



MARKETING DIGITAL

1 jours (7 h)

Devis sur demande

Public & Pré-requis

Dirigeants de TPE, PME ou toute autre personne désirant générer du business via ce réseau. Les recruteurs à la recherche de nouveaux talents et les responsables marketing souhaitant intégrer LinkedIn dans leur stratégie de communication.

Pré-requis : utilisation régulière d'internet et des réseaux sociaux.

Objectifs pédagogiques

S'approprier les règles et usages de LinkedIn.

Créer et Optimiser son profil personnel, mettre son offre en valeur afin de générer du business, recruter ou développer sa visibilité.

Développer sa stratégie et son réseau B to B

Moyens pédagogiques

1 PC par stagiaire - Alternance d'apports théoriques et d'ateliers pratiques.

Centre de ressources en ligne, disponible pendant et après tous nos parcours : www.media.pixelhome.fr

Modalités d'évaluation

Délivrance d'une attestation de compétences détaillées -

Évaluation de satisfaction en ligne - Évaluation progressive des acquis à travers les cas pratiques.



18, rue du fonds Pernant - 60 200 Compiègne

03 64 21 83 83

contact@media-management.fr

www.media-management.fr

Siret : 348 678 756 00068 - APE 8559A

Déclaration d'activité N° 22 60 000842 60

RÉUSSIR AVEC LINKEDIN

LinkedIn est le réseau social du monde de l'entreprise par excellence.

En France, c'est 20 millions de membres inscrits en 2020, soit près de 64% de la population active ! Être présent sur ce réseau permettra de rendre visible votre business auprès d'une communauté professionnelle et de trouver des clients potentiels.

PROGRAMME

Mettre en place les bonnes pratiques

- Faire le point sur sa démarche réseau
- Optimiser son profil personnel
- Mettre en valeur son offre et sa page entreprise
- Créer un système de veille pour rester à l'écoute de son marché et des ses clients

Publier sur LinkedIn : les fondamentaux

- La page d'accueil, le tableau de bord, le fil d'actualité
- Comment augmenter sa visibilité
- Définir sa ligne éditoriale
- Connaître les bons formats de publication
- Créer et partager des contenus à forte valeur ajoutée (livres blancs, articles, best practices...)
- Impliquer les collaborateurs dans la diffusion de contenus

Développer un réseau de qualité

- Qui accepter et qui refuser ?
- Identifier des clients potentiels et utiliser les outils LinkedIn pour prospecter
- Entrer en relation avec des prospects : règles et bonnes pratiques, erreurs à éviter
- Maîtriser l'usage des groupe, y participer ou créer un groupe

Recruter avec LinkedIn

- Fonctionnalités spéciales recruteurs
- Créer et poster une offre

Mesurer l'impact de ses actions

Pour aller plus loin, nous vous recommandons

Les autres ateliers Réseaux Sociaux, la E-réputation....