

LinkedIn : s'approprier les codes de la plate-forme pour y développer sa visibilité

1 jour / 7 heures

750 € HT | Réf. : M10

Décrypter l'écosystème LinkedIn pour valoriser son image et / ou celle de son entreprise

Compétences visées

(Re)travailler son profil, et/ou celui de son entreprise, pour enrichir son réseau. Différencier et utiliser pleinement les fonctionnalités de la plate-forme pour bâtir une stratégie de contenus pertinente.

Objectifs

- ✓ Soigner son profil et celui de son entreprise
- ✓ Définir une stratégie de visibilité
- ✓ Structurer son approche de contenus experts
- ✓ Développer une stratégie d'« employee advocacy » et de prospection

Programme

Soigner son profil et celui de son entreprise

- Appréhender les bonnes pratiques en matière de profil et de page d'entreprise
 - Sélectionner des mots clés utiles pour optimiser sa visibilité
 - Organiser et gérer son compte (contacts, confidentialité...)
- *Études de cas : analyse de plusieurs profils et pages d'entreprises*

Définir une stratégie de visibilité

- Définir les objectifs de sa stratégie
 - Estimer l'intérêt d'utiliser un abonnement Premium
 - Prendre contact et gérer les invitations
 - Élargir son réseau
- *Exercice : organiser et rédiger des prises de contact*

Structurer son approche de contenus experts

- Se familiariser avec le fonctionnement de l'algorithme de distribution des contenus
 - Identifier les contenus plébiscités par l'algorithme
 - Distinguer post et article
 - Utiliser les hashtags
 - Optimiser ses visuels (image ou vidéo)
 - Créer un carrousel
 - Établir un calendrier éditorial pour créer de la valeur (fréquence, typologie...)
- *Exercice : expérimenter les différents contenus à disposition*

Développer une stratégie d'« employee advocacy » et de prospection

- Impliquer vos collaborateurs dans la visibilité de l'entreprise sur LinkedIn
 - Préparer une stratégie de prospection (ciblage, campagne, budget)
 - Analyser ses retombées à l'aide des statistiques
- *Exercice : rédiger une charte d'employee advocacy et imaginer un tunnel de prospection*

Public concerné

Cette formation s'adresse aux entrepreneurs et à tous les professionnels des univers de la communication et du marketing.

Pré-requis

Avoir déjà un profil LinkedIn et/ou être en charge de la page Entreprise de sa société.

Profil de l'intervenant

Ancien journaliste / Consultant nouveaux médias avec plus de 10 ans d'expérience en animation de formation.

LINKEDIN : S'APPROPRIER LES CODES DE LA PLATE-FORME POUR Y DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ

Sessions programmées

Consultez notre site pour connaître les dates des sessions programmées en présentiel et en distanciel

Modalités en présentiel

Parcours pédagogique

Questionnaire de positionnement > 1 jour présentiel

Méthode pédagogique

Expositive + démonstrative + active : exposés théoriques, démonstrations, études de cas, mise en pratique, exercices, feedbacks personnalisés

Moyens techniques

- 1 poste par participant (Mac ou PC, selon votre choix), fourni par nos soins
- Poste de l'intervenant relié à un grand écran ou vidéoprojecteur

Modalités en distanciel

Parcours pédagogique

Questionnaire de positionnement > 1 classe virtuelle d'1 journée

Méthode pédagogique

Expositive + démonstrative + active : exposés théoriques, démonstrations, études de cas, mise en pratique, exercices, feedbacks personnalisés

Moyens techniques

- Classe virtuelle créée par nos soins
- Chaque apprenant participe à la session avec son ordinateur, connecté à Internet, et équipé :
 - d'un micro et d'une caméra

Ressources

- Supports de cours dématérialisés
- Abonnement de 3 mois à tuto.com
- Inscription au forum des swashers

Évaluation

- Validation des acquis pendant la formation grâce à des mises en situations et la réalisation d'exercices pratiques
- Suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques par l'intervenant
- Évaluation à chaud (remplie en fin de formation) et à froid (à 60 jours)