

jeudi 08 novembre 2012 // 08:40

La (faible) valeur d'un réseau

jeudi, 08.11.2012

Une étude relativise la valeur d'un réseau social au regard de l'investissement qu'il faut lui consacrer.

Cyril demaria

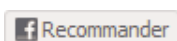
L'écart se creuse dans le monde des réseaux sociaux entre ceux dédiés au monde professionnel (LinkedIn en tête) et ceux centrés sur la sphère privée (Facebook). L'évolution du cours des actions des deux géants (-44,54% pour Facebook depuis son IPO en mai 2012, +11,2% pour LinkedIn depuis la sienne en mai 2011) illustrent le fait que les modèles économiques sont bel et bien le facteur déterminant de succès, au-delà de la course à la taille et au nombre d'utilisateurs. C'est une leçon que les investisseurs avaient déjà apprise en 1999-2001 avec la précédente vague des start-up internet.

Ce qui diffère, c'est le sentiment de richesse que l'utilisateur expérimente en additionnant les connexions. Ce sentiment laisse assez vite place à un usage plus frustrant qu'épanouissant. Dit autrement: une connexion supplémentaire sur LinkedIn ne crée rien de plus qu'une indexation de coordonnées dans un super rolodex version cloud. La transformation de la connexion électronique en contact implique un effort réel et même accru en comparaison avec les pratiques pré-réseaux sociaux, dans la mesure où tout un chacun se trouve relégué dans le «bruit» des sollicitations permanentes que nous subissons tous. In fine, chacun doit cultiver ses contacts plus intensivement qu'auparavant, pour pallier à la combinaison du déficit d'attention qui caractérise nos contacts en général et l'intensification des changements liés aux responsabilités. Projets et carrières de chacun, d'une part, et aux événements de la vie d'autre part.

A cet égard, la hiérarchisation des informations, et la mise en place de priorités aux «nouvelles» requiert un temps croissant, assez proche des difficultés que pose la gestion d'une boîte email. Si cette dernière est de facto devenue la «maison numérique» de l'internaute, elle est aussi son auberge espagnole, avec toute la difficulté à l'organiser et la maintenir que cela implique. Les réseaux sociaux sont de fait une extension de la «maison email» qui petit à petit subit l'encombrement des réseaux face au flux incessant de stimuli numériques. Les réseaux sociaux créent donc de la valeur, mais ils en détruisent aussi (ils sont soumis à leurs propres «externalités négatives»). La balance entre création et destruction de valeur semble pencher en faveur de la première, mais faiblement. Une partie des usagers décide de se désinscrire, tandis qu'une autre les déserte, laissant les profils en stand by.

Quelle est donc la valeur d'un profil? CrediLikeMe, une start-up mexicaine, a lancé un programme de prêt personnel sans collatéral. En engageant le dialogue avec les emprunteurs sur Facebook, elle a le moyen d'estimer son risque de manière plus fiable, notamment en utilisant les fameuses données personnelles collectées par celui-ci grâce à un algorithme. En cas de retard ou de défaut de paiement, elle fait pression sur le créancier en révélant ces aléas publiquement. CrediLikeMe a en parallèle estimé combien vaut le profil d'un internaute mexicain: en cas de défaut de remboursement, l'internaute perd sa réputation et au pire son identité (sans possibilité pour le créancier de récupérer son prêt). La valeur maximale en jeu? 5000 pesos mexicains, soit 361,59 francs. Voilà qui relativise l'intérêt de passer du temps sur LinkedIn ou Facebook.

[Retour](#)



• Print