

**WEBINAR**

# ÉMERGER SUR LINKEDIN

**osez**

**le progrès**

**BOUYGUES**

**Donnons vie au progrès**

# LINKEDIN, C'EST QUOI ?



- Racheté par Microsoft en 2016, LinkedIn est le **géant mondial des réseaux sociaux professionnels**
- Il rassemble les profils d'une multitude de professionnels de tous secteurs dans le monde entier

En 3 chiffres clés :

## 950M

### D'UTILISATEURS DANS LE MONDE

More than 950 million members in 200 countries and regions worldwide\*



\*Membership numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings

# LINKEDIN, C'EST QUOI ?



- Racheté par Microsoft en 2016, LinkedIn est le **géant mondial des réseaux sociaux professionnels**
- Il rassemble les profils d'une multitude de professionnels de tous secteurs dans le monde entier

En 3 chiffres clés :

**950M**

**D'UTILISATEURS DANS LE MONDE**

dont

**27M**

**EN FRANCE**

More than 950 million members in 200 countries and regions worldwide\*



\*Membership numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings

# LINKEDIN, C'EST QUOI ?



- Racheté par Microsoft en 2016, LinkedIn est le **géant mondial des réseaux sociaux professionnels**
- Il rassemble les profils d'une multitude de professionnels de tous secteurs dans le monde entier

En 3 chiffres clés :

**950M**

**D'UTILISATEURS DANS LE MONDE**

dont

**27M**

**EN FRANCE**

et près de

**70K**

**COLLABORATEURS**

More than 950 million members in 200 countries and regions worldwide\*



\*Membership numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings



# POURQUOI UTILISER LINKEDIN ?



## ÉTABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE

Être connu et identifié tant  
en interne qu'en externe  
pour ma spécialité et mon  
domaine de compétence

# POURQUOI UTILISER LINKEDIN ?



## ÉTABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE

Être connu et identifié tant en interne qu'en externe pour ma spécialité et mon domaine de compétence



## TROUVER DES CLIENTS OU PRESTATAIRES

Entrer en contact avec des acheteurs potentiels de mes produits et services ou trouver les bons partenaires

# POURQUOI UTILISER LINKEDIN ?



## ÉTABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE

Être connu et identifié tant en interne qu'en externe pour ma spécialité et mon domaine de compétence



## TROUVER DES CLIENTS OU PRESTATAIRES

Entrer en contact avec des acheteurs potentiels de mes produits et services ou trouver les bons partenaires



## CRÉER MON RÉSEAU

Initier et rester en contact avec des connaissances professionnelles

# LINKEDIN, COMMENT ÇA FONCTIONNE ?



Grâce à son algorithme, la plateforme identifie le contenu performant à plusieurs étapes :

- Phase 1 : mesure de l'engagement (clics, likes, commentaires, partages, etc.) d'un post 90 minutes après sa publication,

# LINKEDIN, COMMENT ÇA FONCTIONNE ?



1

Grâce à son algorithme, la plateforme identifie le contenu performant à plusieurs étapes :

- Phase 1 : mesure de l'engagement (clics, likes, commentaires, partages, etc.) d'un post 90 minutes après sa publication,
- Phase 2 : 8h après la publication, la croissance du post est basée sur l'engagement observé lors de la phase 1,

2

# LINKEDIN, COMMENT ÇA FONCTIONNE ?



1

Grâce à son algorithme, la plateforme identifie le contenu performant à plusieurs étapes :

- Phase 1 : mesure de l'engagement (clics, likes, commentaires, partages, etc.) d'un post 90 minutes après sa publication,
- Phase 2 : 8h après la publication, la croissance du post est basée sur l'engagement observé lors de la phase 1,
- Phase 3 : la croissance d'un post les jours qui suivent sa publication est basée sur l'engagement des phases 1 et 2.

2

3

# COMMENT L'ENGAGEMENT EST-IL RÉCOMPENSÉ ?



Un like = 1 vue

# COMMENT L'ENGAGEMENT EST-IL RÉCOMPENSÉ ?



Un like = 1 vue



Un clic sur « Voir plus » = 4 vues

# COMMENT L'ENGAGEMENT EST-IL RÉCOMPENSÉ ?



Un like = 1 vue



Un partage = 7 vues



Un clic sur « Voir plus » = 4 vues

# COMMENT L'ENGAGEMENT EST-IL RÉCOMPENSÉ ?



Un like = 1 vue



Un partage = 7 vues



Un clic sur « Voir plus » = 4 vues



Un commentaire = 12 vues

À MOI DE JOUER !

**Kahoot!**

# SOMMAIRE

- **ETABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE**
- **TROUVER LES BONNES PERSONNES**
- **PUBLIER LES BONNES INFORMATIONS**
- **CONSTRUIRE DES RELATIONS**
- **LES NOUVEAUTÉS À NE PAS MANQUER**





- J'ajoute une photo de profil visible
- Une photo de couverture
- Mes expériences professionnelles et formations
- Je vérifie mon lieu de travail

### Vérifications

 **Lieu de travail**  
Vous avez confirmé Groupe Bouygues comme étant votre lieu de travail.

[Afficher les vérifications →](#)

### Expérience

- Directeur Général Offres et Clients (DOC)**  
Bouygues Immobilier - CDI  
juil. 2021 - aujourd'hui - 2 ans 1 mois  
Issy-les-Moulineaux, Île-de-France, France  
Directeur Général en charge des Nouvelles Activités Immobilières, des Activités d'Exploitation et Services, ainsi que de la Direction de l'Innovation, de la Direction commerciale et de la satisfaction client. En charge d...voir plus  

- Bouygues Immobilier**  
3 ans 1 mois
  - Directeur Général Nouvelles Offres Immobilières**  
janv. 2020 - août 2020 - 8 mois  
Issy-les-Moulineaux, Île-de-France, France  
En charge auprès du président de Bouygues Immobilier de monter une nouvelle offre Immobilière.
  - Directeur Général Filiales Internationales**  
juin 2019 - janv. 2020 - 8 mois  
Warsaw, Masovian District, Poland  
Directeur Général en charge des filiales Internationales de Bouygues Immobilier (Péninsule Ibérique, Belgique, Maroc et Pologne) & Directeur Général de Bouygues Immobilier Polska.
  - Directeur Général Bouygues Immobilier POLSKA**  
août 2017 - janv. 2020 - 2 ans 6 mois  
Varsovie (Pologne)  

- Directeur Général Maroc**  
Bouygues Immobilier Maroc - CDI  
sept. 2015 - août 2017 - 2 ans  
Casablanca  
Remise du label HQE International niveau Excellent sur l'opération les Faubourgs d'Anta à Casablanca  

- Bouygues Immobilier**  
6 ans 8 mois

# POUR UN RÉFÉRENCIEMENT OPTIMAL



Best practices pour mon résumé/pitch :

- Plus de 40 mots
- Je m'exprime à la première personne
- J'adopte un format avec des paragraphes
- Je parle de ma carrière, mes accomplissements et aspirations

## Infos

Ma mission est de proposer une politique de développement RH efficace, pragmatique et soucieuse de l'éthique sociale. En apprenant à connaître les femmes et les hommes de l'entreprise, en les faisant se rencontrer, en les identifiant dans le cadre de la gestion des talents et des successions, en les formant via l'Institut du Management Bouygues.

Mon rôle en trois points clefs :

- Accompagner l'entreprise dans ses transformations en plaçant la dimension humaine au coeur des décisions.
- Travailler de concert avec le management et oeuvrer ensemble au meilleur équilibre des performances et du respect.
- Contribuer, du fait de mon cursus en sciences humaines, au développement du management sur la culture générale et les humanités.





## ANGLE : SECTEUR

Tendances et perspectives,  
prévisions du secteur,  
commentaires et opinions

Le visionnaire

« Défie-moi »

# LES ANGLES DE COMMUNICATION À UTILISER



## ANGLE : SECTEUR

Tendances et perspectives,  
prévisions du secteur,  
commentaires et opinions

Le visionnaire

« Défie-moi »



## ANGLE : MARQUE

Culture et valeurs de  
l'entreprise, RSE,  
Fondation, tendances  
tech ou innovation

L'évangéliste

« Inspire-moi »

# LES ANGLES DE COMMUNICATION À UTILISER



## ANGLE : SECTEUR

Tendances et perspectives, prévisions du secteur, commentaires et opinions

Le visionnaire

« Défie-moi »



## ANGLE : MARQUE

Culture et valeurs de l'entreprise, RSE, Fondation, tendances tech ou innovation

L'évangéliste

« Inspire-moi »



## ANGLE : PRODUIT/SERVICE

Apparence du produit, expert, FAQ et mode d'emploi, démonstrations

Le guide

« Apprends-moi »

# LES ANGLES DE COMMUNICATION À UTILISER



## ANGLE : SECTEUR

Tendances et perspectives, prévisions du secteur, commentaires et opinions

Le visionnaire

« Défie-moi »



## ANGLE : MARQUE

Culture et valeurs de l'entreprise, RSE, Fondation, tendances tech ou innovation

L'évangéliste

« Inspire-moi »



## ANGLE : PRODUIT/SERVICE

Apparence du produit, expert, FAQ et mode d'emploi, démonstrations

Le guide

« Apprends-moi »



## ANGLE : GENS

Conseils carrière, de développement des compétences et développement personnel

Le mentor

« Conseille-moi »

# QUAND EN PARLER ?



**En semaine** : du lundi au vendredi

Pendant les **heures de bureaux** : entre 8 et 15h

# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



The screenshot shows a LinkedIn post by Johan Thémista, a member of the 'Relations Médias & Communication Digitale au groupe Bouygues' group. The post discusses the author's job and lists three factors that helped them succeed: an intuitive website, an engaged community, and a well-referenced forum. Below the post is a community question titled 'Les téléphones en vente sur le site sont-ils bloqués ou tout opérateurs?' with a 'RÉPONDRE À CETTE QUESTION' button. A certified answer from Bouygues Telecom explains that mobile phones sold by Bouygues Telecom since November 2013 are unlocked and usable with any SIM card. At the bottom, a poll asks 'Cette réponse vous a-t-elle aidé?' with a 'OUI' button and a progress bar showing 100% of 1 vote.

**Johan Thémista** • Vous  
Relations Médias & Communication Digitale au groupe Bouygues  
2 an(s) • Modifié •

On me demande souvent en quoi consiste précisément mon métier 😊

Et bien, par exemple, à tout mettre en œuvre pour qu'un prospect en passe de devenir client trouve la réponse à sa question 24/7.

Grâce à :

- Un site intuitif et fonctionnel 🧐
- Une **#communauté** de contributeurs engagés 🤝
- Un Forum bien référencé en **#SEO** 🙌

Ce n'est pas tout, mais une publication ne suffirait pas 😊

---

### MON TÉLÉPHONE

**Les téléphones en vente sur le site sont-ils bloqués ou tout opérateurs ?**  
CEJUNE · 3 avril 2021 · Il y a 3 jours · Vue 21 fois

Bonjour / Bonsor

Je souhaiterais acheter un téléphone sur le site de bouygues télécom pour ma mère, qui n'est pas cliente Bouygues, et j'aurais aimé savoir si leur téléphones sont bloqués ou s'ils fonctionnent avec n'importe quel opérateur. Merci

RÉPONDRE À CETTE QUESTION

---

**RÉPONSE CERTIFIÉE PAR BOUYGUES TELECOM**

Bonjour  
Depuis novembre 2013, tous les mobiles vendus par Bouygues Telecom sont désimlockés donc utilisables avec une SIM de n'importe quel opérateur.  
Cordialement

no-pseudo · 3 avril 2021 · Il y a 3 jours

---

Cette réponse vous a-t-elle aidé ?

OUI + 1 votant NON 100%

# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



ANGLE : PRODUIT/SERVICE

**Johan Thémista** • Vous  
Relations Médias & Communication Digitale au groupe Bouygues  
2 an(s) • Modifié •

On me demande souvent en quoi consiste précisément mon métier 😊

Et bien, par exemple, à tout mettre en œuvre pour qu'un prospect en passe de devenir client trouve la réponse à sa question 24/7.

Grâce à :

- Un site intuitif et fonctionnel 🧐
- Une #communauté de contributeurs engagés 🤝
- Un Forum bien référencé en #SEO 🙌

Ce n'est pas tout, mais une publication ne suffirait pas 😊

---

### MON TÉLÉPHONE

**Les téléphones en vente sur le site sont-ils bloqués ou tout opérateurs ?**  
CELINE · 3 avril 2021 · Il y a 3 jours · Vue 21 fois

Bonjour / Bonsoir

Je souhaiterais acheter un téléphone sur le site de bouygues télécom pour ma mère, qui n'est pas cliente Bouygues, et j'aurais aimé savoir si leur téléphones sont bloqués ou s'ils fonctionnent avec n'importe quel opérateur. Merci

RÉPONDRE À CETTE QUESTION

---

RÉPONSE CERTIFIÉE PAR BOUYGUES TELECOM

**re-pseudo**  
Bonjour  
Depuis novembre 2013, tous les mobiles vendus par Bouygues Telecom sont désimlockés donc utilisables avec une SIM de n'importe quel opérateur.  
Cordialement

re-pseudo · 3 avril 2021 · Il y a 3 jours

Cette réponse vous a-t-elle aidé ?

OUI + 1 votant NON 100%

# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



Sarah Partouche • 1er

Responsable du pôle Événementiel et de la Fondation d'...  
1 sem. •

La 2ème édition du **SIBCA - Salon de l'Immobilier Bas Carbone** s'achève aujourd'hui et nous y étions avec **Bouygues Immobilier**, en tant que partenaire Officiel Premium de l'événement.

Un temps fort pour l'entreprise au cours duquel nous avons à la fois pu présenter les ambitions et solutions de **Bouygues Immobilier** afin de contribuer à la décarbonation, mais également (re)affirmer que face au défi du **#dérèglementclimatique** et de l'épuisement des ressources, il est plus que jamais indispensable de ne pas renoncer, malgré le contexte chahuté que connaît le secteur de l'immobilier.

Un engagement qui s'est directement traduit dans un domaine qui me tient particulièrement à cœur puisque avec l'aide de **Romain Larue** nous avons pensé et réalisé un stand dans une démarche éco-responsable et d'économie circulaire :

- 🛒 En stockant et réemployant le stand conçu l'an dernier
- 📦 A travers le choix des matériaux utilisés
- 🖥 En faisant le choix de ne pas y mettre d'écran
- 👤 En faisant appel à des prestataires engagés pour le mobilier et la restauration À **Table, une ESS Complètement Food, FURNITURE FOR GOOD, Le Pavé®**

Enfin, nous avons eu le plaisir d'échanger avec des personnalités inspirantes et inspirées au cours de deux tables rondes. Merci **Lauren Boudard Clothilde Sauvages Guillaume Carlier Bertrand BOUSQUET Camille Bertin Flore Berlingen Léa Falco Francois Cavalier**



# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



ANGLE : MARQUE



Sarah Partouche • 1er

Responsable du pôle Événementiel et de la Fondation d'...

1 sem. •

La 2ème édition du **SIBCA - Salon de l'Immobilier Bas Carbone** s'achève aujourd'hui et nous y étions avec **Bouygues Immobilier**, en tant que partenaire Officiel Premium de l'événement.

Un temps fort pour l'entreprise au cours duquel nous avons à la fois pu présenter les ambitions et solutions de **Bouygues Immobilier** afin de contribuer à la décarbonation, mais également (re)affirmer que face au défi du **#dérèglementclimatique** et de l'épuisement des ressources, il est plus que jamais indispensable de ne pas renoncer, malgré le contexte chaoté que connaît le secteur de l'immobilier.

Un engagement qui s'est directement traduit dans un domaine qui me tient particulièrement à cœur puisque avec l'aide de **Romain Larue** nous avons pensé et réalisé un stand dans une démarche éco-responsable et d'économie circulaire :

- 🛒 En stockant et réemployant le stand conçu l'an dernier
- 📦 A travers le choix des matériaux utilisés
- 🖥 En faisant le choix de ne pas y mettre d'écran
- 👤 En faisant appel à des prestataires engagés pour le mobilier et la restauration **À Table, une ESS Complètement Food, FURNITURE FOR GOOD, Le Pavé®**

Enfin, nous avons eu le plaisir d'échanger avec des personnalités inspirantes et inspirées au cours de deux tables rondes. Merci **Lauren Boudard Clothilde Sauvages Guillaume Carlier Bertrand BOUSQUET Camille Bertin Flore Berlingen Léa Falco Francois Cavalier**



# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



 **Johan Thémista** • Vous  
Relations Médias & Communication Digitale au groupe Bouygues  
2 an(s) • Modifié • 

Ce gosse a des étoiles dans les yeux !

Je viens tout juste de m'orienter vers des études en Communication et comprends que c'est pour **Bouygues Telecom** que je veux travailler « quand je serai grand ».

🌟 Partager ma vision d'une entreprise innovante, tournée vers ses clients et résolument engagée.

Quelques années plus tard, l'équipe de choc de **Jérémy & Tanguy** m'en donne la chance en m'accueillant au sein de la Direction de la Communication, le temps d'un stage. Ensuite, c'est **alain & Simon** qui me permettent de poursuivre ce rêve, en alternance à la Stratégie de la Relation Client Digitale.

Aujourd'hui, après 2 ans passés aux côtés de **Malak**, cette confiance m'est renouvelée pour une durée indéterminée 🤝

5 ans jour pour jour se sont écoulés depuis cette photo et c'est avec toujours autant d'étoiles dans les yeux que je prolonge cette belle aventure.

💛 Un merci qui ne suffira pas à tous les coéquipiers bienveillants que j'ai trouvés sur ma route et avec qui je continuerai d'évoluer : **Emmanuel, Sébastien, wanda, Diane, Frédéric, Jessica, Kevin, Jean-Frédéric, Stéphanie, Thomas, Killian, Stéphanie, Faustine, Clément, Lucas, Amandine, Noémie, Catherine**



# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



ANGLE : GENS



Johan Thémista • Vous

Relations Médias & Communication Digitale au groupe Bouygues  
2 an(s) • Modifié •

Ce gosse a des étoiles dans les yeux !

Je viens tout juste de m'orienter vers des études en Communication et comprends que c'est pour **Bouygues Telecom** que je veux travailler « quand je serai grand ».

🌟 Partager ma vision d'une entreprise innovante, tournée vers ses clients et résolument engagée.

Quelques années plus tard, l'équipe de choc de **Jérémy & Tanguy** m'en donne la chance en m'accueillant au sein de la Direction de la Communication, le temps d'un stage. Ensuite, c'est **alain & Simon** qui me permettent de poursuivre ce rêve, en alternance à la Stratégie de la Relation Client Digitale.

Aujourd'hui, après 2 ans passés aux côtés de **Malak**, cette confiance m'est renouvelée pour une durée indéterminée 🙌

5 ans jour pour jour se sont écoulés depuis cette photo et c'est avec toujours autant d'étoiles dans les yeux que je prolonge cette belle aventure.

💛 Un merci qui ne suffira pas à tous les coéquipiers bienveillants que j'ai trouvés sur ma route et avec qui je continuerai d'évoluer : **Emmanuel, Sébastien, wanda, Diane, Frédéric, Jessica, Kevin, Jean-Frédéric, Stéphanie, Thomas, Killian, Stéphanie, Faustine, Clément, Lucas, Amandine, Noémie, Catherine**



# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



Candice Proux • 1er

Responsable Carrière & Mobilité chez Groupe TF1 - Accompagne...

1 sem. • Modifié •

Passionné/e par le digital et curieux/se des défis liés au **#streaming** gratuit ?

🗣️ "Avoir plus de 3 millions de téléspectateurs simultanés deviendra la nouvelle norme." 📺 📱 🗣️

Notre CTO 🔥 **Thierry BONHOMME** nous partage, dans le dernier podcast de **TechRocks**, les défis autour du **#streaming** et des grands événements, au micro de Nicolas Silberman (Bpifrance).

L'épisode par ici 📌 <https://bit.ly/3LrGVnP>

**#TechTF1 #Podcast**

**Groupe TF1**



👍❤️📌 Benoit Dhomps et 40 autres personnes

2 commentaires • 1 republication

# À MOI DE JOUER !

En publiant le contenu suivant,  
quel angle ai-je choisi ?



ANGLE : SECTEUR



Candice Proux • 1er

Responsable Carrière & Mobilité chez Groupe TF1 - Accompagne...

1 sem. • Modifié •

Passionné/e par le digital et curieux/se des défis liés au #streaming gratuit ?

“Avoir plus de 3 millions de téléspectateurs simultanés deviendra la nouvelle norme.”

Notre CTO 🔥 **Thierry BONHOMME** nous partage, dans le dernier podcast de **TechRocks**, les défis autour du #streaming et des grands événements, au micro de Nicolas Silberman (Bpifrance).

L'épisode par ici 👉 <https://bit.ly/3LrGVnP>

#TechTF1 #Podcast

Groupe TF1



Benoit Dhomps et 40 autres personnes

2 commentaires • 1 republication

# SOMMAIRE

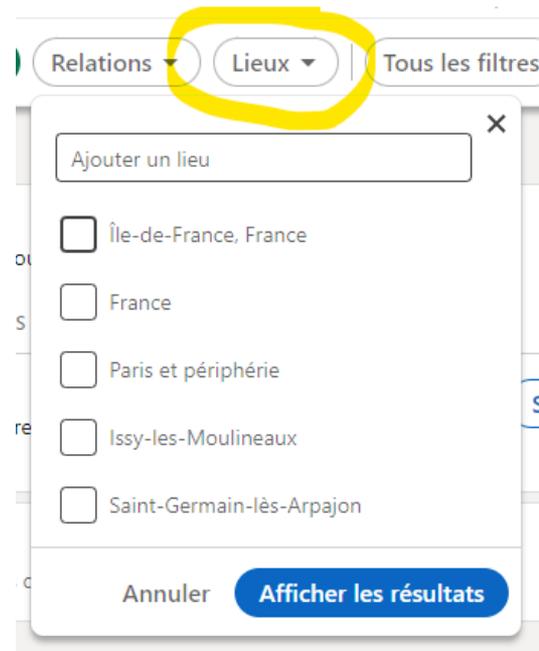
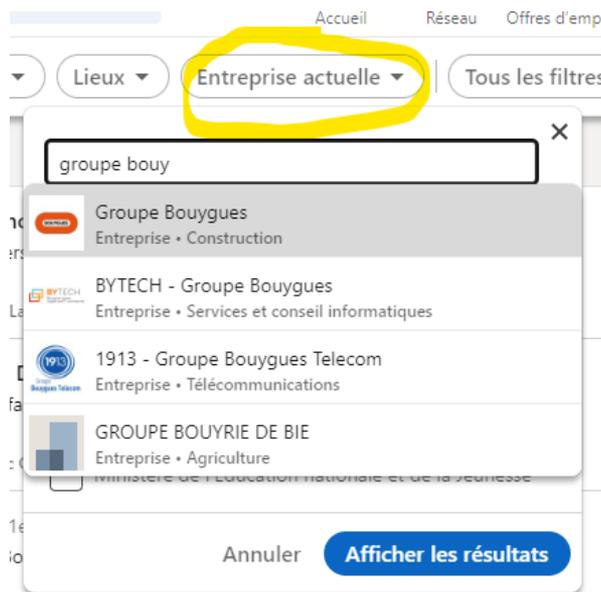
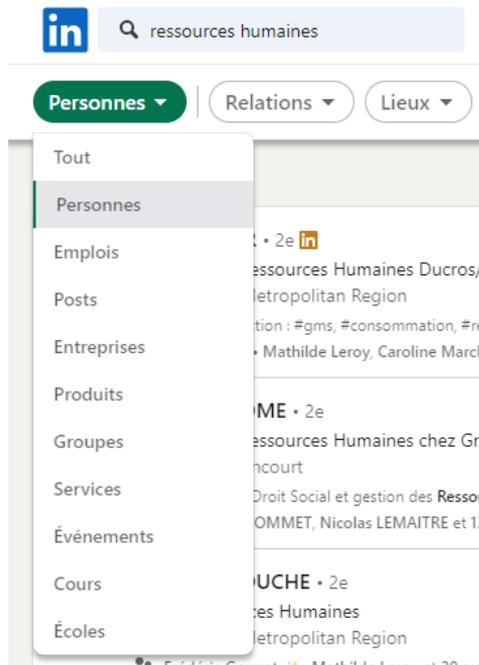
- ETABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE
- TROUVER LES BONNES PERSONNES
- LES BEST PRACTICES POUR PUBLIER
- CONSTRUIRE DES RELATIONS
- LES NOUVEAUTÉS À NE PAS MANQUER



# COMMENT TROUVER DES RELATIONS



Je cherche un contact à la direction RH du Groupe :



# COMMENT TROUVER DES RELATIONS



Pour faire une recherche encore plus pointue, « Tous les filtres » me permet de rechercher par :

- Le titre/poste
- L'école fréquentée
- Les entreprises précédentes
- Etc.

The screenshot shows the LinkedIn search interface. A yellow circle highlights the 'Tous les filtres' button in the top left corner. The search results are filtered to show 'Personnes'. The filter panel on the right includes the following sections:

- Filtrer uniquement** Personnes (dropdown) par (close icon)
- Construction** + Ajouter un secteur
- Langue du profil**
  - Français
- À l'écoute de**
  - Faire du bénévolat ou offrir ses services
  - Faire partie du conseil d'administration d'un organisme à but non lucratif
- Catégories de services**
  - + Ajouter un service
- Mots-clés**
  - Prénom:
  - Nom:
  - Titre:
  - Entreprise:
  - École:

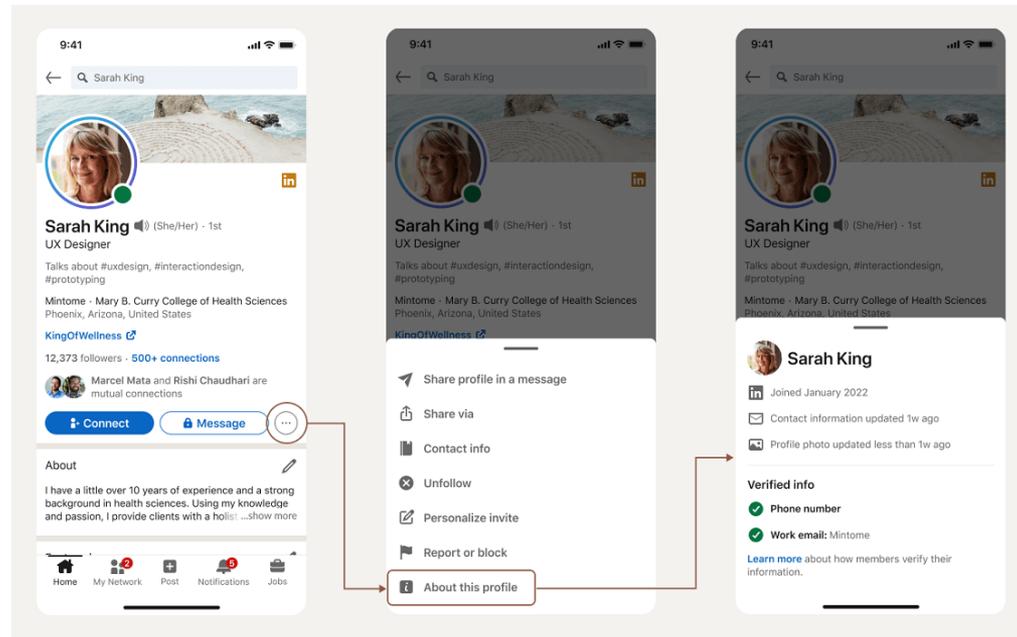
At the bottom of the filter panel, there are buttons for 'Réinitialiser' and 'Afficher les résultats'.

# ATTENTION AUX FAUX PROFILS



Je peux détecter les faux profils grâce à des informations supplémentaires :

- La date de création du profil,
- La date de mise à jour du profil et des informations de contact,
- Un numéro de téléphone et une adresse professionnelle vérifiés, le cas échéant.



# À MOI DE JOUER !

Je dois trouver :

1. Un responsable communication de Colas USA



# À MOI DE JOUER !



Je dois trouver :

1. Un responsable communication de Colas USA
2. Un certain « Alexandre » qui travaille pour Equans à Rouen

# À MOI DE JOUER !



Je dois trouver :

1. Un responsable communication de Colas USA
2. Un certain « Alexandre » qui travaille pour Equans à Rouen
3. « Thomas », un chef de projet relation client chez Bouygues Telecom

# SOMMAIRE

- ETABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE
- TROUVER LES BONNES PERSONNES
- LES BEST PRACTICES POUR PUBLIER
- CONSTRUIRE DES RELATIONS
- LES NOUVEAUTÉS À NE PAS MANQUER





Simple et efficace doivent être les mots d'ordre de ma publication.  
Pour cela, j'utilise l'**astuce CIT : court, interactif et tendance !**

**Court** : je garde à l'esprit que pour être lue, ma publication doit rester succincte, de sorte que mes lecteurs disposent du temps nécessaire pour me lire. Quelques lignes, agrémentées d'une citation ou de chiffres-clés en liste à puces, seront amplement suffisantes.

**Interactif** : un bloc de texte, c'est bien. Accompagné de liens vers des documents, une infographie ou un billet de blog, c'est mieux ! Idéalement, j'inclus un *call to action*. Par exemple, un lien vers un site web permettra à mes nouveaux lecteurs d'en savoir plus sur mon activité.

**Tendance** : afin de montrer à mes lecteurs que je suis un expert de mon secteur d'activité, je peux aborder un sujet tendance, poser LA question qui donnera envie de lire ma publication. Un sujet dans l'air du temps engagera le dialogue dans les commentaires et permettra d'attirer l'attention sur votre profil ! Le petit plus, qui rendra votre post incontournable ? Un hashtag bien sûr !

# LES INDISPENSABLES À RESPECTER



1. **Une phrase d'accroche au tout début** : une phrase très courte qui va attiser la curiosité. Cela peut être sous forme de question par exemple : « Vous voulez une bonne nouvelle ? » ou sur le ton de l'étonnement : « Incroyable mais vrai ! ».
2. **L'utilisation d'emojis** : il peut être intéressant d'utiliser des emojis car le côté « visuel » des emojis va accrocher le lecteur et il va certainement mieux capter l'information. Attention à ne pas en abuser sinon cela pourrait avoir l'effet contraire et gênerait alors la lecture.



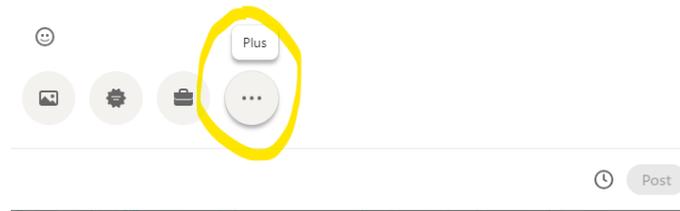
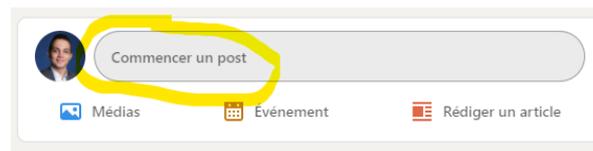
# LES INDISPENSABLES À RESPECTER



3. **Ajouter un média** : une image ou une vidéo apportera toujours plus de visibilité à votre publication. Si vous n'en avez pas, vous pouvez notamment ajouter un GIF à votre publication pour illustrer votre propos.

4. **Inciter à l'engagement** : vous pouvez demander l'avis ou organiser un sondage sur un sujet en particulier en posant une question afin d'inciter vos lecteurs à commenter votre publication et ainsi favoriser l'échange.

Les sondages sont un moyen facile et rapide d'engager la conversation et peut être source d'inspiration pour du contenu.



# LE FOND RESTE LE PLUS IMPORTANT



## JE FAIS DES EXPERIENCES TEST & LEARN AVEC DU CONTENU PERSONNEL/PROFESSIONNEL

J'applique l'expérience des 3 seaux :

1. Contenu personnel
2. Relatif à mon entreprise
3. Des sujets d'actualité qui me touchent

## JE FAIS PREUVE D'AUTHENTICITÉ

L'important est que mon contenu soit personnel, que je me l'approprie.

Je me lance et je reste sincère.

Je n'attends pas le parfait !

**SEULS 5 % DES UTILISATEURS PUBLIENT DU CONTENU SUR LINKEDIN !**

# METTRE EN AVANT LA CULTURE D'ENTREPRISE



- ✓ 3 hashtags
- ✓ Collègues mentionnés
- ✓ Photos mettant en avant les collaborateurs/la culture

**Bonne pratique** : une photo avec des gens attirera toujours plus le regard de votre audience !

**Hervé Le Joliff** • 2e  
Président de Colas Rail & membre de la Fondation d'Entr...  
7 mois • 5

+ Suivre ...

Quelle fierté d'avoir inauguré nos bureaux à Panama en présence de son excellence l'Ambassadeur de France, de [Christophe Mansuy](#), [Lee Rushbrooke](#), [Régis ROCHE](#) et de toute notre équipe menée par [Gaël Crémoux](#).

Officiellement, il s'agit du 24ème pays de [Colas Rail](#) et le 2ème ouvert cette année après l'Allemagne !

Nous allons réaliser pour le compte de notre client [Hitachi Rail](#) les études, la fourniture et l'installation du Rail d'Energie de la 3ème ligne du Métro de Panama sous technologie monorail.

En route pour presque 3 ans d'aventure sous le ciel panaméen.

#ColasRail

4 commentaires • 1 republication

# C'EST PRESQUE BON !

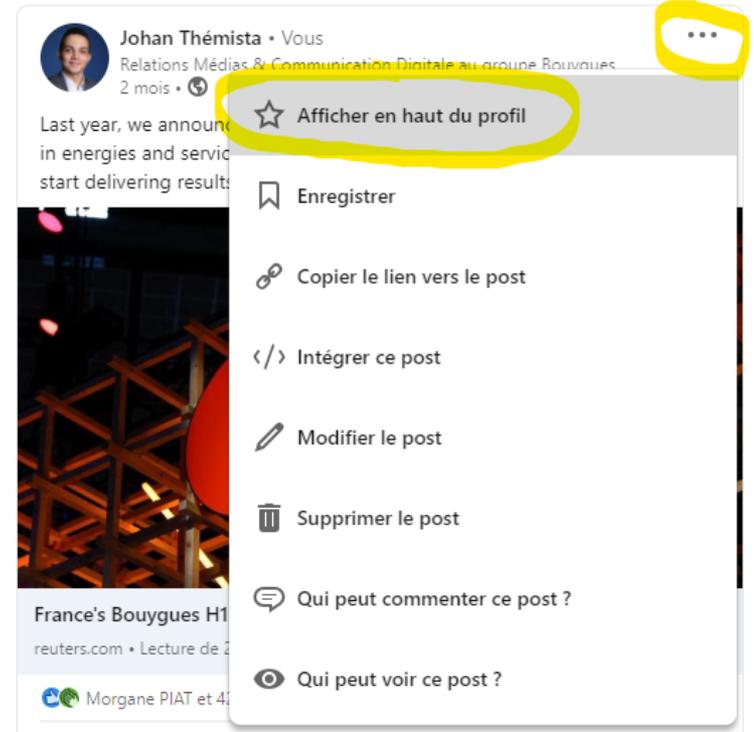


Avant de cliquer sur « publier » et de rendre mon contenu visible aux yeux de tous, ultime astuce pour maximiser le potentiel de mon post : je me pose systematiquement la question :

*« Si je voyais cette publication, est-ce qu'elle m'intéresserait ? »*

## Après publication :

J'épingle mes contenus stars en haut de mon profil. Les personnes qui me découvriront pourront ainsi juger de la qualité de ma plume et de la pertinence de mes contenus !



# LE POUVOIR DU COMMENTAIRE

- ✓ Commenter est un moyen puissant et facile d'établir ma réputation
- ✓ Ils sont l'occasion d'engager la discussion avec les nouveaux arrivants et de présenter la culture de l'entreprise tout en exprimant mon soutien
- ✓ **Bonne pratique** : dédier 5 minutes par jour à commenter les publications des collaborateurs en suivant les # de l'entreprise



# À MOI DE JOUER !



Mon équipe vient de délivrer un projet que nous préparions depuis quelques temps. J'ai beaucoup travaillé dessus, j'en suis donc fier et j'aimerais partager ma réussite avec mes relations sur LinkedIn **en post ou en commentaire.**

Comment commencer ?

# SOMMAIRE

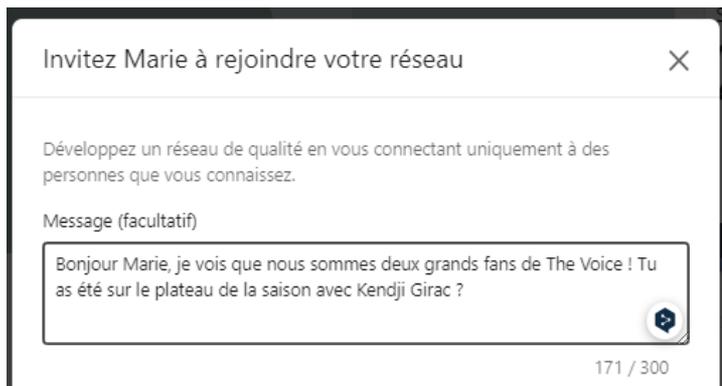
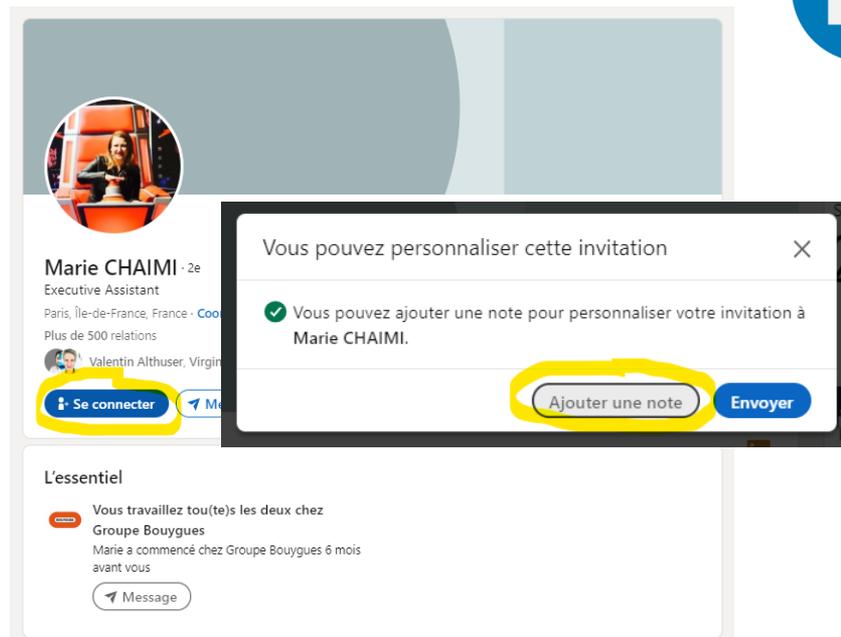
- ETABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE
- TROUVER LES BONNES PERSONNES
- LES BEST PRACTICES POUR PUBLIER
- **CONSTRUIRE DES RELATIONS**
- LES NOUVEAUTÉS À NE PAS MANQUER



# JE ME CONNECTE À UN COLLÈGUE



- J'ajoute un message personnalisé
- Les invitations avec des messages personnalisés augmentent significativement les chances que ma demande soit acceptée



# MON MESSAGE DOIT ÊTRE...



Mon message d'invitation doit respecter les 4P de LinkedIn :

- Poli
- Pertinent
- Personnalisé
- Professionnel

## 4- Vous avez des intérêts communs ou un domaine commun

Bonjour Madame Trudeau,

Je suis présentement en train d'agrandir mon réseau pour échanger avec d'autres professionnels de **[domaine]**.

J'ai vu votre commentaire sur **[discussion]** et je crois que je peux apprendre beaucoup de vous.

## 1- Vous avez déjà rencontré la personne par le passé

Bonjour Marc,

Nous nous sommes croisés lors de **[événement]** cet automne. J'ai pensé vous inviter pour rester en contact.

Au plaisir de se connaître davantage.

## 8- Vous voulez vous connecter à un recruteur

Bonjour Monsieur Schmidt,

J'ai trouvé votre profil via une recherche avancée. Vous oeuvrez dans **[domaine]** et je suis présentement à la recherche d'un poste dans celui-ci.

Peut-on envisager une courte discussion pour déterminer si mon parcours peut-être intéressant pour l'un de vos mandats actuels ? Je pourrai en retour vous mettre en contact avec des professionnels de mon réseau.

# À MOI DE JOUER !



Après avoir trouvé mon interlocuteur à ajouter, je dois lui envoyer une invitation avec une petite note (moins de 300 caractères).

Quel message pourrais-je envisager pour...

- Mon équivalent dans une autre filiale du Groupe

OU

- Un potentiel futur partenaire/prestataire ?

# SOMMAIRE

- ETABLIR MA MARQUE PROFESSIONNELLE
- TROUVER LES BONNES PERSONNES
- LES BEST PRACTICES POUR PUBLIER
- CONSTRUIRE DES RELATIONS
- LES FONCTIONNALITÉS MÉCONNUES



# PROGRAMMER UNE PUBLICATION



Créer un post

 Johan Thémista

Tout le monde

Bonjour !

Ceci est un test pour les besoins d'un Webinar Sociable 😊

 #webinar

 ...

Tout le monde

 **Post**

Programmer un post

(UTC+01:00) Bruxelles, Copenhague, Madrid, Paris, en fonction de votre lieu

Date

16/12/2022

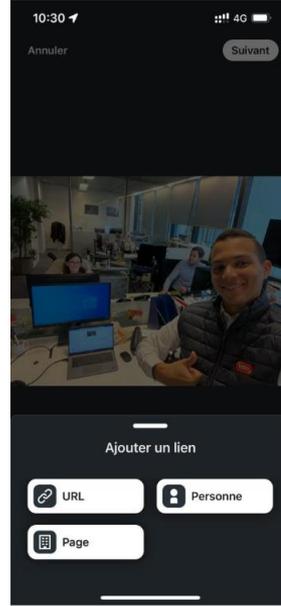
Heure

11 h 30 (MATIN)

Voir tous les posts programmés →

**Retour** **Suivant**

# ENCOURAGER LES INTERACTIONS



Grâce aux stickers LinkedIn, identifiez d'autres utilisateurs ou des pages d'entreprises

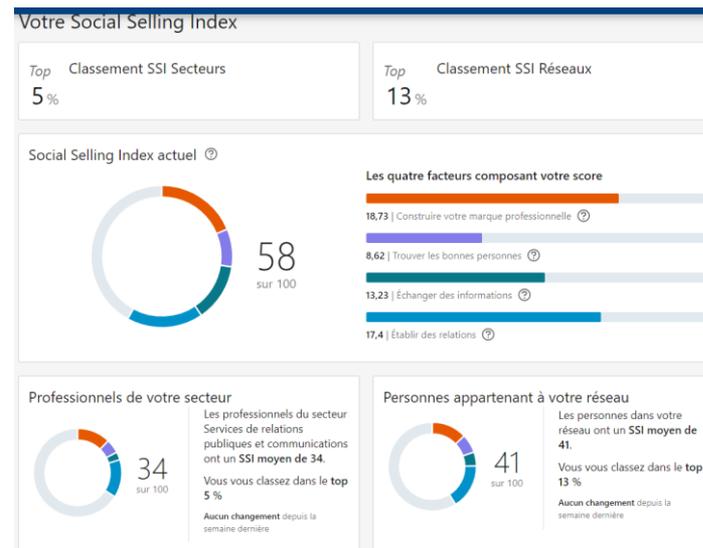
# COMMENT SAVOIR SI JE RÉUSSI ?



Grâce à un indicateur mystère :

Le Social Selling Index, mesurant votre activité sur LinkedIn. Il se présente en un score allant de 0 à 100 que la plateforme attribue gratuitement à ses utilisateurs par le biais de son moteur de recherche Sales Navigator.

**TESTEZ VOTRE SSI !**



# QUEL EST MON SSI ?

The Kahoot! logo consists of the word "Kahoot!" in a white, bold, sans-serif font, centered within a dark purple oval background.



Augmenter mon SSI de 3 points d'ici à la fin de l'année  
par rapport à l'actuel

# JE M'INSPIRE DE MES COLLÈGUES

Liste non exhaustive de leaders d'opinion du Groupe à suivre :

- **Hervé Le Joliff** (Colas Rail)
- **Céline Gaxatte** (TF1)
- **Marie-Luce Godinot** (Bouygues SA)
- **Jean-Christophe Rambeau** (Equans)
- **Eric Bouret** (Bouygues Construction)
- **Alexandre Donneger** (Equans)
- **Laura Penel** (Bouygues Immobilier)
- **Olivier Herout** (Equans)
- **Ludovic Liaudet** (Equans)
- **Juliana Gonzalez Grisales** (Equans)
- **Rachid Kriche** (Bouygues Construction)
- **Laure Ducoulombier** (Bouygues Construction)
- **Christel Navarro** (Bouygues SA)
- **Stéphanie Brun** (Bouygues Telecom)

**Laure Ducoulombier** • 1er  
Responsable du pôle R&D "DesignLab" chez Bouygues Construction  
5 j • Modifié •

Je pèse des tonnes...

6.36 tonnes de Co2 par an pour être précise. Bien loin des 2 tonr ...voir plus

Catégorie	CO2 (tCO2e)
Transports	1.30
Logement	1.03
Equipements	0.65
Alimentation	0.65
Baignoires	0.65
Autres	0.65
Céréales	0.65
Oufs et légumes	0.65
Viandes et poissons	0.65

85

**Stéphanie BRUN** • 1er  
Directrice de la communication interne et externe corporate chez B...  
14 h • Modifié •

Les #telecoms au service de l'aménagement #numérique du #territoire

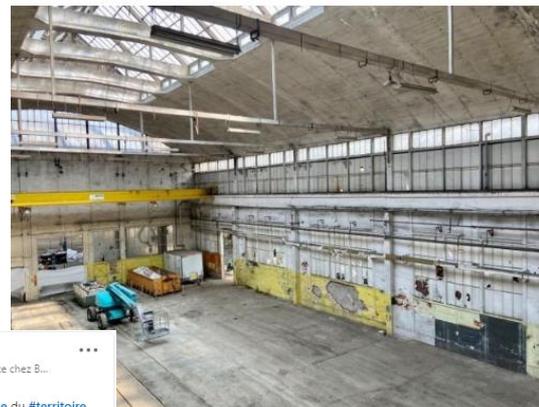
...voir plus

76

4 commentaires • 7 republications

**Eric Bouret** • 1er  
Chief Procurement Officer / Directeur des Achats Groupe @Bouyg...  
2 sem. •

Chez **Bouygues Construction**, nous n'envisageons pas le #réemploi comme une simple activité secondaire. Au contraire, il représente pour nous un levier essentiel pour faire face aux défis environnement...voir plus



iment France lance son incubateur du réemploi

ecture de 1 min

505 autres personnes

19 commentaires • 19 republications

BOUYGUES

Donnons vie au progrès

WEBINAR LINKEDIN

MERCI !

osez

le progrès

BOUYGUES

Donnons vie au progrès