

BIEN UTILISER LINKEDIN

La formation alterne des explications, des ateliers pratiques et des études de cas sur le réseau social LinkedIn.

OBJECTIFS

- Comprendre le potentiel de LinkedIn
- Apprendre à créer un profil et une page LinkedIn
- Acquérir les principes clés fondamentaux pour optimiser son réseau et développer sa visibilité
- Rédiger correctement et efficacement

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 1 Accès à la plateforme d'e-learning (4h au minimum obligatoire et jusqu'à 9h30 de programme)
- 1 Session de Formation animée par un Formateur-Expert

Introduction au réseau social LinkedIn

- Présentation des particularités du réseau social LinkedIn (spécialités, cibles, utilisation, profil ...) et différences avec les autres réseaux sociaux
- Le bénéfice que l'on peut tirer d'un usage de ce réseau social (personnel, professionnel, mandat électif)
- Ouvrir, personnaliser son compte LinkedIn : maîtriser l'interface et ses fonctionnalités
- Les usages et règles sur le réseau
- Poster sur LinkedIn : la particularité des posts
- Fonctionnement des interactions
- Usage des groupes et spécificité de créer ou participer à des groupes (thématisques, territoriaux, ...)
- Performance et utilisation de la messagerie interne

Création, évolution et animation de sa présence sur LinkedIn

- Définition d'une ligne éditoriale et de la communication à adopter sur ce réseau social
- Prise en main de la présentation du compte ou de la page (et/ou d'un groupe)

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

Prérequis

- Aucun

Formateur

- 1 consultant spécialisé

Moyens pédagogiques et techniques :

- Accueil des stagiaires dans une salle adaptée à la formation en présentiel (INTER ou INTRA) ; visioconférence zoom en distanciel
- Présentation académique de la formation
- Travaux pratiques

Public concerné :

- Tout public

2 Formats possibles :

- **avec session en Présentiel : 10h00 à 15h30**
Accès à la plateforme d'e-learning entre 4h00 minimum obligatoire et 9h30 de programme
+ **Session en Présentiel : 6h00**
- **avec session en Distanciel : 8h00 à 13h30**
Accès à la plateforme d'e-learning entre 4h00 minimum obligatoire et 9h30 de programme
+ **Session en Distanciel en visio : 4h00**

- Gestion et développement de sa réputation numérique
- Lecture et analyse des statistiques
- Découverte pratique des particularités de son compte et du réseau social
- Modalité d'intégration du réseau social à son site internet

Maîtrise de l'expression écrite

- Orthographe lexicale et grammaticale : les principales règles utiles.
- Lexique : choisir le bon mot, éviter les répétitions, utiliser les synonymes.
- Adapter son style et son vocabulaire aux réseaux sociaux
- La syntaxe de la brièveté : trouver les phrases et les mots percutants
- Définition d'une stratégie personnalisée

- Délivrance d'un support de formation après la session

Dispositif de suivi et d'évaluation des résultats de la formation :

- Feuille d'émargements
- Évaluation de la formation en fin de session
- Remise d'un Certificat de réalisation de la formation
- Service Après-Formation LIBRA : possibilité à l'issue de la formation d'interroger le formateur via une adresse e-mail dédiée

e-learning
Formation
LinkedIn

Durée : 9h38



- Test de positionnement

5'00

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

- Introduction 5'07
- Objectifs 2'74

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 7 74'06
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023? - Partie 2 6'76
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023? - Partie 3 70'70

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? 378

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 972
- 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 7 70'39
- Cas pratique: Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn? - Partie 2 70'74
- Cas pratique: Le statut professionnel - Partie 7 8'08
- Cas pratique: Le statut professionnel - Partie 2 7'27
- Cas pratique: Coordonnées 9'03
- Cas pratique: Les abonnés et les relations 3'70
- Cas pratique: Les objectifs 70'08
- Cas pratique: Open To Work 577
- Cas pratique: Services 70'26
- Cas pratique: Statistiques 9'03
- Cas pratique: Ressources - Partie 7 8'46
- Cas pratique: Ressources - Partie 2 8'08
- Cas pratique: Ma Sélection 70'40
- Cas pratique: Infos - Partie 7 8'56
- Cas pratique: Infos- Partie 2 7738

• Cas pratique: Expériences	10'03
• Cas pratique: Page Entreprise - Partiel	7'43
• Cas pratique: Page Entreprise - Partie 2	8'30
• Cas pratique: Formation	3'34
• Cas pratique: Compétences - Partiel	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
TOTAL:	4'26'23

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
TOTAL:	53'10

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
TOTAL:	57'59

Module 4: Organiser sa production de contenu sur LinkedIn

Organiser sa production de contenu

• Qu'est-ce qu'un contenu organique?	3'75
• 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 12types 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	72'52
-------------------------------	-------

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?	7'54
• Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine? - Partie 7	7'04
• Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine? - Partie 2	7'479
• Comment concevoir le texte de ses posts? - Partie 7	7'47
• Comment concevoir le texte de ses posts? - Partie 2	8'76
• 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	70'05
• Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel - Partie 7	7'25
• Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel - Partie 2	7'77
• Est-ce possible de programmer un sondage sur le planificateur de LinkedIn?	72'00

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

• Statistiques des 3 posts les plus performants - Partie 7	7'77
• Statistiques des 3 posts les plus performants - Partie 2	7'45
• 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	70'00
	TOTAL: 3'11'14
• Test de satisfaction	5'00

TOTAL : 9'38' 46