

PROGRAMME DE FORMATION

Catégorie : Communication

Public Visé : Tout profil

Intitulé du stage : Démarquez-vous sur LinkedIn

Prérequis : Aucun

Moyens pédagogiques :

Exposés - discussions-débats - étude de cas - utilisation d'aides audio-visuelles - remise de documentation - contrôle permanent de l'assimilation des connaissances par l'animateur.

Moyens techniques :

Vidéoprojecteur – Tableau papier

Déroulement du stage :

Durée : Stage de 2 jours de 9h30 à 13h & de 14h à 17h30 (14 heures)

Formateur : Sarah BOUËR, consultante, formatrice, formatrice et coach, experte praticienne certifiée en psychologie positive, ex directrice social media chez Conceptory et marketing & brand manager chez Meetic

Les objectifs pédagogiques :

A l'issue de la session de formation, les participants obtiendront les résultats suivants :

En termes d'**ATTITUDES**, ils seront :

- Conscients de l'apport que peut avoir LinkedIn pour le développement de son activité
- Conscients de toutes les possibilités qu'offrent le réseau
- Motivés à adopter / modifier certaines habitudes
- Motivés à adopter les outils présentés en formation

En termes de **CONNAISSANCES**, ils pourront :

- Maîtriser les clés de fonctionnement de l'algorithme
- Comprendre l'intérêt du personal branding
- Savoir ce qui fait le succès ou l'échec d'une publication
- Apprendre le vocabulaire spécifique au réseau
- Maîtriser ce qu'est une ligne éditoriale
- Comprendre ce qu'est le social selling

En termes de **COMPETENCES**, ils seront en mesure de :

- Créer une page profil ou entreprise performante
- Se mettre en empathie avec leur audience
- Imaginer une ligne éditoriale et des rubriques percutantes
- Concevoir des publications efficaces
- Utiliser le storytelling pour leurs posts
- Interagir efficacement avec leur réseau
- Développer leur réseau

Déroulé de formation**Objectifs****INTRODUCTION (J1 matin) :**

LinkedIn dans les grandes lignes	>>	Comprendre le pouvoir du réseau
Les grandes fonctionnalités	>>	Comprendre les fonctionnalités clés de l'interface
L'algorithme LinkedIn	>>	Analyser ce qui fait le succès d'une publication

Découvrir le potentiel de LinkedIn**PERSONAL BRANDING (J1 matin) :**

Les croyances bloquantes	>>	Comprendre ce qui me freine
Le syndrome de l'imposteur	>>	Prendre confiance en moi sur LinkedIn
Marque personnelle	>>	Comprendre ce qu'est une plateforme de marque
Atelier marque personnelle	>>	Construire ma plateforme de marque personnelle

Apprendre à se mettre en avant**PROFIL ET PAGE LINKEDIN (J1 après-midi) :**

Choisir une photo adaptée	>>	Être visuellement impactant et pertinent
Soigner mon titre	>>	Toucher ma cible clairement en quelques mots
Infos	>>	Se présenter de manière claire et synthétique
Autres infos	>>	Mettre en avant les informations qui font la différence

Créer un profil en phase avec ma marque personnelle**CREATION DE CONTENUS (J1 après-midi) :**

Typologies de posts	>>	Découvrir les typologies de posts : photo / carousel / etc
Les erreurs à éviter	>>	Comprendre ce qui freine la réussite d'un post
Etude de cas	>>	Analyser les clés de succès de publications
Copywriting	>>	Soigner mon accroche
Storytelling	>>	Raconter une histoire pour captiver mon audience
Commentaires	>>	Ecrire un commentaire qui sert mon image

Créer des posts impactants

2 JOURS (14 heures)

PERSONA ET BENCHMARK (J2 matin) :	Récolter des informations pour ma stratégie LinkedIn
Outil carte empathique	>> Connaître et comprendre votre audience
Benchmark concurrence	>> Identifier 3 concurrents et étudier leur stratégie LinkedIn
LIGNE EDITORIALE (J2 matin) :	Construire des posts qui captivent ma cible
Rubriques	>> Imaginer les typologies de posts
Tonalité	>> Identifier de quelle manière on souhaite parler
Publication	>> Créer une première publication efficace
DEVELOPPER SON RESEAU (J2 après-midi) :	Comment développer mon audience
Recherche de profils	>> Découvrir les fonctionnalités de recherche
Rédiger une invitation	>> Connaître les bonnes pratiques
Etude de cas	>> Rédiger un message d'invitation pour ma cible
SOCIAL SELLING (J2 après-midi) :	Répondre aux problématiques de ma cible
Définition	>> Comprendre ce qui se cache derrière ce mot à la mode
Mode d'emploi	>> Comment mettre en place une stratégie de social selling

Suivi de l'exécution de l'action de formation, évaluation et appréciation des résultats :

A l'issu du stage, en plus du questionnaire satisfaction et des fiches de présence émargées, il sera défini 3 objectifs individuels à atteindre sur LinkedIn ; 10 semaines après le stage il sera effectué un contrôle de l'atteinte de ces objectifs par le formateur.

Sanction de la formation :

Une attestation précisant la nature, les acquis et la durée de la session sera remise par l'organisme de formation au bénéficiaire, à l'issue de la prestation.