



Réseaux sociaux

R.3 - Créer et animer sa page LinkedIn

Les réseaux sociaux professionnels sont de véritables outils en termes de prospection, création de visibilité et recrutement 2.0. Prendre en main LinkedIn, ses codes, usages et fonctionnalités

Méthode interactive

Théorie et cas pratiques

1 Jour ou 7 H

INTER: le groupe 690 € HT (1 à 4 pers.)

INTRA: 450 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

Objectifs

- Comprendre les usages et le potentiel de LinkedIn en prospection.
- Créer ou optimiser son profil LinkedIn
- Acquérir les principes clés fondamentaux pour optimiser son réseau
- Créer une page entreprise

A la fin de la formation, le stagiaire saura construire son personal brand sur LinkedIn et exploiter son réseau en situation professionnelle.

Itinéraire et contenu pédagogique :

Session 1 : 0,5 J

- **Présentation de LinkedIn**

Chiffres clés / Quelle utilisation pour quel objectif : mode passif, réactif, actif / Quelle utilisation en mode professionnel

- **Introduction au personal branding avec LinkedIn**

Créer et paramétrer son profil LinkedIn. / Usages du profil personnel / Principales fonctionnalités / Définition du Personal Branding / Publier sur LinkedIn.

- **Accroître son réseau**

Bonnes Pratiques pour développer son réseau / Constituer le noyau dur de son réseau : les prescripteurs / Plan de contenu éditorial

Session 2 : 0,5 J

- **Prospecter avec LinkedIn**

Formuler son positionnement commercial : critères de ciblage / Rechercher les contacts qualifiés / Utiliser les fonctions avancées.

- **Découvrir le compte premium**

Avantages du compte Premium. Faire de opérations du ciblage et de la prospection avec le compte premium.

- **Créer une page professionnelle LinkedIn**

Créer et paramétrer la page.

Evaluation orale fin de formation

Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste marketing/communication.

Prérequis

Etre à l'aise avec internet

Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h et 13h-17h

Organisation pédagogique : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur
Apporter son PC portable ou sa tablette.

Encadrement : Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.