

ATELIER LINKEDIN

29 février 2024

UTILISER LINKEDIN
DANS LE CADRE PROFESSIONNEL



SOMMAIRE

- 1- LinkedIn : chiffres clés et usages en 2024 3 à 9
- 2- Dix étapes pour optimiser votre personal & professional branding 10 à 28
- 3- Comment constituer efficacement une communauté et un vivier de contacts qualifiés ? 29 à 58
- 4. Méthodologie pour organiser une veille éditoriale sur LinkedIn 59 à 65
- 5. comment publier efficacement et capter une audience ? 66 à 89



Qui est SMART DATA HEALTH ?

QUI EST SMART DATA HEALTH ?

**Cabinet de conseil
et d'activation
en data marketing
Santé**

Notre mission

Vous fournir des solutions
opérationnelles pour
les fonctions suivantes :

communication-marketing,
market access,
digital,
business insight
affaires publiques,
ventes

QUI EST SMART DATA HEALTH ?

Nous collectons des data via
les réseaux sociaux et l'open
data, puis les croisons et les
enrichissons avec des données
clients ou nos propres

Nomenclatures / datasets

Nomenclatures / datasets
SANTE

Pros de santé,
Institutionnels,
Labos / biotechs,
Etablissements de santé,
Asso patients,
Medias, journalistes
Maladies,
Médicaments

QUI EST SMART DATA HEALTH ?

Nomenclatures / datasets

METIERS

- 1 Statut de Dirigeant ou entrepreneur**
Variantes d'appellations **+ de 250**
- 2 Métiers RH**
Variantes d'appellations **+ de 600**
- 3 Métiers Marketing / Communication / Digital**
Variantes d'appellations **+ de 4 000**
- 4 Métiers Commercial**
Variantes d'appellations **+ de 1 300**
- 5 Métiers IT/ Data / Cloud / IA / Innovation Tech**
Variantes d'appellations **+ de 2 100**
- 6 Métiers Evènementiel**
Variantes d'appellations **+ de 500**
- 7 Métiers Media ou Audiovisuel**
Variantes d'appellations **+ de 400**
- 8 Statut d'Elu ou personnalité politique**
Variantes d'appellations **+ de 300**

NOS CLIENTS

LABO SANTÉ, BIOTECH, FABRICANTS DE DM, INSTITUTIONNELS



MUTUELLES SANTÉ



MAIS AUSSI

Agences de com et d'influence,
cabinets d'affaires publiques
et d'intelligence économique, ...



1. LINKEDIN : CHIFFRES CLÉS ET USAGES EN 2024

VOS CIBLES SONT SUR LINKEDIN !

28 MILLIONS D'UTILISATEURS LINKEDIN EN FRANCE ET **1 MILLIARD** DANS LE MONDE

- **En Europe : 257 millions**
- **En Amérique du Nord : 233 millions**
- **En Amérique Latine: 156 millions**
- **Au Moyen-Orient et Afrique : 60 millions**
- **En Asie-Pacifique : 277 millions.**

SOURCE : [HTTPS://BLOG.DIGIMIND.COM/FR/TENDANCES/LINKEDIN-CHIFFRES-INCONTOURNABLES-FRANCE-ET-MONDE](https://blog.digimind.com/fr/tendances/linkedin-chiffres-incontournables-france-et-monde)

VOS CIBLES SONT SUR LINKEDIN !

80% de la population active, des décideurs et des spécialistes sont sur LinkedIn

Quelques exemples dans le Monde :

+ de 9 millions de médecins

+ de 850 000 journalistes

+ de 160 000 acheteurs ou resp. services achats dans les centres de soins

+ de 27 000 "directeur d'hôpital"

+ de 4 500 personnes dans les services généraux des centres de soins

Et de nombreux contacts sont déjà dans votre carnet d'adresse

LINKEDIN : PRINCIPAUX USAGES

- ➔ LinkedIn est LE réseau dédié au personal & professional branding et au réseautage.
- ➔ 47% des membres utilisent LinkedIn pour consulter l'avis d'experts et comprendre les dernières tendances dans leur secteur d'activité.
- ➔ 20% des membres interagissent régulièrement
- ➔ 74% des entreprises de plus de 1 000 employés partagent des contenus toutes les semaines
- ➔ 58% du trafic LinkedIn vient du mobile !

LINKEDIN : QUEL ROI ?

- LinkedIn génère le plus fort taux de conversion entre visiteurs et leads (**2,7%**) au sein des réseaux sociaux, soit près de 3 fois plus que Twitter/X et Facebook.
- **80%** de la génération de leads B2B en ligne provient de LinkedIn.
- **40%** des utilisateurs actifs ont généré du business grâce à LinkedIn.
- Sur LinkedIn, le coût par lead serait de **28%** moins élevé que sur Google AdWords

LINKEDIN : QUEL ROI ?

Importance du Social Selling sur LinkedIn

- Les commerciaux / consultants qui utilisent les réseaux sociaux ont 51% plus de chances de dépasser leurs quotas de ventes.
- Les commerciaux possédant un score SSI supérieur à 90 sont trois fois plus susceptibles d'intégrer le cercle des meilleurs vendeurs (Cf. Enquête LinkedIn Insights).
- Les prospects sont 5 fois plus susceptibles d'interagir avec un commercial qui leur a été présenté par une connaissance commune (Étude IDC, « Social Buying Meets Social Selling)



LINKEDIN : COMMENT ALLER CHERCHER DU ROI VIA DES DONNEES COMPORTEMENTALES TIERCES ?

- Passer du personae à la personne
- Adresser la bonne personne grâce à des données comportementales fraîches

- Analyse de marché, de tendances
- Optimisation des wording
- Détection des parties prenantes
- Détection des salariés ambassadeurs

SOCIAL SELLING

Leads qualifiés & Nurturing

Personnal et Corporate Branding

CONFIGURATION ET ENRICHISSEMENT BDD

Enrichissement du portefeuille contacts

Ciblage des différents Personae

Stratégie Marketing Digitale

Stratégie Entreprise



DES QUESTIONS ?



2. DIX ÉTAPES POUR OPTIMISER VOTRE PERSONAL & PROFESSIONAL BRANDING

OPTIMISER VOTRE PROFIL LINKEDIN POUR ÊTRE PLUS VISIBLE

5 niveaux de profil selon LinkedIn



Le statut d'expert absolu n'atteste pas de votre expertise sur LinkedIn mais plutôt de la complétude de votre profil et de l'optimisation de son référencement naturel (et donc de sa visibilité).

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU » LINKEDIN

1 Insérer une photo de profil et une bannière

Ne sous-estimez pas l'importance d'une photo sur un profil LinkedIn.

JUSQU'À **21X** PLUS DE VISITES DU PROFIL.

JUSQU'À **36X** PLUS DE MESSAGES.

JUSQU'À **9X** PLUS DE DEMANDES DE CONNEXION.

Respectez les formats et mises en page recommandés :

- Photo de profil LinkedIn : 400×400 pixels, arrière-plan uni.
- Bannière : 1584×396 pixels.



CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU » LINKEDIN



1 Insérer une photo de profil et une bannière

- Choisissez une bannière qui vous représente, qui raconte une histoire, véhicule une certaine énergie et votre propre image.
Personnalisez-la pour faire ressortir votre profil, attirer le regard et mettre en avant votre entreprise.

Quelques conseils pour votre photo :

- Plans idéaux : plan américain (bassin, taille, poitrine et visage), ou plan taille (taille, poitrine et visage) ou plan poitrine (poitrine et visage).
- Arrière plan uni ou business
- Photo professionnelle avec un léger sourire.

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

2 Peaufiner l'accroche de son titre / en-tête de son profil

N'oubliez pas que LinkedIn est un gigantesque moteur de recherche !

Le titre étant un « marqueur de référencement », voici les règles à respecter :

- Soyez concis : 120 caractères.
- Ne pas se limiter à l'entreprise et sa fonction.
- Choisissez méticuleusement 2 à 3 mots-clés.



- Analysez les mots-clés des profils LinkedIn similaires.
- Consultez google trends.
- Mettez en valeur votre savoir-faire, votre expertise.
À quel(s) besoin(s) pouvez-vous répondre ?

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

3 Préparer un résumé accrocheur

Les résumés sont fortement indexés par le moteur de recherche LinkedIn.

C'est aussi la partie du profil la plus lue !

Maximiser les mots-clés dans les 2 premières lignes de votre résumé car c'est uniquement un extrait du résumé qui s'affiche sur votre profil !

Soyez concis...limitez l'extra-professionnel...

Infos

Smart Data Power et sa verticale Santé Smart Data Health est un Cabinet de conseil et d'activation en Data Marketing.

Le DataMarketing, ça sert à qui ? Ca sert à quoi ?

Déjà, l'un des 1ers objectifs est de VOUS FAIRE GAGNER DU TEMPS

Nous fournissons des solutions opérationnelles pour les fonctions suivantes

- Market access pour identifier et cartographier l'influence digitale de votre écosystème.
- Top Management pour renforcer votre Personal branding.
- Marketing pour réaliser des benchmark sur la prise de parole de vos concurrents sur vos thématiques cibles.
- Communication pour vous aider à construire ou optimiser vos plannings rédactionnels sur les réseaux sociaux.
- Social media pour dynamiser vos campagnes et optimiser le taux d'engagement.
- RP pour mobiliser les influenceurs et les medias.
- Affaires publiques pour identifier les bons relais d'influence.
- RH pour détecter des profils pénuriques.
- Commerce pour entrer en relation one to one avec votre cœur de cible.
- BI : nous fournissons des data intelligentes et exploitables aux Business Insights managers.

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »



3 Préparer un résumé accrocheur

2 000 caractères pour convaincre !

- Le résumé est votre proposition de valeur unique permettant au lecteur de comprendre en une brève description les bénéfices et expertises que vous offrez.
- Restez centré sur le lecteur. Ce dernier doit sentir à travers vos écrits que vous pouvez lui apporter réellement un plus.
- Ayez une approche SEO : peaufinez vos mots clés ou hashtags.
- Synthétisez votre parcours, vos passions et expertises...
- Intégrez les URL de vos sites web et réseaux sociaux.
- Ajoutez du contenu multimédia (photo, vidéo, infographie).

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

4 Décrire son poste actuel, son entreprise, ses expériences

- Vérifiez que le nom de l'entreprise est bien relié à sa page officielle !
- Pensez à mettre l'essentiel dans les 4 premières lignes de votre présentation.
- Capitalisez sur des mots-clés bien référencés.
- Indiquez les URL du site web et des réseaux sociaux de l'entreprise.
- Insérer des liens vers des vidéos, des infographies, images, articles de presse / blogs...
- N'oubliez pas le secteur d'activité et le lieu de votre entreprise !
- Mettez également en valeur vos expériences précédentes, surtout si elles sont en cohérence avec votre poste actuel.

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

5 Décrire ses diplômes, formations, certifications

Les rubriques formations doivent être entièrement complétées.



- Renseignez le nom de l'école ou de la formation, le lieu, l'année.
- Décrivez les modules d'apprentissage dont vous avez bénéficié.
- Si vous avez eu des mentions, indiquez le.
- Précisez vos sujets de thèses, mémoires et listez vos articles.
- Des rubriques formations 100% complétées multiplient par 11 le nombre de vues de votre profil

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

6 Renseigner ses compétences et les faire recommander

Impact de la présence de compétences : jusqu'à 13 fois plus de vues du profil !



→ Recommandez les compétences de vos contacts et 1 fois sur 2 ils feront de même !

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

6 Renseigner ses compétences et les faire recommander

Évaluations des compétences

Vérifiez votre niveau de compétence. Répondez à 15 questions à choix multiples, entrez dans le top 30% et obtenez un badge de compétence. [En savoir plus](#)

Tout **Recommandé** Connaissances du secteur Outils et technologies Recherche

- Microsoft PowerPoint**
Sujets : Animation, transitions et liens; Création et édition de diapositives; Gestion des présentations; Impression et accessibilité
7,9k personnes ont passé ce test
- Microsoft Word**
Sujets : Création, sauvegarde et exportation de documents; Éléments visuels; Mise en forme du contenu; Productivité et autres
3,1k personnes ont passé ce test
- Microsoft Excel**
Sujets : Analyse; Configuration; Formules; Manipulation de données
22k personnes ont passé ce test
- Microsoft Outlook**
Sujets : Calendrier; Tâches; Email; Général; People
4,2k personnes ont passé ce test
- Méthodes agiles**
Sujets : Cadres et évolutivité; Facilitateur d'équipe; Mentalité et culture agiles; Product Owner; Rituels agiles
1,5k personnes ont passé ce test
- Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)**
Sujets : Analytics; Foundational SEO Knowledge; Off-Page SEO; On-Page SEO; Technical SEO
1,8k personnes ont passé ce test

[Afficher plus d'évaluations](#)

Sur LinkedIn : QUIZ pour évaluer vos compétences et bénéficiez d'un « badge » LinkedIn.

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

7 Solliciter et mettre en ligne au minimum 3 recommandations

Ajouter au profil ✕

Base ∨

Recommandé ∧

Remplir ces rubriques renforcera votre crédibilité et vous donnera accès à plus d'opportunités

Ajouter à ma sélection

Ajouter des licences et certifications

Ajouter des cours

Ajouter des recommandations

Autre ∨

Solliciter une recommandation ✕

Aidez-nous à personnaliser votre demande

* Indique un champ obligatoire

À qui souhaitez-vous demander ?

Rechercher des personnes*

1 sur 2 Continuer

Demandez à Cédric de vous recommander ✕

Aidez-nous à personnaliser votre demande

 Cédric CHABAL - 1er

* Indique un champ obligatoire

Comment connaissez-vous Cédric ?

Niveau de relation*

Poste à répondre*

Intégrer un message personnalisé*

Bonjour Cédric, pourriez-vous m'écrire une recommandation ?

2 sur 2 Retour Envoyer

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

8 Développer son réseau et son influence en devenant « LION » (+500 relations)

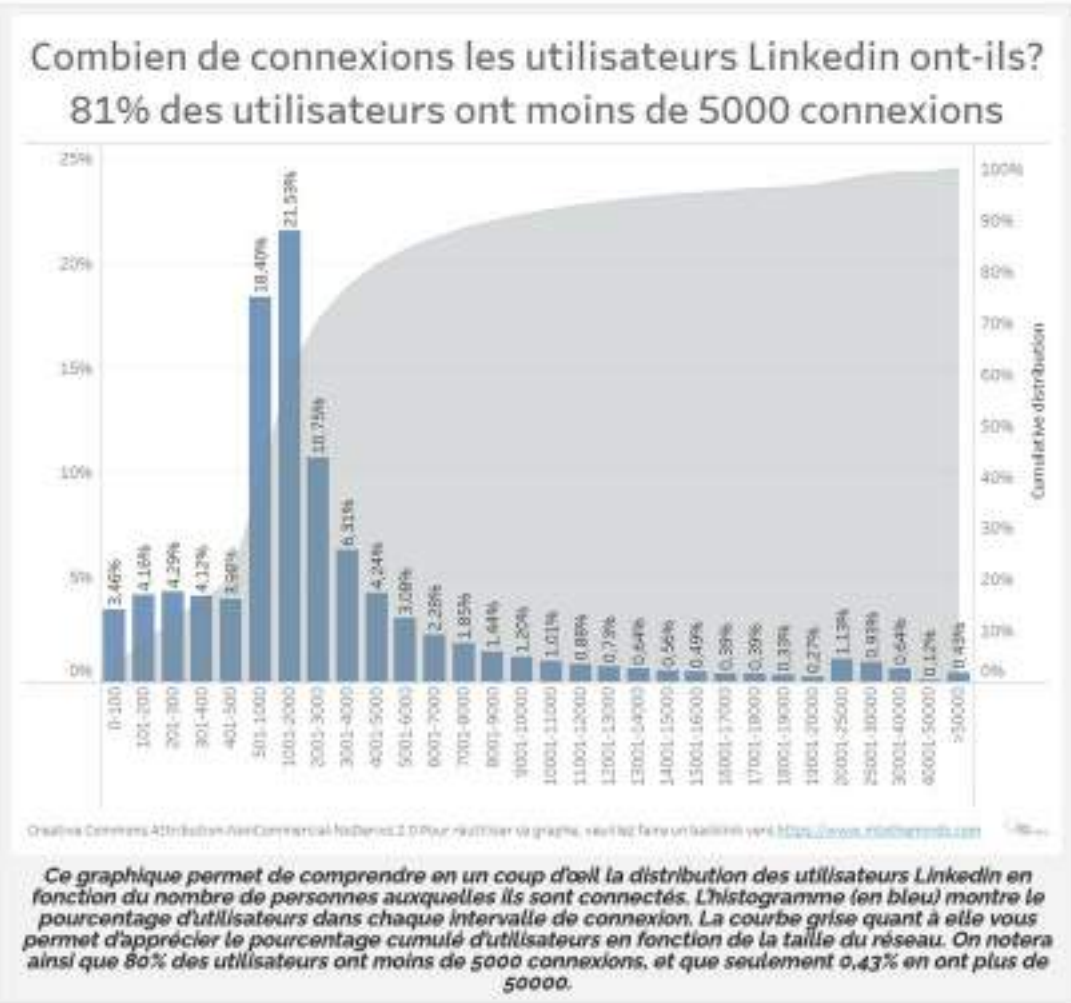


CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

8 Développer son réseau et son influence en devenant « LION » (+500 relations)

Nombre de connexions sur LinkedIn : 8 statistiques encore jamais publiées

- 50% des utilisateurs de LinkedIn ont moins de 1374 connexions
- 8,84% des utilisateurs ont plus de 10000 connexions
- 3,21% ont un réseau de plus de 20000 connexions (source)
- les femmes ont un réseau de 3691 connexions en moyenne
- les hommes ont 5605 connexions en moyenne
- si on exclut les influenceurs disposant de plus de 30.000 connexions, le nombre moyen de connexions est le suivant :
 - femmes : 1052
 - hommes : 1604
- Le nombre de connexions dans votre réseau LinkedIn est responsable de 34% de la viralité de vos posts (source)



CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

9 Optimiser l'URL de son profil LinkedIn

Modifiez votre URL personnalisée

Personnalisez l'URL de votre profil.

www.linkedin.com/in/cedricchabal

Remarque : vos URL personnalisées doivent contenir entre 3 et 100 lettres ou chiffres. Ne pas utiliser d'espaces, de symboles ou de caractères spéciaux.

Annuler

Enregistrer

CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

10 Publier, voire interagir, a minima 3 fois par mois

La publication d'articles sur LinkedIn est un excellent moyen d'exploiter votre réseau et de l'étendre. Vos articles atteindront non seulement vos relations, mais ils vous permettront aussi de fidéliser une audience.



CHECKLIST POUR DEVENIR « EXPERT ABSOLU »

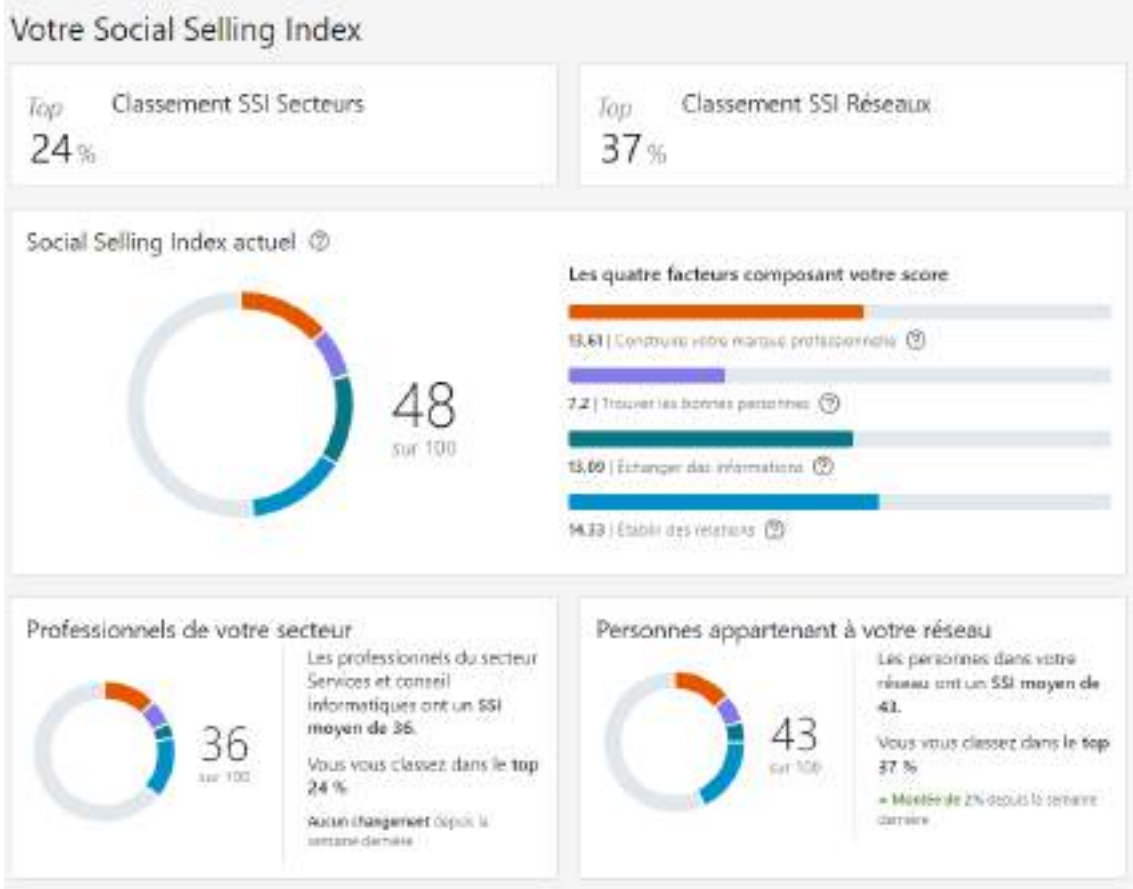
Découvrir et optimiser son Social Selling Index (SSI)

Ouvrez votre LinkedIn et cliquez sur la page suivante :

<https://www.linkedin.com/sales/ssi>

Vous pourrez ainsi consulter votre SSI LinkedIn et voir son évolution.


OBJECTIF : avoir un SSI d'a minima 70/100 !






VÉRIFIEZ COMMENT VOTRE PROFIL LINKEDIN APPARAÎT SUR GOOGLE

Préférences du profil public

Vous contrôlez votre profil et pouvez limiter ce qui apparaît dans les moteurs de recherche et autres services en dehors de LinkedIn. Les personnes qui ne se sont pas identifiées sur LinkedIn verront tout ou partie du profil affiché ci-dessous.



Cabinet de conseil et d'activation en Data Marketing





Cédric CHABAL



Co-fondateur / Directeur Associé @ Smart Data Power / Smart Data Health ; Associé @ Bosphore @e-Consulting-RH ; ESSEC #Data #influence +20K

France

25 k abonnés · + de 500 relations

 **Smart Data Power**

 **ESSEC - ESSEC Business School**

 **Site web de l'entreprise** 



Modifiez votre URL personnalisée

Personnalisez l'URL de votre profil.

www.linkedin.com/in/cedricchabal



☰ Modifier le contenu

Ceci est votre profil public. Pour modifier les sections, mettez à jour votre profil.

[Modifier des contenus](#)

👁️ Modifier la visibilité

Vous contrôlez ce que les personnes qui ne se sont pas identifiées sur LinkedIn voient de votre profil. Les limites que vous fixez ici affectent l'apparence de votre profil dans les moteurs de recherche, les badges du profil et les services autorisés tels qu'Outlook.

[En savoir plus](#)

Visibilité publique de votre profil Activé



DES QUESTIONS ?



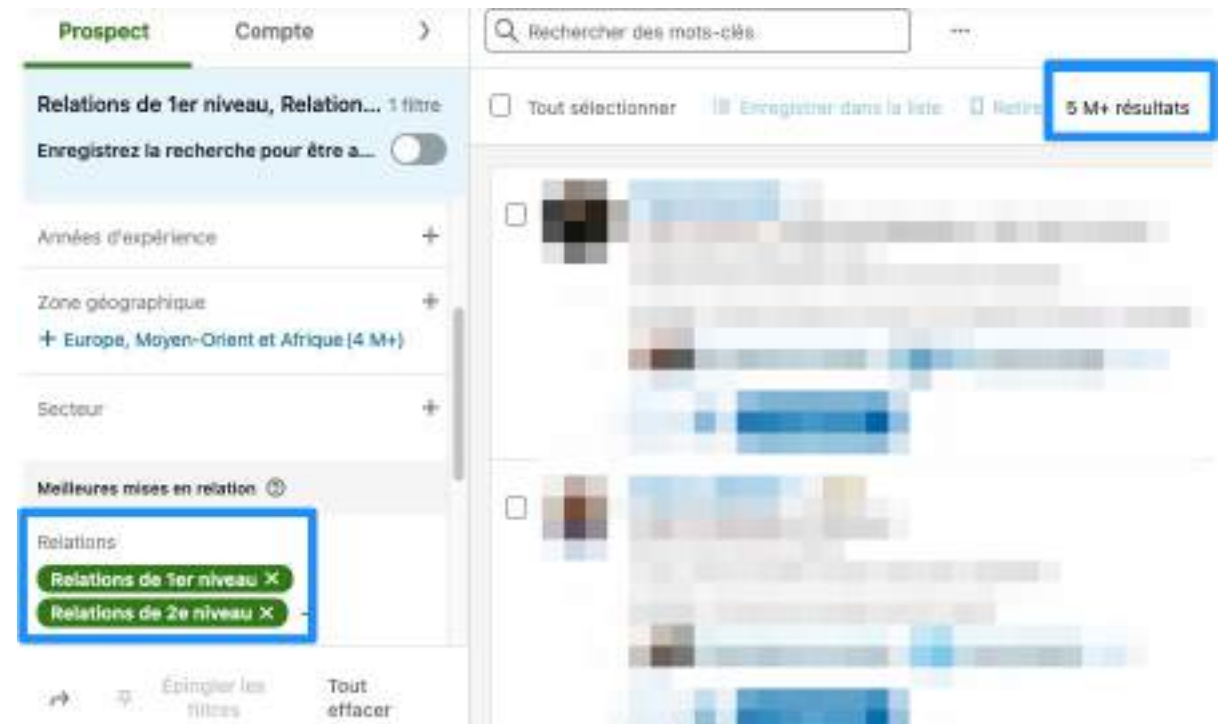
3. COMMENT CONSTITUER EFFICACEMENT UNE COMMUNAUTÉ ET UN VIVIER DE CONTACTS QUALIFIÉS ?

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS ET POURQUOI PAS MUTUALISER VOS RESEAUX

Théorie du "petit monde" et des "degrés de séparation" sur les réseaux sociaux

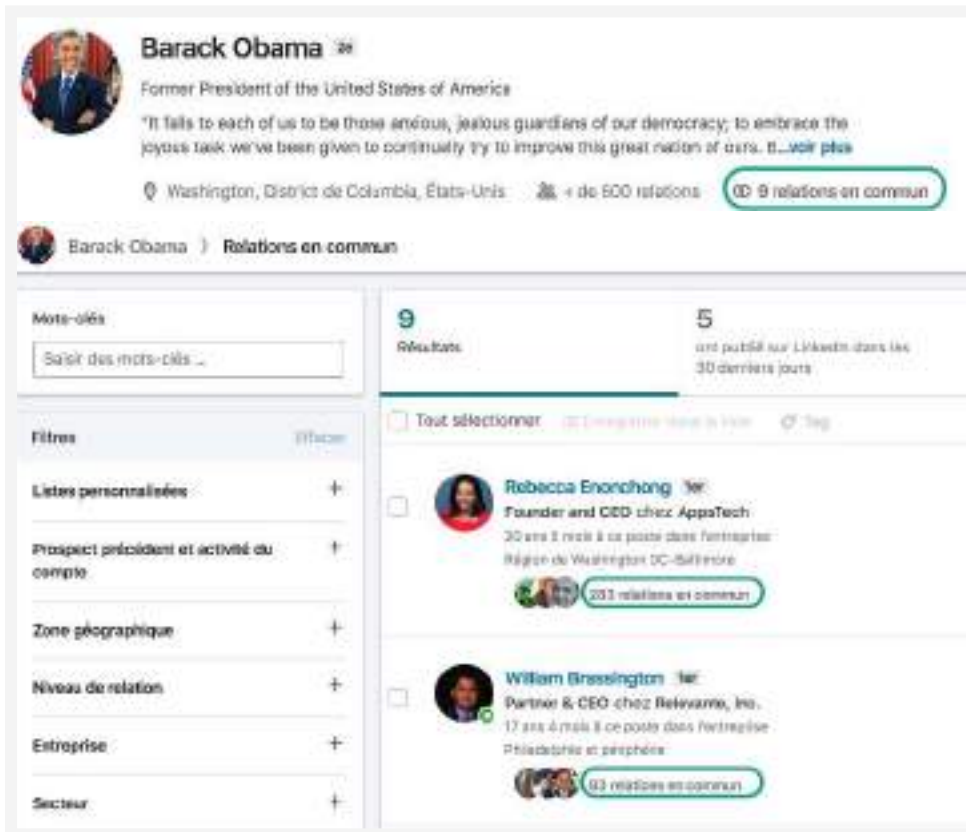
À l'échelle planétaire, il y a besoin de seulement 3 liens de connaissance pour mettre en relation n'importe quel individu avec n'importe quel autre !

Illustration : mes relations de 1er niveau (24 000 pers.) me donnent accès à 5 millions de personnes en niveau 2 et à 1 milliard de personnes en niveau 3...



POURQUOI BOOSTER VOTRE RÉSEAU LINKEDIN ?

Théorie du "petit monde" et des "degrés de séparation" sur les réseaux sociaux



The screenshot shows the LinkedIn profile of Barack Obama. At the top, it displays his name, title 'Former President of the United States of America', and a bio. Below this, it indicates 'Washington, District de Columbia, États-Unis' and '+ de 500 relations'. A green callout box highlights '9 relations en commun'. The main section is titled 'Relations en commun' and shows a list of 9 results. The first two results are visible: Rebecca Enonchong, Founder and CEO at AppaTech, and William Brassington, Partner & CEO at Relevante, Inc. Both profiles have green callout boxes indicating '203 relations en commun' and '03 relations en commun' respectively. The left sidebar contains filters for 'Mots-clés', 'Listes personnalisées', 'Prospect précédent et activité du compte', 'Zone géographique', 'Niveau de relation', 'Entreprise', and 'Secteur'.

Plus vous avez de contacts LinkedIn qualifiés :

- Plus vos degrés de séparation vis à vis de vos cibles sont faibles.
- Plus vous avez de contacts en commun avec votre cible, plus vous la rassurez au moment de la demande de connexion !

POURQUOI BOOSTER VOTRE RÉSEAU LINKEDIN ?

Avantages d'avoir un important réseau de contacts qualifiés

2X

**PLUS ENCLINS À RÉPONDRE
À VOS INMAILS**

61%

**PLUS ENCLINS À PARTAGER
VOS PUBLICATIONS AVEC LEUR PROPRE RÉSEAU**

- L'algorithme LinkedIn vous donne un meilleur Social Selling Index et optimise votre référencement.
- Si votre réseau est 100% qualifié et cohérent vis à vis de votre métier, les interactions liées à vos publications seront démultipliées !

POURQUOI BOOSTER VOTRE RÉSEAU LINKEDIN ?

La taille de votre réseau influence la visibilité de vos posts LinkedIn

L'analyse de ces 4,599 millions de posts LinkedIn montre clairement l'effet de la taille du réseau. C'est au final très logique : plus le réseau d'un membre LinkedIn est grand, plus sa probabilité de récolter sur un de ces posts est élevée.

Ce qui est étonnant par contre c'est de voir le poids que cette variable joue : 34%. En gros, atteindre 100 réactions sur LinkedIn est conditionné pour 1/3 par la taille du réseau. Pour faire simple, **la probabilité de récolter 100 réactions augmente de 1% par fraction de 500 connexions.**



50% des utilisateurs de LinkedIn ont moins de 1442 connexions. Avec 1442 connexions, vous avez une chance sur 50 de décrocher 100 likes / commentaires (2%).

Par contre, lorsque vous avez 24000 connexions, la probabilité monte à 39%. C'est quasiment 10x plus.

Source : <https://www.intotheminds.com/blog/facteurs-succes-linkedin/>

PARAMÉTRER LA VISIBILITÉ DE VOTRE COMPTE LINKEDIN

Pour aller plus loin

Modifier la visibilité

Vous contrôlez ce que les personnes qui ne se sont pas identifiées sur LinkedIn voient de votre profil. Les limites que vous fixez ici affectent l'apparence de votre profil dans les moteurs de recherche, les badges du profil et les services autorisés tels qu'Outlook.

[En savoir plus](#)

Visibilité publique de votre profil Activé

Informations de base (obligatoires)

- Nom, nombre de relations et zone géographique

Photo du profil

- Uniquement les relations de 1er niveau
Les membres LinkedIn directement en relation avec vous.
- Votre réseau
Vos relations, connectées avec vous jusqu'à 3 niveaux.
- Tous les membres de LinkedIn
- Public
Tous les membres LinkedIn sur et en dehors de LinkedIn. Votre contenu peut apparaître dans les résultats de recherche (Google, Bing, etc.).

Photo d'arrière-plan	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Titre du profil	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Sites web	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Résumé	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Articles et activité	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Expérience actuelle	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Détails	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Expérience précédente	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Détails	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Formation	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Détails	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Expériences de bénévolat	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Certifications	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Groupes	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>
Recommandations	Afficher	<input checked="" type="checkbox"/>

PARAMÉTRER LA VISIBILITÉ DE VOTRE COMPTE LINKEDIN

Pour aller plus loin

Mes relations

Décidez si vos relations peuvent voir votre liste de relations

Permettre à vos relations de voir votre liste de relations

Oui

Si vous désactivez cette préférence, vous seul(e) pourrez voir votre liste de relations. Vos relations pourront toujours voir les relations en commun ou les relations qui vous ont recommandé(e). [En savoir plus](#)

Fermer

Oui

PARAMÉTRÉZ LA VISIBILITÉ DE VOTRE COMPTE LINKEDIN

Pour aller plus loin

Visibilité de votre profil et de votre réseau

Rendez votre profil et vos coordonnées visibles uniquement des membres que vous choisissez

Options des vues de profil

Fermer

Choisissez d'être visible ou en mode privé


Profil complet

Sélectionner ce que les autres voient lorsque vous consultez leur profil

Votre nom et titre de profil

 **Julia Rodriguez**
Cheffe de mission webmarketing et data analyse chez Smart Data Power
Lyon, Auvergne-Rhône-Alpes | Services et conseil informatiques

Caractéristiques du profil privé

 Personnel politique dans le secteur Technologies et services de l'information (Lyon et périphérie)

Mode privé

 Utilisateur LinkedIn anonyme

Si vous sélectionnez "Caractéristiques du profil privé" ou "Mode privé", "Qui a consulté votre profil" sera désactivé et votre historique de consultation effacé.

Passer à un compte Premium pour voir tous vos visiteurs sur les 90 derniers jours tout en restant en mode privé.

PARAMÉTRÉZ LA VISIBILITÉ DE VOTRE COMPTE LINKEDIN

Pour aller plus loin

Visibilité de votre activité sur LinkedIn

Assurez-vous que votre réseau voit uniquement les activités que vous choisissez de montrer

Gérer le statut actif

Fermer

Décidez qui peut voir lorsque vous êtes sur LinkedIn

Qui peut voir que vous êtes actuellement actif lorsque vous utilisez LinkedIn ?

Vos relations uniquement

Seules vos relations de 1er niveau pourront voir que vous êtes sur LinkedIn.

Tous les membres de LinkedIn

Tous les membres de LinkedIn pourront voir lorsque vous êtes sur LinkedIn.

Personne

Aucun membre ne pourra voir lorsque vous êtes sur LinkedIn et vous ne pourrez pas voir les personnes actives.

Les modifications apportées à ces préférences peuvent prendre jusqu'à 30 minutes pour devenir effectives.

Nous pouvons utiliser les données liées à votre activité sur LinkedIn pour personnaliser nos services afin que ceux-ci soient plus pertinents et utiles pour vous et les autres membres.

PARAMÉTRÉZ LA VISIBILITÉ DE VOTRE COMPTE LINKEDIN

Pour aller plus loin

Qui peut vous contacter

Gérez les personnes dont vous souhaitez recevoir des communications

Invitations à se connecter

Choisissez qui peut vous inviter

Changer

Tout le monde

Invitations de votre réseau

Choisissez quelles invitations vous souhaitez recevoir de votre réseau

Changer

Lettes

Messages

Autorisez certaines personnes à vous envoyer des messages

Fermer

en Mode

Activer les notifications des demandes de messages

Oui

Autoriser les autres à vous envoyer des **InMails** ?

Oui

Autoriser les partenaires de LinkedIn à vous montrer des **Sponsored Messages** sur LinkedIn ?

Les **Sponsored Messages** de LinkedIn sont des publicités natives de nos partenaires qui contiennent des informations ou des offres promotionnelles. Ils sont envoyés dans le cadre d'une campagne marketing ou d'une campagne de recrutement. Votre nom, votre adresse e-mail et d'autres informations ne seront pas communiqués aux partenaires marketing de LinkedIn, à moins que vous ne choisissiez de le faire en répondant à leurs **Sponsored Messages**.

Oui

Notes que vous ne pouvez pas désactiver la réception de messages de vos relations de 1er niveau. Si vous souhaitez ne pas recevoir de messages de la part de certaines personnes, apprenez comment les bloquer.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Comment se préparer avant de faire une demande de connexion ou de mise en relation ?

EXPLIQUER POURQUOI VOUS SOUHAITEZ VOUS CONNECTER



Quel est votre objectif ?

OBTENIR UNE RELATION DE PLUS
OBTENIR UN ENTRETIEN
TRAVAILLER ENSEMBLE
ÉCHANGER ...

À RETENIR

Vous devez expliquer pourquoi vous voulez vous connecter, ce que vous attendez : vous avez vu un de ses posts sur un groupe LinkedIn, une offre d'emploi au sein de son entreprise, vous avez un contact en commun... Il faut que la personne comprenne votre démarche !

TROUVEZ DES POINTS COMMUNS

Cherchez un point commun à démontrer

- DES INTÉRÊTS
- DES GROUPES SUR LINKEDIN
- UN CONTACT
- UNE FORMATION
- UNE EXPÉRIENCE

QUE POUVEZ-VOUS APPORTER ?



Le réseautage est basé sur l'écoute

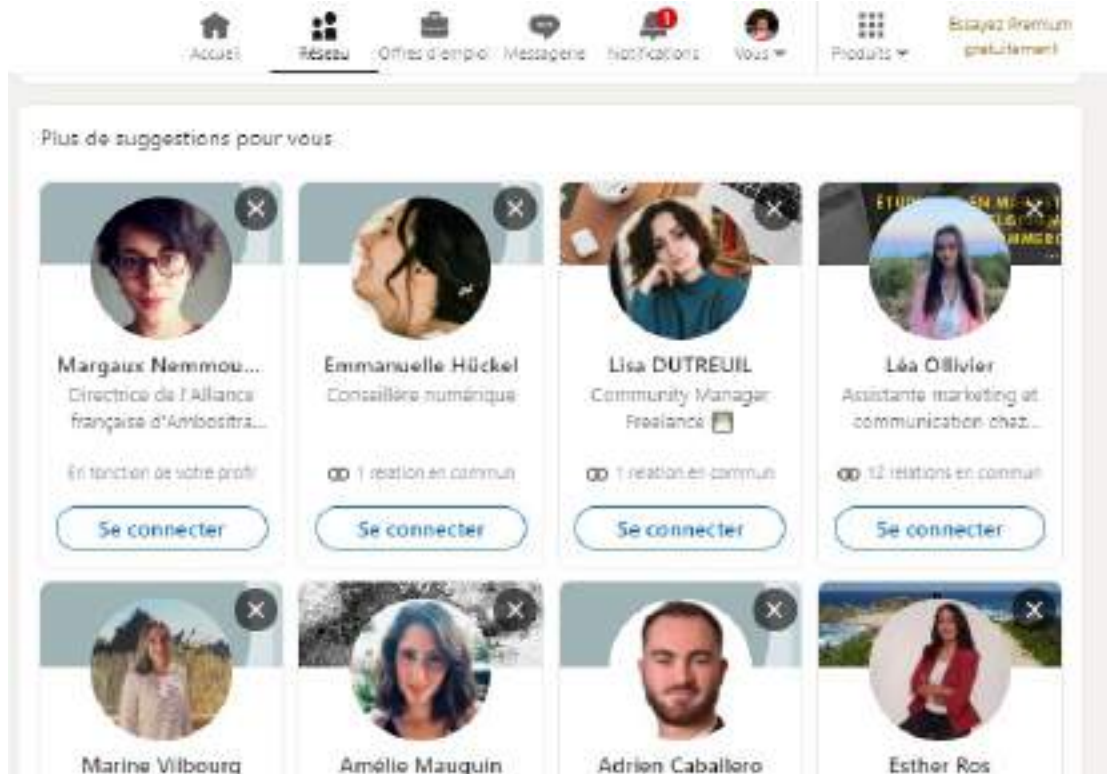
QUEL PEUT ÊTRE SON BESOIN ?
QUE POUVEZ-VOUS LUI APPORTER ?
QUE CHERCHE-T-IL SUR LINKEDIN ?

À RETENIR

La personne avec qui vous souhaitez vous connecter doit comprendre quels sont vos intérêts à être en relation l'un avec l'autre.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

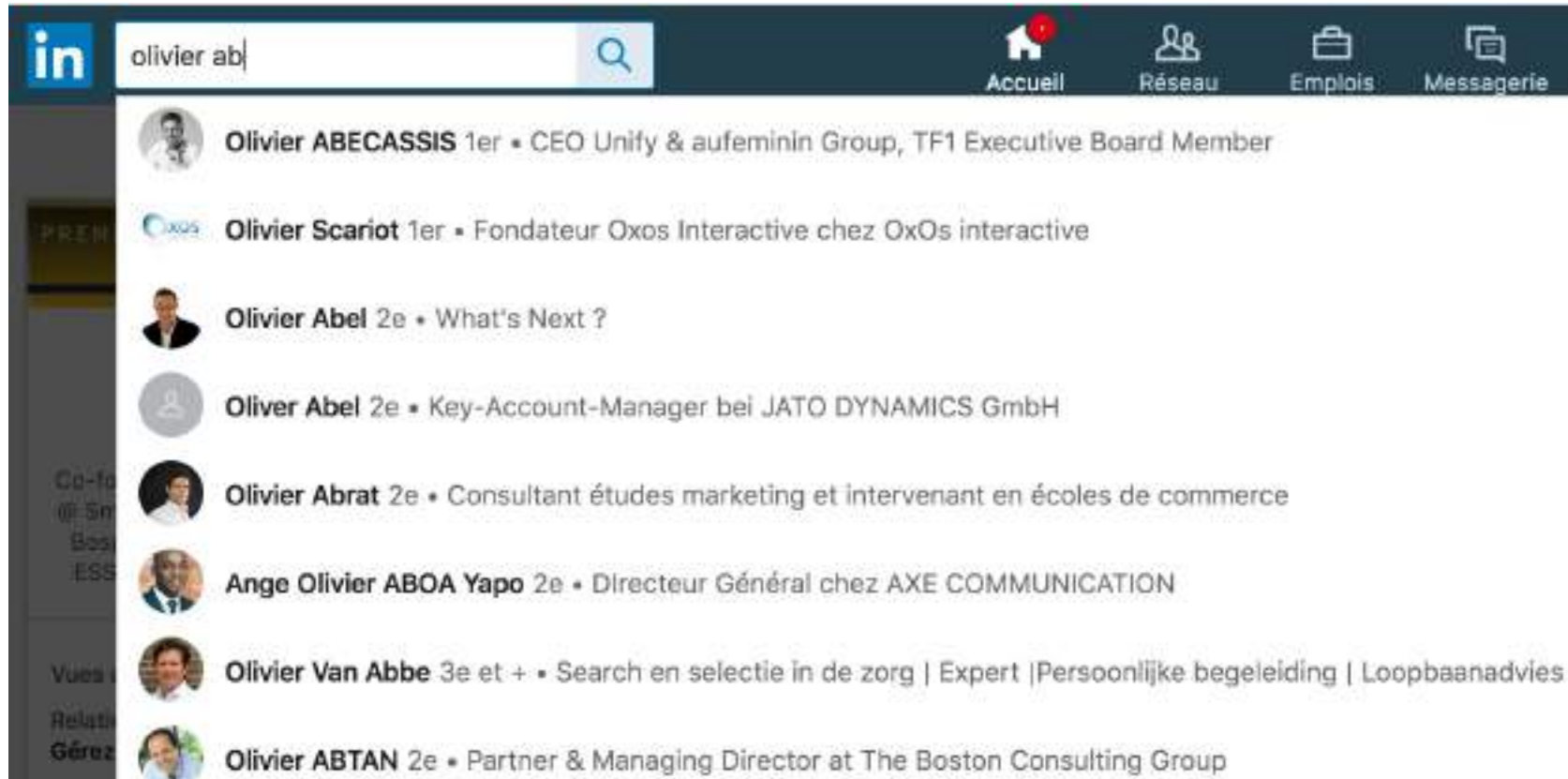
Invitez des personnes cœur de cibles



via la rubrique « plus de suggestions pour vous »
ou via la rubrique « recherche avancée »

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Recherchez dans le formulaire du moteur de recherche un nom de personne avec qui vous souhaitez vous connecter

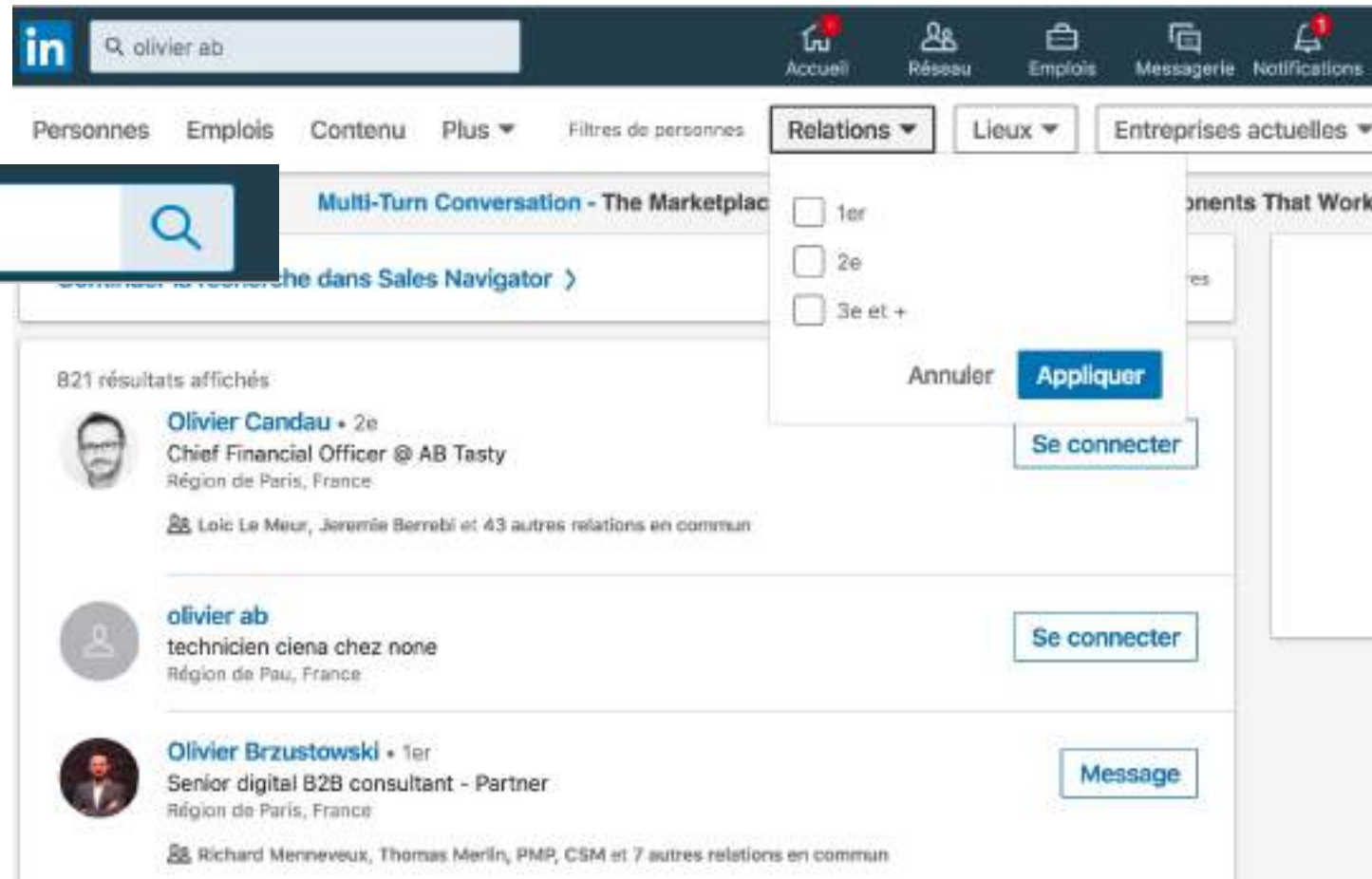


The screenshot shows the LinkedIn search interface. The search bar contains the text 'olivier ab'. The navigation bar at the top includes icons for 'Accueil', 'Réseau', 'Emplois', and 'Messagerie'. The search results list several profiles:

- Olivier ABECASSIS** 1er • CEO Unify & aufeminin Group, TF1 Executive Board Member
- Olivier Scariot** 1er • Fondateur Oxos Interactive chez OxOs interactive
- Olivier Abel** 2e • What's Next ?
- Oliver Abel** 2e • Key-Account-Manager bei JATO DYNAMICS GmbH
- Olivier Abrat** 2e • Consultant études marketing et intervenant en écoles de commerce
- Ange Olivier ABOA Yapo** 2e • Directeur Général chez AXE COMMUNICATION
- Olivier Van Abbe** 3e et + • Search en selectie in de zorg | Expert | Persoonlijke begeleiding | Loopbaanadvies .
- Olivier ABTAN** 2e • Partner & Managing Director at The Boston Consulting Group

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

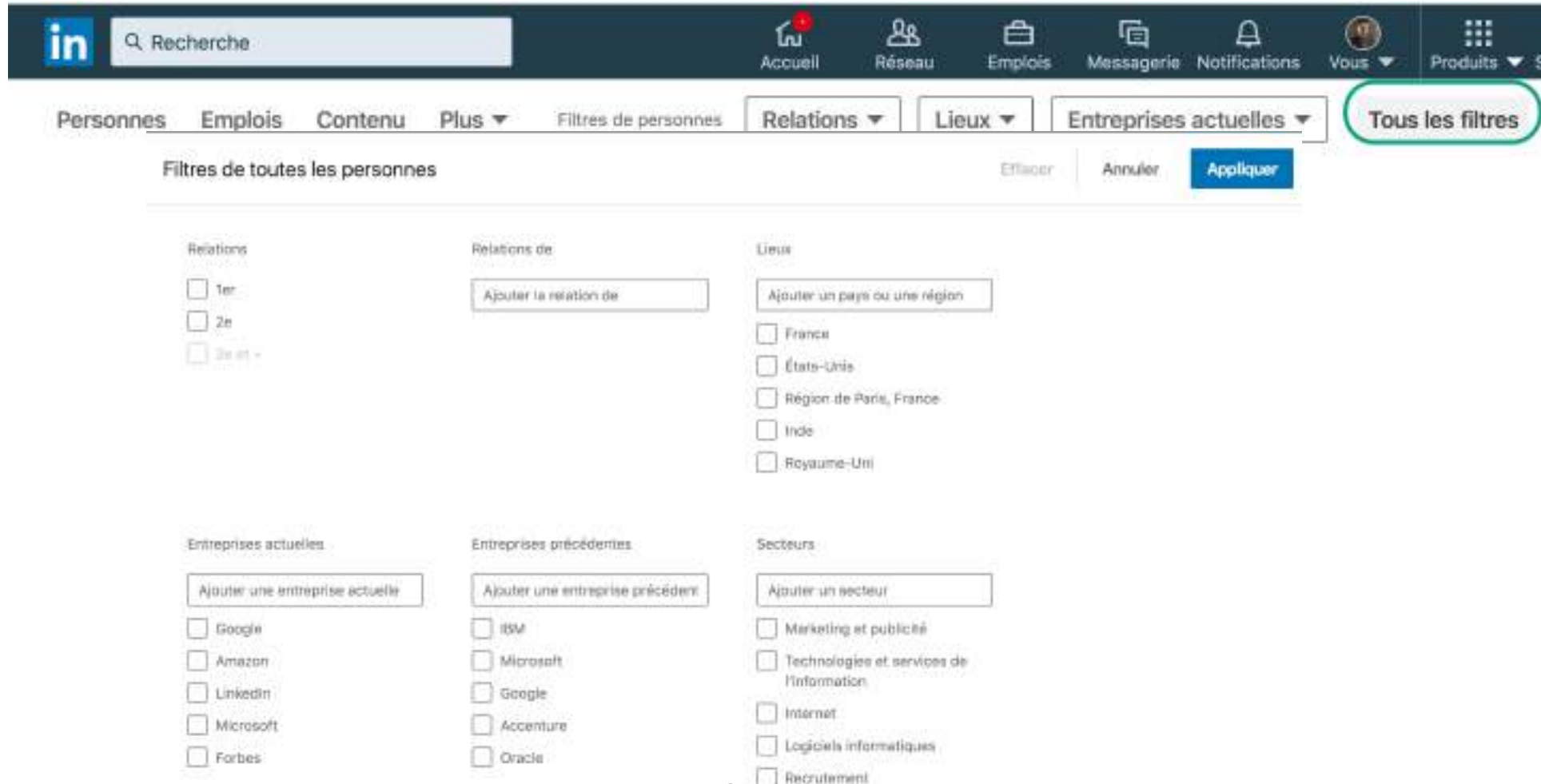
Utilisez le mode avancé du moteur de recherche (en cliquant sur la loupe), pour rechercher une personne selon des critères bien précis : niveau de relation (1,2,3), lieux, entreprise actuelle



The image shows a screenshot of the LinkedIn search interface. At the top, there is a search bar with the text "olivier ab" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are navigation tabs for "Personnes", "Emplois", "Contenu", and "Plus". To the right, there are icons for "Accueil", "Réseau", "Emplois", "Messagerie", and "Notifications". Below these, there are filter tabs for "Relations", "Lieux", and "Entreprises actuelles". The "Relations" filter is expanded, showing a dropdown menu with three options: "1er", "2e", and "3e et +". The "1er" option is selected. Below the dropdown, there are buttons for "Annuler" and "Appliquer". The search results are displayed below the filters, showing a list of profiles. The first profile is "Olivier Candau • 2e", Chief Financial Officer @ AB Tasty, Région de Paris, France. The second profile is "olivier ab", technicien ciena chez none, Région de Pau, France. The third profile is "Olivier Brzustowski • 1er", Senior digital B2B consultant - Partner, Région de Paris, France. Each profile has a "Se connecter" button, and the third profile has a "Message" button.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Utilisez le mode avancé du moteur de recherche (en cliquant sur la loupe), puis cliquez sur “tous les filtres” afin d’avoir accès à un maximum de critères



The screenshot shows the LinkedIn search interface with the 'Tous les filtres' button highlighted in a green circle. Below the navigation bar, the 'Filtres de toutes les personnes' section is visible, containing several filter categories:

- Relations:** Includes checkboxes for '1er', '2e', and '3e et -'.
- Relations de:** Includes a text input field 'Ajouter la relation de'.
- Lieux:** Includes a text input field 'Ajouter un pays ou une région' and checkboxes for 'France', 'États-Unis', 'Région de Paris, France', 'Inde', and 'Royaume-Uni'.
- Entreprises actuelles:** Includes a text input field 'Ajouter une entreprise actuelle' and checkboxes for 'Google', 'Amazon', 'LinkedIn', 'Microsoft', and 'Forbes'.
- Entreprises précédentes:** Includes a text input field 'Ajouter une entreprise précédent' and checkboxes for 'IBM', 'Microsoft', 'Google', 'Accenture', and 'Oracle'.
- Secteurs:** Includes a text input field 'Ajouter un secteur' and checkboxes for 'Marketing et publicité', 'Technologies et services de l'information', 'Internet', 'Logiciels informatiques', and 'Recrutement'.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

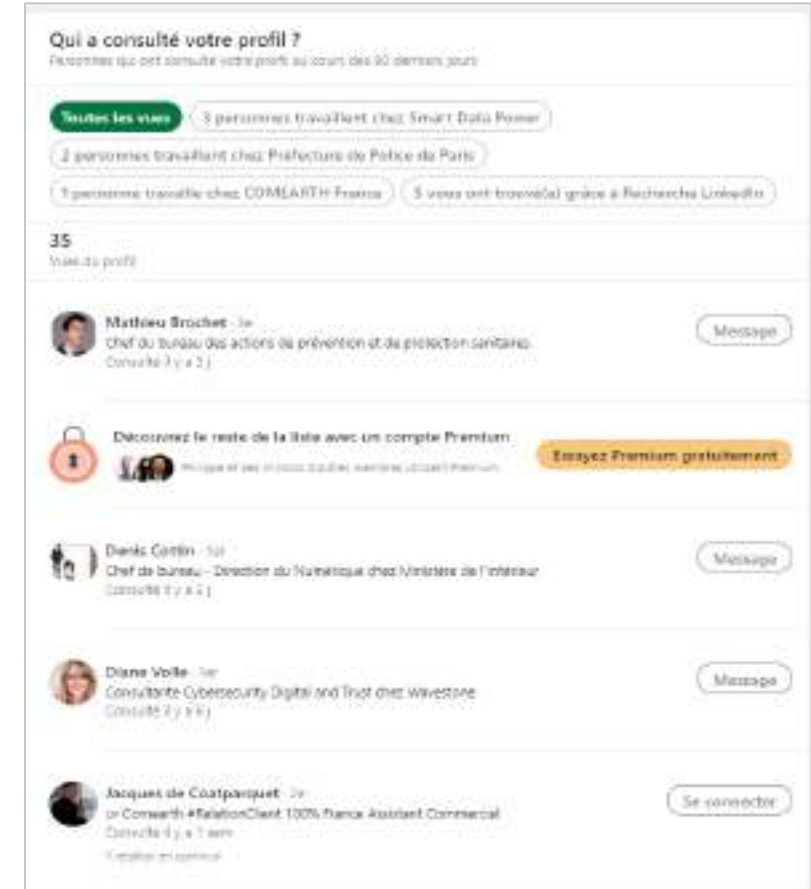
Recontactez ceux qui ont consulté votre profil (cf. vues de profil)



PREMIUM Canal de conseil et d'activation Marketing

Cédric CHABAL
Co-fondateur / Directeur Associé @ Smart Data Power / Smart Data Health ; Associé @ Bosphore @e-Consulting-RH ; ESSEC #Data #influence +20K

Vues du profil **494**
Impressions de posts **226**



Qui a consulté votre profil ?
Personnes qui ont consulté votre profil au cours des 90 derniers jours

Vues des vues 3 personnes travaillant chez Smart Data Power
2 personnes travaillant chez Préfecture de Police de Paris
1 personne travaille chez COMEARTH France 5 vues ont travaillé grâce à Recherche Unifiée

35
Vues de profil

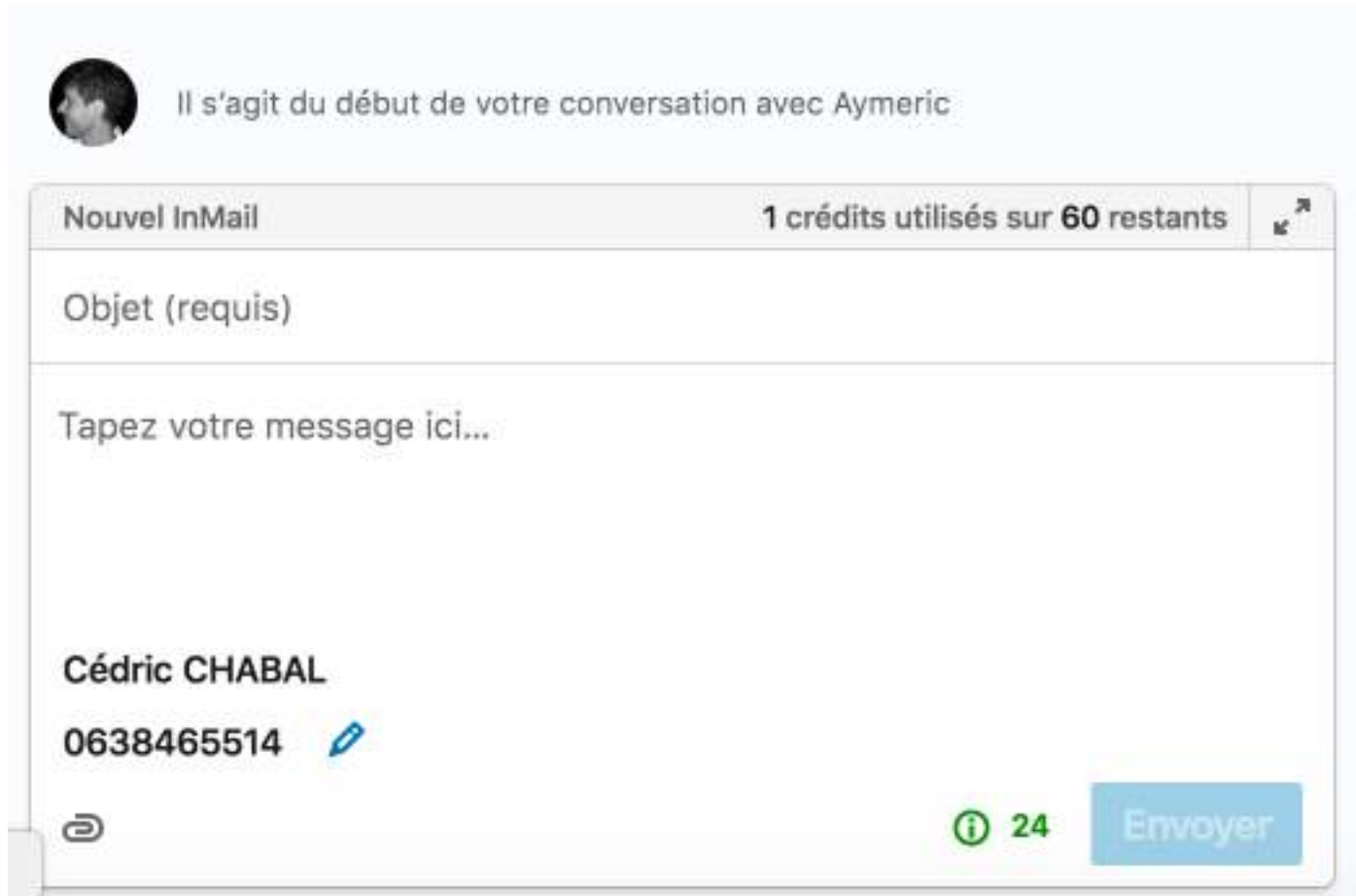
- Mathieu Brochet** - 1e
Chef du bureau des actions de prévention et de protection sanitaires
Consulté 7 j. à 2 j. [Message](#)
- Découvrez le reste de la liste avec un compte Premium** [Essayez Premium gratuitement](#)
- Daniële Cottin** - 1e
Chef de bureau - Direction du Numérique chez Ministère de l'Intérieur
Consulté 7 j. à 2 j. [Message](#)
- Diane Voile** - 1e
Consultante Cybersecurity Digital and Trust chez Wavestone
Consulté 7 j. à 6 j. [Message](#)
- Jacques de Coatperquet** - 1e
@ Comearth #RelationClient 100% France Assistant Commercial
Consulté 4 j. à 1 an
1 relation en commun [Se connecter](#)

Exemple de message que vous pourriez écrire :

“Vous avez consulté mon profil il y a peu, de mon côté, j’ai fais de même avec intérêt.
Je vous propose de rejoindre mon réseau, afin de pouvoir échanger sur des problématiques communes...”

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Envoyez un Inmail (payant)



The screenshot shows the LinkedIn InMail composition interface. At the top left, there is a circular profile picture of a man and the text "Il s'agit du début de votre conversation avec Aymeric". Below this is a header bar with "Nouvel InMail" on the left and "1 crédits utilisés sur 60 restants" on the right, accompanied by a small icon. The main body of the interface is a large text input area with the placeholder text "Objet (requis)" and "Tapez votre message ici...". At the bottom left, the sender's name "Cédric CHABAL" and phone number "0638465514" are displayed, with a small blue pencil icon next to the number. At the bottom right, there is a green information icon with the number "24" next to it, and a blue "Envoyer" button.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Comment booster votre communauté sur une page entreprise ?

Utilisez le bouton "inviter des relations".

LinkedIn permet en effet d'inviter (une seule fois)

vos contacts à suivre les publications de votre page entreprise

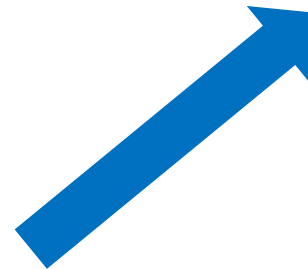
Attirez de nouveaux abonnés



250 crédits disponibles sur 250 ?

Développez votre audience et amplifiez votre portée en invitant des relations à suivre votre page

[Inviter des relations](#)



ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Pour aller plus loin

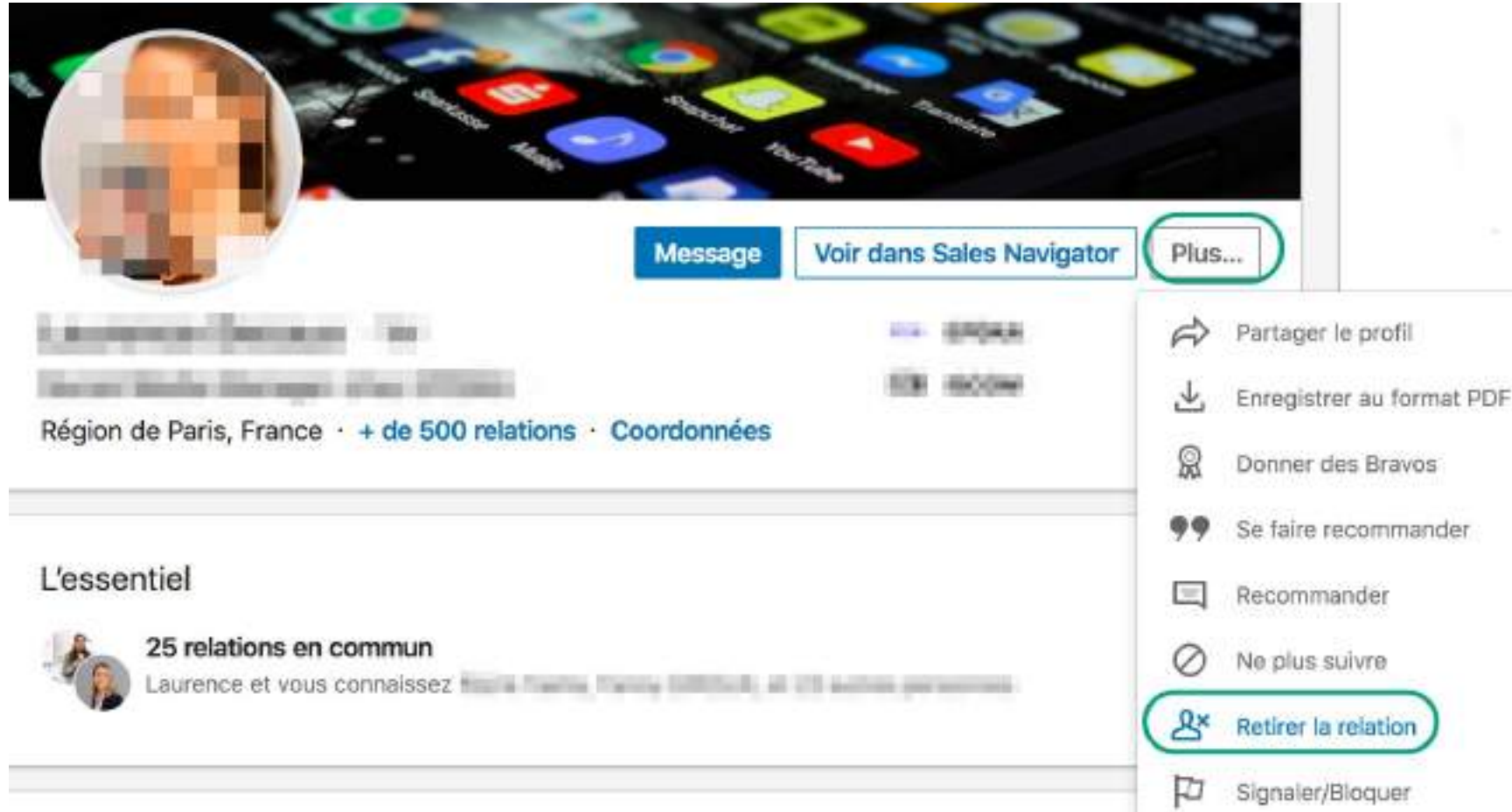
Vous pouvez bloquer / signaler un contact indésirable !

The image shows a LinkedIn profile page for a contact named 'INTERSPORT FRA'. The profile picture is blurred. Below the name, it says 'France · + de 500 relations · Coordonnées'. The 'Plus...' button is highlighted with a green circle, and its dropdown menu is open, showing options: 'Partager le profil', 'Enregistrer au format PDF', 'Message', 'Sulvre', and 'Signaler/Bloquer'. The 'Signaler/Bloquer' option is also highlighted with a green circle. Below the profile, the 'L'essentiel' section shows '36 relations en commun' and '1 groupe en commun'.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Pour aller plus loin

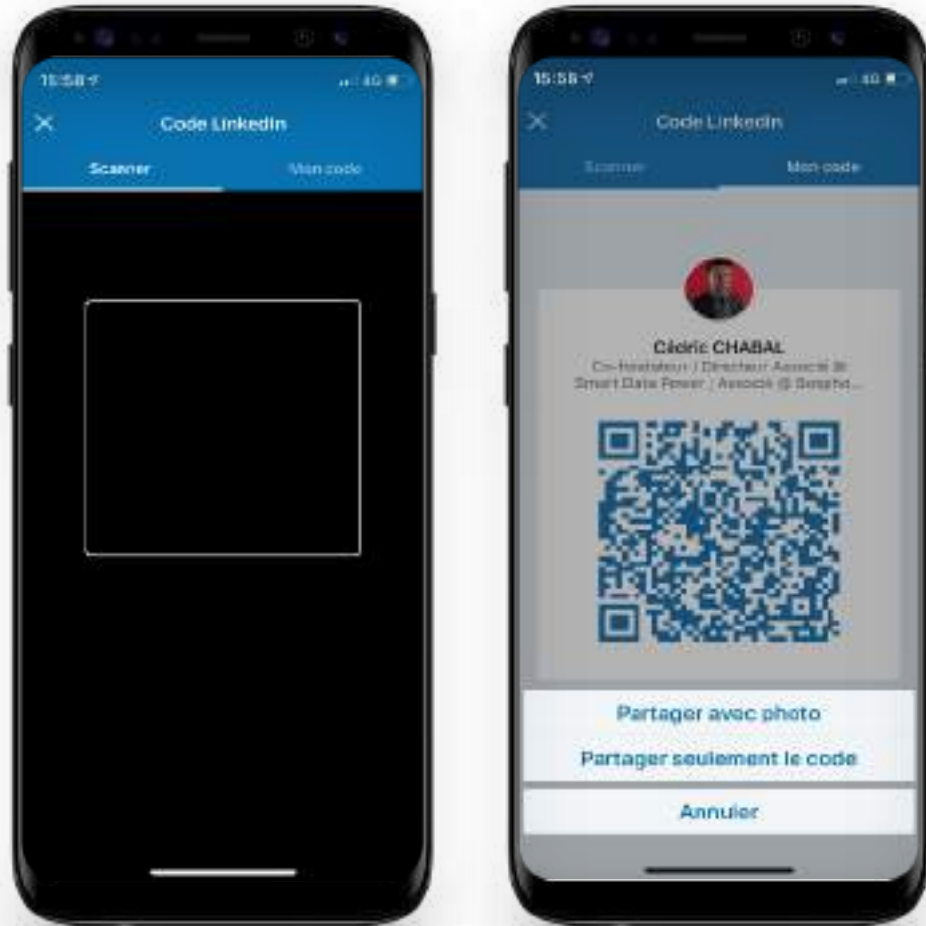
Vous pouvez supprimer un contact indésirable !



The image shows a LinkedIn profile page. At the top, there is a circular profile picture of a person. Below it, there are three buttons: 'Message', 'Voir dans Sales Navigator', and 'Plus...'. The 'Plus...' button is highlighted with a green circle. A dropdown menu is open from the 'Plus...' button, showing several options: 'Partager le profil', 'Enregistrer au format PDF', 'Donner des Bravos', 'Se faire recommander', 'Recommander', 'Ne plus suivre', 'Retirer la relation' (highlighted with a green circle), and 'Signaler/Bloquer'. Below the profile picture, there is a blurred name and location information: 'Région de Paris, France · + de 500 relations · Coordonnées'. Underneath, there is a section titled 'L'essentiel' with a sub-section '25 relations en commun' and a small profile picture of a woman named Laurence.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

« Scannez » les contacts rencontrés lors d'un évènement.



Faciliter la connexion via le scan et l'échange de QR code de profils LinkedIn.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Pour aller plus loin

Quel message d'introduction envoyer à vos contacts de niveau 2 pour les convaincre de se connecter à vous ?

The image shows a LinkedIn profile for Jacques de Coatparquet. A white notification box is overlaid on the profile, stating: "Vous pouvez personnaliser cette invitation" (You can personalize this invitation). Below this, it says: "✓ Vous pouvez ajouter une note pour personnaliser votre invitation à Jacques de Coatparquet." (You can add a note to personalize your invitation to Jacques de Coatparquet). At the bottom of the notification box are two buttons: "Ajouter une note" (Add a note) and "Envoyer" (Send). A white arrow points from the "Ajouter une note" button to the "Se connecter" (Connect) button on the profile page.

The image shows the LinkedIn invitation interface for Jacques de Coatparquet. The title is "Invitez Jacques à rejoindre votre réseau" (Invite Jacques to join your network). Below the title, it says: "Développez un réseau de qualité en vous connectant uniquement à des personnes que vous connaissez." (Develop a quality network by connecting only to people you know). There is a section for "Message (facultatif)" (Optional message) with a text input field containing the example: "Ex : nous avons fait connaissance lors de...". Below the input field is a character count "300 / 300". There is a "PRÉMIUM" badge and a note: "Vous ne connaissez pas Jacques ? Envoyez un InMail avec Premium pour vous présenter. Plus de personnes répondent à un InMail plutôt qu'à une demande de mise en relation." (You don't know Jacques? Send an InMail with Premium to introduce yourself. More people respond to an InMail than to a connection request). At the bottom, there are "Annuler" (Cancel) and "Envoyer" (Send) buttons.

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

En fait, faut-il rédiger ou non un message en amont d'une invitation LinkedIn ?

La société Prospectin a fait un test sur 10 000 destinataires (cibles de CEO, commerciaux, marketeurs).

Les variantes étaient les suivantes :

Nous avons classé les différentes notes envoyées en 5 catégories :

- Note vide (aucune note n'est donc envoyée avec l'invitation).
- Envoi d'une note non personnalisée : « Hello, I would like to join your network ».
- Une note personnalisée : « Hello {{firstname}}, I would like to join your network ».
- Envoi d'une note complète sans lien : « Hi {{firstname}}, I'm wondering if you're generating Leads via LinkedIn. If this is the case, I would be interested in joining your network and have a chat about it. Have a great day! ».
- Envoi d'une note complète avec lien : « Hi {{firstname}}, I'm wondering if you ever thought of promoting your brand or generating leads through LinkedIn. We've created a tool that automates this process without risk. If you're curious, you will find more information on our website: <https://www.prospectin.link/gw/bt-1> Have a great day! ».

Les résultats (en terme de taux de connexion) ont été les suivants :

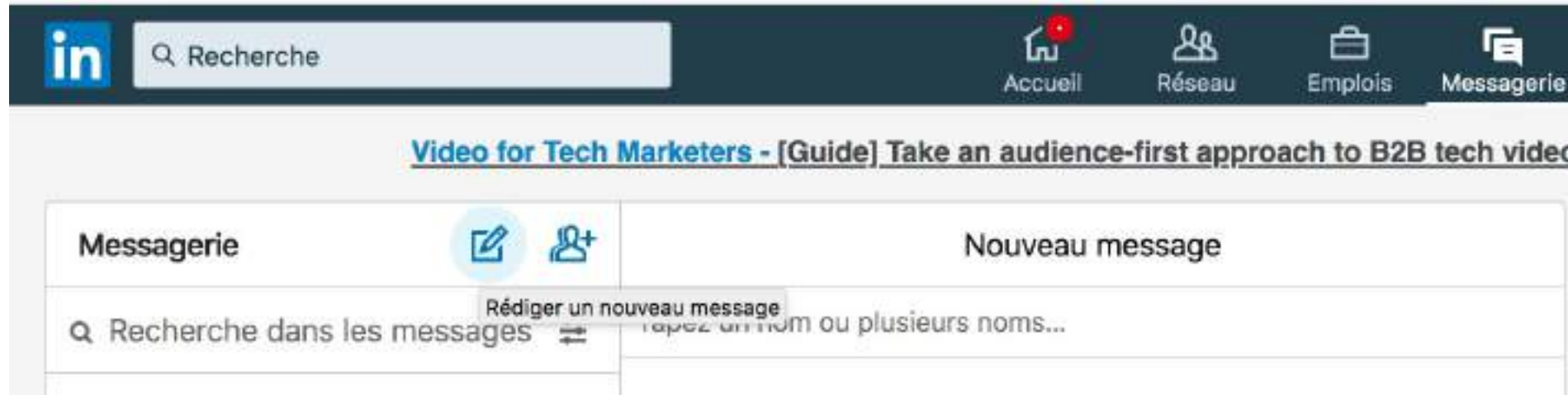
- Une note vide : **38%**.
- Note non personnalisée : **36%**.
- Personnalisée : **33%**.
- Note complète sans lien : **32%**.
- Complète avec lien : **26%**.

Bilan : pas besoin d'envoyer un message en amont d'une invitation !

ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

Pour aller plus loin

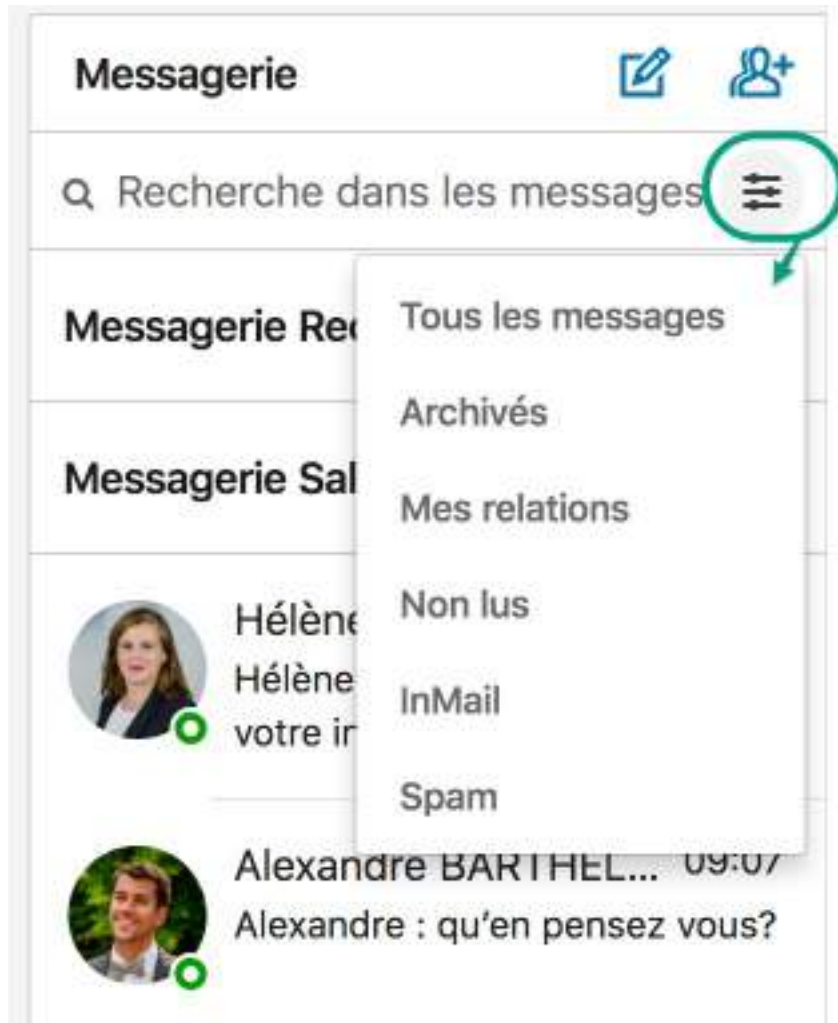
Rediger un nouveau message...



ASTUCES POUR DÉVELOPPER VOTRE COMMUNAUTÉ DE PROSPECTS

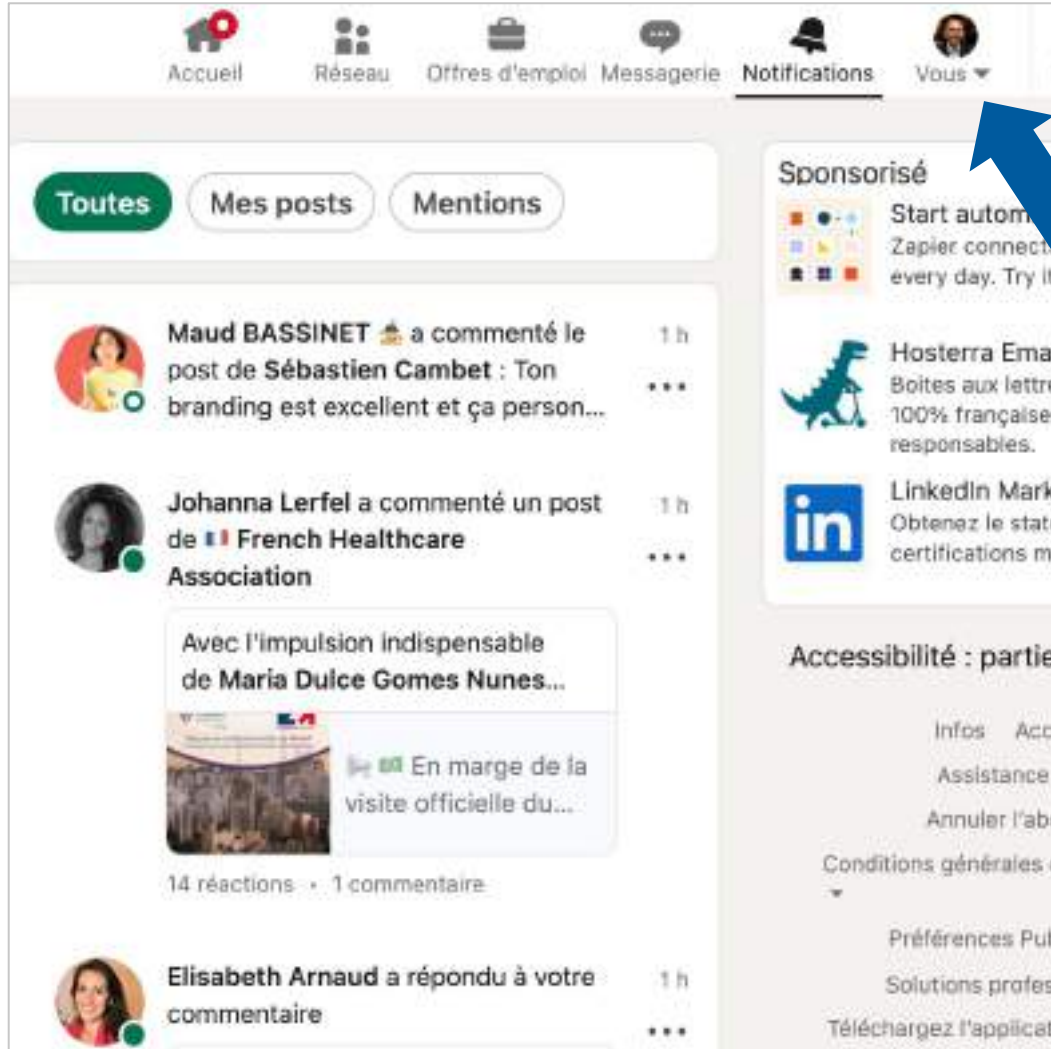
Pour aller plus loin

Rechercher dans l'historique des messages...



ASTUCES POUR TELECHARGER VOTRE VIVIER DE CONTACTS LINKEDIN ACTUELS

Pour obtenir la liste de tous vos contacts, c'est très simple. Il faut cliquer sur chaque bouton suivant



Puis

Préférences et confidentialité

- Colonne de gauche : Confidentialité des données

- Obtenir une copie de vos données

- Second bouton : vous recherchez quelque chose en particulier
« Mes relations »

Demander les archives

Vous recevrez un email avec un lien de téléchargement (sous 24h);
Bien vérifier vos spams

ASTUCES POUR TRIER ET CATEGORISER VOS RELATIONS EXISTANTES

Vos meilleurs contacts sont peut-être déjà dans vos relations

Exemple pour les contacts de Elisabeth



Date de l'étude : 13 / 02 / 2024

Nombre de relations : 1 987

Nombre de relations identifiées dans l'écosystème santé : 517

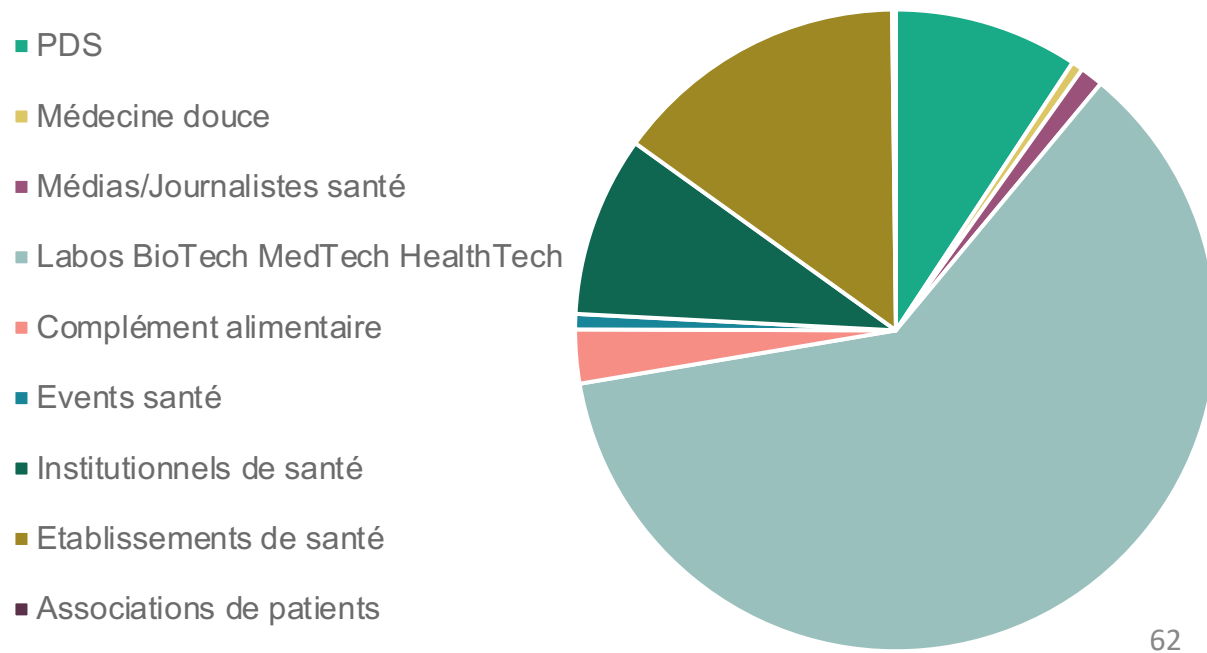
Nombre de relations identifiées via leur métier : 1 264

Nombre de relations FHA : 243

ASTUCES POUR TRIER ET CATEGORISER VOS RELATIONS EXISTANTES

Vos meilleurs contacts sont peut-être déjà dans vos relations

Ecosystème de Elisabeth



ASTUCES POUR MUTUALISER VOS RELATIONS AVEC D'AUTRES COMPTES

Le principe : agir en meute

Au sein

d'une force de vente

d'un CODIR

de votre entreprise

de la FHA



Mutualiser par exemple

Les Directions des achats

Les CEO

Les Affaires publiques dans tel Labo

Les institutionnels santé aux USA

Les journalistes en Afrique de l'Ouest

...

ASTUCES POUR MUTUALISER VOS RELATIONS AVEC D'AUTRES COMPTES

Le principe : agir en meute

Exemple récent : Codir Labo

CEO :	7 300 relations
Dir MKG :	5 200 relations
DRH :	1 250 relations
Dir commercial :	2 200 relations
Dir production :	850 relations
Dir innovation :	2 400 relations
TOTAL :	19 200 relations



19 200 relations

Après dédoublonnage : 13 600 relations

Parmi elles, nous avons pu repérer :

6 800 profils dans l'écosystème santé

8 300 profils par rapport à leur fonction

Et X **6,2** de taux d'engagement lorsqu'un post est réalisé par un membre du codir



DES QUESTIONS ?



4. MÉTHODOLOGIE POUR ORGANISER UNE VEILLE ÉDITORIALE SUR LINKEDIN

PARAMETRER LE FIL D'INFORMATION PROPOSÉ PAR LINKEDIN

This screenshot shows the LinkedIn home page interface. On the left, there is a sidebar with navigation options: 'Gérer mon réseau' (Manage my network) with sub-items like 'Relations' (120), 'Contacts' (310), 'Personnes que je suis' (2), 'Environnement', 'Pages' (54), 'Newsletter' (1), and 'Hashtags' (25). Below this is a section for 'Demande de crédit' (Request credit) with a 'Demander le crédit' button. The main content area is divided into two sections: 'Pages suggérées pour vous' (Pages suggested for you) and 'Des personnes dotées de compétences en Management sont abonnées' (People with Management skills are subscribed). The 'Pages suggested' section displays a grid of eight page cards, each with a profile picture, name, and a 'Suivre' (Follow) button. The 'People subscribed' section shows three profile cards for Anthony Bourbon, Solomé Saqué, and Guillaume Poupard, each with a 'Suivre' button.

Page Name	Abonnés	Statut
DOSE - Direction Générale de la...	100 973 abonnés	Suivi
Ecole de Guerre Economique - EGE	24 301 abonnés	Suivi
Commandement de la cybersécurité	23 534 abonnés	Suivi
AG Partners Publicis Africa	1 600 abonnés	Suivre
BICAT	10 433 abonnés	Suivi
CDSE (Club des Directeurs de...)	8 092 abonnés	Suivre
Crapikis	534 475 abonnés	Suivre
Marine Nationale	70 832 abonnés	Suivre

Nom	Compétences	Statut
Anthony Bourbon	Fondateur, CEO et Fondateur	Suivre
Solomé Saqué	Journaliste	Suivre
Guillaume Poupard	Directeur général de l'Agence nationale de la Sécurité int...	Suivre

This screenshot shows a LinkedIn feed. The top navigation bar includes 'Accueil', 'Réseau', 'Offres d'emploi', 'Messagerie', 'Notifications', and 'Vous'. The main feed area shows a post from 'training.marketing.linkedin.com' titled 'Obtenir la certification' with 4,225 likes and 101 shares. Below this is a post by 'Eglantine Lanier' with a '+ Suivre' button highlighted by a red box and a red arrow. The bottom of the feed shows a post titled 'Le Jeu des 7 différences'.

SELECTIONNER LES INFOS ET DISCUSSION A LA UNE



The image shows a portion of a LinkedIn interface. At the top, there is a navigation bar with three items: a profile picture and the text 'Vous' with a dropdown arrow, a grid icon and the text 'Produits' with a dropdown arrow, and a briefcase icon with the text 'Publier une offre d'emploi gratuite'. Below this is a 'LinkedIn Actualités' widget. The widget title is 'LinkedIn Actualités' with an information icon on the right. It contains a list of five article teasers, each with a title, a time indicator, and a reader count. At the bottom of the widget is a 'Voir plus' link with a dropdown arrow.

Vous ▾ Produits ▾ Publier une offre d'emploi gratuite

LinkedIn Actualités i

- **Les steaks végétaux vont changer de nom**
il y a 4 j • 1 887 lecteurs
- **Postuler même si on n'a pas le niveau d'...**
il y a 2 h • 712 lecteurs
- **Etes-vous un bon collègue?**
il y a 4 j • 6 673 lecteurs
- **Quel est votre rituel du dimanche soir?**
il y a 1 j • 2 510 lecteurs
- **Remaniement: les nouveautés**
il y a 9 h • 2 264 lecteurs

Voir plus ▾

SUIVRE L'ACTU VIA LE MOTEUR DE RECHERCHE LINKEDIN

in "laboratoires pharmaceutiques" Accueil

Posts ▾ Publié par ▾ Date de publication ▾ Classer par ▾

Eric de Branche - 1er
LEEM - Directeur de la Communication | CF2 & Sciences Po Paris
1 sem. - à

Voilà très concrètement à quoi sert **Association Tulipe** qui fédère les dons de médicaments des laboratoires pharmaceutiques en France (Leem)   destination de pays en guerre comme l'Ukraine... découvrez ce pas...voir plus

Association Tulipe
1 sem. - à + Suivre

« Nous avons été confrontés à une situation dont nous n'avions pas conscience en France » : **Antoine Reydellet**, 33 ans, est un jeune médecin engagé. En mars dernier, celui qui est également attaché parleme...voir plus



Antoine Reydellet médecin pompier en Ukraine - Récit de mission
tulipe.org - Lecture de 9 min

Marie-Dessales-Cul forest et 16 autres personnes

  J'aime Commenter Republier Envoyer

SUIVRE L'ACTU VIA DES GROUPES LINKEDIN



Industrie Pharmaceutique France
Groupe privé
11 880 membres
[Rejoindre](#)

À propos du groupe
Industrie Pharmaceutique France
Ce groupe a pour but de mettre en relation l'ensemble de l'industrie pharmaceutique évoluant en France.
Les entreprises du médicament sont environs 300 à op



Device Technologies
Pioneering Possibility®
Fabrication d'équipements médicaux - Belrose, NSW · 29 K abonnés · 1 K-5 K empl

[+ Suivre](#) [Consulter le site web](#)

Accueil À propos Posts Emplois Vie d'entreprise Per

Infos
For 31 years, Device Technologies has supplied the Australian healthcare community with quality and technologically advanced medical equipment, consumables, education and service. Proudly Australasian-owned, the company continues to grow, now employing more than 1000+ health ... voir plus



Pharmacy Publishing Network
Privé répertorié
41 220 membres
[Rejoindre](#)

À propos du groupe
The Pharmacy Publishing Network is a collection of content shared by industry leading pharmacy professionals & organizations like the Pharmacy Podcast Network, covering the Business of Pharmacy.

FAIRE DE LA VEILLE VIA L'OPTION « SUGGESTION DE CONTENU » »

(disponible sur la page entreprise)

The screenshot shows the LinkedIn interface for the Mutame company page. At the top, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and icons for Accueil, Réseaux, Offres d'emploi, Messagerie, Notifications, and Vous. Below this, the company name 'Mutame' is displayed with the role 'We administrateur de contenu' and a button 'Voir en tant que membre'. The main navigation menu includes Accueil, Produits, Contenu (selected), Statistiques, and Activité. A notification banner at the top of the content area reads: 'Partager le contenu de votre page ou le recommander aux employés. Vous avez désormais la possibilité de partager du contenu avec les abonnés de votre page ou de le recommander aux employés.' Below this, there are tabs for 'Articles populaires', 'Événements des employés', and 'Actualités de l'entreprise'. A sub-header states: 'Consultez les articles populaires sur LinkedIn au cours des 15 derniers jours'. The main content area is divided into a left sidebar and a main list of articles. The sidebar includes: 'Taille estimée de l'audience intéressée + de 50000', 'Filtrer par' (with radio buttons for 'Tous les membres de LinkedIn', 'Abonnés de la page', and 'Employés'), and 'Secteur' (with a search box and checkboxes for 'Services de bien-être et fitness' and 'Technologies et services de l'information'). The main list of articles features three items: 1. 'Pfizer says Omicron vaccines produce stronger immune response' by The Week, with a 'Partager' button. 2. 'Aetna drops prior authorization for most cataract surgeries' by Modern Healthcare, with a 'Partager' button. 3. 'UnitedHealth Group unit paying \$15 billion for U.K. technology co...' by Star Tribune, with a 'Partager' button.

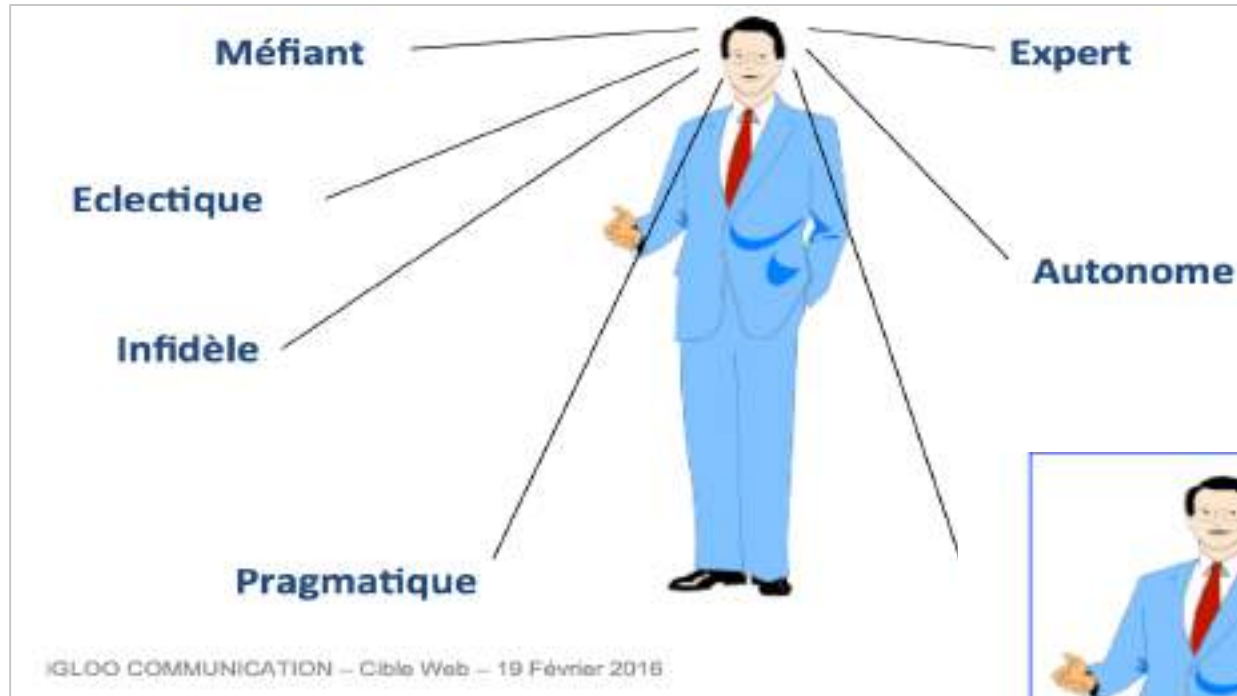


DES QUESTIONS ?



5. COMMENT PUBLIER EFFICACEMENT ET CAPTER UNE AUDIENCE ?

PRÉAMBULE – QUELS NOUVEAUX COMPORTEMENTS POUR LES LECTEURS / CONSOMM'ACTEURS ?



PRÉAMBULE – QU'ATTENDENT LES LECTEURS ? QUELS SONT LEURS DIFFERENTS BESOINS ?

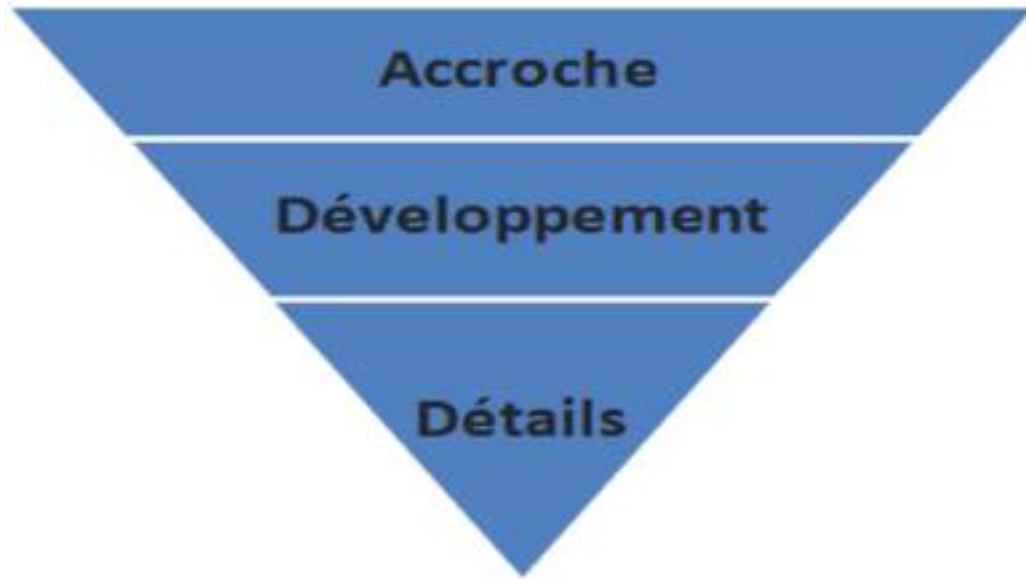
- **Besoins de base** : le lecteur cherche et trouve de l'information
- **Besoin de sécurité** : le lecteur cherche des informations fiables, avec des liens et des sources, l'annonceur est identifiable avec une adresse de contact réelle...
- **Besoin d'appartenance** : le lecteur cherche des produits, services et utilisateurs qui lui ressemblent ou rejoignent ses valeurs
- **Besoin d'estime des autres** : le lecteur a besoin de faire partie d'une communauté, de partager des informations, de poser des questions...
- **Besoin d'estime de soi** : le lecteur a besoin de participer à l'évaluation des produits et services, de répondre à des sondages, ...
- **Besoin d'accomplissement personnel** : l'internaute répand autour de lui son expérience positive (ou négative) sur le produit ou service. Il propose son témoignage et/ou son aide.

FAITES PLAISIR À VOTRE LECTEUR

- ✔ Soyez clair
- ✔ Soyez séduisant
- ✔ Soyez utile
- ✔ Soyez précis
- ✔ Soyez pédagogique
- ✔ Soyez rassurant
- ✔ Soyez convaincant



PRÉAMBULE – ECRITURE POUR LE WEB : QUELLES SPECIFICITES ?



Appliquer la méthode « AIDA » pour le contenu :

- « A » comme « Attirer l'Attention »,
- « I » comme « susciter l'Intérêt »,
- « D » comme « Provoquer le Désir »,
- « A » comme « Pousser à l'Action ».

Hiérarchisez votre post :

- Titre et sous-titre accrocheurs
- Information cruciale au début
- Développement des idées par la suite
- Détails et information supplémentaire à la fin
- Appel à l'action (formulaire, boutons, hyperliens)

QUESTIONS À SE POSER LORSQUE L'ON DOIT RÉDIGER UN CONTENU

Lors de la création d'un contenu de qualité, les distributeurs doivent se demander :

1

Mon contenu présente-t-il une nouveauté ou aide-t-il à la prise de décision ?

2

Va-t-il susciter des conversations ?

3

Le partager bénéficiera-t-il à mon réseau professionnel ?

4

Le partager améliorera-t-il mon image de marque ?

6

Peut-on le consulter sur mobile/tablette ?

5

Satisfait-il mon désir d'accomplissement professionnel ?

QU'EST CE QU'UN CONTENU DE QUALITE ?

- Répond à un besoin ou à une envie
- Comble un manque
- Divertit
- Informe
- Est facile à « consommer »



METHODOLOGIE POUR PREPARER VOTRE PRISE DE PAROLE

- Mettez en place une veille pour identifier les sujets actuels et générant le plus d'interactions
- Surveillez les posts des influenceurs de votre secteur d'activité
- Inspirez-vous des débats et news des groupes LinkedIn
- Identifiez les bons hashtags pour booster la viralité de vos posts
- Préparer une bibliothèque d'emojis pour égayer vos posts

PEAUFINEZ LE TITRE DE VOTRE POST

Comment écrire des titres « accrocheurs » ?

- en posant une question (comment, pourquoi, etc.) vous aurez 50% de trafic en plus !
- en utilisant l'impératif, vous intriguez votre lectorat
- en utilisant des mots entre crochets, vous attirez l'attention
- en faisant du teasing, ...en faisant un trait d'humour... vous capterez plus votre auditoire
- en adoptant un ton à la fois décontracté mais professionnel !
- en promulguant des conseils basés sur des « TOP5 », « Best Of », vous aurez 2 fois plus de trafic

TAGUEZ ET MOBILISEZ DES PERSONNES POUR OPTIMISER LA VIRALITÉ DES POSTS

INTERAGISSEZ SOUVENT AVEC LES LECTEURS VIA DES COMMENTAIRES



LIKE



BRAVO



SOUTIEN



DRÔLE



J'ADORE



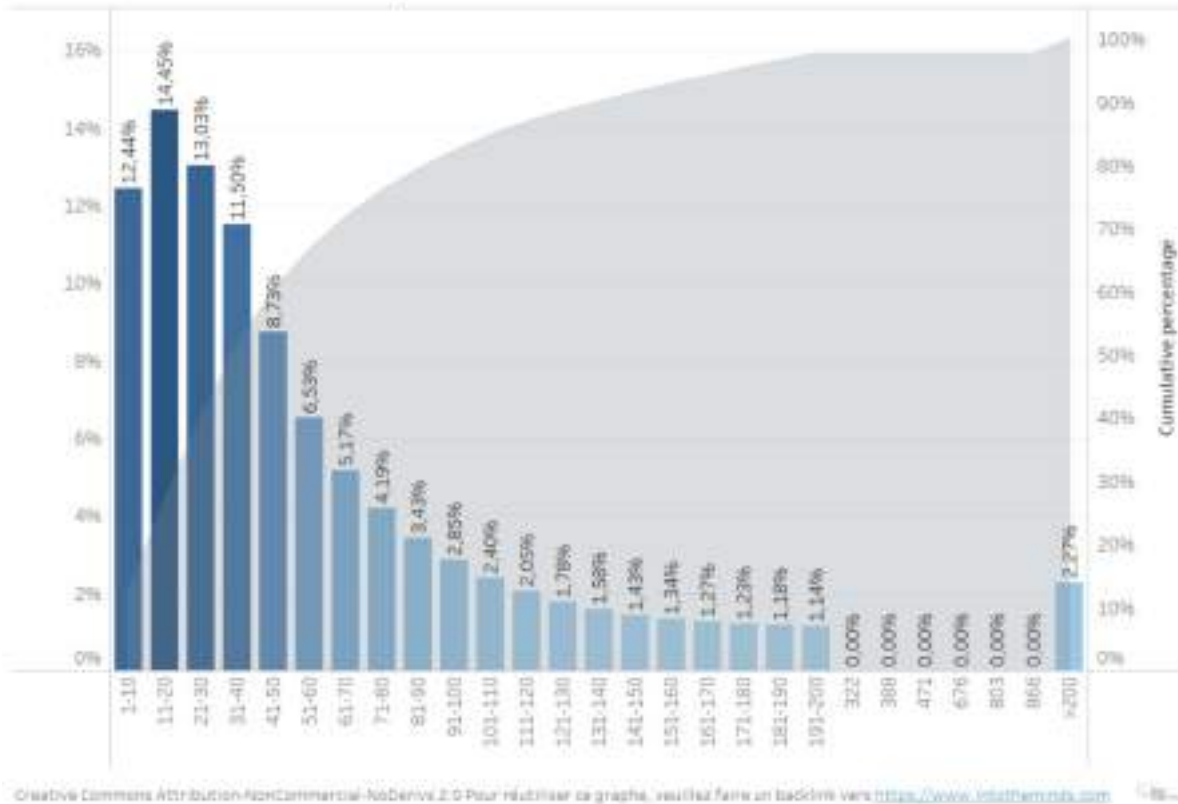
INSTRUCTIF



INTÉRESSANT

QUELQUES STATISTIQUES INTERESSANTES SUR LES PUBLICATIONS LINKEDIN

Combien de mots les posts sur LinkedIn contiennent-ils?
60% des posts font moins de 50 mots



- 57 mots : longueur moyenne d'un post LinkedIn
- 50% des posts LinkedIn comptent moins de 39 mots
- Seulement 2,27% des posts LinkedIn comptent plus de 200 mots

Source : <https://www.intotheminds.com/blog/statistiques-linkedin/>

QUELQUES STATISTIQUES INTERESSANTES SUR LES ENGAGEMENTS LINKEDIN



- **la moyenne de commentaires par post LinkedIn est de 3,23**
- 71,06% des posts LinkedIn ne reçoivent aucun commentaire
- 9,16% des posts LinkedIn récoltent un seul commentaire
- seuls 5,76% des posts LinkedIn recueillent plus de 10 commentaires



- **la moyenne de likes par post LinkedIn est de 23,81**
- 50% des posts reçoivent 3 likes ou moins
- 3,42% des posts LinkedIn reçoivent plus de 100 likes
- 24,39% des posts LinkedIn ne reçoivent aucun Like

Source : <https://www.intotheminds.com/blog/statistiques-linkedin/>


QUELQUES STATISTIQUES INTERESSANTES SUR LES ENGAGEMENTS LINKEDIN

Carrousel	32,02% engagement	427,38 clics	1,79 partages	0,49 commentaires	14,54 likes
Image	11,20% engagement	62,97 clics	1,22 partages	0,48 commentaires	14,12 likes
Texte	4,35% engagement	16,91 clics	1,42 partages	0,29 commentaires	7,61 likes
Vidéo	4,39% engagement	15,39 clics	0,84 partages	0,47 commentaires	12,28 likes

Le format carrousel et les publications intégrant des images se démarquent sur LinkedIn. © Metricool

QUELQUES STATISTIQUES INTERESSANTES SUR LES ENGAGEMENTS LINKEDIN

Sans hashtags	737,4 impressions	50,5 clics	1 partages	8,5% engagement	0,47 commentaires	10,8 likes
1 -3 hashtags	927,4 impressions	76,7 clics	4 partages	10,1% engagement	0,5 commentaires	14,7 likes
4-6 hashtags	681,8 impressions	65 clics	1,2 partages	11,6% engagement	0,4 commentaires	12,3 likes
+7 hashtags	408,8 impressions	41 clics	0,9 partages	12,4% engagement	0,3 commentaires	8, lik



QUAND FAUT-IL PUBLIER POUR ETRE PLUS EFFICACE ?

Même si des études ont déterminé les jours et heures les plus propices à des posts LinkedIn...cela dépend du secteur d'activité et/ou du métier de vos cibles.

Et le taux de visite peut varier sur un facteur de 1 à 6 !

Donc, il faut absolument tester sur votre marché les moments où les publications génèrent le plus d'interactions.



APPRIVOISER L'ALGORITHME LINKEDIN POUR BOOSTER VOTRE ENGAGEMENT !

L'algorithme de LinkedIn est composé essentiellement de 4 niveaux :

- le niveau de qualité du contenu qui sera jugé par LinkedIn (bonne qualité, basse qualité, spam)
- le niveau d'interaction ou d'engagement ou d'impact émotionnel que suscite votre post dans les 2ères heures
- votre crédibilité et/ou légitimité professionnelle par rapport à votre post
- le repérage de votre post par l'équipe rédactionnelle de LinkedIn (si vous avez été très performant dans les 3 étapes précédentes)



L'ALGORITHME DE LINKEDIN DÉCHIFFRÉ 🔍





DES QUESTIONS ?

À DISPOSITION POUR TOUTE QUESTION ...
OU ATELIER DE PERFECTIONNEMENT

Contacts

Cédric CHABAL

cedric.chabal@smartdatahealth.fr

+33 6 38 46 55 14

Philippe BIRKEN

philippe.birken@smartdatahealth.fr

+33 6 60 37 18 69

www.smartdatahealth.fr

Sortie du nouveau site le mardi 5 mars