



**DURÉE : 1 jour (7 heures)**

## OBJECTIFS DE CETTE FORMATION :

- Apprendre à mettre en avant votre activité et vos compétences sur LinkedIn.
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de contenu et de communication adaptée aux évolutions de la plateforme.
- Identifier et exploiter les opportunités de prospection et de réseautage sans recourir à des solutions payantes (Premium ou Sales Navigator).
- Consolider son réseau professionnel, accroître son influence et maîtriser son e-réputation.

## CONNAISSANCES PRÉALABLES POUR SUIVRE CETTE FORMATION :

- Connaître l'environnement Windows ou OS X

## PROFIL DES PARTICIPANTS :

- Tout professionnel en charge de développer une stratégie digitale commerciale (Dirigeants, Responsables et chargés de communication, Responsables et chargés de marketing, Directeurs commerciaux ...)

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- 5 personnes maximum par cours
- 1 poste de travail par stagiaire
- Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique pendant le stage
- La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices

## FORMATEUR DE CETTE FORMATION :

Consultant formateur expert en stratégie digitale

## MÉTHODES D'ÉVALUATION DES ACQUIS DE CETTE FORMATION :

- Évaluation permanente des acquis sous forme d'exercices de synthèses
- Document d'évaluation de satisfaction
- QCM d'évaluation des acquis de fin de formation ou tests pratiques
- Attestation de formation individuelle
- Attestation de fin de stage

## PROGRAMME DE LA FORMATION :

### Introduction à LinkedIn pour les Entreprises en 2025

- Les grandes évolutions de l'interface et de l'algorithme : présentation des dernières mises à jour
- Comparaison des différentes entités : profil personnel, page entreprise, groupes, avec un focus sur leurs usages et complémentarités
- Positionnement stratégique de LinkedIn au sein d'un dispositif digital global, pour combiner réseaux sociaux et autres canaux

### Création et Optimisation d'une Page Entreprise

- Importance de la Page Entreprise : rôle dans le développement de la visibilité et de la crédibilité.
- Étapes de création : choix du nom, description, mise en avant des valeurs, formats visuels (bannière, logo).
- Optimiser son référencement interne : intégration de mots-clés, bonne utilisation des hashtags et de la description pour apparaître dans les résultats de recherche.
- Le "Mode Créateur" : comment l'activer pour les administrateurs ou porte-paroles de l'entreprise, et tirer parti des fonctionnalités de publication avancées.

### Animation et Gestion de la Page Entreprise

- Élaboration d'une stratégie de contenu et gestion de l'e-réputation
- Programmation des publications et mise en valeur des employés
- Publication d'offres d'emploi pour attirer des talents

### Animation et Gestion de la Page Entreprise

- Stratégie de contenu en 2025 :
- Publication de posts engageants (carrousels, vidéos, sondages, newsletters), utilisation d'articles longs ou d'autres formats à fort impact.
- Mobiliser éventuellement des outils d'IA de rédaction proposés sur la plateforme ou en externe.
- Planifier ses publications : options natives de LinkedIn ou outils externes pour définir une fréquence
- Valorisation des collaborateurs : encourager le partage de contenu, co-créer des publications, développer l'employee advocacy.
- Publier des offres d'emploi : démarches et bonnes pratiques pour recruter plus efficacement via la page de l'entreprise.



### PROGRAMME DE LA FORMATION (suite) :

#### Optimiser le Profil Personnel au Service de l'Entreprise

- Paramétrages du profil : photo, titre, résumé, URL personnalisée et choix des compétences.
- Visibilité et storytelling : tirer parti des sections projets, recommandations, et d'une présentation impactante.
- Fonctionnalités de publication du profil : Mode Créateur, possibilité de lancer des newsletters, publier des articles, participer à LinkedIn Live ou Événements (selon les accès).
- Gestion des recommandations : demander et donner des recommandations pour renforcer son image professionnelle.

#### Prospection sur LinkedIn (Sans Abonnement Premium)

- Recherche avancée et booléenne : Exploiter les filtres et opérateurs offerts par la plateforme pour identifier des contacts pertinents (secteurs, postes, mots-clés).
- Qualification des prospects : méthodes d'analyse de profils, observation des interactions et signaux d'intérêt.
- Prise de contact : Rédiger des messages d'invitation personnalisés.
- Stratégies d'engagement et de suivi (relances, mentions, conversation).
- Gestion des visites de profil : encourager la prise de contact, comprendre l'intérêt porté par certains visiteurs.

#### Interactions Quotidiennes et Gestion de Réseau

- Organisation des relations : Techniques pour structurer et segmenter son réseau sans disposer d'outils payants.
- Maintenir le lien via la messagerie, créer des opportunités de dialogue.
- Groupes et Événements : Trouver ou créer des groupes d'experts ou de clients potentiels, animer des discussions de qualité.
- Organiser des webinaires ou événements en ligne, inviter son réseau et créer de la visibilité autour de sa thématique.
- Optimiser le fil d'actualité

#### Stratégies de Contenu Impactant (Sans Budget Publicitaire)

- Formats performants en 2025 : vidéos courtes, carrousels, newsletters, sondages et articles LinkedIn.
- Fréquence et timing de publication : déterminer les moments les plus opportuns à partir des statistiques de base proposées par LinkedIn.
- Augmenter l'engagement organique : inciter les likes, commentaires, partages grâce à des appels à l'action et à une ligne éditoriale engageante.
- Gérer sa réputation :
- Répondre aux commentaires positifs comme négatifs.
- S'appuyer sur une communication transparente et réactive.

#### Analyse des Statistiques et Social Selling Index (SSI)

- Lecture des données : comprendre l'interface d'analyse de la Page Entreprise (nombre de vues, taux d'engagement, origine des visites).
- Optimisation continue : ajuster sa stratégie de contenu et son ciblage en fonction des résultats obtenus.
- Le SSI en 2025 : décryptage de ses piliers (création de marque, relationnel, engagement, etc.), astuces pour l'améliorer de façon organique.

#### Questions/Réponses avec le formateur