

PUBLIC OU PRIVÉ? BIEN CHOISIR SON GROUPE LINKEDIN

Les groupes LinkedIn peuvent être très efficaces pour partager des informations pertinentes, susciter des discussions et rester en contact avec des professionnel·les de votre secteur. Toutefois, leur fonctionnement varie d'un groupe à l'autre. Dans cette édition d'En un coup d'œil, nous vous proposons un survol des principales différences entre les groupes LinkedIn publics et privés, ainsi que des pistes pour les utiliser de manière stratégique, que ce soit pour bâtir une communauté ou favoriser la collaboration en temps réel.

GROUPES PUBLICS

Qui peut en faire partie? Toute personne ayant un profil LinkedIn peut faire une demande pour intégrer un groupe ou être invitée par un·e membre. Certains groupes publics acceptent automatiquement les nouvelles demandes.

Visibilité : Les groupes publics apparaissent dans les résultats de recherche sur LinkedIn. Tout le monde peut voir leur nom, leur description et la liste des membres.

Accès au contenu : Seuls les membres peuvent publier du contenu ou laisser des commentaires, mais tout le monde peut voir que le groupe existe et connaître son objectif.

Utilisation idéale

Les groupes publics sont bien adaptés aux échanges ouverts sur un sujet commun, à la création de grandes communautés ou à la sensibilisation autour d'un enjeu précis. Ils vont souvent de pair avec des événements virtuels, des conférences ou des réseaux professionnels.

CONSEILS POUR TIRER PROFIT DES GROUPES PUBLICS

- ▶ Suivez les discussions du secteur, même si vous n'êtes pas encore prêt·e à publier.
- ▶ Présentez-vous lorsque vous vous joignez à un groupe pour favoriser les liens avec les autres membres.
- ▶ Partagez des événements, des réflexions ou des ressources qui suscitent de vraies conversations et qui ont un intérêt pour la communauté.
- ▶ Utilisez des mots-clés (#) et identifiez (@) des personnes ou des organisations pour accroître la visibilité et encourager l'engagement.
- ▶ Réglez vos notifications de groupe selon vos préférences : « Faits saillants » ou « Toutes les nouvelles publications ».
- ▶ Consultez les règles du groupe ou la liste des attentes de la communauté afin de favoriser des conversations respectueuses, productives et constructives. Ces informations sont souvent répertoriées dans une publication épinglée ou dans la section « À propos » d'un groupe.

PUBLIC OU PRIVÉ? BIEN CHOISIR SON GROUPE LINKEDIN

GROUPES PRIVÉS

Qui peut en faire partie? L'adhésion se fait par invitation ou sur demande. Les gestionnaires du groupe décident qui peut en faire partie.

Visibilité

- Les groupes privés non répertoriés n'apparaissent pas dans les résultats de recherche sur LinkedIn. Leur nom, leur contenu et la liste des membres ne sont pas visibles pour les personnes qui n'en font pas partie. Ils conviennent bien aux échanges plus personnels et soutenus entre les membres d'une petite communauté soigneusement sélectionnée.
- Les groupes privés répertoriés apparaissent dans les résultats de recherche sur LinkedIn. L'appartenance à un groupe est indiquée sur le profil des membres, et les personnes qui les suivent peuvent la voir. Ils conviennent bien aux échanges ciblés et soutenus entre les membres d'une petite communauté dont l'existence est visible sur LinkedIn.

Accès au contenu : Seuls les membres du groupe peuvent voir les publications, y répondre et participer aux discussions.

Utilisation idéale

Les groupes privés conviennent particulièrement bien à la coordination et à la collaboration en temps réel entre membres d'un petit groupe. Ils offrent un espace pour partager des nouvelles du secteur, échanger sur les travaux en cours et maintenir un dialogue continu, et ce, sur la plateforme que vous utilisez déjà pour renforcer votre présence professionnelle ou celle de votre organisation. Ils fonctionnent un peu comme Slack ou Microsoft Teams, mais sont accessibles directement sur LinkedIn, sans frais.

En prime, les idées échangées dans les groupes privés peuvent vous inspirer à créer du contenu pour votre profil public LinkedIn.

CONSEILS POUR TIRER PROFIT DES GROUPES PRIVÉS

- ▶ Utilisez-les pour partager vos réflexions en chantier, et pas seulement des publications déjà finalisées.
- ▶ N'attendez pas une réunion pour vous exprimer : commencez une conversation dès qu'une idée surgit.
- ▶ Posez des questions, partagez vos réflexions ou réagissez à une publication : chaque interaction contribue à faire vivre le groupe.
- ▶ Si vous êtes gestionnaire d'un groupe, épinglez des ressources ou des annonces clés pour qu'elles restent faciles à trouver.
- ▶ Consultez les règles du groupe ou la liste des attentes de la communauté afin de favoriser des conversations respectueuses, productives et constructives. Ces informations sont souvent répertoriées dans une publication épinglée ou dans la section « À propos » d'un groupe.

PUBLIC OU PRIVÉ? BIEN CHOISIR SON GROUPE LINKEDIN

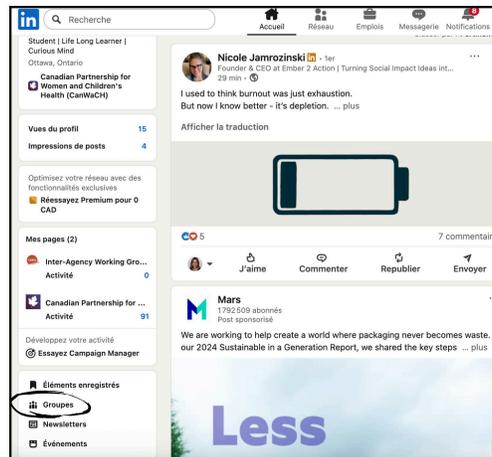
GROUPES LINKEDIN : VOS PREMIERS PAS

Pour vous joindre à un groupe :

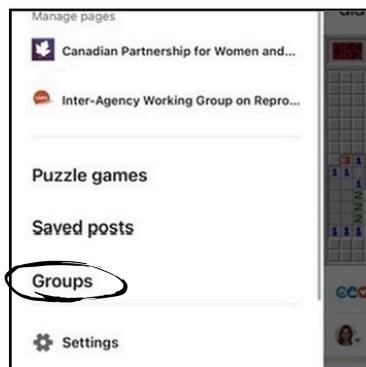
1. Cliquez sur le lien direct ou sur l'invitation pour accéder au groupe.
2. Cliquez sur « Demande d'adhésion » (le cas échéant). Votre demande peut être approuvée automatiquement ou par les gestionnaires du groupe.
3. Une fois membre, vous pouvez lire le contenu, faire des publications, participer aux discussions ou simplement suivre les échanges sans intervenir.
4. Identifiez (@) des personnes ou des organisations dans vos publications ou commentaires.
5. Réglez vos notifications selon la fréquence à laquelle vous souhaitez recevoir des nouvelles du groupe.

OÙ TROUVER VOS GROUPES?

Sur ordinateur : Sur la page d'accueil LinkedIn, cliquez sur « Groupes » dans le menu de gauche. Si vous ne voyez pas cette option, cliquez sur « Mon réseau » dans le menu du haut, puis « Groupes » dans la barre de gauche.



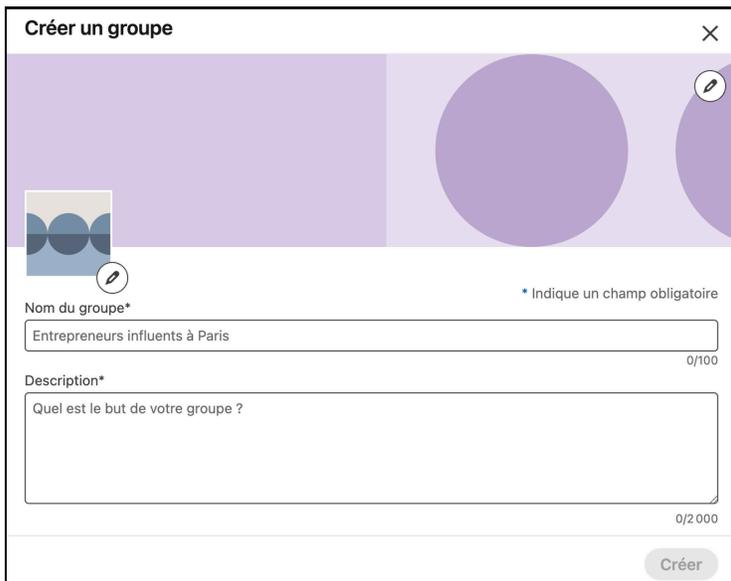
Sur appareil mobile : Tapez sur votre photo de profil, puis sur « Groupes ».



PUBLIC OU PRIVÉ? BIEN CHOISIR SON GROUPE LINKEDIN

POUR CRÉER UN GROUPE

1. Allez sur linkedin.com/groups
2. Cliquez sur « Créer un groupe » en haut à droite.
3. Choisissez un nom, ajoutez une description et définissez les règles du groupe.
4. Déterminez si le groupe sera public ou privé.
5. S'il s'agit d'un groupe privé, précisez s'il sera répertorié ou non, afin de contrôler sa visibilité sur LinkedIn.
6. Téléchargez un logo ou une image.
7. Invitez des personnes ou partagez le lien du groupe.



Créer un groupe

Ajouter un secteur +

Lieu
Ajoutez un lieu à votre groupe

Règles
Établissez les objectifs et les attentes de votre groupe

Type de groupe

Public
Tout le monde sur LinkedIn et en dehors peut voir les posts du groupe. Ce groupe apparaît dans les résultats de recherche et est visible sur le profil des membres.

Privé
Seuls les membres du groupe peuvent voir les posts de celui-ci.

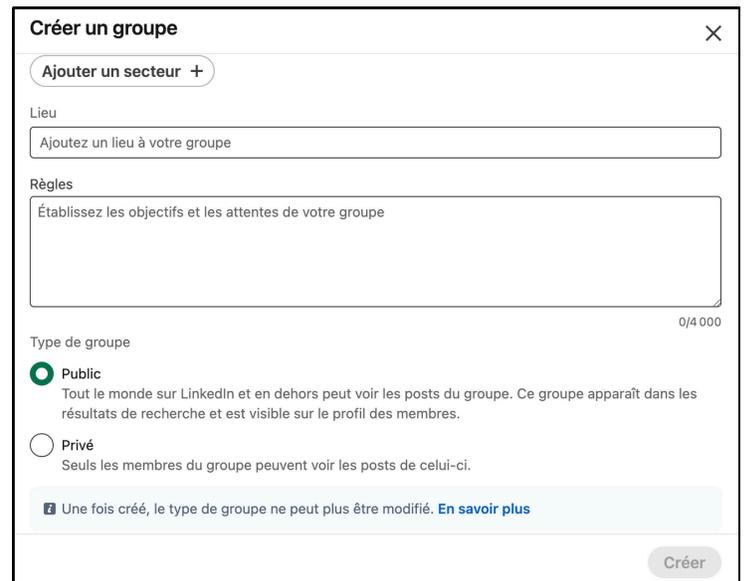
i Une fois créé, le type de groupe ne peut plus être modifié. [En savoir plus](#)

Créer

Nom du groupe* * Indique un champ obligatoire
Entrepreneurs influents à Paris 0/100

Description* 0/2 000
Quel est le but de votre groupe ?

Créer



Créer un groupe

Ajouter un secteur +

Lieu
Ajoutez un lieu à votre groupe

Règles
Établissez les objectifs et les attentes de votre groupe

Type de groupe

Public
Tout le monde sur LinkedIn et en dehors peut voir les posts du groupe. Ce groupe apparaît dans les résultats de recherche et est visible sur le profil des membres.

Privé
Seuls les membres du groupe peuvent voir les posts de celui-ci.

i Une fois créé, le type de groupe ne peut plus être modifié. [En savoir plus](#)

Créer

RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES



- [Fonctionnalités pour accroître la visibilité de votre organisation sur LinkedIn](#)
- [Articles et infolettres LinkedIn](#)
- [Trouver et rejoindre un groupe LinkedIn](#)