

## JKPM : un réseau social fondé sur la recommandation

**Après Viadeo, LinkedIn ou Xing, JKPM a l'ambition d'aider des entrepreneurs à trouver de nouveaux business. Y compris à l'étranger.**

L'un des derniers nés des réseaux sociaux professionnels s'appelle JKPM. Créé en janvier 2011 par Philippe Mangeard, par ailleurs vice-président du conseil d'administration d'Ubifrance, il est fondé sur la recommandation, « la clé de la réussite dans le commerce », selon son fondateur. « Identifier un prospect, c'est facile avec Google et les réseaux sociaux. Mais ensuite, si vous n'êtes pas recommandé, il y a peu de chances de le rencontrer, soutient-il. C'est pourquoi j'ai lancé un moteur de recherche de recommandations professionnelles pour dirigeants et décideurs ».

Créé au départ sur un mode élitiste, JKPM est maintenant plus ouvert. Même si un « comité de sélection » filtre les inscriptions, la cooptation n'est plus systématique et un mail de motivation suffit pour adhérer gratuitement au réseau dans sa version de base (ou 5 euros par mois dans une version plus riche).

Ce réseau se distingue par l'anonymat réciproque dans les échanges entre membres. Autre originalité : les carnets d'adresses restent totalement confidentiels. Exemple d'utilisation : vous cherchez à rentrer en contact avec le directeur commercial d'une marque agroalimentaire en Allemagne pour lui vendre votre emballage révolutionnaire. Sur le site, vous lancez une requête pour savoir qui peut vous présenter. Parmi les 6 000 membres du réseau présent dans 91 pays (un million de contacts potentiels), l'un est en mesure de vous recommander. Pour en savoir plus, il répond donc à votre requête sur le site. Tous les messages échangés restent anonymes. Ensuite, soit votre contact considère que votre produit n'a aucun intérêt pour son « ami » allemand et la relation s'arrête là. Soit il estime que votre offre mérite qu'il vous recommande, il révèle alors son identité et fait le lien avec votre cible.

L'anonymat est un gage de transparence et d'efficacité, selon Philippe Mangeard. « Les membres ne sont pas là pour se montrer mais pour faire du business. Ils vont droit au but et peuvent à tout moment dire non sans contraintes ». Celui qui assurera la mise en relation pourra le faire gratuitement ou négocier une rémunération pour le service rendu. Le site touchera alors 10 % de cette commission.

Le réseau intègre également des clubs constitués par métier, secteur ou anciens élèves. Il existe d'ailleurs des groupes d'exportateurs où l'on peut échanger sur des forums, également de façon anonyme.