

LinkedIn pour les entreprises

Atelier de travail de 2h : formation et échanges interactifs

Audience :

Chefs d'entreprises, responsables de communications, responsables marketing et ventes

Objectifs :

Optimiser les outils et fonctions de LinkedIn pour les entreprises qui vous permettront de mettre en avant votre activité et vos produits, de créer des prospects, de suivre vos actions et prendre des mesures correctives, ainsi que d'identifier et recruter des candidats.

Évaluer vos performances grâce au Social Selling Index. Découvrir et évaluer les différents abonnements Premium et leur utilité.

Formule :

Le contenu se présente sous forme d'atelier pour apprendre, favoriser la discussion et pour obtenir des réponses.

À l'issue de cet atelier de formation, vous maîtriserez votre communication sur LinkedIn et pourrez l'utiliser efficacement pour développer et optimiser vos relations d'affaires.

Prérequis :

Analyse de vos objectifs et de vos besoins liés à la plateforme LinkedIn.

Avoir un compte personnel LinkedIn et éventuellement avoir déjà une page entreprise.

Contenu de l'atelier modulable en fonction de vos besoins et de votre niveau de connaissances de LinkedIn

Une formation et atelier créatif par :

eAZyservices

Contact : [Alex Zeni](mailto:alex@eazyservices.biz)

Email : alex@eazyservices.biz

Cell : +1 450 916 8476

Site web : consulting.eazyservices.biz

Thèmes proposés dans l'atelier

1. Optimiser LinkedIn pour les entreprises

Maximiser les fonctionnalités de LinkedIn

- Analyse rapide de l'existant et de de votre présence actuelle sur LinkedIn
- Donner plus de visibilité à son entreprise, grâce aux pages entreprise, et aux pages vitrines, mais aussi en publiant régulièrement, et en y étant actif.
- Différences entre un profil, une page entreprise et une page vitrine.

2. Comment prospecter efficacement sur LinkedIn

Définir ses objectifs et chercher ses cibles

- Définir vos cibles, en fonction de différents critères, pour ensuite rechercher des prospects.
- Rechercher par secteurs d'activités, par postes, fonctions, niveaux d'études, diplômes obtenus, ou alors en cherchant le secteur géographique, la ville, la région, et/ou le pays.
- Utiliser les fonctions avancées du moteur de recherche de LinkedIn.
- Trouver des prospects, et ensuite interagir avec eux.

Utiliser les filtres pour mieux cibler ses recherche

- Utiliser la recherche par filtres pour obtenir des résultats vraiment significatifs.
- Recevoir des notifications par e-mail.
- Exemples de recherches par filtre, différentes combinaisons.
- Comment trouver davantage de contacts commerciaux, et surtout des prospects hautement qualifiés dans les domaines ciblés.
- Utiliser la recherche booléenne pour affiner vos recherches (par exemple AND, OR, NOT, les « », ...) et augmenter vos chances de trouver les bonnes informations plus rapidement.

Exploiter les visiteurs de son profil

- Déclencher différents types d'actions en fonction des personnes qui ont visité votre profil.
- Gérer et optimiser ses contacts existants, privilégier la qualité versus la quantité.
- Comment bien exploiter les visites sur votre profil sur LinkedIn.

3. Optimiser son réseau de contacts

Optimiser et soigner son profil

- Optimiser son profil pour lui donner une légitimité et crédibilité.
- Importance des mots-clés dans la section résumé/infos.
- Pertinence des infos de contact et coordonnées, infos nécessaires préalables à la création de la page entreprise.

Maîtriser son réseau et optimiser sa taille

- Importance de la taille de son réseau.
- Accepter, ou non, une demande de mise en relation, et décider d'inviter ou non une personne.
- Impact sur le fil d'actualité.
- Avantages et inconvénients d'avoir 500 ou 2000 ou plus de 5000 relations
- Différences entre abonnés et relations.
- Comment faire croître le nombre de ses abonnés,
- Indicateurs lié à sa stratégie d'influence, sa capacité à produire de la valeur et des contenus intéressants.

Optimiser son fil d'actualité

- Optimiser son fil d'actualité sur LinkedIn pour gagner du temps et augmenter la pertinence des informations affichées.
- Utiliser le tri du fil d'actualité par pertinence, ou par ordre chronologique.
- Décider de voir ou d'exclure les publications de ses contacts, entreprises ou groupes auxquels on est abonné pour gagner en efficacité.

4. Optimiser sa présence sur LinkedIn

Communiquer par la messagerie

- Les différentes façons d'envoyer un message.
- Quelques règles à connaître et à suivre sur le contenu et la pertinence.
- Quand envoyer des messages pour avoir un maximum de résultat.

Mesurer l'importance des interactions

- Aimer, commenter et partager des publications pour augmenter son audience.
- Vérifier le niveau d'activité des différents profils ciblés, pour décider de l'utilité d'en faire un prospect.
- Être pertinent dans ses interactions et les sujets à éviter.
- Comment augmenter la visibilité d'un post pour le faire apparaître en haut du fil d'actualité.
- Interagir pour obtenir des résultats.

Optimiser les publications sur LinkedIn

- Quand publier et à quelle fréquence sur LinkedIn pour avoir le maximum d'audience.
- Publier ses propres contenus ou repartager des contenus d'autrui?
- Pourquoi utiliser des images/infographies plutôt que juste du texte.
- Cibler les destinataires du contenu.
- Rester vigilant sur les commentaires que vont générer les publications.
- Comment programmer vos publications et quels outils payants et/ou gratuits utiliser.
- Comment valoriser régulièrement vos employés et quelles occasions utiliser pour les mettre en avant.

Pourquoi participer à des groupes

- Quels groupes choisir sur LinkedIn? Pertinence, intérêts, avantages. Régler ses préférences.
- Règles à connaître et à suivre
- Comment créer son groupe et pourquoi?
- Valoriser l'image de votre entreprise et multiplier le nombre de vos contacts commerciaux.

5. Optimiser et animer une page entreprise

Optimiser une page entreprise

- Comment optimiser la partie descriptive de l'entreprise et importance des mots clés.
- Comment utiliser les langues pour obtenir des publications efficaces.
- Comment ramener du trafic vers son site internet et installer un plugin pour maximiser l'audience sur LinkedIn. Utiliser les outils de développement pour ajouter des plugins sur son site web.
- Comparer sa page entreprise avec celles de ses concurrentes pour affiner ses spécialisations.
- Gérer les administrateurs et leurs rôles.

Définir une stratégie

- Comment définir une stratégie de contenu pour montrer votre entreprise, valoriser vos produits et générer des prospects ?
- Obtenir plus de plus de trafic vers votre site internet, obtenir plus d'abonnés, vendre davantage.
- Suivre régulièrement ses performances, avec les statistiques et le Social Selling Index.
- Que publier pour avoir une audience ciblée et pour générer de l'interaction (produits, événements, contenu).
- Autres moyens de publication pour mieux faire connaître son entreprise sur LinkedIn.

Comment promouvoir une page entreprise

- Faire de la publicité sur LinkedIn pour promouvoir son entreprise, ses produits ou ses services.
- Décider si une agence spécialisée serait plus adaptée pour organiser et suivre une campagne de publicité.
- Les contenus sponsorisés (publicités, posts sponsorisés).
- Les InMails sponsorisés.
- Utiliser le tableau de bord « campaign manager ».
- Encourager ses employés à créer leurs propres profils si pas déjà existants et les former.
- Ajouter les logos et liens vers sa page entreprise sur LinkedIn dans sa signature de messagerie.

Mesurer son audience

- Mesurer et analyser son audience pour pouvoir engager des actions correctives.
- Statistiques de vues de son profil.
- Statistiques de vues de sa page entreprise (par ex. type de visites, fréquentation journalière/horaire, pays)
- Configurer la vue des statistiques d'analyse de la concurrence
- Utiliser les statistiques sur la façon dont ses employés contribuent à l'audience de l'entreprise.
- Fonctions avancées : Utiliser LinkedIn Website Demographics (gratuit). Ajouter un « Insight Tag » sur votre site pour ensuite récupérer les données et les mesurer.

Analyser le Social Selling Index

Analyser le tableau de bord pour mesurer son Social Selling Index.

Comprendre sa capacité à :

- construire sa marque professionnelle.

- trouver les bonnes personnes.
- échanger des informations.
- établir des relations

Comprendre son positionnement dans son secteur d'activité par rapport aux concurrents.

6. Comment recruter sur LinkedIn

- Quelles options choisir pour être pertinent et efficace dans son recrutement sur la plateforme.
- Comment rechercher des candidats potentiels.
- Comment poster des offres d'emploi et les partager.
- Quelle stratégie adopter en fonction de vos besoins.
- Comment créer une page carrière, vie d'entreprise et témoignages pour attirer des candidats.
- Comment impliquer ses employés pour partager les offres d'emplois et devenir des ambassadeurs de son entreprise.
- Comment analyser les statistiques de candidatures.
- Les avantages des comptes payants premium (Talent solutions)

7. Découvrir les abonnements Premium

Passer d'une inscription gratuite à un abonnement Premium pour bénéficier de différents avantages. Les différents types d'abonnements :

- Ventes : Sales Navigator (plusieurs formules) pour générer des prospects qualifiés et développer sa clientèle
- Formations : LinkedIn Learning, formations en tous genres avec certifications
- Talent solutions (plusieurs formules): pour booster son recrutement
- Premium Business : pour accéder à des informations commerciales détaillées et pour développer votre activité professionnelle

Conclusion

Conclusions et conseils supplémentaires.

Suite à donner : discussion de suivi de progression et résultats obtenus (après 3 semaines)