

WEBINAR

ANIMER SON PROFIL LINKEDIN (NIVEAU 2)

osez

le progrès

BOUYGUES

Donnons vie au progrès

DEROULE

DURÉE DU WEBINAR : 60' (11H-12H)

BONNES PRATIQUES « WEBINAR »

- **Micros coupés**



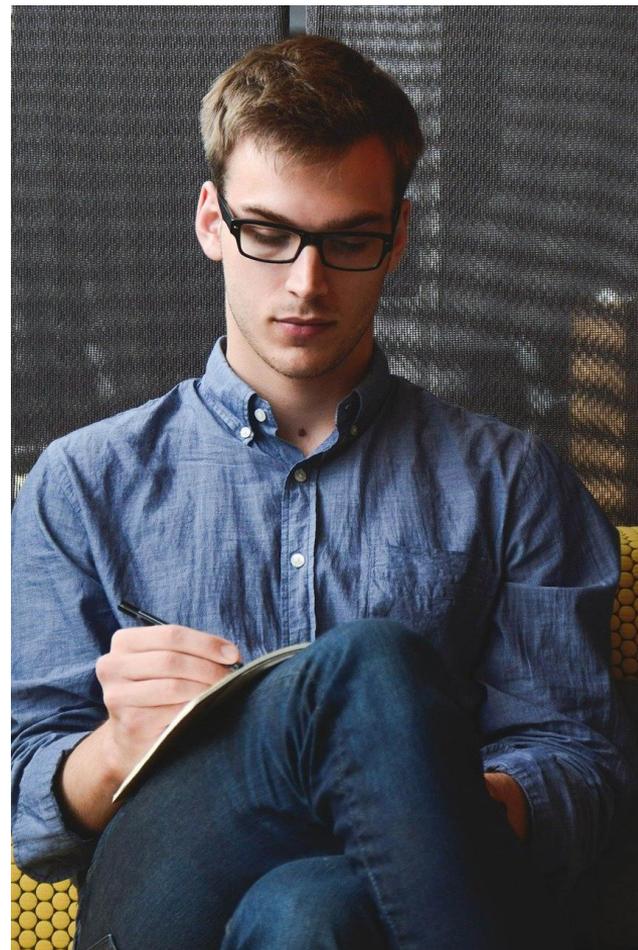
KIT ENVOYÉ À L'ISSUE DU WEBINAR:

- **Support d'animation**



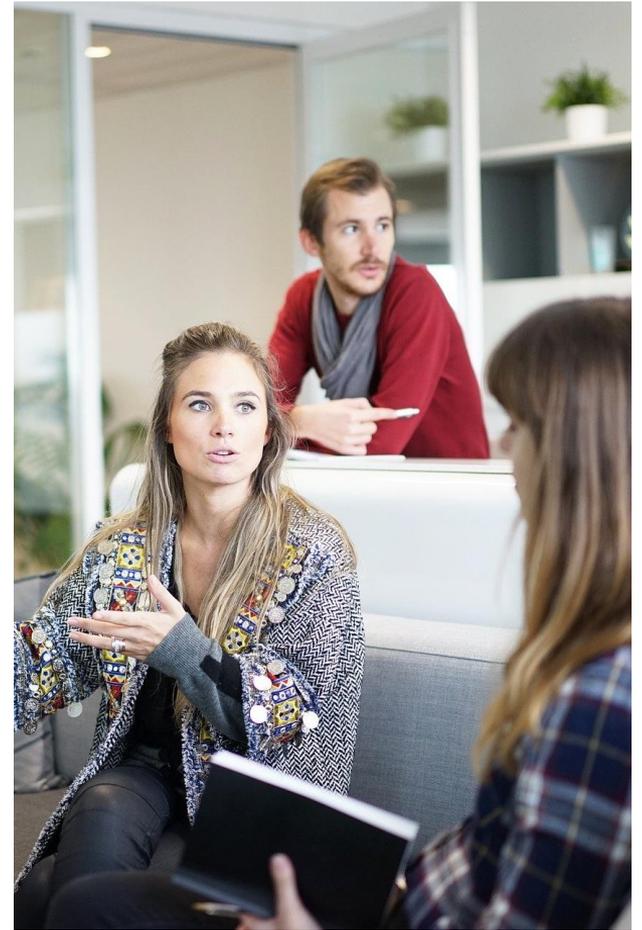
Des questions ?
Utiliser le « chat »
= icône « Converser » ou
poser des questions en live
à la fin de chaque chapitre

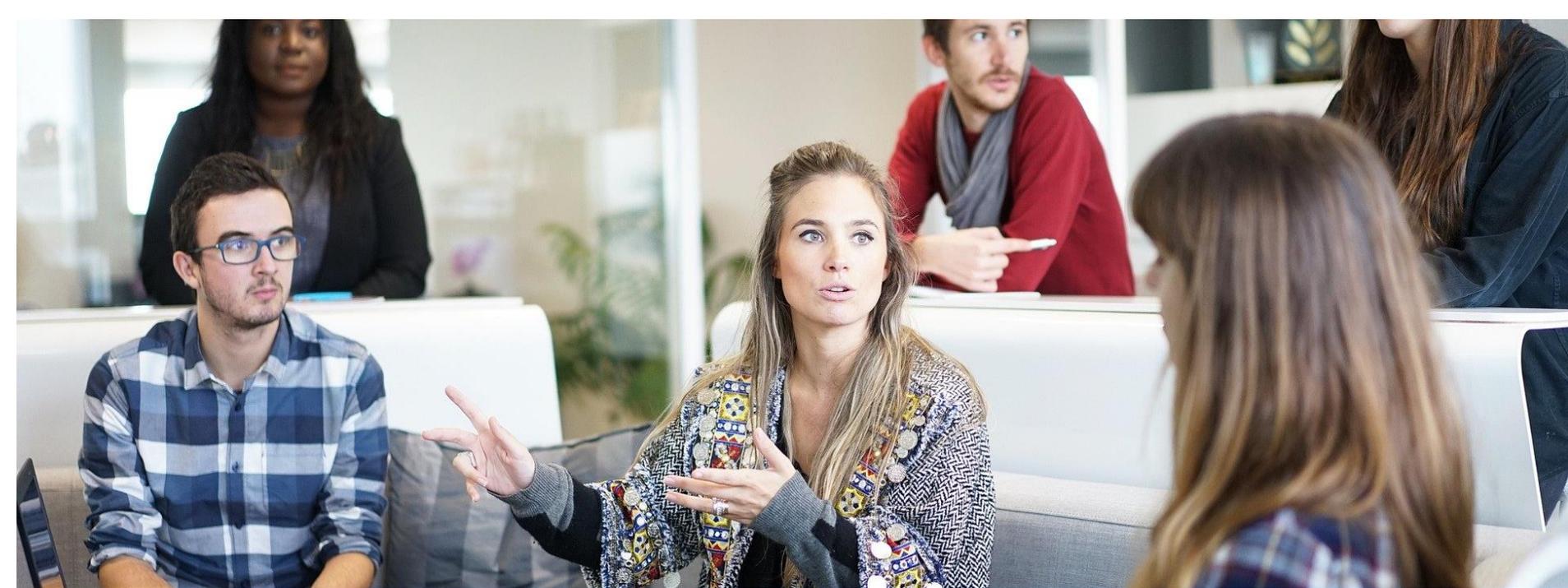
Des questions sur les
processus RH Mobilité ?
= Erwana



VOS OBJECTIFS

1. DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION SUR LINKEDIN (QUELS OBJECTIFS, CIBLES, CONTENUS, INDICATEURS DE MESURE, ...)
2. PASSER À L'ACTION : CRÉER ET PUBLIER DU CONTENU (ARTICLE, VIDÉO, INFOGRAPHIE,...), ÉLARGIR SON RÉSEAU
3. SUIVRE SES OBJECTIFS À L'AIDE D'INDICATEURS (INDICATEURS DE NOTORIÉTÉ, D'ENGAGEMENT, DE CONVERSION)





CHAPITRE 1

DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

QUELQUES CHIFFRES

21 millions de
membres en
France

740 millions de
membres dans
le monde

6^{ème} réseau
social

10,7 millions de
membres actifs
mensuels

840 000
entreprises
présentes

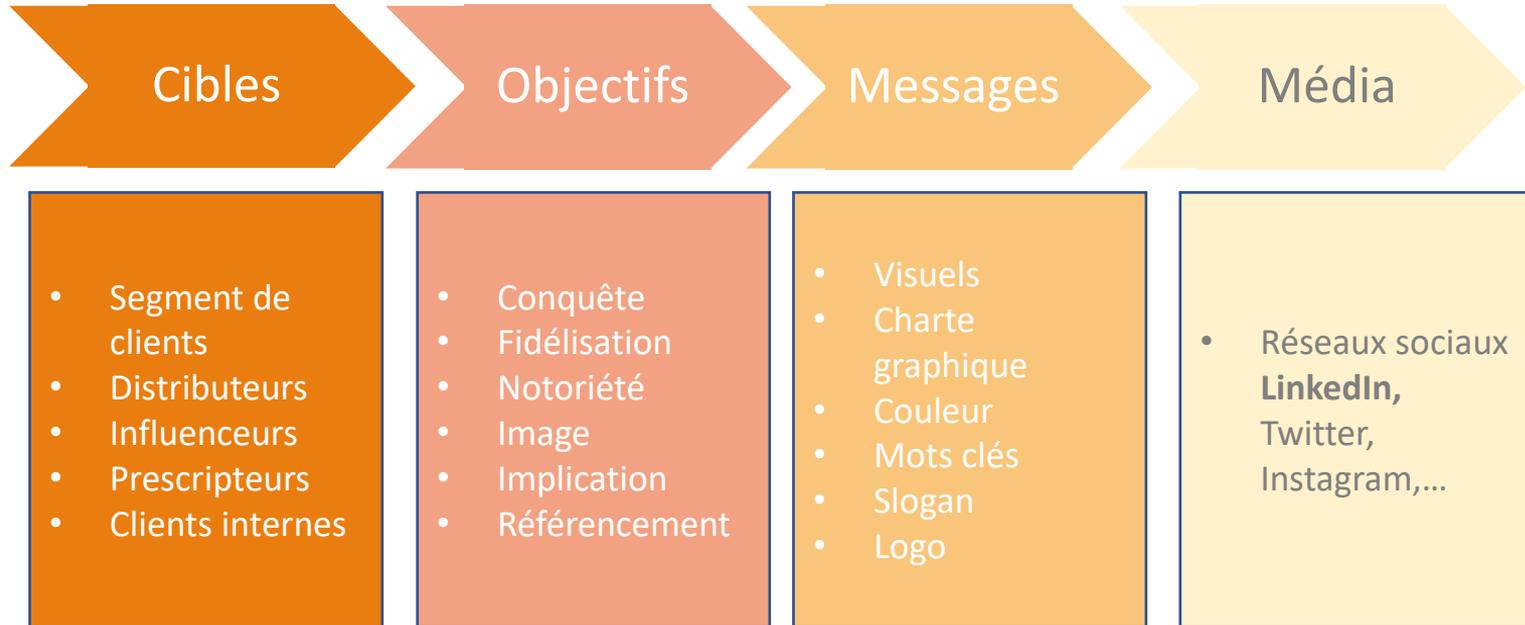
❖ **LinkedIn** est « la plateforme » pour promouvoir votre contenu et offrir une meilleure visibilité à votre « profil ».

QU'EST-CE QU'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ?

- ❖ La **stratégie de communication** est le processus qui permet de coordonner l'ensemble des actions afin d'atteindre ses objectifs de **communication**.
- ❖ Définir une **stratégie de communication** permet d'avoir une vision d'ensemble sur ces actions, de mesurer leur efficacité et leur impact

En partageant du contenu utile et intéressant, vous avez l'opportunité d'intéresser votre audience et les persuader que vous avez les compétences et l'expérience nécessaires pour résoudre leurs problèmes, répondre à leurs besoins.

QU'EST-CE QU'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ?



DÉFINIR LA CIBLE

❖ Identifiez quelle est votre cible...

Des nouvelles
relations /
contacts

Vos relations
professionnelles



Les
entreprises
qui vous
intéressent

Vos relations
personnelles

Les secteurs
d'activité qui
vous
intéressent

Les groupes
de
professionnels

DÉFINIR LES OBJECTIFS

Vos objectifs peuvent être de différentes sortes :

- ❖ Être visible auprès de vos relations et/ou recruteurs
- ❖ Construire une communauté

Animer son profil LinkedIn permet d'avoir plus de visibilité et de montrer à ses relations et/ou aux recruteurs que vous êtes actifs.

A savoir :

Lorsque l'on tape votre nom + prénom dans la barre de recherche google, votre profil linkedin apparait dans les premiers liens sur la première page.

Cela s'appelle le référencement « NATUREL »



Environ 572 000 résultats (0,43 secondes)

✓ <https://fr.linkedin.com/morgane-icare-34049b151>

Morgane Icare - chargée de communication - Campus Career ...

Voir le profil de **Morgane Icare** sur LinkedIn, le plus grand réseau professionnel mondial.

Morgane a 4 postes sur son profil. Consultez le profil complet sur ...

Vous avez consulté cette page 2 fois. Dernière visite : 16/06/20

✓ <https://fr.linkedin.com/morgane-ragneau-a5a04280>

Morgane Ragneau - Ingénieur support et méthodes - Icare ...

Région de Mans, France · Ingénieur support et méthodes · Icare assurance

Voir le profil de **Morgane Ragneau** sur LinkedIn, le plus grand réseau professionnel mondial. ...

Icare assurancelcam - Institut Catholique d'Arts et Métiers.

✓ <https://www.societe.com/etablissement/madame-morga...>

Etablissement MADAME MORGANE ICARE à PARIS 20 ...

MADAME **MORGANE ICARE** à PARIS 20 (75020) : établissement siège (RNCS), activité, adresse, tranche d'effectif, nature de l'établissement, date de création.

Vous avez consulté cette page 4 fois. Dernière visite : 22/02/21

IDENTIFIER LES MESSAGES & CHOISIR LE CONTENU

Choisissez le type de contenu à partager

Pour que votre stratégie de contenu soit réussie vous devez savoir qu'il est possible de publier depuis différents endroits sur LinkedIn :

- ❖ Depuis la page de votre profil personnel
- ❖ Depuis la page de votre entreprise
- ❖ Dans des groupes
- ❖ Via des messages directs
- ❖ Par email
- ❖ En commentaire d'autres contenus

Conseil « Réfléchir avant de poster »

- Quel contenu de communication
- Vérifiez les interlocuteurs internes /
- Les codes de communication...

ZOOM : CHOISIR LE CONTENU

Quelques idées :

- ❖ Partager vos événements
- ❖ Publier des tutoriels
- ❖ Publier des articles
- ❖ Parler de vos compétences et connaissances
- ❖ Donner des conseils
- ❖ Partager les nouvelles de son secteur d'activité / de son entreprise
- ❖ Etc.

Votre contenu doit générer de **l'engagement** pour gagner en visibilité.
= Vous pouvez donc inclure une question, demander directement à la communauté de commenter ou partager votre publication ou encore utiliser des hashtags #

POURQUOI ?

Être en phase avec l'algorithme de LinkedIn : **Pour être vu, il faut SE FAIRE VOIR !**

Pour cela, il faut créer du contenu : Vidéo, infographie, petit visuel sur un sujet donné ou un sujet d'actualité voir un sujet lié à votre domaine d'activité (des conseils, de nouvelles informations)

➔ Utilisez les supports vidéo pour obtenir plus de partages, en effet les liens provenant de « Youtube » permettent de visionner les vidéos directement depuis le fil d'actualité. Selon LinkedIn, elles génèrent 75% de partages en plus.



ORGANISER LA PUBLICATION

- ❖ Ciblez votre audience = Vous ne pourrez pas publier dans tous les groupes
- ❖ Engagez-vous auprès d'autres personnes en ajoutant à votre réseau celles ayant aimé, partagé et commenté vos publications = vous décuplerez ainsi la portée de vos contenus.

Et :

- ❖ Soignez la qualité de votre profil, votre photo de profil, votre photo de couverture et votre description = vous devez renvoyer une image professionnelle !



A RETENIR

Les visuels

Changez vos visuels pour améliorer votre visibilité : Les visuels que vous postez sur votre page LinkedIn sont très importants !

Utiliser des visuels qui captent l'attention est un véritable atout.

Photo de profil et image de couverture doivent être changer régulièrement.

Variez les visuels selon votre objectif de visibilité

Les pictogrammes

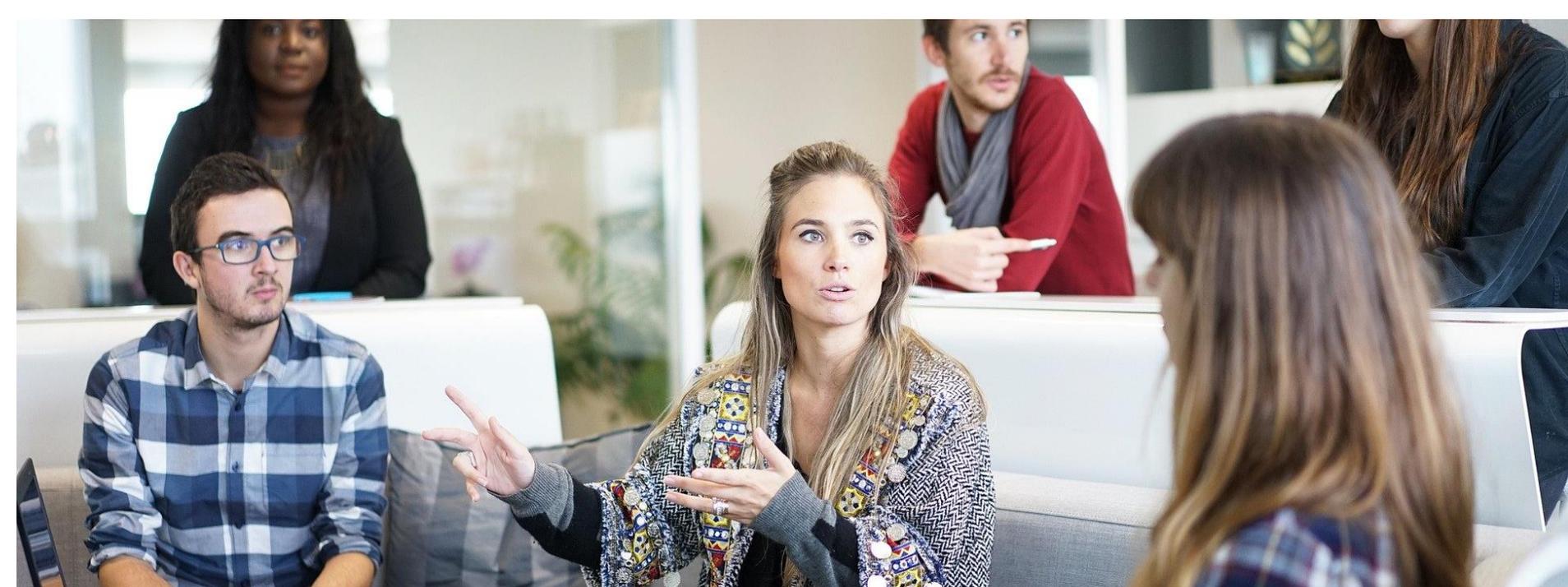
N'hésitez pas à laisser les pictogrammes de tous les réseaux sociaux sur lesquels vous vous trouvez, avec leur lien afin d'inciter les gens à suivre vos pages.



<https://www.linkedin.com/in/nathalie-faure-2b760425/>

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?





CHAPITRE 2

PASSER À L'ACTION...

QUEL CONTENU PUBLIER ?

Les publications de
« mises à jour »

Posts :
commentaires

Partage
d'informations,
d'expériences

Limité à 1300 caractères, soit environ 5 lignes

Les publications
d'articles

Animations /
infographies

Vidéos

Articles

limités à 125 000 caractères.

Pensez à citer des noms @... ajouter des mots clés #

1 ETRE RÉACTIF

- ❖ Envoyer des invitations avec des messages personnalisés régulièrement.
- ❖ Suivre les pages des secteurs où l'on aimerait travailler ou les **personnalités ou personnes importantes** qu'on apprécie.
- ❖ LinkedIn permet d'avoir des relations illimitées qui se facilitent en un clic !

Le conseil : Intégrer des groupes sur LinkedIn voir en créer !



The screenshot shows the LinkedIn homepage navigation bar. A red arrow points to the 'Groupes' button, which is highlighted. The navigation bar includes the LinkedIn logo, a search bar with 'Ressources Humaines', and icons for Accueil, Réseau, Emplois, and Messagerie. Below the navigation bar, there are buttons for Emplois, Personnes, Entreprises, Cours, Groupes, Posts, Écoles, and Événements. The 'Groupes' button is highlighted in blue.

Emplois

CDI - Assistant RH - H/F
Hermès
Bobigny, Île-de-France, France
Recrutement actif
il y a 3 jours

Assistant(e) Ressources Humaines H/F - Alternance
Neocase
La Garenne-Colombes, Île-de-France, France
Recrutement actif
il y a 1 jour • Candidature simplifiée

CHARGE(E) RESSOURCES HUMAINES EN ALTERNANCE
ADVENTS
Ville de Paris, Île-de-France, France
Recrutement actif
il y a 3 jours • Candidature simplifiée



The screenshot shows a LinkedIn post from Manon Glomot, a 2nd-degree connection. The post is about a competition for the future of social media marketing. A red arrow points to the 'Groupes' section of the post, which lists several groups related to marketing and communication. The post also includes a photo of four people standing in front of a presentation screen.

Recherche

Manon Glomot • 2e
Chargée de communication et webmarketing chez Gzyzly
2j • Modifié

La semaine dernière, l'ensemble de la promo SP4 Marketing Digital et Médias Sociaux de Sup de Pub - INSEEC U Lyon participait à la Compétition pour le Futur

Groupes

- Marketing digital France / ...
- Marketing & Communication ...
- myRHline.com : Actualités et T...
- Réseau Jeunesse Outre Mer
- Un Job dans la Pub - Offres d'...
- Communiquer sur les Médias ...
- Le Journal des RH - l'innovatio...

Événements

Hashtags suivis

- # startup
- # entrepreneur

En découvrir plus

Do business where business is done

Discover the B2B Marketing Fundamentals.

Read the playbook

Infos Accessibilité Assistance clientèle
Conditions générales et confidentialité
Préférences Pubs Publicité
Solutions professionnelles
Téléchargez l'application LinkedIn Plus
LinkedIn LinkedIn Corporation © 2021

#2 ETRE « SOCIABLE »

- ❖ Partager les publications avec un texte qui l'accompagne en donnant votre avis
- ❖ Echanger en commentaire avec d'autres personnes pour créer l'interaction = Rebondir sur l'actualité tout en restant professionnel

Utiliser le # dans le texte qui accompagne votre publication
Les hashtags sont associés aux mots clés que vous aurez choisi et qui augmentent la probabilité que vos posts soient lus



Manon Glomot • 2e

Chargée de communication et webmarketing chez Gryzzly 🇫🇷 📊

2 j • Modifié • 🌐

🚀 La semaine dernière, l'ensemble de la promo SP4 Marketing Digital et Médias Sociaux de [Sup de Pub - INSEEC U Lyon](#) participait à la Compétition pour le Futur 🚀

Le moins que l'on puisse dire c'est que [Paul Fresnel](#) nous a lancé un beau défi 🙄

Nous avons 3 jours pour développer et proposer une stratégie webmarketing pour l'association [Atelier Emmaüs](#) 🙌 Oui, vous avez bien lu : 3 jours !

L'objectif étant de développer les commandes clients de chantier d'agencement de l'association.

Eh bien, vous savez quoi ?

🏆🥇 C'est notre équipe qui a remporté cette compétition 🏆🥇

Merci à [Guillaume Poignon](#) et [Manon](#) pour avoir lancé notre projet 🙌
Et de nous avoir offert ces jolies créations made in Atelier Emmaüs

Ce fut un joli challenge et une belle expérience.

J'adresse également un très grand merci à mon incroyable équipe de choc avec qui nous avons travaillé dans la bonne humeur et l'entraide : [Manon](#), [Louise](#), [Théo](#) et [Bastien](#) 🙌

Plus qu'à ouvrir notre agence Umami 😊

[#supdepub](#) [#lyon](#) [#competition](#) [#webmarketing](#) [#digital](#)

ZOOM : TAGUER ? pour quoi faire ?

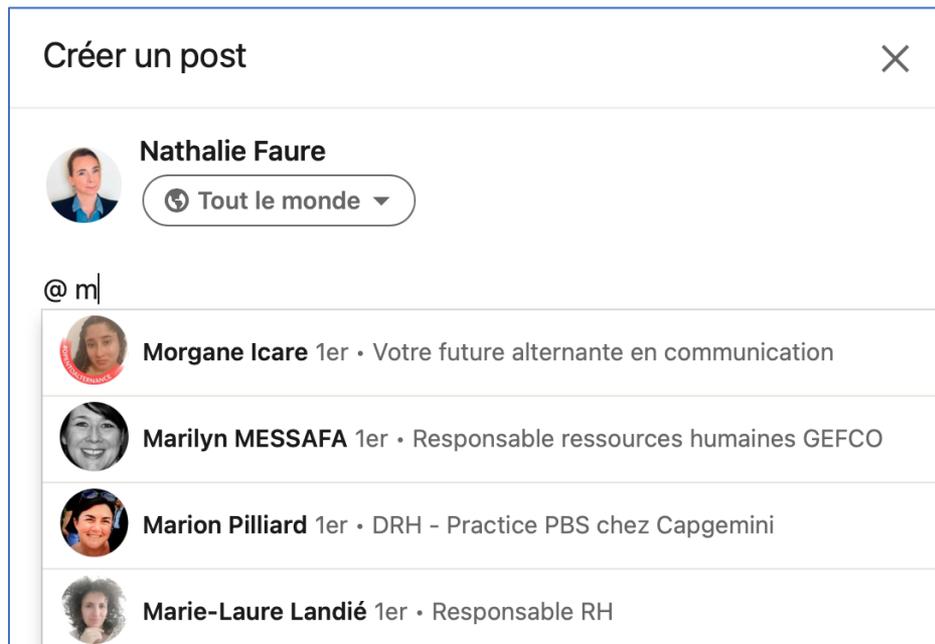
Comment taguer et pourquoi ?

L'« @ » permet de taguer une personne dans votre publication ou commentaire

Vous pouvez taguer qui vous voulez ; que la personne fasse, ou non, partie de vos relations...

Les 3 avantages sont :

- ❖ Attirer l'attention d'interlocuteurs soigneusement présélectionnés,
- ❖ Améliorer la portée de vos posts,
- ❖ Gagner en visibilité et récupérer de **nouveaux leads**.



ZOOM : TAGUER ? pour quoi faire ?



Attirer l'attention

« Le monde attire le monde » : plus vous allez montrer à votre réseau que vous avez des relations de confiance avec d'autres professionnels, plus ils vont avoir envie d'interagir avec vous : vous boostez votre capital de sympathie !

Améliorer la portée de vos posts

Le fonctionnement de l'algorithme de LinkedIn :

- LinkedIn va proposer un contenu personnalisé, pertinent et de qualité avec un objectif de « consommation » d'un maximum d'information pour que ses utilisateurs restent sur le réseau
- Principal critère : **L'engagement** (likes, commentaires, partages) sur vos publications joue un rôle déterminant.
- Au plus vous en avez, au plus LinkedIn va montrer votre contenu à vos cibles, qu'elles soient ou non dans votre réseau.

ZOOM : TAGUER ? pour quoi faire ?



Échanger des tags pour gagner en visibilité et récupérer de nouveaux leads
L'idée est de trouver une ou plusieurs personnes dans votre réseau et de vous taguer mutuellement, une fois ou régulièrement sur vos posts.
= Privilégiez des individus avec une forte notoriété et une **cible identique** à la vôtre.

Les avantages ?

- ❖ Gagner en capital sympathie : primordial sur le réseau.
- ❖ Prouver votre confiance en montrant votre appartenance à un groupe de professionnels.
- ❖ Booster l'algorithme de LinkedIn en incitant des utilisateurs à engager sur vos posts.
- ❖ Obtenir de nouveaux prospects et **gagner en visibilité** auprès des relations de vos partenaires.

A noter

Vous pouvez également identifier quelqu'un sur une photo



#3 CRÉER ET PUBLIER DU CONTENU

Mode opératoire

1. Cliquez sur **Écrivez un article** en haut de votre page d'accueil. Vous êtes alors redirigé vers l'outil de publication.
Sinon, vous pouvez également faire défiler la page vers le bas lorsque vous lisez un article sur LinkedIn. Le bouton **Rédiger un article** apparaîtra à côté des actions **J'aime**, **Commenter** et **Partager** dans la barre du haut, en dessous de la barre de navigation de LinkedIn.
2. Cliquez dans le champ **Titre** pour saisir le titre de votre article.
Si vous ne pouvez pas cliquer dans le champ du titre, il est possible qu'une extension de votre navigateur bloque cette fonctionnalité. Nous savons que Lazarus et Grammarly sont deux extensions qui causent des problèmes. Vous pouvez résoudre ce problème en [désactivant ces extensions](#) et en rafraîchissant l'éditeur.
3. Cliquez dans le champ **Rédigez ici** pour saisir le contenu de votre article.
Pour un fort impact visuel, vous pouvez [ajouter des images et d'autres types de média enrichi à votre article](#).
Vous pouvez également [ajouter une image de couverture](#).
4. Cliquez sur le bouton **Publier** en haut à droite de la page.
Vous ne pourrez pas prévisualiser votre contenu avant sa publication. Le brouillon de votre article vous montre à quoi ressemblera la version publiée. Vous pouvez [partager le brouillon de votre article](#) avec d'autres personnes avant de le publier.

Dans la fenêtre contextuelle qui apparaît, cliquez sur **Publier** ou sur l'icône **Annuler** pour continuer à modifier votre article.

Une fois votre article publié, vous pouvez le [modifier](#) ou le [supprimer](#) à tout moment.

A savoir

LinkedIn privilégie le contenu natif, c'est-à-dire le contenu publié directement sur la plateforme et qui ne demande pas à l'utilisateur de quitter le réseau social pour le consulter.

#3 CRÉER ET PUBLIER DU CONTENU

Aurélié ROCHER trouve ceci instructif

JETPULP 2 450 abonnés
23 h · 🌐

Vous êtes plus de 2400 abonnés sur cette page et +55% de visiteurs uniques ce mois-ci 😊 On lance ce sondage pour mieux vous connaître et ...voir plus

Quel type de contenu préférez-vous ? 🗳️
L'auteur peut voir votre vote. [En savoir plus](#)

- Contenu long : article...
- Contenu court : infographie..
- Event : webinar...
- Contenu audio : podcast...

33 votes · Il reste 2 sem

6 👍 1 commentaire

Accueil Réseau Publier Notifications Offres d'emploi

Sondage = Permet d'interagir avec vos relations LinkedIn et/ou de récolter leurs avis

Mention « #Hiring » = Vous indiquez que vous recrutez et attirez des candidats qualifiés. Il n'est pas nécessaire d'être en premium pour les mentions.

← Saïf M'khallef

Saïf M'khallef · 1er
Associate and Executive coach
Akor Consulting · Université Paris Dauphine Paris et périphérie · + de 500 relations

Message Plus...

Je recrute un/une Business Manager
Akor Consulting · Greater Paris Metropolitan Region · il y a 9 jours
[Voir l'offre d'emploi](#)

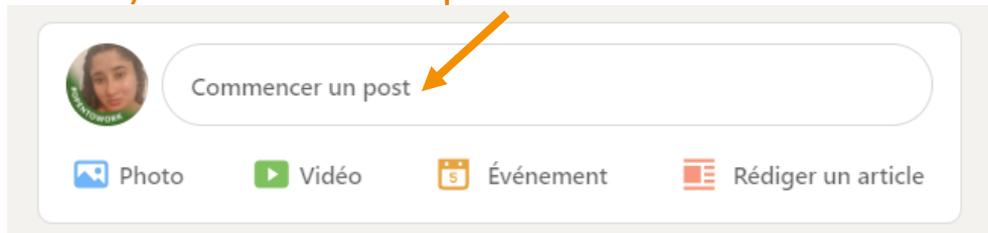
Quelle est la compétence principale de Saïf M'khallef ?
Aidez-nous à identifier des opportunités et du contenu pertinents pour vos relations.

Business Strategy Change Management

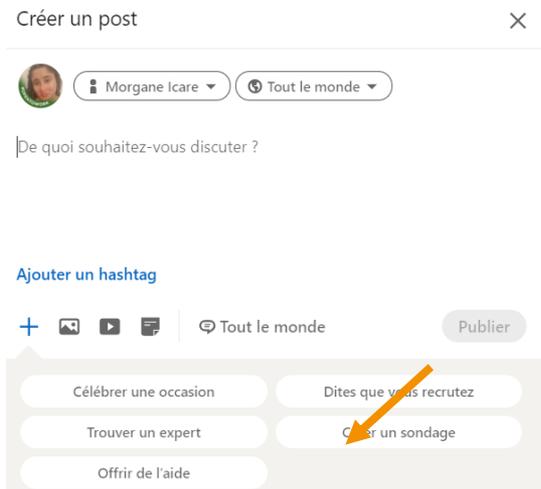
Accueil Réseau Publier Notifications Offres d'emploi

ZOOM : PROCESSUS SONDAGE

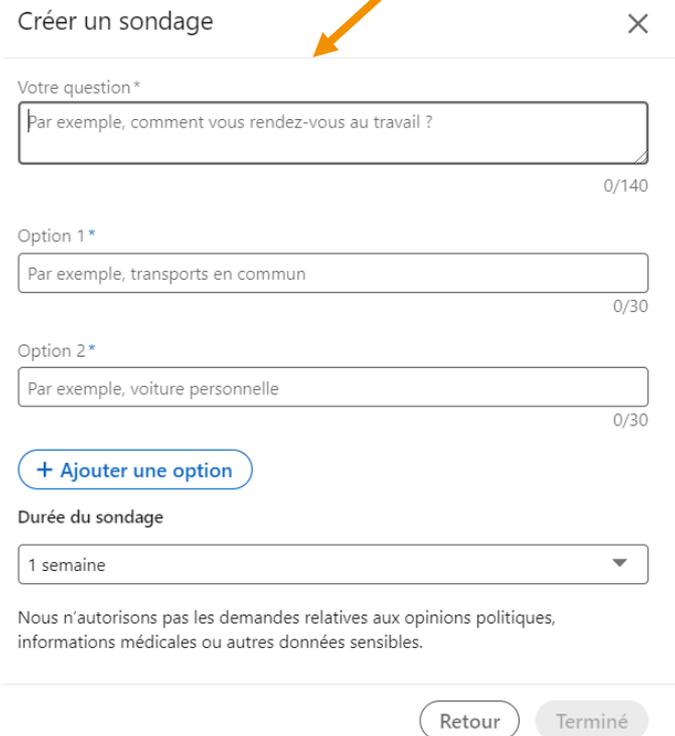
1) Commencez un post



2) Sélectionnez le type de contenu « créer un sondage »

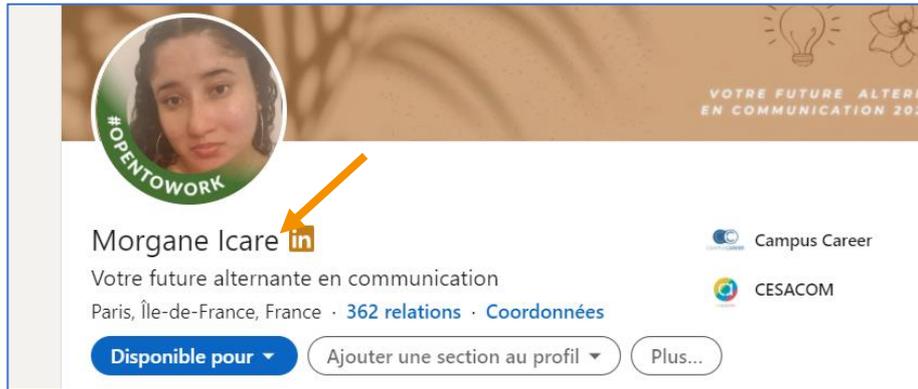


3) Créez votre sondage

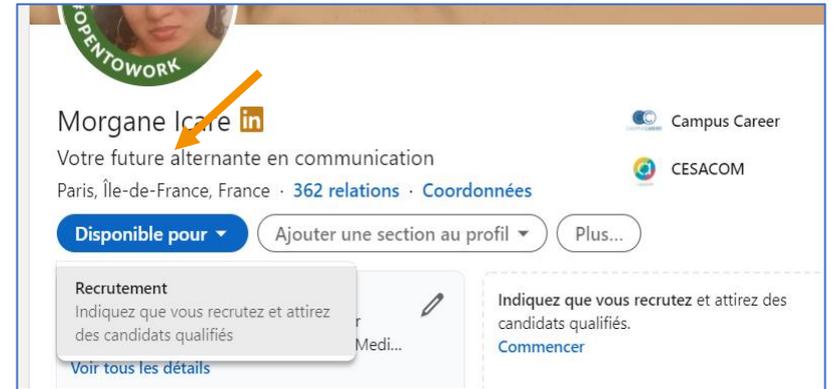


ZOOM : PROCESSUS HIRING / OPEN TO WORK

1) Rendez-vous sur votre profil et cliquez sur « disponible pour »



2) Activez votre #Hiring ou #Open to work



La mention « Open to work » est de plus en plus utilisée

EXEMPLES DE CONTENUS...

Recherche

Maëlys Dalmas Ducoulombier · 2j ·

Heureuse de développer notre pôle Retail à tes côtés **Maëlys Dalmas Ducoulombier** !

Keyman + Suivre
5 387 abonnés
2 j ·

😊 [RECRUTEMENT]
Et oui, encore un ! Et on ne compte pas s'arrêter en si bon chemin ! ...voir plus

Bienvenue dans l'équipe
Maëlys Dalmas Ducoulombier

70 4 commentaires

Accueil Réseau Publier Notifications Offres d'emploi

Mentionner vos collègues
Félicitez...

Morgane Icare · 1er
Votre future alternante en communication
Paris, Île-de-France, France · **Coordonnées**

370 relations
4 relations en commun : Ghyslaine Lemarchand, Franck Michel et 2 autres personnes

Message Plus

- Partager le profil dans un message
- Enregistrer au format PDF
- Donner des Bravos
- Solliciter une recommandation
- Recommander
- Abonné
- Retirer la relation
- Signaler/Bloquer

Nathalie, vo

Vous d **Souha**
en Ma

pour ses compétences

Passer **Recommander**

L'essentiel

Recherche

4

J'aime Commenter Partager Envoyer

Arnaud Vautier · 1er
Global Brand HRD - L'Oréal Paris / Driving transformation and leading the people age...
1 h ·

Edouard Jacquet #Bravos Je suis heureux d'avoir la chance de travailler avec vous **#Merci** 8 ans déjà !

3

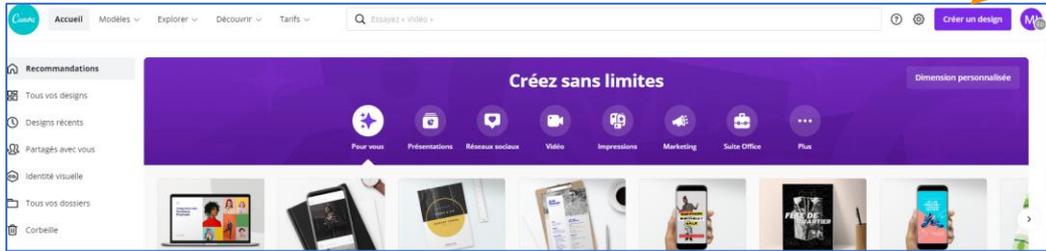
J'aime Commenter Partager Envoyer

Julie Hadjadj · 1er
Recruitment Lead Industry (Strategy &
...)

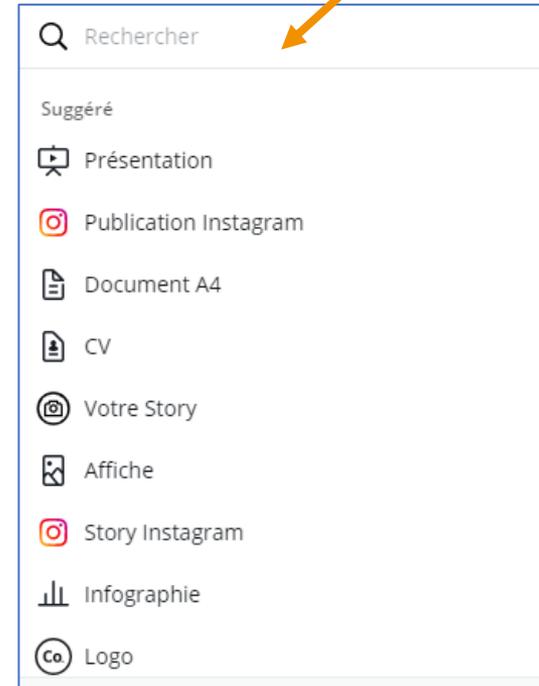
Accueil Réseau Publier Notifications Offres d'emploi

ZOOM : PROCESSUS CRÉATION DE CONTENU AVEC CANVA

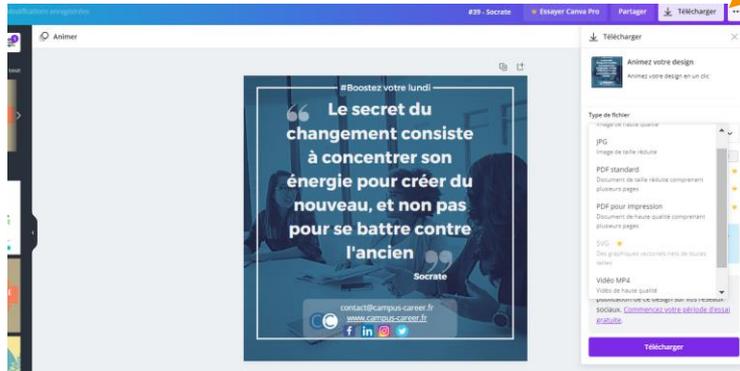
1) Rendez-vous sur créer un design



2) Choisissez votre type de contenu
OU partez sur la base d'un modèle



3) Téléchargez votre contenu sur votre bureau



ZOOM : PROCESSUS CRÉATION DE CARROUSEL AVEC CANVA

Le Carrousel est la combinaison de plusieurs visuels (photos ou textes) que l'on défile de gauche à droite. Le processus est le même que la création de contenu sauf pour l'enregistrement

- ❖ Pour le publier créez un post et cliquez sur l'émoticône document et téléchargez-le depuis votre ordinateur, le mode carrousel se fera instantanément

The image shows a composite of three screenshots illustrating the Canva carousel creation process. On the left, a Canva design workspace displays a carousel slide with the text: "#Boostez votre lundi! Le secret du changement consiste à concentrer son énergie pour créer du nouveau, et non pas pour se battre contre l'ancien". In the center, a download menu is open, showing options for file types like JPG, PDF, and Video MP4. On the right, a Facebook "Créer un post" (Create a post) window is shown. An orange arrow points to the document icon in the post creation options, and another orange arrow points to the "Ajouter un hashtag" (Add a hashtag) button. The Facebook post content area contains the text: "Savez-vous que ? Vous connaissez les hard skills et les soft skills, connaissez-vous les mad skills ?". Below this, two columns define "hard skills" (Compétences techniques liées à un métier ou un domaine) and "soft skills" (Compétences comportementales ou relationnelles acquises). The main heading "Les mad skills" is written in a cursive font. At the bottom of the Facebook window, there are buttons for "Retour" (Back) and "Terminé" (Done).

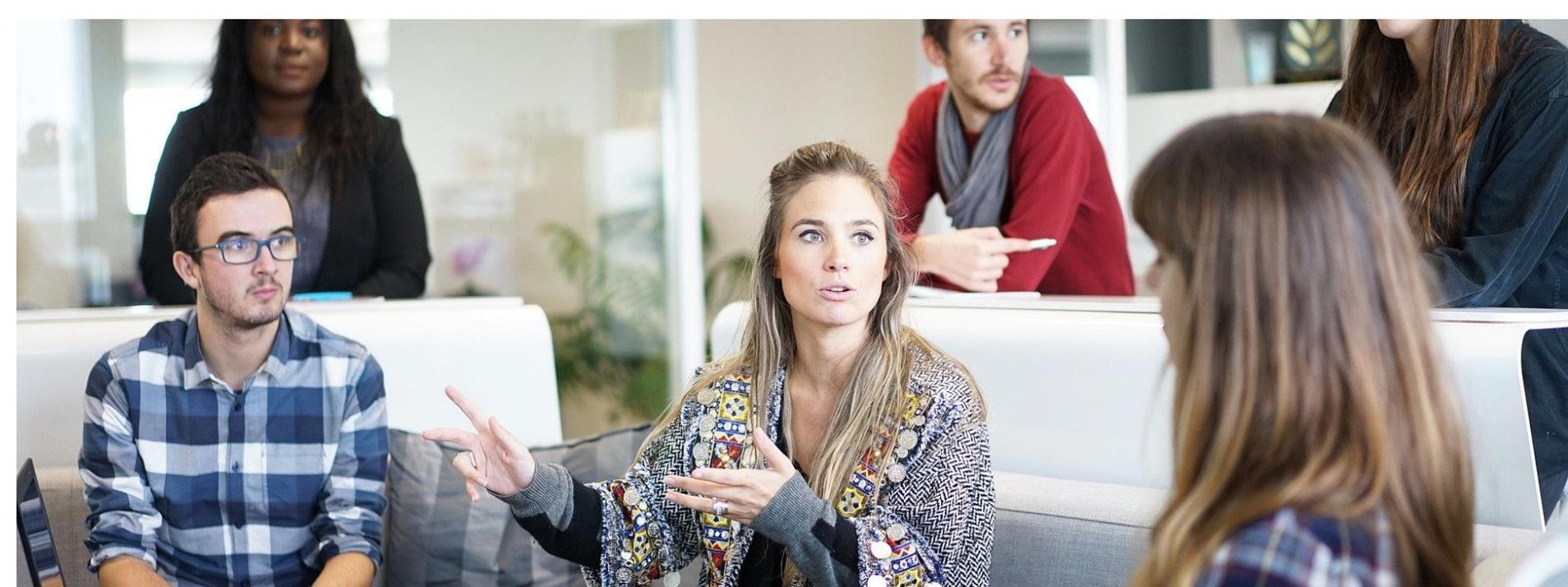
https://www.canva.com/fr_fr/

BOUYGUES

Donnons vie au progrès

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?





CHAPITRE 3

SUIVRE SES OBJECTIFS

QUELS INDICATEURS ?

❖ Si votre objectif a été de **gagner en visibilité** :

Regardez le nombre de vue et de partage par post = nombre de personne qui ont vu mon profil (Cliquez sur « statistiques »)

❖ Si votre objectif a été de **gagner en notoriété** :

Etudiez l'augmentation de vos relations ou visionnez le nombre de personne qui ont vu votre profil (Allez sur votre profil et cliquez sur « Qui a vu mon profil ? »)

The screenshot shows a LinkedIn profile page. At the top, there is an 'Infos' section with a pencil icon for editing. The bio reads: 'Etudiante en 3ème année de bachelor communication au sein du CESACOM Paris, Alternante en temps que chargée de communication chez Campus Career. Peut-être la votre pour 2021-2022 ?'. Below this is a 'Votre tableau de bord' (Your dashboard) section, marked as 'Privé pour vous' (Private for you) and 'Expert absolu'. It contains three statistics: '40 Qui a consulté votre profil ?' (40 Who viewed your profile?), '64 vues des posts' (64 Post views), and '12 apparitions dans les résultats de recherche' (12 Appearances in search results). Below the dashboard are two more sections: 'Infos Salaires' (Salary info) with a subtext 'Comparez votre salaire avec celui d'autres professionnels de la communauté' (Compare your salary with that of other professionals in the community), and 'Mes éléments' (My items) with a subtext 'Gardez une trace de vos offres d'emploi, cours et articles' (Keep a record of your job offers, courses and articles).

ZOOM : PREMIUM OR NOT PREMIUM ?

L'offre LinkedIn Premium est à **destination des candidats à l'emploi** se trouvant sur la plateforme.
L'intérêt de cet abonnement est de **faire ressortir votre profil automatiquement en tête de liste** parmi les candidatures reçues par l'employeur.

L'**offre Carrière** permet ÉGALEMENT de :

- ✓ consulter **la liste complète** des personnes ayant recherché votre profil
- ✓ bénéficier de **3 messages à destinations d'employeurs** avec qui vous n'êtes pas en relation
- ✓ **découvrir votre position** par rapport aux autres candidats
- ✓ utiliser les **ressources d'e-learning** proposées par la plateforme.

Carrière

Faites-vous recruter et prenez une longueur d'avance

- Démarquez-vous et contactez des hiring managers
- Découvrez comment vous vous positionnez par rapport aux autres candidatures
- Apprenez de nouvelles compétences et faites évoluer votre carrière

Business

Développer et entretenir votre réseau

- Recherchez et contactez les bonnes personnes
- Promouvez et développez votre activité professionnelle
- Apprenez de nouvelles compétences et mettez en valeur votre marque professionnelle

Ventes

Multiplier les opportunités commerciales

- Trouvez des prospects et des comptes dans votre marché cible
- Obtenez des infos en temps réel qui vous aideront à prendre contact
- Développez des relations de confiance avec les clients et prospects

Recrutement

Trouver et recruter des talents

- Trouvez de bons candidats, plus rapidement
- Contactez les meilleurs talents rapidement
- Établissez des relations avec des candidats potentiels

EN RÉSUMÉ

- ❖ Constituez-vous une base solide de relations = *+500 relations minimum pour être considéré comme actif par l'algorithme*
- ❖ Suivez les entreprises clés de votre secteur d'activité ou du secteur vers lequel vous souhaitez évoluer
- ❖ Partagez les publications de vos contacts selon vos affinités
- ❖ Likez et commentez les posts de votre réseau
- ❖ Abonnez-vous à des groupes de discussion et participez aux échanges
- ❖ Mettez l'adresse de votre profil dans votre signature et votre CV
- ❖ Suivez l'activité de personnalités ciblées : PDG, Experts, RH,...
- ❖ Créez du contenu original de qualité (articles, photos, vidéos...). C'est ce que préfère l'algorithme LinkedIn !



AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?



PASSER À L'ACTION...



Vous possédez les outils pour animer votre profil LinkedIn, créer et poster du contenu, et ainsi atteindre vos objectifs :

- ✓ Développer votre réseau, augmenter votre visibilité, participer à un projet, demander une mobilité, évoluer à l'international,...

Maintenant, c'est le moment de vous lancer !



POUR ALLER PLUS LOIN...



#Mobyctic

Pour retrouver,

- Le process -> la charte mobilité
- Les opportunités -> les offres,
le guide métier & passerelles
- Des conseils -> la boite à outils
- L'inspiration -> les témoignages
- Des contacts -> les responsables mobilité

Connaitre les règles :

Délai de prise de fonction,
contrat de travail, période
d'adaptation, intégration,
ancienneté,
rémunération,
indemnité de mobilité
géographique,
mobilité internationale

LE PROCHAIN WEBINAR

DÉVELOPPER LE MARKETING DE SOI



9 JUILLET 2021

11 H



60 MIN