

## **Programme de formation : Communication digitale**

### **1. Objectifs de Communication Digitale sur LinkedIn**

- **Développer une présence professionnelle efficace :**
  - Apprendre à créer et optimiser un profil LinkedIn attractif pour attirer des clients potentiels.
  - Comprendre l'importance de la cohérence entre le profil personnel et la page entreprise.
  - Utiliser les fonctionnalités de LinkedIn (bannières, résumé, compétences) pour renforcer la visibilité.
- **Concevoir des stratégies de contenu adaptées à LinkedIn :**
  - Élaborer des posts engageants (articles, partages de contenu pertinent, vidéos) qui mettent en valeur l'expertise et les offres.
  - Savoir utiliser LinkedIn Pulse pour publier des articles de fond et assoir son expertise dans le domaine.
- **Maîtriser la publicité et la promotion sur LinkedIn :**
  - Créer et gérer des campagnes publicitaires ciblées via LinkedIn Ads.
  - Utiliser les fonctionnalités de ciblage de LinkedIn pour atteindre un public professionnel pertinent (secteur d'activité, poste, compétences).

**Objectif :** Optimiser sa présence sur LinkedIn et utiliser ses fonctionnalités pour générer des opportunités d'affaires.

### **2. Objectifs de Communication Interne et Gestion d'Équipe via LinkedIn**

- **Utiliser LinkedIn comme outil de communication interne et de motivation :**
  - Créer des groupes privés sur LinkedIn pour favoriser les échanges internes et partager des informations importantes avec les équipes.
  - Mettre en avant les accomplissements de l'équipe sur la page entreprise pour renforcer la motivation et la reconnaissance.
- **Gestion des conflits et renforcement de l'esprit d'équipe :**
  - Utiliser LinkedIn pour promouvoir une communication transparente et collaborative entre les membres de l'équipe.

- Partager des articles sur la gestion des conflits, la motivation et l'esprit d'équipe à travers la page entreprise pour nourrir une culture d'entreprise positive.

**Objectif :** Améliorer la communication et la motivation interne en utilisant LinkedIn comme levier d'engagement.

### **3. Objectifs de Relation Client via LinkedIn**

- **Améliorer la relation client et la fidélisation via LinkedIn :**
  - Interagir directement avec les clients et partenaires à travers les commentaires et les messages privés.
  - Répondre aux questions et sollicitations des clients potentiels via LinkedIn en démontrant une expertise immédiate et une réactivité accrue.
- **Gérer les réclamations et retours clients :**
  - Utiliser LinkedIn pour gérer les retours clients, améliorer la réputation de l'entreprise, et construire une relation de confiance à long terme.
  - Mettre en avant des témoignages et recommandations clients sur le profil LinkedIn pour renforcer la crédibilité et l'image de marque.

**Objectif :** Créer un lien direct et professionnel avec les clients, tout en gérant la réputation de l'entreprise sur LinkedIn.

### **4. Objectifs de Marketing et Stratégie de Communication sur LinkedIn**

- **Élaborer une stratégie de communication spécifique à LinkedIn :**
  - Définir des objectifs de notoriété et d'acquisition de clients en fonction du public professionnel de LinkedIn.
  - Identifier les cibles clés (professionnels du secteur, décideurs) et personnaliser le contenu pour chaque segment.
- **Utiliser le storytelling pour renforcer la marque :**
  - Raconter l'histoire et les valeurs de l'entreprise à travers des posts et des articles LinkedIn.
  - Mettre en avant des études de cas et des projets réalisés pour illustrer la qualité du travail et l'engagement de l'entreprise.

**Objectif :** Développer une stratégie de communication cohérente et efficace sur LinkedIn pour atteindre un public professionnel et maximiser l'impact.

### **5. Objectifs de Gestion des Outils Numériques sur LinkedIn**

- **Maîtriser les outils d'analyse et d'automatisation sur LinkedIn :**
  - Utiliser LinkedIn Analytics pour mesurer l'efficacité des campagnes de communication (taux d'engagement, impressions, interactions).
  - Apprendre à automatiser certaines tâches, telles que la planification de posts ou l'envoi de messages personnalisés avec des outils dédiés.
- **Gérer la e-réputation sur LinkedIn :**
  - Suivre et répondre aux avis et recommandations sur LinkedIn, en renforçant la réputation professionnelle.
  - Utiliser des outils comme Canva pour créer des visuels professionnels adaptés à LinkedIn.

**Objectif :** Utiliser efficacement les outils numériques pour automatiser la gestion de LinkedIn et améliorer la notoriété de l'entreprise.

### **Prérequis :**

#### **Connaissances de base en informatique :**

- Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur internet (utilisation des navigateurs web, gestion des emails, etc.).
- Avoir une compréhension des outils bureautiques comme les traitements de texte et les tableurs (ex. : Word, Excel).

#### **Expérience de base en utilisation des réseaux sociaux :**

- Avoir déjà utilisé LinkedIn, même de manière personnelle, ou d'autres réseaux sociaux professionnels (Facebook, Instagram, etc.).
- Comprendre les concepts de base du fonctionnement des réseaux sociaux (publication, engagement, profils, pages).

#### **Compétences en communication écrite et orale :**

- Être à l'aise avec la rédaction de messages ou d'articles simples et l'interaction avec des utilisateurs sur les réseaux.
- Avoir une capacité d'échange en milieu professionnel pour participer activement aux ateliers de communication et aux jeux de rôle.

#### **Notions de marketing ou de vente :**

- Comprendre l'importance de la relation client et de l'image de marque pour une entreprise.

- Avoir quelques notions de marketing digital (même basiques) ou d'utilisation des réseaux pour promouvoir des produits/services, est un plus.

**Motivation à développer une présence professionnelle en ligne :**

- Être prêt à optimiser ou créer un profil LinkedIn dans un cadre professionnel.
- Avoir l'intention de développer un réseau professionnel sur LinkedIn, d'accroître la visibilité d'une entreprise ou de promouvoir des services.

**Délais d'accès à la formation :**

Les délais sont estimés à 30 jours environ à compter de votre demande

**Durée :**

30 heures

**Tarif Ttc :**

1800€

**Modalités pédagogiques centrées sur LinkedIn**

**1. Approche pédagogique active et participative :**

- Formation interactive, avec échanges et études de cas axés sur LinkedIn.
- Jeux de rôle pour simuler des interactions avec des clients ou des partenaires sur LinkedIn.

**2. Utilisation d'outils numériques :**

- Ateliers pratiques pour créer et optimiser des profils LinkedIn, publier des posts, et lancer des campagnes LinkedIn Ads.
- Études de cas réels : Analyse de stratégies réussies sur LinkedIn dans divers secteurs.

**3. Alternance théorie et pratique :**

- Sessions théoriques sur l'utilisation de LinkedIn pour le B2B, la gestion de la réputation, et l'engagement client.
- Ateliers pratiques : Rédaction de posts, utilisation de LinkedIn Ads, gestion des interactions clients sur LinkedIn.

#### 4. **Supports de formation variés :**

- Tutoriels vidéo pour apprendre à utiliser LinkedIn Ads ou analyser les statistiques de LinkedIn Analytics.
- Guides pratiques sur la création d'un profil optimisé, la gestion de pages entreprise, et la mise en place de campagnes publicitaires.

#### 5. **Évaluation continue :**

- Auto-évaluation régulière et retours individualisés sur les profils LinkedIn créés et les stratégies mises en œuvre.
- Bilan final basé sur la présentation d'une stratégie complète de communication sur LinkedIn.

#### 6. **Accompagnement post-formation :**

- Séance de suivi pour discuter de la mise en place des stratégies sur LinkedIn et ajuster si nécessaire.

### **Apports théoriques :**

#### 1. **Présentation de LinkedIn et de ses enjeux professionnels :**

- **Historique et rôle de LinkedIn :** Comprendre l'évolution de LinkedIn en tant que réseau professionnel et son importance dans le développement de la visibilité des entreprises et des individus.
- **Positionnement de LinkedIn par rapport aux autres réseaux sociaux :** Différences et avantages par rapport à Facebook, Instagram, ou Twitter dans le cadre professionnel.

#### 2. **Fonctionnalités et structure de LinkedIn :**

- **Les profils personnels et les pages entreprises :** Différences entre les deux, comment les utiliser pour maximiser leur potentiel.
- **Les fonctionnalités clés :** Publication, articles LinkedIn Pulse, LinkedIn Ads, messages privés, recommandations, et interactions.

### 3. **Stratégie de contenu sur LinkedIn :**

- **Types de contenu adaptés à LinkedIn :** Textes, vidéos, images, articles longs, sondages, et partages d'actualités.
- **Fréquence de publication et moments propices :** Comprendre les meilleurs moments pour publier et la fréquence idéale pour maintenir l'engagement.
- **Techniques de storytelling :** Comment raconter une histoire autour de son parcours ou de son entreprise pour captiver l'audience professionnelle.

### 4. **Ciblage et segmentation sur LinkedIn :**

- **Ciblage professionnel :** Comprendre comment cibler efficacement les professionnels en fonction de leur secteur d'activité, fonction, compétences, ou zone géographique.
- **Utilisation des groupes LinkedIn :** S'intégrer dans des groupes spécifiques pour interagir avec des communautés professionnelles et promouvoir ses services de manière non intrusive.

### 5. **Introduction à LinkedIn Ads :**

- **Les différents formats publicitaires :** Contenus sponsorisés, InMail sponsorisé, annonces textuelles, et annonces vidéos.
- **Création de campagnes publicitaires :** Les étapes de la création d'une campagne, du ciblage à la définition des objectifs publicitaires (notoriété, acquisition de leads, etc.).
- **Budget et enchères sur LinkedIn :** Comprendre le modèle de coût par clic (CPC) et le coût par mille impressions (CPM) pour gérer son budget publicitaire.

### 6. **Analyse des performances sur LinkedIn :**

- **Introduction aux indicateurs clés de performance (KPI) :** Taux d'engagement, portée organique, taux de clics, et conversions.
- **Utilisation de LinkedIn Analytics :** Mesurer la performance des publications et campagnes pour ajuster sa stratégie.
- **Intégration avec Google Analytics :** Suivi du trafic généré par LinkedIn vers un site web et analyse des conversions.

## 7. Réputation et relation client sur LinkedIn :

- **Gestion des interactions et des avis** : Répondre aux commentaires, gérer les retours et témoignages, et maintenir une image professionnelle positive.
- **E-réputation** : Comprendre l'importance de la réputation numérique sur LinkedIn et comment la renforcer.

**Objectif** : Ces apports théoriques permettront aux participants de maîtriser les bases de LinkedIn et d'acquérir une compréhension approfondie de la gestion d'une stratégie de communication efficace sur la plateforme, à la fois sur le plan de la création de contenu et de la publicité.

### **Mode de formation :**

En présentiel

### **Coordonnées de la personne en charge de la demande :**

Corentin@marmignonbrothers.com

### **Politique tarifaire :**

Nous sommes sur une démarche sur mesure, pour les tarifs merci de nous contacter.

### **Conditions d'accès pour les personnes en situation de handicap :**

Si vous êtes en situation de handicap, veuillez nous contacter afin que nous puissions vous guider.

L'accueil des personnes en situation de handicap est assuré sur tous nos lieux de formation et vous pouvez contacter Clotaire MARMIGNON pour toute demande par e-mail à l'adresse suivante : [contact@marmignonbrothers.com](mailto:contact@marmignonbrothers.com)

## **Programme**

### **Module 1 : Introduction à LinkedIn et ses enjeux professionnels**

- **Objectif** : Comprendre le rôle et les avantages de LinkedIn dans une stratégie de communication digitale professionnelle.
- **Contenu** :
  - Présentation de LinkedIn et de son positionnement par rapport aux autres réseaux sociaux.
  - Avantages de LinkedIn pour les entreprises et les professionnels.
  - Introduction aux profils personnels et pages d'entreprises.

## **Module 2 : Création et optimisation d'un profil LinkedIn personnel et d'une page entreprise**

- **Objectif** : Savoir créer et optimiser un profil LinkedIn personnel attractif et une page entreprise professionnelle.
- **Contenu** :
  - Création d'un profil optimisé (photo, résumé, compétences, recommandations).
  - Utilisation de mots-clés pour le SEO LinkedIn.
  - Création et optimisation d'une page entreprise (description, services, visuels).

## **Module 3 : Développement d'une stratégie de contenu sur LinkedIn**

- **Objectif** : Élaborer une stratégie de contenu cohérente et adaptée à LinkedIn.
- **Contenu** :
  - Types de contenus performants sur LinkedIn (posts, articles, vidéos).
  - Création d'un calendrier éditorial.
  - Techniques de storytelling et rédaction de posts engageants.

## **Module 4 : Utilisation des fonctionnalités LinkedIn pour augmenter la visibilité**

- **Objectif** : Maîtriser les outils et fonctionnalités de LinkedIn pour maximiser l'engagement et la visibilité.
- **Contenu** :
  - Publication et gestion de contenu.

- Utilisation de LinkedIn Pulse pour publier des articles longs.
- Stratégies pour augmenter l'engagement (likes, partages, commentaires).

### **Module 5 : Ciblage et développement de réseau sur LinkedIn**

- **Objectif** : Savoir développer un réseau professionnel pertinent et interagir efficacement sur LinkedIn.
- **Contenu** :
  - Stratégies pour cibler et ajouter des contacts pertinents (clients, partenaires, recruteurs).
  - Techniques de prospection douce (social selling).
  - Utilisation des groupes LinkedIn pour accroître la visibilité.

### **Module 6 : Publicité et campagnes ciblées sur LinkedIn**

- **Objectif** : Créer et gérer des campagnes publicitaires efficaces sur LinkedIn.
- **Contenu** :
  - Présentation des différents formats publicitaires sur LinkedIn (contenu sponsorisé, InMail sponsorisé).
  - Création d'une campagne publicitaire : ciblage d'audience, définition du budget.
  - Suivi et optimisation des campagnes via LinkedIn Campaign Manager.

### **Module 7 : Gestion de la relation client et e-réputation sur LinkedIn**

- **Objectif** : Utiliser LinkedIn pour gérer la relation client et améliorer l'e-réputation de l'entreprise.
- **Contenu** :
  - Gestion des interactions avec les clients (commentaires, messages).
  - Encourager les recommandations clients et gestion des avis publics.
  - Techniques pour répondre aux critiques et gérer la réputation en ligne.

## **Module 8 : Création de contenu visuel et storytelling sur LinkedIn**

- **Objectif** : Maîtriser la création de contenu visuel et l'art du storytelling sur LinkedIn.
- **Contenu** :
  - Utilisation d'outils comme Canva pour créer des visuels professionnels (infographies, bannières).
  - Photographie professionnelle pour LinkedIn.
  - Techniques de storytelling pour valoriser l'histoire de l'entreprise et ses services.

## **Module 9 : Analyse des performances et optimisation des actions**

- **Objectif** : Suivre et analyser les performances sur LinkedIn pour ajuster sa stratégie de communication.
- **Contenu** :
  - Utilisation de LinkedIn Analytics pour mesurer l'engagement et la portée des publications.
  - Analyse des performances des pages entreprises et des campagnes publicitaires.
  - Utilisation de Google Analytics pour analyser le trafic généré par LinkedIn vers un site web.

## **Module 10 : Atelier pratique et projet final**

- **Objectif** : Appliquer les compétences acquises dans un projet LinkedIn complet.
- **Contenu** :
  - Mise en place d'un profil ou d'une page entreprise optimisée.
  - Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de contenu sur LinkedIn.
  - Création et suivi d'une campagne publicitaire.
  - Analyse des résultats du projet et retours personnalisés.