



Formation

Devenir visible et générer du business sur LinkedIn

Développez votre business grâce à LinkedIn !
Apprenez à communiquer et à vendre sur LinkedIn.

Objectifs de la formation

01

Comprendre LinkedIn et ses opportunités en B2B pour développer votre visibilité et générer des opportunités.

02

Optimiser votre profil LinkedIn pour en faire une véritable vitrine de votre expertise et de votre activité.

03

Maîtriser les leviers de visibilité sur LinkedIn, du personal branding aux nouveaux enjeux liés au GEO.

04

Construire une stratégie de contenu efficace et créer des publications régulières, pertinentes et engageantes.

05

Structurer votre prospection LinkedIn, du ciblage avec Sales Navigator à la rédaction des messages et à l'orchestration des campagnes.

06

Combiner communication et prospection pour développer votre réseau, renforcer votre crédibilité et générer davantage de rendez-vous.

07

Analyser vos performances et améliorer votre stratégie grâce aux bons indicateurs.

Profil des bénéficiaires

Pour qui

- Chefs d'entreprise
- Salariés d'entreprise
- Auto-entrepreneurs

Prérequis

- Disposer d'un ordinateur avec une connexion Internet
- Un entretien téléphonique préalable détermine votre niveau : aucun prérequis pour le niveau débutant ; connaissances sur le sujet requises pour le niveau avancé

Infos pratiques

DURÉE

12h30

MODALITÉ

Distanciel

CAPACITÉ

4 à 10 apprenants

DÉLAI D'ACCÈS

3 semaines

ACCESSIBILITÉ PSH

Oui

SATISFACTION

9.2/10 (32 avis)

Tarifs

Entreprise

1 875 € HT

Besoin d'adapter la formation à vos enjeux ? Un devis sur mesure est possible.

Contenu de la formation

4 modules + bonus · 12 h 30 · distanciel

MODULE 1

LinkedIn : la puissance de la plateforme

- Qu'est-ce que LinkedIn : présentation, mission et chiffres clés
- LinkedIn, une mine d'or pour les décideurs B2B
- L'audience LinkedIn : qui sont les utilisateurs et ce qu'ils viennent chercher
- Page entreprise et profil personnel : deux comptes, deux usages
- LinkedIn et le GEO (Generative Engine Optimization)
- Exploiter tout le potentiel de LinkedIn : synergie prospection et communication, Social Selling Index (SSI)

MODULE 2

Le profil : votre vitrine commerciale

- Pourquoi optimiser son profil : votre page de vente n°1
- Les éléments prioritaires : bannière, photo de profil, titre, section Infos
- Les autres éléments : URL, badge de vérification, coordonnées et bouton CTA, expériences, compétences, licences et certifications, recommandations, Ma sélection, langue
- Pour chaque élément : à quoi il sert, pourquoi et comment l'optimiser, avec exemples

MODULE 3

Le contenu : votre personal branding

- Comprendre l'inbound et l'outbound marketing
- Le personal branding : parler de soi sur LinkedIn
- Les 7 formats LinkedIn : texte, texte + image, carrousel, vidéo, article, newsletter, webinar
- Les 4 types de contenu : pédagogie, point de vue, storytelling, événement ; contenus chauds et contenus froids
- Penser sa stratégie comme un entonnoir de conversion : TOFU, MOFU, BOFU
- Construire sa stratégie de contenu : se connaître, connaître sa cible et son offre, faire sa veille, dégager des angles
- Bien rédiger un post : hook, corps, CTA, ton et visuel Utiliser l'IA pour structurer ses posts, sans écrire à sa place
- Comprendre l'algorithme LinkedIn
- Mesurer ses performances : KPI et moyennes de référence

BONUS

Pour aller plus loin

- Les bonnes et mauvaises pratiques sur LinkedIn
- Cadence de publication : quand publier ?
- Construire son planning éditorial avec Notion
- La checklist avant de publier
- Rendre sa présence LinkedIn « GEO friendly »
- Créer des concepts de posts plutôt que du post à post

MODULE 4

La prospection : votre acquisition

- Le cercle vertueux entre communication et prospection
- Qu'est-ce qu'une bonne prospection : de la cible au pilotage
- Construire son ciblage : recherche LinkedIn native ou Sales Navigator
- Détecter les bons signaux : signaux faibles, triggers, intent
- Scénarios et messages de prospection : anatomie d'un message qui convertit
- Trouver le ton qui passe les filtres : éviter la fausse personnalisation
- Orchestrer ses canaux : LinkedIn, e-mail, contenu
- Les outils et l'IA au service de la prospection
- Piloter et mesurer sa prospection : pipe commercial et KPI

Suivi, évaluation & ressources

Suivi et évaluation des résultats

- Quizen cours de formation
- Exercices de mise en application
- Examen final : une note de 7/10 minimum valide les acquis
- Évaluations à chaud et à froid
- Au moins 1 point d'écart entre l'auto-évaluation avant et après la formation
- Accompagnement individualisé selon votre niveau, tout au long de la formation

Ressources techniques et pédagogiques

- Support de cours
- Formation à distance
- Groupes de 4 à 5 personnes maximum pour plus de réactivité
- Assistance pendant 1 mois après la formation

Équipe pédagogique

Nos formations sont réalisées par des formateurs experts.

Qualité et satisfaction : 9,5/10 (26 avis)

Note moyenne attribuée par nos stagiaires, toutes formations confondues (plus de 700 apprenants formés).

Admission

Lors de l'entretien de vente téléphonique, le commercial vérifie le niveau de connaissances du ou des apprenants. Une étude préalable individuelle est réalisée avant tout démarrage, pour exposer votre problématique, vos besoins et vos objectifs professionnels. Un entretien complémentaire avec le formateur peut être proposé pour répondre à des attentes plus spécifiques.

Accessibilité

Pour chaque formation, une étude préalable permet d'adapter les modalités pédagogiques et l'animation à la situation de handicap annoncée. Pour toute question sur les conditions d'accès (adaptation des moyens de la prestation...), contactez l'une de nos référentes handicap :

- Aurore PANTINI —
aurore@adpremier.fr
- Mélanie BOURDALE —
m.bourdale@adpremier.fr
- Aurélie BENHABREUCHE —
aurelie.b@adpremier.fr

Prêt à passer à l'action ?

Parlons de vos objectifs. Nous adaptons la formation à votre niveau et à vos enjeux.

linkforce.fr

Linkforce