



Développer la visibilité de l'OP sur LinkedIn et recruter de nouveaux adhérents

Format :

1 jour (7h)

Prérequis

Pas de pré-requis nécessaire

Pédagogie

- Orientée à 100% sur le savoir faire : mise en pratique constante avec les outils à créer ou à gérer
- Création d'un support de formation papier pour chaque stagiaire.

Programme

- 1) Panorama des produits LinkedIn (10 mn)
- 2) Boite à outil avant de démarrer
 - a. Recherche Sémantique (1h)
 - i. Sur quelles terminologies optimiser sa visibilité
 - ii. Les outils pour générer des termes
 - iii. Atelier mise en pratique
 - b. Définir les # influents (20 mn)
 - i. L'outil de popularité des # associé à LinkedIn
 - ii. Atelier mise en pratique
- 3) Marque employeur : Enjeux et la mise en place (30 mn)
 - a. Relai charte graphique
 - b. Rassurer, séduire & promouvoir les valeurs de l'entreprise
- 4) Optimisation du profil personnel – Augmenter la visibilité en fonction de l'algorithme LinkedIn (2h)
 - a. Règles d'un bon profil
 - b. Les points clés de l'optimisation du profil
 - c. Être trouvé
 - d. Devenir influent
 - e. Atelier : Optimisation du profil de chaque stagiaire
- 5) Gérer des Leads via LinkedIn – Prospector / Recruter des adhérents (1h30)
 - a. Maîtriser la recherche avancée



- b. Gérer les degrés de relation
 - c. Gérer les invitations
 - d. Développer son réseau
 - e. Transformer & Prospecter
 - f. Sales Navigator : comment trouver des Leads
 - g. Campagnes de Leads via le campaign manager
 - h. Atelier : Mise en pratique
- 6) Communiquer & promouvoir – Page Entreprise & Profil Personnel (1h30)
- a. Différentes formes d'expression : les enjeux business
 - b. Optimisation des contenus & paramètres de la page entreprise / page vitrine
 - c. Écriture d'un contenu optimisé – les différentes formes
 - d. Relayer un événement
 - e. Créer des illustrations via Canva
 - f. Tagger & Relayer
 - g. Faire de la veille de contenus à partager
 - h. Mesurer
 - i. Atelier Mise en pratique rédactionnel

Compétences visées

À la fin de son apprentissage, le stagiaire doit être capable de :

1. Créer et/ou optimiser son profil LinkedIn avec insertion d'une photo de profil et une bannière
2. Rédiger un post et un article long optimisé avec l'utilisation des # appropriés, les mentions et émoticônes si souhaité
3. Prospecter via LinkedIn
4. Construire et gérer une page entreprise et page vitrine
5. Créer des illustrations de posts

Intervenante :



Catherine Headley

Digital Strategist

- +20 ans d'expérience en acquisition digitale
- Co-auteur de La Boîte à Outils du Digital Entrepreneur & La Boite à Outils de la Stratégie Digitale Omnicanal aux éditions Dunod (voir LinkedIn)
- Gérante du Cabinet d'acquisition Headley & Co – principales références numeum, Talents du Numérique, Elephant maison, FFAC, Sphere, Au Bain Marie, FEEF, FFDM, CEDAP, Monsieur L, Sophie Mallebranche, Piscines de France, Touquet Savour...
- Professeur associé ISC Paris et ESIEE
- fr.linkedin.com/in/catherineheadley/

*Catherine Headley SARL est organisme de formation agréé depuis le
17/06/2013*

Numéro de formateur 11 75 50 208 75

SIRET : 791 047 459 000 15