

Astuces

Le contenu de mes profils

Créer un contenu de qualité et pertinent, clair et concis.

Avoir un discours positif en utilisant des mots positifs. Bannir les termes négatifs.

Votre contenu doit être cohérent avec l'ensemble de vos réseaux sociaux professionnels (Twitter, Facebook, LinkedIn, Google+) ainsi vous créez votre marque personnelle.

Votre propre contenu vous permettra « d'alimenter » votre profil et de remonter dans les résultats des moteurs de recherche.

Etre actif en publiant au moins un article ou une nouvelle par jour, idéalement avec une photo.

Servez-vous de LinkedIn pour relayer vos nouveautés, votre actualité, pour prospecter.

Planifiez vos publications.

Créer ma marque personnelle

La cohérence de contenus (photo, logo, texte, vidéo ...) sur l'ensemble de ses profils et avec son site internet ou blog. Présenter son entreprise en utilisant les mots clés justes et adaptés à votre secteur d'activité.

Humaniser son image de marque. Se mettre en scène grâce à des photos de l'entreprise au quotidien est essentiel pour transmettre de l'émotion, l'une des clés pour attirer l'attention et faire réagir les gens.

S'investir Prendre au moins 15 minutes par jour pour « checker » son profil et répondre aux messages, aux commentaires. Le web ne dort jamais. Veiller à sa e-réputation.

Etre collaboratif. S'inscrire dans des groupes en les ciblant et partager des articles, des informations. Les réseaux sociaux sont espace de partage.

Faire la promotion de son profil LinkedIn sur ses outils print, son site internet, son blog, sa chaîne, ses points de vente



*Gestionnaire secteur associatif
*Manager de projets
*Responsable stratégie de communication
*Écrivain



florencesamson64@gmail.com

06 14 84 22 41

www.florencesamson.com

Copyright Florence Samson

Gérer mon profil LinkedIn

Créer ma marque personnelle



LinkedIn — présentation

LinkedIn (Microsoft) : 506 millions de membres et 2 nouveaux utilisateurs chaque seconde. 116 millions d'utilisateurs actifs par mois dont environ **13,5 millions de visites par mois**, et **2,2 millions par jour** en France. 16 millions d'inscrits en France.

70% s'y connectent au moins une fois par semaine, 81% sont présents dans un groupe et 59% y contribuent.

Il s'agit d'un réseau social professionnel. Les utilisateurs sont à la recherche de partenaires business, de collaborateurs, d'indépendants. Un professionnel sur trois dans le monde est membre de LinkedIn

C'est aussi un réseau où l'on trouve des « chasseurs de tête »

Enfin, les utilisateurs sont à l'affût de compétences, d'expériences et savoir-être.

C'est un réseau social qui dissocie votre parcours professionnel et vos engagements associatifs.

Créer et optimiser un profil LinkedIn

La photo du profil doit être professionnelle. Elle doit susciter la confiance et le bien-être. Elle reflète votre personnalité. Donc à vos sourires. Ne pas utiliser un logo d'entreprise, il s'agit d'un réseau de personnes et non d'entreprises. Elle doit être de **450x450** pixels.

La photo de couverture du Profil doit être personnelle et vous permet d'y faire figurer votre slogan. Elle est le point d'accroche à destination des visiteurs de votre profil. Taille recommandée de **1584 x 396** pixels.

Titre professionnel du profil est la ligne qui s'affiche juste en dessous de votre nom et prénom. Vous avez **120 caractères** pour indiquer votre titre professionnel. Il doit être **accrocheur**, très **précis**, rédigé en adéquation avec votre cible.

Les coordonnées **lieu géographique** de votre société, votre **secteur d'activité**. Ajouter les **URLs** vers votre site, votre blog, votre chaîne Youtube...

Le résumé a une limite de **2000 caractères**. C'est la section qui suit la section d'entête. Vous devez prendre le temps de sa rédaction. Le but est de vous présenter, de mettre en valeur vos produits, vos services et vos compétences en fonction de votre stratégie de ciblage. **Enrichissez votre résumé** par les fonctionnalités proposées par LinkedIn.

Document Photo Lien Vidéo Présentation

Créer et optimiser un profil LinkedIn

Les compétences sont à détailler et à mettre en avant pour être référencées dans l'indexe des compétences LinkedIn. Des mots clefs vous sont déjà proposés par LinkedIn. Essayez de mettre en valeur vos **10 compétences majeures**.

Les expériences professionnelles. LinkedIn a créé une présentation type. En revanche dans le descriptif faites ressortir les missions que l'on vous a confié, vos résultats chiffrés, vos partenaires, combien de collaborateurs étaient sous votre responsabilité...

Les expériences liées à votre engagement associatif. LinkedIn dissocie cette partie des expériences professionnelles et vous permet de valoriser vos savoir-faire et savoir-être comme pour vos expériences professionnelles.

Les recommandations écrites de vos partenaires, vos clients, vos collaborateurs valorisent votre profil.

La section formation vous permet de valoriser vos compétences et expériences. Pensez à mettre les formations que vous avez faites tout au long de votre carrière. Ainsi vous démontrez votre capacité à évoluer dans votre métier ou dans des compétences transverses.

Utilisez la section « **Publications** » pour augmenter votre visibilité (livres, articles de presse... Ainsi vous générez du trafic vers vos publications.