

LINKEDIN GROWTH

L'ANTISÈCHE

Ceux qui vous parlent du "nouvel algorithme LinkedIn" confondent moyenne, médiane et règle générale. À la fin, comme votre horoscope, ça ne veut rien dire mais ça donne l'illusion que ça marche.

Donc soyons sérieux 5 minutes :

- Non, il n'y a pas de "nouvel algorithme"
- L'horaire de publication importe peu
- Les "boost" de reach en fonction de X ou Y variable c'est de la connerie.

Avec Alice et Charlotte on a créé cette antisèche (grandement inspirée d'une fiche qu'avait faite Filipa Canelisa il y a quelques mois) pour sortir du bullshit.

Elle explique :

- Comment organiser son profil
- Comment créer du contenu simplement
- Les mauvaises pratiques à éviter
- Des conseils pour générer de l'engagement
- Les outils que vous pouvez utiliser pour vous faciliter la vie

Pas de chiffres dans tous les sens mais des pratiques simples qui m'ont permis d'atteindre 22M de reach en 2023.

Essayez, vous m'en direz des nouvelles.



Jordan Chenevier-Truchet
@jordanchenevier

ANTISÈCHE - "LINKEDIN GROWTH"

PARAMÈTRES

Visibilité Publique (ON)

Mode Créateur (ON)

Customiser son url

MAUVAISES PRATIQUES

- Ghoster après avoir posté**
Pendant les 30 premières minutes, engagez avec les autres et réagissez aux commentaires.
- Spammer**
N'envoyez pas votre pitch commercial à tout le monde en message privé, ça n'est pas la bonne méthode.
- Irrégularité**
Ça ne veut pas dire poster tous les jours (même si c'est mieux) mais au moins d'engager chaque jour avec les autres.
- Trop de promo**
C'est ok de parler de son business mais il faut garder un équilibre en apportant de la valeur à votre audience.
- Copier / Coller**
Il n'y a aucune valeur ajoutée à copier mot pour mot le contenu d'un autre créateur.

ENGAGEMENT

- Créateurs**
Avez-vous une liste de créateurs dans votre espace avec lesquels interagir ?
- Prospects**
Avez-vous une liste des prospects avec lesquels interagir ?
- Réseaux**
Avez-vous une liste de personnes avec lesquelles vous souhaitez vous connecter ?
- Commentaire**
Votre commentaire apporte-t-il de la valeur ajoutée par rapport au post initial ?
- Temps**
Commentez-vous dans la première heure de la publication en direct ?

PROFIL LINKEDIN

- Titre**
Expliquer clairement comment vous aidez votre cible.
- Section - à propos**
Structurer ses sections avec un hook, une proposition de valeur et un CTA.
- Section - education**
L'algorithme de LinkedIn en tient compte dans les recherches de profils. Assurez-vous que la partie soit complétée.
- Photo de profil**
Avoir une photo de bonne qualité qui vous représente.
- Section - selection**
Pour inciter des prospects à faire une action ou à susciter l'intérêt.
- Compétences**
Les trois premières sont les plus importantes. Pensez à les mettre à jour.
- Bannière**
Pour inciter des prospects à faire une action ou à susciter l'intérêt.
- Section - expériences**
Est-ce facile à lire ? Est-ce que ça reflète votre expérience et votre expertise pour attirer des employeurs ou des clients ?
- Recommandations**
Elles ne sont pas indispensables mais elles servent de preuves sociales.

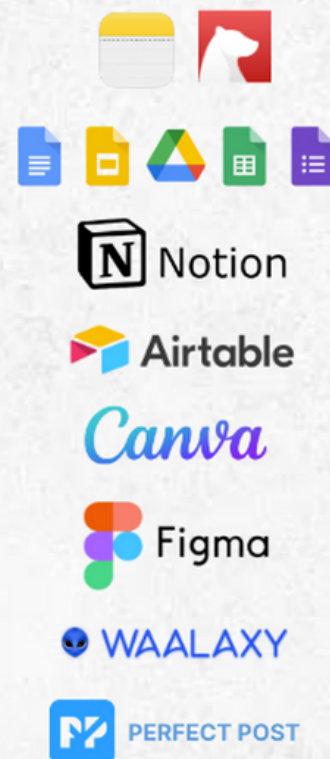
CONTENU LINKEDIN

- Organisation**
Ne vous asseyez jamais sans une idée concrète ou sans savoir sur quoi vous allez écrire. Consacrez 5 minutes à organiser vos idées et choisissez celles sur lesquelles vous vous concentrerez.
- Changer de format**
Pas besoin de s'en tenir tout le temps aux messages en texte brut. Les carrousels ressemblent à un livre numérique sur LinkedIn et sont parfaits pour capter l'attention des gens. Prenez en compte l'accroche + les visuels. Les vidéos fonctionnent bien aussi.
- Création de plusieurs contenus**
Si vous disposez d'un plan de contenu solide, vous aurez probablement plus de 5 idées à transformer en publications. Bloquez votre calendrier pendant 2 à 3 heures et créez le contenu pendant ces périodes.
- Rédaction vs édition**
Séparez la phase d'écriture de la phase d'édition. Écrire, c'est tout mettre dans la page. L'édition sert à peaufiner ce qui a été écrit. Ne mélangez pas les deux, sinon vous souffrirez probablement du blocage de l'écrivain.
- Formatez vos posts**
Utilisez des emojis et des phrases courtes pour intéresser les gens à la lecture. Évitez absolument les blocs de texte.
- Bloqué par l'écriture**
Aïe, ça fait mal. Éloignez-vous du mode création, sortez pour une courte promenade et laissez votre esprit vagabonder. Ne forcez pas.
- Planifiez vos contenus**
Plus facile à dire qu'à faire, mais plus vous avez de messages à l'avance, plus il sera facile de rester cohérent.

STRATÉGIE LINKEDIN

- Public cible**
Créez un document avec les détails de votre persona cible. Concentrez-vous sur ses points faibles, ses désirs, ses objectifs et les tâches à accomplir.
- Audit contenu**
Quel contenu existant pourrait être réutilisé ? Article de blog, publication sur les réseaux sociaux, podcast, etc... Quel contenu existant améliorer ? Quel contenu manque ?
- Piliers de contenu**
Disposez d'un ensemble de 2 à 3 piliers de contenu dans lesquels circule votre contenu. Assurez-vous qu'ils sont liés aux objectifs que vous vous êtes fixés.
- Planning des contenus**
À quelle heure poster ? Combien de fois par semaine ? Pouvez-vous planifier des semaines à l'avance ? Sur quelle plateforme ?
- Distribution de contenu**
Quels autres canaux de distribution souhaitez-vous exploiter ?

OUTILS



IDÉES À RETENIR

- LinkedIn**
Étudiez les créateurs : les accroches, les carrousels, le format, les tendances, les CTA, les retours, etc...
- Les livres**
Lisez plus de livres dans votre niche. Ils regorgent de sujets et d'idées qui peuvent vous inspirer de nouveaux articles.
- Les articles**
Abonnez-vous à des newsletters, blogs, magazines, forums, etc... liés à votre niche.
- Les mots clés**
Utilisez une extension comme Google Chrome Keywords Everywhere pour trouver des mots-clés dans votre niche.
- Les clients**
Vous avez des clients existants ou un réseau intéressant ? Demandez-leur ce qu'ils aimeraient voir ou les suggestions qu'ils peuvent avoir.

Jordan Chenevier-Truchet
@jordanchenevier

