



LinkedIn

Programme de formation

Avant Propos

AKYOS COMMUNICATION

5 rue de Mayence 21000 Dijon

Référence : D2.5-06 Programme LinkedIn

Délais de réponse : sous 5 jours

Délais de réalisation : sous 1 mois (après validation du devis)

Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akyos.com

Services pratiques : Accès handicapé.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Pour toute question relative à l'accessibilité des personnes en situation de handicap, veuillez nous consulter : 03 80 10 23 57 – formation@akyos.com

Transports en Commun : Accès handicapé, Arrêt de bus L3 ou F40 "Mayence", des lieux de restaurations pour le déjeuner sont situés autour de l'organisme de formation.

Objectifs

- Comprendre les fondamentaux de LinkedIn : son rôle professionnel, les usages clés, le ciblage et les paramètres des publicités.
- Configurer un compte LinkedIn (profil personnel ou page entreprise), optimiser les visuels et ajuster les paramètres pour un usage professionnel.
- Créer des contenus efficaces sur LinkedIn : choix des formats (texte, image, vidéo, sondage), articles, fréquence et ligne éditoriale adaptée.
- Analyser les performances des publications et des campagnes LinkedIn Ads via les indicateurs (vues, clics, partages, conversions) pour réajuster les stratégies.

- Optimiser sa présence : planification des publications, ciblage publicitaire, ajustement selon les résultats et objectifs professionnels.

Personnes concernées

Tout public

Pré-Requis

Admission sans disposition particulière

Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris.

Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application), être connecté à Internet.

Formation en présentiel ou en distanciel

Dans le cadre de notre programme de formation, nous proposons deux modalités d'apprentissage : en présentiel et en distanciel. Chaque format dispose de ses propres spécificités et exigences pédagogiques.

Formation en présentiel

La formation en présentiel se déroule dans nos locaux, dans une salle équipée pour assurer un apprentissage optimal.

Matériel et équipements

Chaque stagiaire est invité à prévoir :

- Nous mettons à disposition un ordinateur pour chaque stagiaire.
Toutefois, les apprenants ont la possibilité d'utiliser leur propre matériel s'ils le souhaitent.
- Un cahier et un stylo pour la prise de notes

Notre salle de formation est équipée de :

- Un grand écran de projection pour les supports visuels
- Un espace de travail adapté pour favoriser les échanges et les exercices pratiques

Modalités pédagogiques

- Formation dispensée par un formateur en direct
- Supports pédagogiques fournis sous format papier et/ou numérique
- Possibilité d'interactions directes avec le formateur et les autres participants

Formation en distanciel

- Dans le cadre du suivi d'une formation à distance, certaines exigences pédagogiques et techniques doivent être respectées.

Accès à la plateforme et aux ressources

- Un lien d'accès à la plateforme de formation en ligne vous sera communiqué
- Mise à disposition des supports pédagogiques (PDF, Google Slides, etc.)
- Accès à une bibliothèque de ressources en ligne (articles, livres électroniques, études de cas)

Conditions techniques requises

Aucun support technique ne sera fourni aux apprenants en cas de dysfonctionnement de leur matériel. Il est donc essentiel de s'assurer en amont du bon état de fonctionnement des équipements suivants :

- Ordinateur en bon état de marche
- Connexion Internet stable et rapide
- Casque audio et microphone de bonne qualité

Webcam de bonne résolution pour une interaction optimale avec les formateurs

Méthode

Les formations sont ponctuées d'apports théoriques et pratiques.

Des exercices permettent d'appliquer concrètement les nouvelles compétences acquises sur le propre site de chaque stagiaire.

Programme : 7 heures

Comprendre l'environnement LinkedIn

- Expliquer le rôle de LinkedIn dans une stratégie de visibilité, de notoriété et de développement commercial.
- Distinguer les usages, avantages et limites d'un profil personnel et d'une page entreprise.
- Identifier les pratiques susceptibles de nuire à la crédibilité ou à la portée d'un compte.
- Explorer l'interface LinkedIn afin de repérer ses principales fonctionnalités.

Créer et optimiser un profil personnel

- Évaluer l'intérêt d'un profil personnel au regard de ses objectifs professionnels.
- Créer ou paramétrer un compte LinkedIn.
- Compléter les informations essentielles d'un profil : photo, bannière, titre, coordonnées et URL.
- Rédiger une présentation et valoriser ses expériences, compétences et recommandations.
- Intégrer des médias et contenus pertinents pour étayer son expertise.
- Analyser un profil au regard des critères de clarté, de cohérence et de crédibilité.
- Optimiser son profil afin de renforcer sa visibilité et son impact professionnel.

Développer une stratégie de réseautage

- Identifier les différents niveaux de relation sur LinkedIn.
- Construire un réseau cohérent avec ses cibles, son activité et ses objectifs.

- Rédiger des invitations et des messages de prise de contact personnalisés.
- Interagir avec son réseau de manière pertinente et régulière.
- Sélectionner des groupes et communautés utiles à sa veille ou à son développement.
- Utiliser les opérateurs booléens pour rechercher des personnes, entreprises ou opportunités ciblées.

Concevoir et administrer une page entreprise

- Distinguer les différents types de pages proposés par LinkedIn.
- Créer une page entreprise et renseigner ses informations fondamentales.
- Formuler la présentation de marque et valoriser son positionnement.
- Organiser les sections complémentaires de la page selon les besoins de l'entreprise.
- Mobiliser les collaborateurs pour accroître la portée organique des publications.
- Mettre en œuvre des actions favorisant l'engagement de la communauté.
- Exploiter la rubrique emploi pour soutenir une stratégie de recrutement.

Élaborer une stratégie éditoriale LinkedIn

- Réaliser un état des lieux de sa présence et de celle de ses concurrents sur LinkedIn.
- Définir des objectifs éditoriaux cohérents avec sa stratégie de communication ou de vente.
- Identifier ses audiences prioritaires, leurs attentes et les sujets à traiter.
- Concevoir une charte éditoriale précisant le ton, les thèmes, les formats et les règles de publication.
- Planifier des contenus selon un rythme réaliste et des temps forts identifiés.
- Sélectionner les outils adaptés à la programmation des publications.

Produire et publier des contenus engageants

- Distinguer les principales typologies de contenus selon leur objectif : notoriété, considération, conversion ou fidélisation.
- Expliquer les mécanismes de diffusion et de visibilité des publications LinkedIn.
- Concevoir une identité visuelle cohérente avec son positionnement.
- Évaluer l'intérêt de l'image, de la vidéo, du document, du carrousel ou du texte selon le message à transmettre.
- Rédiger des publications structurées, utiles et adaptées à l'audience visée.
- Créer des contenus mettant en valeur son expertise, ses réalisations et ses points de vue.
- Produire une newsletter LinkedIn lorsque ce format répond aux objectifs éditoriaux.
- Programmer et publier des contenus dans le respect du calendrier défini.
- Analyser des exemples de publications afin d'identifier leurs facteurs d'efficacité.
- Adapter ses contenus à partir des retours, interactions et résultats obtenus.

Stimuler l'engagement de sa communauté

- Expliquer l'influence de l'engagement sur la visibilité et la crédibilité d'un compte.
- Identifier les pratiques favorisant les interactions qualifiées.
- Formuler des appels à l'action adaptés à un objectif de publication.
- Répondre aux commentaires et engager des conversations utiles avec son réseau.
- Mettre en œuvre une séquence d'engagement sur des publications sélectionnées.
- Évaluer la qualité des interactions générées.

Utiliser les outils de création

- Identifier les outils utiles à la création de contenus LinkedIn.
- Créer des visuels adaptés aux formats de publication avec Canva.
- Sélectionner des typographies lisibles et cohérentes avec son identité visuelle.
- Produire un contenu visuel et rédactionnel prêt à être publié.

Analyser les performances et organiser sa veille

- Identifier les indicateurs utiles pour évaluer la performance d'un profil, d'une page ou d'une publication.
- Utiliser les outils d'analyse LinkedIn pour interpréter la portée, les impressions, l'engagement et l'évolution de l'audience.
- Comparer les résultats de différentes publications afin d'identifier les contenus les plus efficaces.
- Ajuster sa ligne éditoriale et son rythme de publication à partir des données observées.
- Mettre en place une veille sectorielle, concurrentielle et éditoriale sur LinkedIn.
- Sélectionner, organiser et exploiter les informations recueillies dans le cadre de cette veille.

Concevoir une campagne publicitaire LinkedIn

- Identifier les possibilités et limites du ciblage publicitaire sur LinkedIn.
- Définir une audience à partir de critères professionnels et comportementaux pertinents.
- Évaluer le potentiel d'une audience et la cohérence entre ciblage, budget et objectif.
- Définir un objectif publicitaire adapté : notoriété, trafic, génération de leads, conversion ou recrutement.
- Utiliser Campaign Manager pour paramétrer une campagne.
- Sélectionner un format publicitaire adapté au message et à l'objectif : Text Ads, Sponsored Content ou Dynamic Ads.
- Créer une campagne test et analyser ses premiers résultats.

- Ajuster les paramètres d'une campagne selon les performances constatées.

Exploiter les fonctionnalités avancées

- Comparer les offres LinkedIn Premium selon les usages professionnels recherchés.
- Identifier les apports de Recruiter Lite, Sales Navigator, LinkedIn Learning et des offres Premium.
- Sélectionner une offre ou une fonctionnalité avancée au regard d'un besoin de recrutement, de prospection, de formation ou de développement commercial.
- Exploiter Google Analytics 4 pour analyser le trafic provenant de LinkedIn et son impact sur le site web.

Encadrer l'automatisation des processus

- Identifier les tâches répétitives pouvant être automatisées dans une démarche de prospection ou de veille.
- Expliquer le fonctionnement général de PhantomBuster et des *Phantoms*.
- Sélectionner un scénario d'automatisation adapté à un objectif précis.
- Paramétrer un cas d'usage simple dans le respect des règles de LinkedIn, du RGPD et des bonnes pratiques de prospection.
- Évaluer les bénéfices, risques et limites d'une automatisation avant son déploiement.
- Réaliser un exercice de conception d'un processus automatisé encadré.

Évaluations

Dispositif de suivi de l'action

L'action de formation est sanctionnée par une feuille de présence signée par ½ journée et une attestation si besoin sera délivrée pour tous les participants (adressé à l'entreprise en fin de stage).

Dispositif d'évaluation des résultats

Évaluation des connaissances en fin de formation au travers de QCM et questions diverses.

Quatre formulaires d'évaluation de la formation

Avant la formation (positionnement), à la fin de la formation à chaud et trois mois après à froid. Au courant de l'année, un dernier vous sera envoyé pour évaluer votre satisfaction pour la/les formation(s) effectuée(s) au sein de notre organisme.

CONCLUSION et QUESTIONS OUVERTES