

Valoriser son activité professionnelle sur LINKEDIN

DOCUMENT INTERNE



Pourquoi utiliser LinkedIn pour valoriser son activité professionnelle ?

LinkedIn est **le réseau social professionnel le plus influent au monde**, avec plus de **1 milliard d'utilisateurs**¹. Pour les agents et agentes de l'IRD, c'est un outil clé pour :

- **Rendre visible** la recherche et les missions de l'IRD auprès d'un public large (décideurs, médias, partenaires).
- **Incarnar l'expertise** de l'institut : montrer que derrière les projets, il y a des **humains passionnés** (chercheurs, administratifs, techniciens...).
- **Créer un réseau d'influence** : échanger avec des acteurs clés (institutions, bailleurs, médias) pour peser sur les débats scientifiques et sociétaux.
- **Valoriser l'impact concret, les bénéficiaires et les partenaires** de votre travail : expliquer comment la recherche IRD contribue à résoudre des enjeux globaux (climat, santé, biodiversité, société...).
- **Relayer les messages** de l'IRD en complémentarité avec les pages officielles, avec votre voix et votre style.
- **Renforcer l'attractivité** de l'institut et des sciences de la durabilité, notamment vis-à-vis du recrutement, les valeurs partagées, etc.

EXEMPLE CONCRET

Un post sur une découverte scientifique de l'IRD peut **inspirer un décideur, éclairer un journaliste, ou sensibiliser des citoyens** — tout en renforçant votre crédibilité et celle de l'institut.



À qui s'adresser ?

Identifier ses cibles prioritaires

Cible	Exemples	Objectif
Décideurs politiques	Ministères, collectivités locales, organisations internationales (ONU, UE, etc.)	Éclairer la décision et les politiques publiques
Bailleurs de fonds	Fondations, agences de financement (ANR, UE, etc.)	Montrer l'impact et le bénéfice des activités de l'IRD
Grand public	Citoyens, associations, étudiants	Valoriser la contribution des citoyens et le soutien des contribuables. Promouvoir l'importance des sciences pour répondre aux grands défis auxquels nous sommes tous confrontés
Médias	Journalistes, rédacteurs en chef, pages journaux	Fournir des sources et des angles pour des articles
Partenaires	Universités, ONG, entreprises, autres instituts de recherche (France et international)	Renforcer les collaborations
Réseau interne IRD	Chercheurs, agents, partenaires	Fédérer et valoriser les travaux en interne
Emploi	Recruteurs, RH et candidats	Attirer des talents et promouvoir les opportunités de carrière

CONSEIL

Personnalisez votre ligne éditoriale en fonction de 2-3 cibles maximum, à adapter selon votre domaine.

Comprendre l'algorithme LinkedIn (2025–2026)

Ce que LinkedIn favorise (Source : *LinkedIn Official Blog, 2025–2026*) :

- **L'engagement qualitatif** : commentaires longs et argumentés > likes.
- **Le dwell time** (temps passé sur le post) : les contenus qui retiennent l'attention (vidéos, carrousels) sont boostés.
- **Les interactions rapides** : les 30 à 60 premières minutes après publication sont cruciales.

- **Les contenus natifs** : vidéos, carrousels, PDF, articles LinkedIn > liens externes.
- **La régularité** : les comptes actifs (1–3 posts/semaine) sont mieux référencés.

Ce que LinkedIn pénalise :

- Posts trop commerciaux.
- Hashtags en excès (>5 hashtags).
- Auto-commentaires (commenter son propre post sans interaction externe).
- Contenu dupliqué.

CLASSEMENT DES FORMATS PAR PERFORMANCE

1. **Carrousels/PDF** (meilleur dwell time).
2. **Vidéos natives courtes** (≤ 90 sec, sous-titrées).
3. **Images avec présence humaine** ou infographies.
4. **Articles LinkedIn** (pour les sujets approfondis).
5. **Sondages** (bon pour l'engagement).



Comment rédiger un bon post sur LinkedIn ?

Structure d'un post efficace

1. Accroche percutante

(2 premières lignes) :

- Posez une question, partagez un fait surprenant, ou utilisez une citation.
- Exemple : « Saviez-vous que 60 % des [problème X] pourraient être évités grâce à [solution Y] ? ».

2. Corps du message

(600–1 200 caractères) :

- **1 idée = 1 post** (évitez les messages trop denses).
- Phrases courtes, avec des retours à la ligne.
- Chiffres/concrets : « Notre étude montre que [résultat] pourrait impacter [X personnes] d'ici 2030. »

QUAND POSTER ?

1. Fréquence

- 1 à 3 posts/semaine (régularité > volume).

2. Meilleurs créneaux :

- Mardi, mercredi, jeudi : 8h–10h ou 11h30–13h30 (pic d'engagement).
- À éviter : Week-ends et soirées après 18h.

3. Call to Action (CTA)

(Incitation à l'interaction) :

- « Qu'en pensez-vous ? »
- « Partagez si ça vous parle ! »
- « Vous travaillez sur ce sujet ? Échangeons en commentaire ! »

4. Hashtags (3–5 max) :

- Exemples : #Recherche, #Climat, #IRD, #Recrutement, #Innovation.

5. Mentions (Taguer les comptes pertinents) :

- @IRD, vos partenaires et collègues, ou les personnes citées.

6. Visuel (très fortement conseillé !) :

- 1 image minimum (photo, infographie, capture d'écran).
- Varier les formats ! (vidéo, PDF carrousel, article, partage, etc.).
- Valoriser vos images et celles de l'IRD (IRD Multimédia).



Comment faire de la veille et interagir ?

- Rester informé des actualités de l'IRD et de votre domaine.
- Identifier des opportunités de relai ou de collaboration.
- Engager la conversation avec votre réseau.

1. Suivre des pages entreprises et des comptes influents :

- Par exemple, suivre l'IRD.
- Suivre des porte-paroles et des personnalités publiques dans vos domaines d'intérêt.
- S'abonner à des newsletters LinkedIn.

2. Interagir régulièrement :

- Liker/commenter les posts de l'IRD, de vos collègues, ou partenaires.
- Partager un post avec une valeur ajoutée (votre avis, un contexte local).
- Répondre aux messages.

3. Rejoindre des groupes LinkedIn :

- Exemples : CoSav, recrutement...

QUE RELAYER ?

Relayer = Partager + Ajouter de la valeur

- **Exemples** : actualités IRD, appels à projets, offres d'emploi, médias, publications scientifiques, etc.
- **À éviter** : Relayer sans commentaire ou sans lien avec votre réseau.

« L'IRD publie une étude clé sur [sujet] avec @ Prénom Nom ! En tant que [rôle], je retiens que [point important]. @IRD #Recherche »

ATTENTION AUX TROLLS

Il existe des personnes malveillantes même sur LinkedIn. En cas de débat sans fin et stérile, il est conseillé de ne plus répondre pour ne pas donner de visibilité à ces profils. En cas de harcèlement ou d'incitation à la haine, signalez-les immédiatement.

Cadre légal et éthique

Pour une utilisation responsable et conforme aux obligations de l'IRD.

Utilisation du logo IRD et des visuels

1. Logo IRD

- Autorisé sur les réseaux sociaux pour les communications professionnelles.
- Utiliser uniquement le logo officiel conformément à la charte graphique de l'IRD.

SOURCES

(voir rubrique
« communication »
de l'intranet)



2. Sources des visuels

- IRD Multimédia.
- Images libres de droits (Creative Commons, Unsplash, Pixabay).
- Vérifier les autorisations avant utilisation, mentionner les copyrights, éviter les images IA.
- Éviter les photos inappropriées alors que vous êtes en mission officielle.

SOURCES

(voir banque
d'images IRD)



LIBERTÉ ACADÉMIQUE

1. Principe

« Les enseignants-chercheurs, les enseignants et les chercheurs jouissent d'une pleine indépendance et d'une entière liberté d'expression dans l'exercice de leurs fonctions d'enseignement et de leurs activités de recherche, sous les réserves que leur imposent, conformément aux traditions universitaires et aux dispositions du présent code, les principes de tolérance et d'objectivité. »

2. Application pratique :

- Vous pouvez exprimer librement des opinions scientifiques dans votre domaine d'expertise.
- Préciser explicitement si l'opinion exprimée est personnelle (ex. : « À titre personnel, je pense que... »).

DEVOIR DE RÉSERVE

1. Définition

- Obligation de modération dans l'expression des opinions, en dehors des fonctions officielles.

2. Veillez à ne pas :

- Divulguer des informations confidentielles sur le fonctionnement de l'IRD.
- Exprimer des opinions contraires aux intérêts du service public.
- Utiliser sa fonction comme instrument de propagande.
- Porter atteinte à la considération de l'IRD.

TRANSPARENCE ET TRAÇABILITÉ

- Préciser votre titre dans vos publications (ex. : « En tant que chercheur.euse en climatologie à l'IRD... »).
- Citer vos sources pour toute information partagée.
- Rappel : toutes les publications laissent des traces durables sur Internet (volontaires ou non).

SOURCE

Collectif Nos services publics
Guide du devoir de réserve et de la liberté d'expression
des agents publics



Contact

Service Média et influence
communautes@ird.fr



www.ird.fr

