



# Formation LinkedIn

## e-learning • FOAD

Durée : 9h38

- Test de positionnement

5'00

### Module 1: Bien remplir son profil LinkedIn et le rendre attractif

- Introduction
- Objectifs

5'07  
2'14

#### Cas pratique n°1 : créer une page professionnelle en tant que Community manager

- Débuter sur LinkedIn avec un bon état d'esprit 7'29
- Utiliser LinkedIn pour se faire connaître 2'30
- Création du profil professionnel sur LinkedIn 2'44
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? – Partie 1 14'06
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? – Partie 2 6'16
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? – Partie 3 10'10

#### Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn

- Qu'est-ce qu'une page LinkedIn attractive ? 2'55
- Quel impact peuvent avoir les posts d'un employé sur la société qui l'emploie ? 7'42
- Image de marque ou identité de marque ? 3'18

#### Cas pratique n°2 : attirer du trafic sur sa page professionnelle LinkedIn en tant qu'indépendant

- Rendre ma page attractive 2'36
- Cas pratique Capsule Marketing : L'importance de créer une identité de marque pour l'aligner avec ses valeurs/services 9'12
- Cas pratique La Capsule d'Alyssa : Présentation Nouvelle Identité de Marque 5'59
- Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 1 10'39
- Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 2 10'14
- Cas pratique : Le statut professionnel – Partie 1 8'08
- Cas pratique : Le statut professionnel – Partie 2 7'27
- Cas pratique : Coordonnées 9'03
- Cas pratique : Les abonnés et les relations 3'10
- Cas pratique : Les objectifs 10'08
- Cas pratique : Open To Work 5'17
- Cas pratique : Services 10'26
- Cas pratique : Statistiques 9'03
- Cas pratique : Ressources – Partie 1 8'46
- Cas pratique : Ressources – Partie 2 8'08
- Cas pratique : Ma Sélection 10'40
- Cas pratique : Infos – Partie 1 8'56
- Cas pratique : Infos – Partie 2 11'38

• Cas pratique : Expériences	10'03
• Cas pratique : Page Entreprise – Partie 1	7'43
• Cas pratique : Page Entreprise – Partie 2	8'30
• Cas pratique : Formation	3'34
• Cas pratique : Compétences – Partie 1	7'06
• Cas pratique : Compétences – Partie 2	5'33
• Cas pratique : Centres d'Intérêts	1'38
• Cas pratique : Profil public	2'40
• Transition	00'35
• Quiz	5'00
<b>TOTAL :</b>	<b>4'26'23</b>

## Module 2 : Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn

### Construire une stratégie de contenus

• Qu'est-ce qu'une stratégie de contenus ?	2'59
• Comment mettre en place une stratégie de contenus sur LinkedIn ?	2'23
• Etape n°1 - Définir les objectifs de votre stratégie de contenus	6'08
• Etape n°2 - Comprendre mon public cible	2'25
• Etape n°3 - Elaborer un plan de contenus	2'18
• Etape n°4 - Optimiser vos publications	3'56
• Etape n°5 - Promouvoir le contenu	2'44
• Etape n°6 - Analyser les performances de vos publications	3'44

### L'importance de définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn

• Définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn	3'05
• Qu'est-ce qu'une page Entreprise ?	4'37
• Qu'est-ce qu'une page personnelle ?	2'11
• Est-ce que la ligne éditoriale d'un profil personnel doit être la même que celle d'une page Entreprise sur LinkedIn ?	2'35
• Qu'est-ce qu'un groupe sur LinkedIn ?	4'05
• Quiz	10'00
<b>TOTAL :</b>	<b>53'10</b>

## Module 3 : Les méthodes pour créer du contenu captivant

### Le copywriting

• Qu'est-ce que le copywriting ?	2'21
• Les techniques de base du copywriting	3'14
• La persuasion en copywriting	2'39
• Comment utiliser le copywriting pour rédiger des posts sur LinkedIn ?	3'08

### Le storytelling

• Le principe du storytelling	3'23
• Les éléments clés du storytelling	2'56
• Pourquoi créer un personnage pour consolider votre storytelling ?	2'16
• Comment créer un personnage pour consolider votre storytelling ?	3'54
• Pourquoi créer une histoire pour consolider votre storytelling ?	3'58
• Les avantages du storytelling pour les entreprises	3'11
• Comment utiliser le storytelling sur LinkedIn	1'56
• Exemples de storytelling réussis sur LinkedIn	8'18
• Exercice pratique : Créer votre propre histoire de marque	5'03
• En résumé	1'42
• Quiz	10'00
<b>TOTAL :</b>	<b>57'59</b>

## Module 4 : Organiser sa production de contenu sur LinkedIn

### Organiser sa production de contenu

- |   |      |
|---|------|
| • Qu'est-ce qu'un contenu organique ?                         | 3'15 |
| • Pourquoi organiser sa production de contenus sur LinkedIn ? | 2'25 |
| • Comment organiser sa production de contenus sur LinkedIn ?  | 3'07 |

### Cas pratique - Je rédige mon calendrier éditorial pour créer 12 types de contenu à publier sur LinkedIn

#### Étape 1 : Je définis mon objectif

- |                           |      |
|---------------------------|------|
| • Je définis mon objectif | 2'32 |
|---------------------------|------|

#### Étape 2 : Je dessine mon client idéal

- |                               |       |
|-------------------------------|-------|
| • Je dessine mon client idéal | 12'52 |
|-------------------------------|-------|

#### Étape 3 : J'élabore mon calendrier éditorial et j'optimise mes publications

- |   |      |
|---|------|
| • Chiffres clés à connaître et actions à mettre en place avant de rédiger le calendrier éditorial | 7'26 |
| • Définir sa ligne éditoriale   | 7'34 |

#### Étape 4 : Comment prévoir un mois de publication de contenus à l'avance ?

- |   |       |
|---|-------|
| • Quels sont les contenus qui performent le mieux sur LinkedIn ?                                    | 6'55  |
| • Quels sont les sujets qui performent le mieux sur LinkedIn ?                                      | 1'54  |
| • Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? – Partie 1           | 11'04 |
| • Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? – Partie 2           | 14'19 |
| • Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 1  | 7'41  |
| • Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 2  | 8'16  |
| • Comment concevoir les visuels de ses posts pour bien rédiger son calendrier éditorial à un mois ? | 7'58  |

#### Étape 5 : Je planifie et je fais la promotion de mes publications

- |   |       |
|---|-------|
| • Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Texte + Image        | 10'05 |
| • Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel – Partie 1 | 11'25 |
| • Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel – Partie 2 | 13'11 |
| • Est-ce possible de programmer un sondage sur le planificateur de LinkedIn ?         | 12'00 |

#### Étape 6 : J'analyse mes résultats avec les statistiques d'audience de LinkedIn

- |   |                |
|---|----------------|
| • Statistiques des 3 posts les plus performants – Partie 1  | 11'21          |
| • Statistiques des 3 posts les plus performants – Partie 2  | 11'45          |
| • Statistiques de l'audience  | 2'35           |
| • Les données à prendre en compte pour améliorer la portée de vos posts                               | 3'27           |
| • Apprendre à analyser et interpréter les statistiques LinkedIn pour ajuster son calendrier éditorial | 8'07           |
| • Quiz  | 10'00          |
| <b>TOTAL :</b>  | <b>3'11'14</b> |
| • Test de satisfaction  | 5'00           |

**TOTAL : 9'38'46**