

Niveau : Intermédiaire

Durée : 1 jour

Catégorie :

Référence : IDL25STPGLK

Formateur : Jean-Baptiste Bodard



07 63 19 82 12

jb.bodard@idlabs.fr



DÉFINIR SA STRATÉGIE D'ENTREPRISE POUR SA PAGE LINKEDIN



Description de la formation :

La page LinkedIn est une véritable vitrine de l'entreprise, elle permet la mise en avant des produits, services, savoir-faire... mais elle montre aussi le dynamisme de sa communication. Définir une stratégie est essentielle pour construire une relation clients et développer la marque employeur.

[Poser une question par mail](#)

[Réserver cette formation sur le site](#)

Objectifs

Objectif 01

Définir la stratégie de sa page LinkedIn

Objectif 02

Optimiser l'expérience utilisateur de votre prospect ou candidat sur votre page

Objectif 03

Communiquer efficacement avec sa page LinkedIn

Modules de la formation

Module 1 - Définir et mettre en place la stratégie de sa page LinkedIn

Optimiser la page Entreprise de LinkedIn,
Créer ou optimiser les pages vitrines,
Booster la visibilité de la page et son nombre d'abonnés,
Augmenter le nombre de employés,
Identifier les leaders de la communication digitale,
Mobiliser ses équipes (employés),
Valider la charte d'utilisation des réseaux sociaux avec les équipes,
Créer de l'engagement des employés sur LinkedIn pour la visibilité de la page entreprise.

Module 2 - Définir sa stratégie de contenu

Identifier sa cible et construire ses personas,
Mettre en place un plan de communication digitale,
Créer un comité éditorial,
Découvrir les clés pour rédiger une publication pertinente,
Développer un processus pour relayer l'information auprès des équipes,

Module 3 - Suivre la performance de sa page LinkedIn

Analyser les résultats des comptes et des pages.
Mesurer la performance de la page avec ses KPI vs objectifs : visiteurs, publications, abonnés,
Apprendre à suivre son activité avec un tableau de bord :

- Construire un tableau de bord,
- Définir la fréquence du suivi,
- Analyser les résultats et tirer les conclusions.

Construire des exemples de tableaux de bord,

Réaliser des exercices pratiques sur leur construction et leur analyse.

Méthode pédagogique

- Utilisation d'outils d'élaboration de la stratégie et du plan de communication digitale.
- Cas pratiques avec le développement de la page LinkedIn.
- Démonstration en ligne des solutions existantes.

[Poser une question par mail](#)

[Réserver cette formation sur le site](#)