

LinkedIn - savoir communiquer et prospecter

PUBLIC

Tout salarié souhaitant participer à la communication de son entreprise sur Internet. Accessible aux personnes en situation de handicap.



PRÉREQUIS

Aucun

OBJECTIFS

Découvrir le réseau social LinkedIn. Savoir prospecter à l'aide de son profil.



APTITUDES

Capacité à travailler en équipe.
Capacité à définir des objectifs.
Sens de la planification.

COMPÉTENCES VISÉES

Organiser son site, gérer et harmoniser les contenus, l'ergonomie et le design du site.
Réussir le référencement de son site Web pour générer des contacts.
Animer le contenu du site au travers des outils du web marketing, de ses partenaires.

MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.
Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

DURÉE

Durée : 1 à 4 jour(s) | Délai d'accès : sur demande



TARIF

A partir de 350 € par personne / jour

MODALITÉS

Présentiel / à distance / mixte

PROGRAMME

Définition et concept du marketing social media

- Les objectifs de la mise en place d'une démarche webmarketing
- Définir ses cibles (prospect, client, prescripteur, ...)
- Le Webmarketing, adapter sa communication Web à sa cible
- LinkedIn : définition de ses besoins, de ses enjeux
- Comprendre le fonctionnement de LinkedIn (#, @, article, post, ...)

Développer son profil

- Optimiser son profil (photo, couverture)
- Modifier son url
- Rédiger une biographie
- Développer son parcours, historique
- Intégrer son cursus scolaire
- Indiquer ses compétences
- Se rattacher à des pages

Animer son profil

- Publier des posts sur sa thématique
- Publier des articles et gestion de son espace professionnel
- Récupérer des témoignages
- Demande de relations et ajout de note
- Utilisation de la messagerie instantanée
- Utiliser la barre de recherche pour prospecter

Créer et animer sa page entreprise

- Renseigner les informations liées à son entreprise
- Ajouter ses collaborateurs
- Indiquer les hashtags de l'entreprise
- Animer et rédiger du contenu ciblé
- Interagir avec sa communauté

Découvrir des outils complémentaires

- Raccourcisseur d'url
- Outils pour analyser ses statistiques sur LinkedIn
- Découverte de la publicité (base)

Les bonnes pratiques

- Planning social media (gestion d'un calendrier de publication)
- Réaliser un reporting mensuel