

LINKEDIN : REPUTATION SOCIALE

Aller sur LinkedIn est devenu un réflexe professionnel, avant de rencontrer un collaborateur, mais aussi pour entretenir sa connaissance sur des sujets d'actualité. LinkedIn permet surtout à chacun de se présenter, de prendre position, chacun développant ainsi sa propre marque professionnelle.

Les principes fondateurs de cette formation

1. Les réseaux sociaux sont des plateformes de mise en relation, de communication et de réputation sociale
2. LinkedIn est le réseau social professionnel favori des acteurs B2B
3. La réputation sur LinkedIn nécessite de définir une ligne éditoriale selon son positionnement professionnel et sa stratégie d'influence en ligne

Durée et articulation de la formation : 1 jour soit 7 heures (9h30/13h - 14h/17h30)

Publics : entrepreneur – chef d'entreprise -directeur – manager - collaborateur

Formats : inter ou intra entreprise

Prérequis : aucun

Modalités : format « inter entreprise » : en distanciel (Google Meet) – format « intra entreprise » : dans les locaux du client

Délais d'accès : variable selon le format (« inter entreprise » : dès que le nombre de participants est supérieur ou égal à 4 personnes – « intra entreprise » : selon l'agenda du client et celui de l'organisme de formation)

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : nous ferons appel à notre partenaire AGEFIPH pour nous indiquer la solution pédagogique la plus adaptée

Qualité et indicateurs de résultats : Évaluation orale, implication des participants aux exercices et aux analyses des cas pratiques. Taux de satisfaction des apprenants. Taux de retour des enquêtes.

Objectif général de cette formation :

Définir et développer une ligne éditoriale sur LinkedIn

Objectifs pédagogiques :

- Travailler sa marque professionnelle
- Définir une ligne éditoriale et ses contenus
- Apprendre à engager des conversations
- Organiser une routine de publication sur LinkedIn

Janvier 2024

Contenus des séquences guidées de la première demi-journée

- **Ice breaker**
 - Présentations croisées
 - Votre météo du jour
 - Attentes de la demi-journée
- **Les essentiels sur LinkedIn**
 - Profil social et page Entreprise
 - Créer un profil (visible, crédible, attirant) - Créer une page Entreprise
 - Régler les préférences et confidentialités de mon compte
 - Les comptes Premium - Les groupes LinkedIn
- **Ateliers pratiques**
 - Identifier ses clients et entreprises types
 - Construire son profil orienté prospects/clients

Contenus des séquences guidées de la deuxième demi-journée

- **Ice breaker**
 - Mise en mouvement (Échauffements tête – cœur – corps)
 - Attentes de la demi-journée
- **La réputation sur LinkedIn**
 - Stratégie et ligne éditoriale
 - Choisir et poster des contenus
 - Engager la conversation
- **Ateliers pratiques**
 - Ecrire sa stratégie et sa ligne éditoriale
 - Faire un planning éditorial
 - Poster sur son profil
 - Choisir ses compétences
 - Demander des recommandations
 - Analyse et retour d'expérience en groupe
- **Retours d'expérience**
 - Auto-évaluation
 - Partage des expériences
 - Bilan de la formation (suite et perspectives)

Formateur

Jean Luc Traineau

Coach, formateur et dirigeant de Social Globe, Jean-Luc Traineau intervient auprès des chefs d'entreprises, entrepreneurs, managers et collaborateurs autour des sujets liés à la prospection et réputation sociale (LinkedIn), à la prise de décision, à la gestion du stress, à l'engagement au travail.

Référent Qualité, Pédagogique et Handicap Social Globe (Tél. : 01 42 00 45 15)

Moyens pédagogiques et techniques

- Séquences guidées
- Travaux individuels et/ou par sous-groupe
- Mises en situation et jeux de rôles
- Transmission des outils

Prix : « inter entreprise » : 450 €/participant – « intra entreprise » : 1 400 € la journée (7h)

Janvier 2024