

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA SUR LINKEDIN

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Concevoir une stratégie de communication selon son domaine d'activité
 Bâtir son image de marque personnelle pour se différencier
 Gérer et maîtriser le réseau social LinkedIn et ses différentes fonctionnalités

Savoir associer les outils pour les mettre en application au service de votre stratégie
 Évaluer les performances de la stratégie et effectuer des ajustements

Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures

Public concerné

Responsable marketing, responsable digital, Social media strategist, chargé de communication, Community manager, Digital planner, cadre en entreprise, chef d'entreprise, responsable commercial, responsable RH, Social Media Manager, créateur d'entreprise, artisans, commerçants, profession libérale

Pré-requis

Avoir des bases en informatique

Durée de la formation

En distanciel
 7 heures
 En présentiel
 1 jour
 La durée vous sera confirmée après étude de vos besoins.

Prix de la formation

En distanciel
 Nous consulter
 En présentiel intra
 À partir de 900€ ht la journée

Lieu de la formation

Dans vos locaux ou à distance

Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

Moyens techniques

Un ordinateur par personne. Vidéo projecteur. Connexion Internet

10/2025

► Appréhender les bases du marketing digital et bâtir sa marque professionnelle
 Dernières tendances en matière de réseaux sociaux (chiffres clés, études statistiques, et évolution des pratiques)
 Les bases du marketing: modèle des 10P
 Focus sur la communication: modèle de Lasswell
 La communication digitale: l'enjeu social
 ► Bâtir son image de marque et son positionnement sur les réseaux sociaux
 Personal branding: atelier des 5 éléments et atelier CANVA
 Les éléments essentiels de votre territoire de marque: charte graphique, valeurs, moodboard
 Les cibles: adapter son positionnement à sa cible: méthode des personas

► Mobiliser LinkedIn pour bâtir sa réputation
 Histoire du réseau et de son algorithme, chiffres clés
 La puissance du profil personnel sur LinkedIn fonctionnement et pistes d'optimisations
 Score SSI: mesurer sa performance et sa visibilité
 La page entreprise: fonctionnement et règles particulières Principes de fonctionnement de la plateforme: s'informer, acquérir de la visibilité, trouver de nouveaux clients, dynamiser le référencement de votre site web, créer sa propre communauté, recruter
 Création de contenus adaptés à LinkedIn: atelier de création de contenus (visuels et rédaction)
 Mesurer sa performance sur LinkedIn: les KPI à suivre
 ► Utiliser la boîte à outils du marketing de contenu pour développer une stratégie percutante
 La ligne éditoriale: comment la construire?
 Le calendrier éditorial: colonne vertébrale de votre stratégie
 Benchmark: que font mes concurrents sur les réseaux sociaux?
 Outils et applications supports pour la création de contenus
 Atelier: prévoir la stratégie de communication sur LinkedIn pour les 2 prochains mois