

Développer sa stratégie de communication sur LinkedIn

Cours Pratique de 1 jour - 7h
Réf : LVI - Prix 2025 : 870 HT

LinkedIn est le réseau professionnel le plus influent. 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.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À 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

EXERCICE

Exercices pratiques et mises en situation, échanges entre participants, mise en commun d'expériences.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 04/2024

1) 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.

2) 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.

Démonstration : Optimiser la rédaction et les contenus de ses profils. Découverte de la fonction Publisher pour la rédaction d'articles.

3) 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.

PARTICIPANTS

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

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

- Découvrir les solutions payantes pour le recrutement.

Travaux 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.

4) 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.

Travaux pratiques : Création et amélioration de Page et Page vitrine, découverte des statistiques. Mettre en place une charte dans son groupe de discussion.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2025 : 21 juil., 29 oct.