

Construit un réseau qui te ressemble et génère tes premiers clients grâce à LinkedIn

Durée :

2 journées de formation (7h)

Présentiel : 9h > 12h00 - 13h00 > 17h

Distanciel : 4 x 1h45 sur 15 jours

Tarifs :

(6 participants maximums par formation)

Intra-entreprise : **1 400 € HT / formation**

Formation sur mesure : [Nous contacter](#)



Objectifs :

- _ Savoir utiliser LinkedIn pour vendre et recruter
- _ Connaître les astuces et outils pour se démarquer
- _ Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

Prérequis :

Disposer d'un compte personnel (et ou professionnel) sur les réseaux sociaux & LinkedIn.

Publics cibles :

Toute personne concernée par les projets digitaux et leurs aspects de communication.

Formateur :

Issu de l'agence [Start it Up](#), **spécialisé social selling**, le formateur dispose de plusieurs années d'expérience qu'il mettra à profit pour faire découvrir de façon didactique l'ensemble des opportunités de ces réseaux.

Informations pratiques :

Les formations sont dispensées dans nos bureaux de Paris (9ème) ou de Clermont-Ferrand.

Les formations intra-entreprise peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise sur demande. Des frais de déplacement peuvent être facturés en sus.

Formation accessible aux personnes handicapées !
Nous contacter au [04 73 93 12 12](tel:0473931212) pour en savoir plus.

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Émargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Programme de formation

Cours théorique jour 1

1. Le profil sur LinkedIn

- _ Insight Selling
- _ Target Testing
- _ Trigger Selling
- _ Social Selling

2. La page entreprise sur LinkedIn

- _ Les fondamentaux d'une page professionnelle
- _ Charte éditoriale et dimensions des images à respecter
- _ Présentation des différents outils et fonctionnalités avancées de la plateforme
- _ Présentation et utilisation des outils de publication, de programmation et de modération
- _ Présentation et utilisation d'outils de veille
- _ Publicités : comprendre les différents formats publicitaires pour faire le bon choix en fonction de ses objectifs

- _ Comment acquérir et fidéliser les nouveaux abonnés
- _ Analyses statistiques : comment recueillir et interpréter les données

3. Business et Recrutement

- _ Comment publier du contenu pertinent & quelle est la meilleure stratégie à adopter avec votre audience cible
- _ Initiation aux recherches pour prospecter, recruter ou trouver les informations / personnes nécessaires pour votre business
- _ Comment réseauter à l'aide de LinkedIn ?
- _ Générer du lead/acquisition

4. Mise en pratique

- _ Mise en place des actions : profil, contenu, démarche, etc.

Exercices pratiques

- _ Utiliser des outils de graphisme
- _ Compléter un média planning
- _ Auditer d'un compte social
- _ Créer un Business Manager
- _ Interpréter un reporting

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Émargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Programme de formation

Cours théorique jour 2

5. Panorama des réseaux sociaux

- _ Présentation générale : objectifs, cibles, contenus adaptés...

6. Elaborer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- _ Quels objectifs viser avec le Social ?
- _ Les piliers : le planning stratégique, le processus créatif, la production, le média planning
- _ Stratégie & plan de communication
- _ Gestion de projet
- _ Veille
- _ E reputation
- _ Savoir faire un audit social media
- _ Savoir construire une ligne éditoriale
- _ Savoir lire et construire un planning éditorial

7. Community Management

- _ Graphisme & outils
- _ Outils et automatisation
- _ Notions de SMO
- _ Stratégie de marketing d'influence

8. Campagnes média

- _ Focus investissement media (gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux)
- _ Stratégie annonceur
- _ Utilisation du Business Manager

9. Reporting

- _ Faire des reportings
- _ Être capable de comprendre et d'analyser les résultats

Exercices pratiques

- _ Social Selling Index
- _ Optimisation du profil
- _ Photo de profil
- _ Vidéo de profil
- _ Image de couverture
- _ Marketplace services
- _ S'abonner à des pages
- _ Suivre des entreprises ou influenceurs
- _ Gérer votre profil public
- _ Analysez votre activité/contenu
- _ Allez chercher des recommandations de compétences
- _ Les paramètres
- _ Notifications / préférences
- _ CTO profil