



**TRANSITION NUMÉRIQUE**



**BOOSTER SA VISIBILITE ET SA NOTORIETE  
SUR LINKEDIN**

**POURQUOI CHOISIR LINKEDIN COMME  
RESEAU SOCIAL ?**

Selon l'étude Social Selling  
2020,  
**84,8%** des décideurs  
**B to B** en  
France utilisent LinkedIn. Il s'agit du  
**réseau le plus incitatif à l'achat** pour  
45,6% des décideurs.

**QUELS INTERETS POUR UNE ENTREPRISE ?**

- Se créer un réseau professionnel en atteignant de nombreux contacts et en détectant de nombreuses opportunités dans le monde.
- Soutenir l'image de marque de votre entreprise.
- Développer votre prospection et relation client.
- Optimiser votre référencement sur Google.

**COMMENT FONCTIONNE L'ALGORITHME LINKEDIN ?**

- Générer de l'interaction en publiant du contenu de qualité vous permettra d'avoir une meilleure visibilité sur ce réseau.
- La qualité de la publication.
- L'engagement généré dans la première heure (commentaires à privilégier, likes et partages).
- Le temps passé sur votre publication (le Dwell Time, son objectif : garantir à ses utilisateurs de visionner uniquement du contenu d'excellente qualité, capable de les intéresser).
- Les # favoriseront la découverte de votre contenu et vous aideront à entrer en contact avec des personnes pouvant être intéressées par les services/produits de votre entreprise.
- Les posts avec des liens sortants : tout ce qui peut envoyer l'utilisateur hors de LinkedIn est bloqué par LinkedIn. Cela ne veut pas dire que votre post ne sera pas diffusé, mais que sa diffusion sera limitée par LinkedIn.
- La qualité des publications passées. L'algorithme LinkedIn note la qualité rédactionnelle de votre post.



## 10 POINTS CLES POUR OPTIMISER VOTRE PROFIL

1. Une photo de couverture en lien avec votre activité.
2. Une photo de profil professionnelle.
3. Un intitulé de poste soigné.
4. De l'information pertinente avec du « storytelling » (racontez une histoire pour vous présenter), invitez les personnes à vous contacter en MP, ajoutez des mots clés qui sont importants pour le référencement de votre profil. Intégrez des # avec des mots en lien avec votre activité.
5. Donnez envie de vous contacter en rédigeant par exemple des articles.
6. Privilégiez les expériences marquantes et détaillez les responsabilités et illustrez vos propos pour que les visiteurs comprennent votre rôle dans l'entreprise.
7. Détaillez et illustrez votre formation avec vos diplômes, des photos, des liens, etc.
8. Ajoutez vos compétences : environ 20 sont nécessaires pour bien référencer votre profil.
9. Rédigez des recommandations afin de rassurer les visiteurs et qu'ils se fassent une idée plus précise de votre profil.
10. Ajoutez des détails personnels pour humaniser votre profil (prix, récompenses, bénévolat).



### QU'EST-CE QUE JE POSTE ?

- **Le +** : Privilégiez le sondage, le carrousel (plus les visiteurs passent de temps sur un post, plus LinkedIn est content), la vidéo, le post avec des photos/GIF, le format texte.
- **Le -** : Evitez le partage d'un post et le partage d'un lien externe.
- **Test and learn** : testez et choisissez le format sur lequel vous êtes le plus à l'aise et faites-vous plaisir !

### Quelques exemples de publications :

- *le post célébration (anniversaire d'entreprise, nouveau recrutement, nouveau job),*
- *le post inspirational (retour d'expérience, leçon apprise),*
- *le contenu contre commentaire,*
- *le sujet polémique (sujet qui ouvre un débat),*
- *la demande de feedback (lancement d'une nouvelle offre, nouveau site internet).*

## COMMENT REDIGER MES POSTS ?

### Savoir écrire pour engager :

- Trouvez une bonne phrase d'accroche qui donne envie de cliquer sur "voir plus".
- Aérez votre texte et soignez votre français afin de rendre la lecture plus facile et le message compréhensible.
- Provoquez les commentaires ! Mais évitez les sujets borderlines qui pourraient nuire à votre image.
- Ajoutez quelques #Hashtags en lien avec votre entreprise, votre métier et le sujet.
- Taguez @ des contacts afin de toucher leur réseau et les inciter à réagir.
- Ajoutez des emojis pour "être sérieux sans vous prendre au sérieux" et avec parcimonie.
- Répondez à tous les commentaires afin de faire vivre votre publication. Prévoyez donc d'avoir du temps avant de poster.
- La première heure compte ! C'est elle qui va déterminer si le post aura du succès ou non !
- Evitez les liens externes.



## SOCIAL SELLING

Pour gagner en visibilité sur LinkedIn, vos posts doivent susciter un certain engagement et toucher un maximum de monde. Pour cela, il faut avoir, dans vos connexions, des profils “amis”, c’est à dire des personnes qui aiment bien qui vous êtes, votre contenu, et qui, de fait, vont vous le faire savoir en likant et en commentant vos contenus.

2 conséquences :

- en partageant et réagissant à vos posts, les utilisateurs diffusent votre contenu à leur propre réseau (effet boule de neige) = vous gagnez en visibilité = vous gagnez en notoriété,
- lorsque vos posts suscitent beaucoup d’engagement, ils donnent du poids à votre contenu et incitent les utilisateurs non connectés à vous, à en faire de même = vous gagnez en visibilité = vous gagnez en notoriété.

## LES BONNES PRATIQUES POUR SORTIR DU LOT SUR LINKEDIN

- Identité visuelle reconnaissable : jouer sur des codes graphiques forts pour se distinguer.
- Contenu différenciant : trouver des idées de posts originales et attractives.
- Commentez des publications en lien avec votre activité, donnez votre avis.
- Faites-en sorte d’être mentionné dans les publications des autres.
- Rédigez des articles ou des posts pour montrer vos connaissances, vos réalisations ou votre expertise (attention à ne pas perdre l’audience).
- Mettez en avant votre intervention dans des interviews, des articles de presse ou votre participation à des événements professionnels.
- Demandez à être recommandé sur votre profil, faites valider vos compétences.

**Garder en tête : rassurer vos contacts sur vos compétences, faire découvrir votre secteur d’activité et capter des leads (inbound marketing).**



Source : Info Conception, agence web.

Les informations indiquées sur cette fiche pratique sont susceptibles d’évoluer rapidement et la CCI ne peut être tenue pour responsable le cas échéant. Ces informations sont non exhaustives et ne constituent en aucun cas une obligation pour votre activité.