

LinkedIn pour les professionnels

LINKEDIN

LinkedIn est l'un des réseaux professionnels les plus influents. Développer sa présence sur LinkedIn suppose de savoir adapter sa communication à des objectifs précis de recrutement, de prospection et de notoriété. Cette formation dressera un panorama des principaux usages et fonctionnalités utiles.

Présentiel - Synchrone

Objectifs

Public Visé

Responsables et chargés de Communication et Marketing, RH, Community Manager ou toute personne en charge d'un profil ou d'une page.

Pré Requis

Etre à l'aise avec les réseaux, être un utilisateur régulier du web.

Objectifs pédagogiques et d'évaluation

A l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Savoir optimiser le contenu de son profil, sa page d'entreprise ou son groupe de discussion
- Découvrir les fonctionnalités avancées
- Optimiser ses recherches et gérer ses contacts
- Maîtriser les usages pour se rendre visible

Méthodes pédagogiques

- Exposé théorique
- Formation axée sur la mise en pratique
- Cas pratiques
- Etude de différents exemples de stratégie et de plan de communication
- Mise en pratique à partir d'exercices
- Formation participative
- Evaluation croisée et partage de bonnes pratiques

Parcours pédagogique

Pourquoi utiliser LinkedIn ?

Quels sont les utilisateurs et leurs motivations ?
Quelles différences entre les réseaux professionnels et les autres types de réseaux sociaux ?
Les questions à se poser avant de se lancer sur LinkedIn
Exercice : Définir ses objectifs, ses cibles, son positionnement éditorial et ses contraintes de mise en œuvre.

Créer son profil et savoir se rendre visible

Savoir gérer les paramètres de confidentialité
Optimiser la présentation de son profil en ajoutant des contenus riches
Valoriser ses compétences pour se rendre visible
Adopter les bonnes pratiques à adopter pour sortir du lot : interactions, statut, recommandations
Faire du marketing de contenus sur LinkedIn :
Trending content, Pulse, Publisher, LinkedIn Elevate
Exercice pratique : Optimiser la rédaction et les contenus de ses profils.

Aller chercher son audience et ses cibles

Savoir prospecter et trouver des contacts utiles
Connaître les bonnes pratiques de la mise en relation
Utiliser les groupes de discussion
Organiser son portefeuille de contacts et de prospects
Promouvoir ses publications sur LinkedIn : Ads et Sponsored posts
Découvrir les solutions payantes pour le recrutement
Exercices pratiques : Utiliser les filtres de recherche de profils, organiser son portefeuille de contacts, identifier des groupes utiles. Découvrir les modules de création de campagne payante.

Les pages d'entreprise et les groupes de discussion

Créer ou améliorer une page d'entreprise
Créer une page vitrine sur LinkedIn
Comprendre les statistiques de sa page d'entreprise : LinkedIn Content marketing score
Savoir créer et gérer un groupe de discussion : création, charte, règles de modération
Exercices pratiques : Création et amélioration de Page et Page vitrine, découverte

des statistiques. Mettre en place une charte dans son groupe de discussion.

Qualification Intervenant-e-s

Consultant formateur spécialiste en communication digitale

Méthodes et modalités d'évaluation

Identification des besoins avant la formation Evaluation en cours de formation : exercices Evaluation de fin de formation : Qcm Bilan individuel des compétences acquises Questionnaire de satisfaction à chaud Questionnaire à froid à 6 mois

Modalités d'accessibilité handicap

Nous consulter



Durée

7.00 Heures 1 Jour

Effectif

De 3 à 8 Personnes