il devient possible de bâtir des représentations indiquant la position relative d'un professionnel par rapport à une communauté professionnelle. Comment encourager les personnes à être reconnues dans ces communautés ? Comment éduquer les professionnels des RH à identifier les indicateurs pertinents ainsi qu'à et encourager leur staff à participer de façon active dans leurs communautés professionnelles respectives ?

**Le CV, page de garde du portfolio** - Le CV propose une représentation très limitée, voire superficielle, de la personne. En faisant du CV la page de garde, la table des matières d'un portfolio contenant les preuves des compétences acquises, un employeur ne dispose-t-il pas d'une connaissance plus approfondie d'un(e) candidat(e) avant même l'entretien d'embauche ?

*Ce texte est issu d'un groupe de travail du programme d'action « Identités actives » mené par la Fing avec EIfEL et Security.com de 2007 à 2009.*

Serge Ravet



# ET APRÈS ...

**A**près les 1ères rencontres YOUontheWEB sur l'identité numérique dans le Nord Pas de Calais le 28 mars 2009 et la sortie de l'e-guide que vous découvrez ici, nous vous proposons de continuer l'aventure YOUontheWEB ensemble.

Que vous soyez étudiants, enseignants, recruteurs, professionnels, venez rejoindre cette nouvelle communauté.

Notre site web a pour vocation de devenir :

- un outil de diffusion et de relai de ce qui se dit sur l'identité numérique, l'e-réputation, le personal branding
- un terrain d'expérimentation pour découvrir les nouveaux outils et usages du web
- un lieu de rencontre pour vous permettre d'apprendre, de partager vos expériences, de vous faire connaître
- un lieu de réflexion en contribuant à l'élaboration d'une grille sur les nouveaux critères de recrutement, mais aussi de participer au concours YOUontheWEB, ...





# LES AUTEURS



## **Damien Bancal**

Journaliste professionnel et fondateur de [zataz.com](http://zataz.com), un magazine électronique d'information dédié à l'actualité grand public sur la sécurité informatique, les hackers, pirates, virus, vie privée et numérique. A écrit sur le sujet pour Le Canard Enchaîné, Le Monde,

Capital, ...

---



## **Fhadila Brahimi**

Coach certifiée de l'International Coach Federation. Dirige le cabinet [FB-Associés](http://FB-Associés), spécialisé dans l'accompagnement des Entreprises et des Hommes en mouvement en France et dans les pays du Maghreb.

---



## **Flavien Chantrel**

Chargé de projet web communautaire depuis un peu plus de deux ans, il s'occupe d'une plateforme de blogs emploi pour le compte de [RegionsJob](http://RegionsJob). Il est également blogueur sur le [Blog du modérateur](#).

---



## **Lionel Damm**

Consultant/Formateur en médias sociaux ([SimaWay](http://SimaWay)) et plus particulièrement à la gestion de la réputation en ligne des entreprises. Rédacteur sur [Marketingonthebeach.com](http://Marketingonthebeach.com) et chargé de cours en Ecommerce/ Emarketing à l'Université de Lille 2.



### **Christophe Deschamps**

Consultant et formateur en veille et intelligence économique. Il écrit dans plusieurs revues spécialisées et publie depuis 2003 le blog de ressources pour les travailleurs du savoir, [Outils Froids](#).

---

### **François Duport**

Il est consultant et accompagne depuis dix ans les organisations dans l'intégration et l'utilisation des TIC dans la formation.



### **Matthieu Fouchard**

Co-Fondateur & Responsable des Produits [Identik](#), une société de conseil en communication sur Internet, expert en gestion de réputation et visibilité des personnes et des entreprises sur Internet. Auteur de [MaReputation.fr](#) & [MatthieuFouchard.com](#)

---

### **Emmanuel Gadenne**

Consultant et manager chez Sopra Group Business Consulting. Aide ses clients à définir leurs besoins en sites internet, intranet ou en postes de travail Web. Blogueur sur [webusage.net](#) et [Explorateur du Web](#).



### **Aref Jdey**

Consultant-chercheur spécialiste en systèmes de veille et management de l'information. Anime le blog de référence «[Demain la veille](#)» qui traite du métier de la veille et des problématiques liées au Web 2.0, les réseaux sociaux et la e-réputation.



# LES AUTEURS



## **Olivier Luisetti**

Expert dans la création, l'animation et le développement de réseaux internationaux, de communautés professionnelles échangeant sur les bonnes pratiques selon leurs centres d'intérêts communs. Il est aussi le directeur associé de [Cohesion Networking](#).

---



## **Lilian Mahoukou**

Issu de la relation-client et du marketing téléphonique, il s'intéresse aujourd'hui de près aux nouvelles tendances du web (médias sociaux, microsharing, marketing conversationnel). Co-rédacteur des blogs [Doppelganger.name](#) (identité numérique, e-réputation et recrutement 2.0) et [Webmarketing & Co'm](#) (actualités web et communication on-line).

---



## **Miguel Membrado**

Fondateur et dirigeant de [Kimind Consulting](#) spécialisé dans le conseil stratégique en Entreprise 2.0 et les services Web 2.0. Serial entrepreneur, Miguel a à son actif plusieurs startups dans l'internet collaboratif dont Mayetic et Netcipia. Miguel enseigne également et anime de nombreuses conférences en France et à l'international.

---



## **Romain Proton**

Co-Fondateur & Responsable Développement Commercial [Identik](#), une société de conseil en communication sur Internet, expert en gestion de réputation et visibilité des personnes et des entreprises sur Internet. Co-Auteur de [MaReputation.fr](#) & [RomainProton.com](#)



### **Julien Pierre**

Formateur en communication à Grenoble. Il reprend des études avec une thèse de doctorat sur les enjeux sociopolitiques de l'identité numérique. Retrouvez-le sur [www.identites-numeriques.net](http://www.identites-numeriques.net) !

---

### **Julien Pottier**



Passionné par les technologies et les usages émergents, il est actuellement Directeur projet chez [DoYouBuzz](#) (outil de création de CV en ligne 2.0). Il participe régulièrement au [blog de DoYouBuzz](#).

---



### **Serge Ravet**

Directeur de l'[European Institute for E-Learning \(EIFEL\)](#), association professionnelle dont la mission est d'accompagner les personnes, les organisations et les territoires (villes et régions apprenantes) dans le développement d'une économie de la connaissance.

---

### **Ludovic Simon**



Il travaille dans l'univers du web et des médias sociaux depuis 2002. Fondateur du service de CV en ligne [DoYouBuzz.com](#), il étudie et analyse la notion d'identité numérique depuis 3 ans, en particulier sur ses applications dans la sphère professionnelle. Son CV en ligne est visible [ici](#).

---



### **Alexandre Villeneuve**

Consultant en visibilité/référencement, il édite deux blogs : [e-reputation.org](#) et [referencement-blog.net](#). Il est par ailleurs initiateur et vice-président de l'association de référencement [SEO Camp](#).

Geemiks

You on the WEB

identites   
actives.net



Merci à **Emilie Ogez** pour le choix et la coordination des auteurs. Responsable Marketing & Communication chez XWiki. Fan de Web 2.0 et de e-marketing, également blogueuse sur plusieurs plateformes : Emilie Ogez News, Samarkande, Doppelganger.name, Motrech et aussi Exploratrice du Web.

Merci à **France Lefebvre du Prey** pour la coordination de l'ouvrage. Mutante génération Y et riche de plusieurs années d'expériences en agence comme chef de projet fonctionnel principalement dans le Web, elle participe à l'aventure YouontheWeb notamment dans la création du «e-guide Identité Numérique» et dans la suite de l'aventure.



Merci à **Sylvain Lys** pour la maquette et l'intégration des contenus. Etudiant en information, communication et documentation, il se passionne pour le graphisme et les nouvelles technologies au service de l'information et des usagers.



Merci aux **Geemiks** pour les conseils, le buzz et leur dynamisme. Animatrices de Communautés à l'ESC Lille, en charge du programme « Co-apprendre pour innover » et de la création d'un espace qui sera le reflet des nouveaux modes de travail et d'apprentissage. Portail Médiathèque - Blog « S'informer pour se former » - Univers thématiques - Blog des Geemiks - Profils des Geemiks