



Saint-Emilion Tourisme



UNE AUTRE FAÇON DE CONSTRUIRE SON RÉSEAU

Présentation conçue par Saint-Émilion Tourisme.
Reproduction interdite.
2 septembre 2021

Pourquoi
construire
son profil ?

Linked 



Petit état de lieux

LinkedIn est un réseau social orienté entreprise et relations professionnelles, fondé en 2002 à Mountain View en Californie et lancé en mai 2003.

En 2021 :

- Dans le monde, LinkedIn totalise **774 millions de membres**.
- En France, LinkedIn compte plus de **22 millions de membres** et **10,7 millions de membres actifs** mensuels estimés, ce qui en fait le **6ème réseau social**.
- **840 000 entreprises** sont présentes sur la plateforme.



3 raisons pour rejoindre LinkedIn

Les **enjeux** sur LinkedIn peuvent être **triples** :

- 1. Promouvoir son identité professionnelle**
- 2. Construire et étoffer un réseau de contacts pertinents**
 - a. pour gérer et développer sa carrière
 - b. faciliter le dialogue entre professionnels
 - c. gérer son réseau de contacts
- 3. Communiquer, rester informé et partager son expertise**

Être présent sur LinkedIn, c'est être au cœur d'un **écosystème stimulant pour les entreprises et les professionnels.**



Construire
son profil personnel



Les étapes clés pour débiter

Lors de la création de son profil, plusieurs éléments sont à renseigner pour maximiser l'impact de celui-ci :

- **PHOTO** : optez pour une photo professionnelle et adaptée
- **SLOGAN** (INFO) : rédigez un descriptif succinct et accrocheur.
Les résumés sont indexés par le moteur de recherche de LinkedIn. Pensez à insérer les mots-clés relatifs à votre activité et à vos compétences.
- **EXPÉRIENCE** : utilisez des mots clés pour décrire votre expérience professionnelle
- **FORMATION** : mentionnez vos formations et diplômes obtenus
- **EXPERTISES** : indiquez vos expertises avec la fonction Skills
Restez honnête sur vos compétences réelles : n'embellissez pas votre profil avec des expériences hasardeuses voire mensongères, cela risque de ne pas passer inaperçu très longtemps !



Sollicitez votre réseau dès votre inscription

Dès la création de votre profil, pensez à solliciter votre réseau professionnel :

- pour **FAIRE GRANDIR** le nombre de vos contacts
Plus vous avez de contacts, plus votre profil sera vu par des personnes qui ne sont pas dans votre réseau actuel.
- pour **FAIRE VALIDER** vos Skills
LinkedIn permet de faire “valider” les compétences que vous renseignez dans votre profil. Le choix de ces compétences est important si vous êtes dans une démarche de recherche d'emploi puisque LinkedIn fait le lien entre les compétences que vous listez et celles recherchées par l'employeur.
- pour **OBTENIR DES RECOMMANDATIONS**
Les recommandations obtenues par vos relations professionnelles sont un atout auprès des recruteurs ou de vos futures relations LinkedIn.

Maximisez la visibilité de votre profil

- **PERSONNALISEZ VOTRE URL** : une fois votre profil créé, vous avez la possibilité d'indiquer votre nom dans l'adresse URL de votre page LinkedIn afin de dynamiser votre présence en ligne sur les moteurs de recherche web.
- Ajoutez des **PROJETS SPÉCIFIQUES**, professionnels ou non. Ils représentent un complément d'activité comme l'adhésion à une association ou encore la participation à un événement ponctuel. Cela montre votre dynamisme, votre curiosité ...
- Enrichissez votre profil par des **CONTENUS MÉDIAS** pour illustrer vos expériences et mettre en avant votre entreprise tels que des vidéos, photos, présentations ...
- Intégrez vos autres **PROFILS MULTIMÉDIAS** tels que votre site professionnel, blog, compte Twitter ou encore profil Facebook (s'il s'agit de profils gérés de façon professionnelle et pouvant être rendus publics) ...



Et rendez votre profil public

- Gérez le **NIVEAU DE CONFIDENTIALITÉ DE VOS PUBLICATIONS** (statut, ajout de compétences, etc...) auprès de votre réseau et sélectionnez qui peut voir votre flux d'activité. *Si vous faites plusieurs mises à jour de votre profil en ajoutant des projets, des expériences et autres informations, vous pouvez activer/ désactiver vos diffusions d'activité, sélectionner qui peut voir votre flux d'activité, modifier la visibilité de votre profil et de votre photo et enfin vous pouvez décider de ce que les autres voient lorsque vous consultez leur profil.*
- Sélectionnez la **LANGUE D'UTILISATION** de votre interface LinkedIn. Vous pouvez l'utiliser en anglais, en français ou toute autre langue.
- Gérez vos **COORDONNÉES** téléphoniques, vos adresses e-mail et toutes vos informations de profil.



Astuces

Paramétrez la **FRÉQUENCE DES EMAILS ET LES NOTIFICATIONS** : selon votre besoin, LinkedIn vous informe de l'activité de votre réseau via des emails et notifications push.

Cela permet de ne manquer aucune information importante si vous ne vous connectez pas régulièrement. Vous pouvez choisir la fréquence et le contenu de ces notifications et e-mails via l'espace Communications.

TRANSFORMEZ RAPIDEMENT UN PROFIL LINKEDIN EN CV : LinkedIn peut transformer un profil en CV en quelques secondes avec l'outil *Resume Builder*. Il suffit de choisir un modèle de CV, de le passer en revue puis de l'exporter en fichier PDF. Facile à partager, à imprimer ou à envoyer par e-mail ! *Cette fonctionnalité est proposée uniquement aux membres Premium.*





Construire
son réseau

Linked 



Dans les premiers jours ...

Après avoir créé votre profil sur LinkedIn comme vu précédemment, vous pouvez ajouter :

1. ceux que vous connaissez (relations personnelles)
2. ceux qui ont étudié avec vous
3. ceux qui ont travaillé avec vous (et les collègues actuels)
4. ceux qui sont membres des mêmes groupes que vous
5. ceux qui ont consulté votre profil
6. ceux qui vous ont invité.

ASTUCE : Lors de la création de votre profil, LinkedIn vous proposera d'**importer votre carnet d'adresse e-mails**. À partir des e-mails, une liste de suggestions vous sera proposée parmi les personnes présentes sur le réseau social. Vous pourrez directement entrer en contact avec elles.



Après quelques semaines ...

Pour continuer à bâtir votre réseau sur LinkedIn, vous pourrez ajouter :

1. ceux que vous **rencontrez au quotidien** dans votre activité professionnelle
2. ceux qui ont **consulté votre profil**
3. ceux qui **vous ont invité**
4. ceux qui **correspondent à vos critères** de recherche
5. ceux que **LinkedIn vous suggère** si vous les connaissez

L'algorithme de LinkedIn permet de vous suggérer une liste de noms de personnes que vous connaissez peut-être. Disponible sous les invitations dans l'onglet Réseau, cette section peut être intéressante pour vous connecter à des gens auxquels vous ne pensez pas.

RECOMMANDATIONS : Une fois votre profil créé sur LinkedIn vous recevrez spontanément des dizaines d'invitation de personnes que vous ne connaissez pas. **Soyez sélectif** pour construire votre réseau afin de le constituer uniquement de personnes ayant les mêmes centres d'intérêts professionnels que vous.



Bonnes pratiques pour entrer en contact (1/3)

Il existe plusieurs façons d'entrer en contact avec quelqu'un sur LinkedIn : certaines sont directes alors que d'autres sont plus subtiles.

1. Envoyez une invitation directe

Avant de pouvoir communiquer avec la personne ciblée, vous devez vous "connecter".

ATTENTION : Les destinataires peuvent indiquer qu'ils ne vous connaissent pas. S'ils le font, vous devrez à l'avenir donner l'adresse e-mail du contact pour chaque invitation envoyée.

CONSEIL : Pour se connecter, LinkedIn vous propose un message type à envoyer au contact. **Personnaliser ce message** augmente vos chances que le contact accepte votre demande de connexion.



Bonnes pratiques pour entrer en contact (2/3)

2. Faites-vous introduire par un contact commun

Lorsque vous avez trouvé votre *cible*, un chiffre apparaît dans le coin (2e) : cela indique que vous êtes connectés via des contacts de vos réseaux respectifs. Vous pouvez donc demander de vous faire présenter par ceux-ci. Pour ce faire :

1. Vous devez dans un premier temps envoyer un message pour informer le contact commun que vous voulez entrer en relation avec la *cible*.
2. Votre contact commun doit ensuite envoyer un message à la *cible* et vous inclure dans les destinataires.
3. La cible doit répondre à votre message (et il est possible que votre contact commun soit toujours dans la conversation).

CONSEIL : N'utilisez pas toujours les mêmes personnes pour vous mettre en contact avec d'autres.



Bonnes pratiques pour entrer en contact (3/3)

3. Faites connaissance au sein d'un groupe commun

À partir du moment où vous faites partie d'un même groupe, vous pouvez communiquer avec un autre membre. Il suffit de regarder la liste des membres puis de positionner votre souris sur la *cible* en question ou sur sa photo pour faire apparaître l'option *Message*.

4. Envoyez un InMail (message) gratuit

Les membres Premium de LinkedIn peuvent activer une fonction (Open Profile) leur permettant de recevoir des messages gratuits de tous les membres LinkedIn.

5. Optez pour un compte Premium

Disponible uniquement via un compte Premium, les InMails vous permettent de communiquer directement avec une personne sans avoir son e-mail.



Utiliser

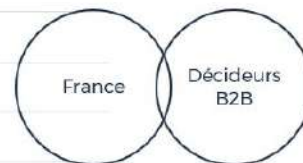
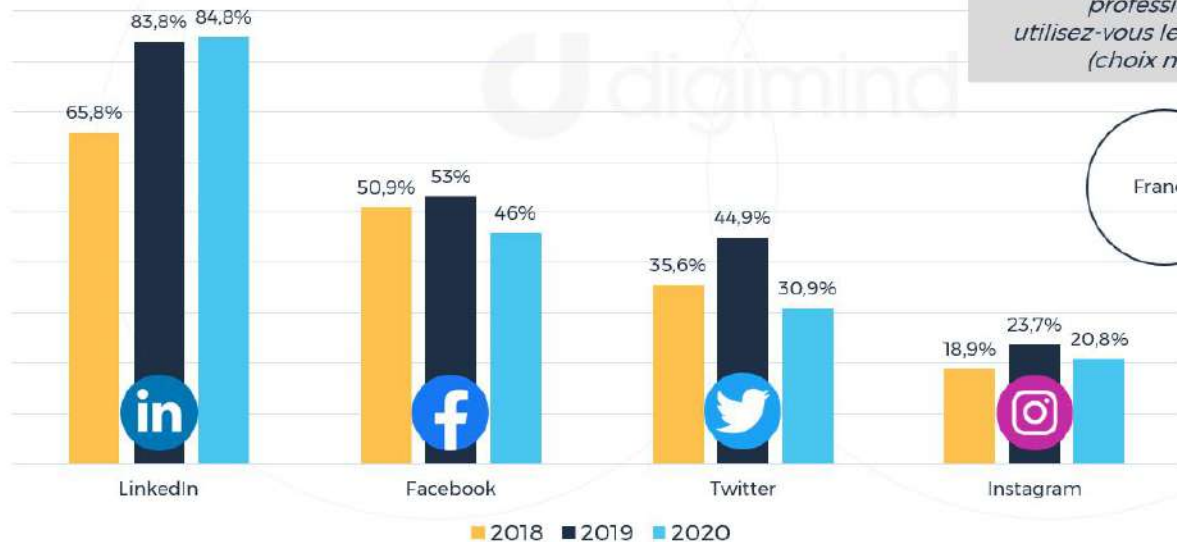


pour votre
entreprise

Pourquoi positionner son entreprise sur LinkedIn ?

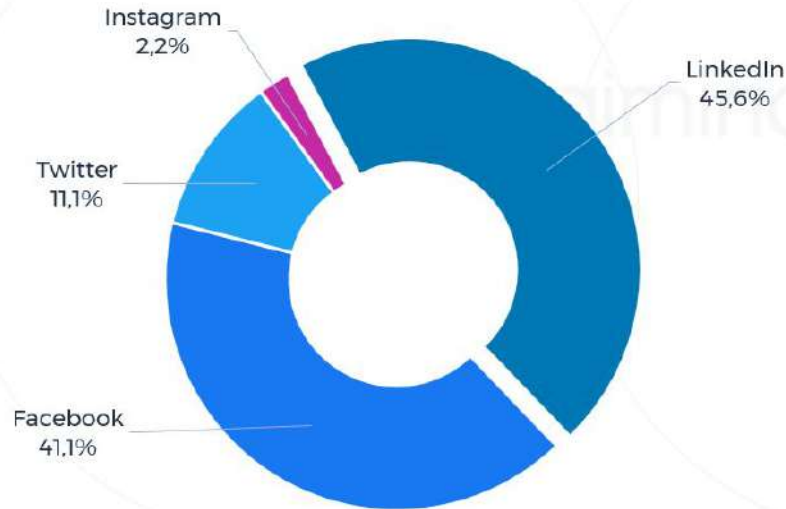
Social Selling : LinkedIn est le réseau le plus utilisé par les **décideurs B2B**

Dans le cadre de votre activité professionnelle, utilisez-vous le réseau social : (choix multiple)

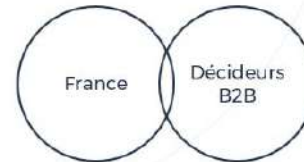


Pourquoi positionner son entreprise sur LinkedIn ?

Social Selling : LinkedIn est le plus incitatif à l'achat pour les **décideurs B2B**



Sur quel réseau avez-vous découvert le contenu qui a mené à un achat ?



Comment gérer une page LinkedIn *Entreprise* ?

Pour gérer une page *Entreprise*, trois options s'offrent à vous :

- **CENTRALISER** : Nommez une seule personne en charge des médias sociaux qui coordonnera tout le contenu et suivra les performances globales en collaboration avec les personnes adéquates dans l'entreprise (responsables de service, etc...).
- **ALTERNER** : Alternez la responsabilité de la page *Entreprise* entre chaque marque ou branche de l'entreprise avec un responsable central qui établit et gère le calendrier.
- **DIVISER POUR MIEUX RÉGNER 😊** : Partagez la responsabilité entre une équipe globale de médias sociaux et le service des ressources humaines ou de recrutement de votre entreprise afin de répondre aux besoins de marketing et de recrutement de façon égale. Les responsables de chaque équipe doivent travailler ensemble pour gérer le calendrier des publications et les objectifs communs.



Comment présenter votre *Entreprise* ?

La création d'une page *Entreprise* prévoit la **rédaction d'une description** qui se doit être la plus soignée possible :

- **UTILISEZ UN LANGAGE RICHE ET DESCRIPTIF** qui aide les lecteurs à comprendre votre spécificité, votre secteur d'activité, votre but et la valeur ajoutée que vous offrez.
Tentez de répondre à la question : Qu'est-ce qui vous rend unique ?
- Ajoutez une **DESCRIPTION D'UN OU DEUX PARAGRAPHES** car les pages *Entreprise* sont bien adaptées à l'optimisation des moteurs de recherche ; votre référencement Google n'en sera donc qu'amélioré.
- Choisissez vos **MOTS-CLÉS** avec soin pour améliorer votre référencement sur LinkedIn car la barre de recherche LinkedIn permet aux membres de rechercher directement des entreprises par mots-clés.



Comment développer votre réseau *Entreprise* ?

- **IMPLIQUEZ VOS COLLÈGUES** : Les salariés sont vos porte-paroles les plus fiables. Encouragez-les à compléter leur profil et à inclure un lien vers votre page *Entreprise* dans leurs signatures d'e-mails. Vos salariés peuvent également inviter leurs propres contacts à suivre votre page Entreprise.
- **ANNONCEZ VOTRE PAGE ENTREPRISE DANS UNE NEWSLETTER** adressée aux clients ou partenaires actuels.
- **AJOUTEZ UN BOUTON "SUIVRE" À VOTRE SITE WEB** : ceci permet aux membres de suivre votre entreprise avec un seul clic hors plateforme.
- **MENTIONNEZ VOTRE NOUVELLE PAGE** sur le blog, le site internet ou les réseaux sociaux de l'entreprise une fois que vous avez créé votre page *Entreprise* et commencé à ajouter du contenu.



Comment communiquer avec ceux qui vous suivent ?

- Votre **contenu** doit se montrer **informatif** : au total, 68 % des membres LinkedIn affirment qu'ils souhaiteraient recevoir des articles d'actualité ou de perspectives intéressantes.
- Ne publiez pas trop de **messages promotionnels**. *Si vous publiez occasionnellement des nouvelles ayant trait à votre entreprise ou vos annonces de produits, assurez-vous que le contenu offert bénéficie également à ceux qui vous suivent.*
- Exprimez-vous **succinctement**.
- Publiez **avec régularité** comme sur tous les réseaux sociaux professionnels
- Pensez à l'**heure** : les nouvelles publiées le matin suscitent en général le plus d'intérêt, suivies de celles publiées après les heures de travail.
- Incluez des **liens** vers du contenu de qualité. *Les statuts contenant des liens obtiennent jusqu'à 45% d'intérêt en plus que les statuts sans lien.*



Créer des pages *Vitrine*

Les pages *Vitrine* sont des **pages affiliées**, accessibles depuis la page principale d'une entreprise sur LinkedIn. Elles permettent de promouvoir des produits spécifiques ou d'utiliser des personas marketing pour apporter une expérience plus personnalisée aux visiteurs d'une page.

Les utilisateurs de LinkedIn peuvent suivre des pages *Vitrine* sans avoir besoin de suivre la page principale d'une entreprise ou ses autres pages *Vitrine*. Une entreprise peut donc adapter ces pages pour qu'elles correspondent aux besoins de son audience.

ASTUCE : Pour créer une page *Vitrine*, il est nécessaire de cliquer sur l'icône composée de 9 petits carrés gris formant un grand carré nommé « Produits » présent dans l'angle supérieur droit de la page *Entreprise* et de sélectionner « Créer une page Vitrine ».



Utiliser LinkedIn Ads

LinkedIn Ads est l'option publicitaire développée par LinkedIn.

L'un de ses plus grands avantages ? Les **options de ciblage** !

Les publicités de LinkedIn permettent de cibler des éléments spécifiques tels que :

- des intitulés de postes,
- des fonctions,
- des secteurs,
- ou encore la taille des entreprises.

Pour se lancer sur la plateforme de publicité du réseau social, il existe un [guide](#) pour créer sa première campagne publicitaire sur LinkedIn.



Recruter via
Linked in



Devenez *chasseur de têtes* ... grâce au moteur de recherche

Pour trouver votre profil idéal sur LinkedIn, tout passe par la définition des critères qui vous sont importants : compétences, expériences, localisation ...

Une fois ces critères déterminés, rendez-vous sur la **barre de recherche LinkedIn** qui vous permet d'effectuer votre recherche avec les mots-clés prédéterminés.

Une sélection de profils vous est ensuite proposée par LinkedIn : il ne vous reste plus qu'à contacter ceux qui vous intéressent. Détenir un profil payant vous facilitera les démarches pour contacter les cibles.

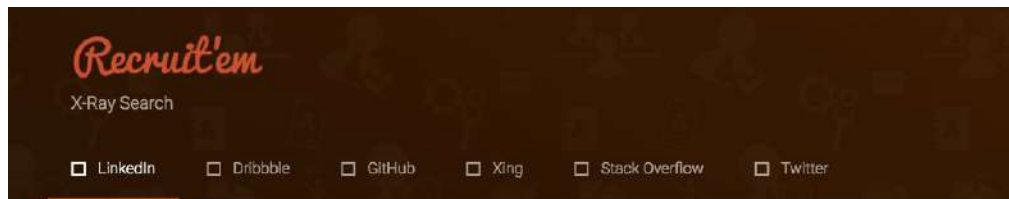


Devenez *chasseur de têtes* ... grâce à *recruitin.net*

Vous pouvez également opter pour une recherche avancée grâce au site recruitin.net.

Ce site permet de faire une **recherche avancée grâce à vos mots-clés**, à la localisation géographique, au niveau de diplôme souhaité ...

Une fois vos critères renseignés, le site fait ressortir toutes les pages LinkedIn qui correspondent à votre recherche.



Easily use Google to search profiles on LinkedIn

<input type="checkbox"/> Country	<input type="checkbox"/> Job title
<input type="text" value="All countries"/>	<input type="text" value="E.g. accountant OR cfo"/>
	<input type="checkbox"/> Show similar jobs?
<input type="checkbox"/> Location or keywords to include	<input type="checkbox"/> Keywords to exclude
<input type="text" value="E.g. London OR Paris AND html"/>	<input type="text" value="E.g. Assistant OR secretary"/>
<input type="checkbox"/> Education	<input type="checkbox"/> Current Employer
<input type="text" value="All candidates"/>	<input type="text" value="E.g. Paypal"/>

Find the right people on LinkedIn

Créez une offre d'emploi gratuite ou payante

Depuis l'outil d'administration de votre page *Entreprise*, vous pouvez créer une **offre d'emploi - gratuite ou payante** - en fonction de la visibilité que vous souhaitez lui donner.

En premier lieu, LinkedIn vous permet de “publier une offre d'emploi gratuite”. L'**option de sponsoring** vous sera proposée à la fin du processus.

CONSEIL : Pour pouvoir créer l'offre d'emploi, il faut être connecté avec votre compte personnel (relié à la page *Entreprise*).

Les annonces ainsi publiées apparaissent dans la rubrique *Emplois* de LinkedIn ainsi que dans la rubrique *Offres d'emplois* de votre page.

Outils d'administration ▾

Viralité

Inviter des relations

Sponsoriser une nouvelle

Publier une offre d'emploi gratuite

Créer un événement

Créer une page Vitrine

Préférences

Gérer les administrateurs

Désactiver la page

Voir l'assistance clientèle

Faire un commentaire

Voir les conditions des pages



Attirez de nouveaux talents via *Carrières*

Les pages *Entreprise* de LinkedIn possèdent un **espace Carrières** qui se compose :

- d'un onglet "**vie de l'entreprise**",
- et d'un autre concernant les **offres d'emploi**.

Il est possible aussi d'acheter une page *Carrières Silver ou Gold* pour effectuer une **personnalisation encore plus poussée** de la section *Carrières* : une grande photo de couverture cliquable, des modules dynamiques et personnalisables, des Analytics pour savoir qui consulte la page, des liens directs vers les recruteurs, des vidéos, etc.

L'apparence de la page *Carrières* dépend des informations et des images que l'entreprise choisit d'afficher.



Optez pour la solution payante : Work with us

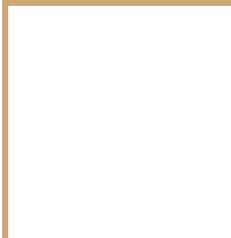
Pour recruter sur LinkedIn, il existe une solution payante mais efficace : **les publicités "Work With Us"**.

Depuis le profil de vos employés ou de personnes ciblées, vous pouvez ajouter des encarts de publicité qui mettent en avant vos postes disponibles.

En choisissant d'utiliser ces publicités, vous empêchez vos concurrents de placer leurs publicités sur les profils de vos employés.

Selon LinkedIn, ces publicités génèrent **50 fois plus de taux de clics** que les annonces classiques sans publicité mais attention, elles sont assez chères. Il vous faudra fixer un budget de coût par clics.





Tous à vos
questions !

- *nous sommes là pour
y répondre* -



Quelques sources pour aller plus loin

https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/regional/fr_FR/site/pdf/tipsheets/linkedin-guide-de-la-page-enterprise.pdf

https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/regional/fr_FR/site/pdf/tipsheets/guide-linkedin-fr.pdf

<https://blog.digimind.com/fr/tendances/linkedin-chiffres-incontournables-france-et-monde>