

## PROGRAMME DE FORMATION

### Incarner sa marque sur LinkedIn pour booster sa notoriété

#### Objectifs de la formation

- Analyser les pratiques actuelles sur LinkedIn et en comprendre les enjeux
- Concevoir sa stratégie LinkedIn pour en faire le média B2B
- Mettre en œuvre des techniques avancées de publication et d'engagement propres à LinkedIn
- Identifier des partenariats affinitaires pour étendre son réseau

#### Programme

LinkedIn est devenu un levier incontournable pour booster la notoriété de sa destination auprès de publics professionnels, en particulier la presse, les influenceurs et les marques, mais aussi des potentiels collaborateurs et personnels saisonniers.

Construire votre marque en public sur LinkedIn vous permet de prendre la parole sur ce réseau et d'incarner votre territoire, dans le but de devenir un acteur incontournable sur vos thématiques de prédilection.

Découvrez au travers de cette formation les enjeux d'une présence active sur LinkedIn et les bonnes pratiques à connaître pour exploiter pleinement son potentiel, à la fois en tant que page professionnelle mais aussi avec les profils personnels.

#### Partie 1 : Analyse des pratiques LinkedIn actuelles (1h30)

- Analyse de pages et de profils LinkedIn : enjeux, bonnes pratiques et idées reçues
- Analyse de stratégies en fonction des publics visés
- Audit de sa stratégie LinkedIn et identification des leviers d'optimisation

#### Partie 2 : Concevoir sa stratégie LinkedIn grâce au social selling (2h)

- Définir son positionnement stratégique sur LinkedIn et les publics visés
- Définir sa stratégie de contenus pour faire de LinkedIn un média incontournable
- Construire sa stratégie de diffusion et de promotion : donner la parole à ses équipes avec l'employee advocacy
- Identifier les indicateurs clés pour évaluer la performance de sa stratégie

#### Partie 3 : Techniques avancées de publication et d'engagement (2h)

- Les formats de contenus qui performant sur LinkedIn
- Maximiser l'engagement de ses publications avec le storytelling
- Les campagnes de publicité sur LinkedIn
- Techniques avancées : les frameworks de posts qui fonctionnent

#### Partie 4 : Développer sa stratégie de partenariats et son réseau LinkedIn (1h30)

- Identifier des partenariats affinitaires pour sa destination et comprendre leurs enjeux
- Identifier les acteurs et les influenceurs pour développer son réseau
- Construire un projet de partenariat affinitaire qui touche la cible commune



### Méthodes et supports

- Méthode interrogative
- Méthode démonstrative : Analyse de cas concrets
- Méthode expérimentale : prise en main

### Ressources pédagogiques :

- Support pédagogiques disponibles sur l'espace apprenant durant 20 jours après la formation
- Accès à des ressources complémentaires : vidéos, podcasts, workbooks pour aller plus loin.
- Formation à distance, une assistance technique est prévue pour pallier aux problèmes de connexion
- Les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel, pour cette formation, elle est séquencée en 2 demi-journées (réparties sur la même journée )

### Public

Community manager, chargé de communication et marketing, direction, RH, ou toute personne en charge d'un profil ou d'une page LinkedIn.

### Prérequis

#### Matériel nécessaire :

- Avoir un profil personnel et connaître les fonctionnalités de base du réseau LinkedIn
- Avoir déjà créé la page LinkedIn de sa destination et en avoir l'accès administrateur

Formation à distance, une assistance technique est prévue pour pallier aux problèmes de connexion. En fonction de l'outil de classe virtuelle (zoom, google meet, teams, ...) et selon le paramétrage de votre ordinateur, il est possible de devoir installer le widget associé à cet outil avant la 1ère connexion à la classe virtuelle pour pouvoir y participer. Il est donc conseillé de vous connecter 15 mn avant l'heure de début de formation.

De plus, pour garantir une session à distance de qualité, il est également indispensable de vous connecter à la formation depuis un ordinateur disposant d'une bonne connexion Internet et équipé d'une Webcam et d'un micro et de vous isoler dans un bureau (le casque ou les écouteurs permettent un confort d'écoute optimum).

### Informations complémentaires

Cette formation est dispensée par Yen BUI, Spécialisée dans la stratégie et la création de contenu pour les acteurs touristique, des stratégies de partenariats et d'influence

### Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

Questionnaire de pré-formation en ligne

### Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : cas pratique
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la fin de la formation

### Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme\_Trajectoires Tourisme : 11 B, Quai Perrache , 69002, LYON  
/ Tél. : 04 81 13 28 32 / [contact@trajectoires-tourisme.com](mailto:contact@trajectoires-tourisme.com)  
Siret n° 824 433 866 000 46 - Code NAF 94.99Z – Activité enregistrée sous le n° 84 691 487  
469 auprès du préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas  
agrément de l'Etat

**Durée**

1.00 jour(s)

7:00 heures



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme\_Trajectoires Tourisme : 11 B, Quai Perrache , 69002, LYON  
/ Tél. : 04 81 13 28 32 / [contact@trajectoires-tourisme.com](mailto:contact@trajectoires-tourisme.com)  
Siret n° 824 433 866 000 46 - Code NAF 94.99Z – Activité enregistrée sous le n° 84 691 487  
469 auprès du préfet de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Cet enregistrement ne vaut pas  
agrément de l'Etat