

Communiquer et prospecter avec LinkedIn

PUBLIC



Dirigeant, responsable ou chargé de la communication ou du marketing, toute personne participant au développement commercial de l'entreprise. Accessible aux personnes en situation de handicap.

PRÉREQUIS

Aucun

OBJECTIFS



Optimiser le contenu de son profil, de sa page d'entreprise
Savoir créer des contenus pertinents
Connaître les fonctionnalités avancées de LinkedIn

APTITUDES

Savoir communiquer sur LinkedIn

COMPÉTENCES VISÉES

Développer ses compétences sur LinkedIn

MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance
Ateliers de mise en pratique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation de l'acquisition des connaissances lors d'exercices pratiques et validation des acquis par un QCM

DURÉE



Durée : 1 jour | Délai d'accès : sur demande

TARIF

A partir de 450 € net par jour et par personne

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 professionnel, historique
- Intégrer son cursus scolaire, universitaire
- 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

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

