

Maîtriser les bases de LinkedIn



Jacques Brousse
Consultant

Expert en communication B2B, inbound & content marketing et rédaction

Public visé : force de vente, assistant en marketing / communication, ADV, responsable commercial

Durée : 5 x 2h, 1 x 8h ou 5 x 1h

Prix : de 800€ à 1000€ HT

Prérequis : connaissances de base en informatique

Modalités : possibilité de formation à distance, en entreprise ou en individuel à distance

Méthodes pédagogiques : workshops, exercices, cas pratiques

Évaluation des acquis : quizz et/ou questionnaire

Objectifs Comprendre l'intérêt des réseaux sociaux dans le business development B2B.

Maîtriser les bases de présentation et de communication de LinkedIn et apprendre à asseoir sa **légitimité** et celle de sa marque.

Apprendre à **prospector et générer des opportunités** commerciales sur LinkedIn.

Acquérir une **méthodologie de social selling globale** et utilisable au quotidien.

1. Découverte des fonctionnalités

- **Fil d'actualité** – durée de vie
- Les différentes **formes de publications** postées
- **Tonalité** des publications : les codes de communication sur le réseau
- Les différentes **notifications**
- Les **groupes**, les **pages entreprises**
- **Gérer ses contacts** et les recommandations
- La **messagerie**

2. Quel contenu partager ? / Les règles pour bien partager

- Notions de **veille et curation**
- Notions de **contenu**
- **Fédérer un écosystème et positionner une expertise** en partageant un contenu de qualité

3. Augmenter sa visibilité et sa popularité

- Les **bonnes pratiques**
- Les **relais passifs** (Intégrer ses profils sociaux dans sa signature de mail...)

Ateliers

- **Contrôler sa e-reputation** et se googleriser
- Créer et **optimiser son profil LinkedIn**
- Prise en main du réseau social, **constituer et élargir son réseau**
- **Interagir** sur le réseau
- **Être actif** sur LinkedIn



J'ai eu le plaisir de suivre une formation avec Gtec. Je recommande vivement car c'est une équipe sympathique, professionnelle et qui sait vraiment intéresser son auditoire. **Gregory Rota,**
Alma scop

