



FICHE MÉTHODE Créer un compte LinkedIn efficace

En France 11 millions de professionnels sont présents sur LinkedIn. 70 % se connectent au moins une fois par semaine.

1 > Créer son compte

- RDV sur la page LinkedIn
- Entrer une adresse mail et un mot de passe

2 > Compléter son profil

Un profil LinkedIn doit être optimisé afin d'attirer :

- **Mettre une photo de profil professionnelle** (une photo génère 14 fois plus de vues), elle crédibilise le compte.
- **Rédiger le titre du profil** (la ligne sous le nom & prénom) : il véhicule l'identité professionnelle sur le réseau et dans les résultats des moteurs de recherche. Il doit être accrocheur et précis afin que les prospects fassent le lien avec leurs besoins.
- **Compléter les coordonnées**, notamment lieu géographique, secteur d'activité et lien vers le site internet de l'entreprise.
- **Développer le réseau en cherchant des connaissances et des clients par exemple.**
- Il est possible de **modifier l'URL** proposé par LinkedIn en remplaçant la suite de numéros par le nom de la société ou la marque : permet une meilleure visibilité.
- **Rédiger le résumé** (la section qui suit le titre) : le but est de raconter les produits, les services, les compétences. Il pourra être intéressant d'inciter à agir à la fin du résumé, en laissant un numéro de téléphone, une adresse mail ou le lien vers le site internet.
- **Compléter les expériences professionnelles et les compétences** : décrire les savoirs faire et les savoirs être. Utiliser des mots-clés afin d'accroître l'impact du profil.
- **Obtenir des recommandations de la part du réseau** : il suffit de les demander régulièrement.

3 > Publier régulièrement

Il est essentiel de publier régulièrement sur les réseaux sociaux afin d'augmenter la notoriété et générer des leads et du trafic.

Plus on publie, plus on est visible sur les moteurs de recherche.

Les publications doivent être plaisantes, informer, mais ne pas forcer les ventes.

Attention il ne faut pas rester silencieux.

4 > Répondre aux sollicitations des internautes

Si être présent régulièrement est essentiel, cela ne suffit pas à développer ou renforcer les relations entre l'entreprise et le client. Il est aussi indispensable de réagir aux commentaires, avis et questions des internautes.