



Neuro Active

Gérer et faire connaître une page entreprise LinkedIn

Notre formation "Gérer et faire connaître une page entreprise LinkedIn" vous enseigne à développer une présence professionnelle et efficace sur ce réseau social. Apprenez à créer une stratégie de contenu, optimiser votre page, et engager vos prospects grâce à des posts percutants. Adaptée à tous les niveaux, cette formation propose des ateliers pratiques pour maîtriser les bonnes pratiques de LinkedIn et transformer ce réseau en un outil stratégique pour attirer clients et talents. Une étape clé pour booster votre visibilité !

Pré-requis

Posséder un compte LinkedIn entreprise et un compte LinkedIn collaborateur.

Public concerné

Toute personne amenée à gérer un compte LinkedIn d'entreprise. Des connaissances préalables en communication / marketing sont un plus mais ne sont pas indispensables.

Durée et tarif de la formation

La durée de la formation varie en fonction des besoins et des objectifs déterminés après audit. Les tarifs sont disponibles sur devis.

Contenu de la formation

Module 1 : Comprendre le potentiel et les arcanes de LinkedIn

LinkedIn : potentiel pour une entreprise et approche

Intérêt et opportunités commerciales sur LinkedIn

Qui est sur LinkedIn ? Pourquoi ?

Que peut-on faire sur LinkedIn ?

Stratégies des entreprises qui attirent des clients sur LinkedIn

Règles à suivre sur LinkedIn

Pourquoi optimiser au moins un profil collaborateur

Se comporter en tant que collaborateur

Quelles actions sont admises / lesquelles à éviter ?

Choisir ses relations et les inviter à entrer en contact

Echange : interrogations et craintes vis-à-vis de LinkedIn.

Module 2 : Etablir sa stratégie sur LinkedIn

Bien définir les objectifs de la présence de l'entreprise sur LinkedIn.

Atelier : Recensement des objectifs de l'entreprise.

Atelier : Idées de posts pour atteindre les objectifs de l'entreprise

Maîtriser son image sur LinkedIn et la porter dans le temps.

Atelier : idées de posts pour dégager une image cohérente

Définir les personas de l'entreprise pour mieux répondre à leurs attentes.

Atelier : Identification du persona principal et travail sur les sujets qui peuvent l'intéresser

Module 3 : Développer la visibilité et la crédibilité d'une entreprise sur LinkedIn

La présentation de l'entreprise

Optimiser la page entreprise pour porter l'offre, les valeurs et les messages.

Atelier : optimisation de la présentation entreprise.

La prise de parole pour attirer les prospects et fidéliser

Identifier les sujets pour porter la voix de

Module 4 : Créer et paramétrer une page produit LinkedIn (disponible pour les Logiciels b2b uniquement)

Paramétrer la page produit

Atelier : paramétrage de la page produit

Création du contenu texte et visuel de la page produit

Atelier : création du contenu de la page produit

Ajouter les clients : lesquels et sous quelles conditions

Atelier : création du calendrier de publications pour le mois à venir

Module 5 : Organiser efficacement, anticiper, planifier

Mettre en place un planning annuel de thématiques

Atelier : création d'un planning annuel de thématiques

Mettre en place un planning détaillé cohérent dans le temps avec des thématiques claires

Atelier : définition du planning détaillé

Anticiper avec un calendrier de publications et organiser la relecture des posts

Atelier : création du calendrier de publications pour le mois à venir

Module 6 : Amplifier les messages de l'entreprise sur LinkedIn grâce à la stratégie ambassadeurs

Donner plus d'impact aux posts de l'entreprise

Fonctionnement de l'algorithme LinkedIn

Actions possibles des collaborateurs pour donner plus de visibilité aux posts de l'entreprise

Inviter ses relations à suivre une page

S'organiser pour être réactifs

La présentation du collaborateur

Optimiser son profil pour le valoriser et attirer les prospects

Atelier : mise à jour des profils collaborateurs

Commenter un post

Détecter les opportunités

l'entreprise / construire une communauté / vendre.

Atelier : identification des sujets clés et idées de posts pour l'atteinte des objectifs.

Créer des posts de qualité qui génèrent de l'engagement

Les codes pour des posts qui sont lus et partagés

Les différents types de posts et articles et leur efficacité sur l'engagement

La place des hashtags

Les règles pour taguer comptes entreprises et comptes individuels

Le bon timing pour publier

Les trucs et astuces pour générer plus d'engagement

Atelier : création de posts

Créer et structurer un carrousel

Le carrousel, pour quoi faire ?

Définir les messages clés, le storytelling, les éléments de rassurance

Rédiger le script du carrousel

Ecrire le brief pour la créa, donner des inspirations graphiques

Atelier : création d'un carrousel

Savoir interpréter les résultats et ajuster son approche

Analytics LinkedIn

Quels types de commentaires rédiger ?

Atelier : rédaction de commentaires sur des posts

Partager un post sur son profil

Quand le faire et auprès de quelles cibles ?

Comment rédiger le message ?

Atelier : rédaction de messages d'envoi de posts

Module 7 : Les bases de la prospection sur LinkedIn

L'identification des prospects

Identifier les collaborateurs d'une entreprise

Obtenir des listes de prospects ciblés

Cerner les profils actifs / non actifs

Identifier les facilitateurs d'entrée en contact

Atelier : constitution d'une liste de prospects sur un ciblage pré-établi

Prendre contact de manière ciblée mais non invasive

Les profils les plus contactés

Vigilance sur les demandes multiples d'une même équipe

Les codes pour prendre contact avec des résultats

Le lead nurturing : interagir dans la durée

Atelier : création d'une séquence de messages de prise de contact

Intégrer LinkedIn dans sa prospection multicanale

Articuler LinkedIn / mailings / appels

Atelier : Identification des schémas de prospection multicanale possibles