

PROGRAMME DE FORMATION



DÉCOUVRIR, APPRÉHENDER ET MAÎTRISER LINKEDIN

OBJECTIF(S) DE LA FORMATION:

Utiliser LinkedIn pour travailler la e-réputation de l'entreprise en direction de la cible professionnelle et adapter les visuels aux messages et à la cible.



PUBLIC :

Toute personne de l'entreprise souhaitant participer au développement de la e-réputation de l'entreprise et optimiser son compte personnel LinkedIn.

PRÉREQUIS :

Savoir naviguer sur internet et utiliser un ordinateur



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Découvrir LinkedIn, développer son utilisation au sein de l'entreprise, via la page entreprise et les relais via les comptes personnels
- Savoir concevoir des contenus variés et des visuels adaptés
- Faciliter la mise en œuvre de la stratégie définie au sein de l'entreprise

MOYENS & MÉTHODES : Alternance d'apports théoriques et de mise en pratique sur des cas concrets

Un supports mémos des modules seront remis aux stagiaires :

- Découvrir LinkedIn
- La page entreprise / animation et développement
- Stratégie de communication LinkedIn
- Le compte personnel
- Stratégie de communication
- Gérer les avis des consommateurs



MODALITÉS D'ÉVALUATION :

- Début de formation : Test de positionnement de début de formation du participant
- Pendant la formation : Quiz, mise en situation, exercice d'application. Chaque étape est validée par la mise en pratique sur l'outil, l'analyse du travail réalisé, la correction par le stagiaire et la validation de l'action.
- Fin de formation : Test de positionnement de fin de formation, tour de table, questionnaire de satisfaction

Évaluation de l'atteinte des objectifs pédagogiques en fin de formation via un questionnaire - durée environ 5 mn.

SANCTION DE LA FORMATION :

- Certificat de réalisation
- Remise de support pédagogique en main propre ou par mail



DURÉE & MODALITÉS D'ORGANISATION : 2 jours (14 heures) non consécutifs - en présentiel. A déterminer en fonction des compétences à acquérir.

PROGRAMME DE FORMATION



DÉCOUVRIR, APPRÉHENDER ET MAÎTRISER LINKEDIN

DÉLAI D'ACCÈS :

Selon le calendrier en cours, merci de prendre contact avec nos services.



NOMBRE DE PARTICIPANT(E)S MINIMUM ET MAXIMUM :

de 2 personnes minimum à 10 personnes maximum

INTERVENANT(E)S :

Expert(e)s métiers du domaine professionnel



DATES :

À définir

LIEU :

À définir

COÛT PAR JOUR :

Intra-entreprise : 950€ HT, soit 1140€ TTC / groupe



CONTENU :

1. Découvrir LinkedIn

- Découvrir les particularités LinkedIn
- Connaître les bonnes pratiques et les erreurs à éviter

2. Maîtriser sa e-réputation

- Définir ce qu'est l'identité numérique
- Définir ce qu'est l'e-réputation
- Analyser et répondre aux avis négatifs

3. Comprendre le fonctionnement de LinkedIn et utiliser le réseau

- Comprendre la différence entre compte personnel et page entreprise
- Comprendre le potentiel commercial et relationnel de LinkedIn
- Découvrir les particularités de ce réseau : opportunités et contraintes
- Connaître les bonnes pratiques et les erreurs à éviter
- Optimiser une page entreprise
- Optimiser un compte personnel
- Interaction entre la page entreprise et le compte personnel
- Cibler les messages

4. Appréhender

- Définir sa charte graphique et la respecter
- Découvrir les services LINKEDIN
- Définir les différents types de messages
- Définir sa ligne éditoriale, le ton, son storytelling, choix textes, photos, vidéos...



DÉCOUVRIR, APPRÉHENDER ET MAÎTRISER LINKEDIN

5. Optimiser la page professionnelle LinkedIn

- Comprendre les différents rôles sur une page professionnelle (administrateur, éditeur ...)
- Adopter les bonnes pratiques
- Présenter l'entreprise et ses services
- Utiliser images et vidéos sur sa page

6. Maîtriser la page professionnelle LinkedIn

- Définir sa stratégie de communication
- Créer et programmer des parutions
- Partager la page professionnelle
- Créer un événement, une offre d'emploi ... sur LinkedIn
- Partager et mettre en avant ses publications
- Définir son planning de parution
- Créer des posts

7. Définir les objectifs et les messages

- Exprimer les points forts, le caractère distinctif, la valeur ajoutée de son entreprise
- Définir la cible à atteindre par le message
- Définir le but du message (vente, image, conquête, différenciation, fidélisation ...)
- Définir ses hashtags et les utiliser efficacement

8. Définir un plan de communication (stratégie éditoriale)

- Etablir un plan de communication
- Définir un rythme de parution
- Lister des idées d'articles pour animer le réseau (et site internet)
- Collecter des informations à partager (veille internet)
- Compléter son plan de communication mensuel ou trimestriel
- Créer un tableau de bord de suivi des outils de communication



ACCESSIBILITÉ :

Accessibilité aux personnes en situation de handicap conformément à la réglementation (Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées / Articles D. 5211-1 et suivants du code du travail), KODEVELOP peut proposer des aménagements pédagogiques et/ou ergonomiques. Merci de contacter notre référente handicap.

CONTACTS:

Accueil : 05 86 30 08 32 - contact@kodevelop.fr

Responsable de formation et référente handicap : Karine FARINEAU - 06 14 83 90 17 - karine@kodevelop.fr