

OPTIMISER SON PROFIL LINKEDIN

Pas-à-pas

Bonjour!

Je m'appelle Frédérique Niel, et je suis Coach d'affaires certifiée. J'ai accompagné plus de 650 entrepreneurs dans le développement de leurs activités, et LinkedIn est sans aucun doute l'un des outils indispensables pour le B2B. Être présent sur LinkedIn revêt une grande importance, non seulement pour les entreprises, mais également pour toute personne ou organisme qui souhaite servir les entreprises, notamment dans votre cas, celles qui recrutent du personnel.

Ce guide de travail accompagne les vidéos dans lesquelles j'explique les différentes sections de LinkedIn et comment optimiser leur contenu. Je partagerai avec vous des conseils pratiques et des astuces.

J'espère que cette formation répondra à vos questions et vos attentes

Cordialement,



Ma BUSINESS
COACH

Frédérique Niel

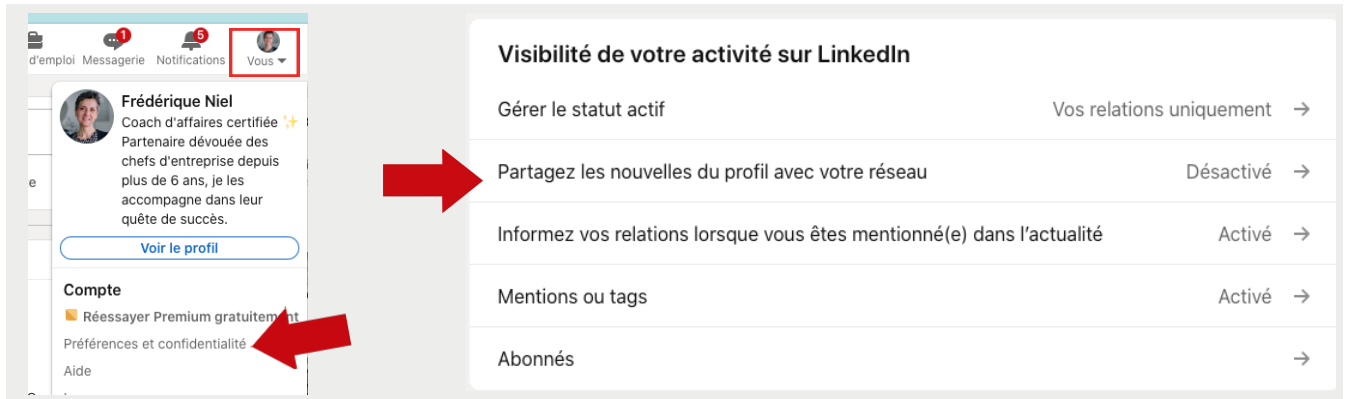
COACH D'AFFAIRES

frederique@mabusinesscoach.com

mabusinesscoach.com

(+1) 604 685 1233

Note : Avant de commencer à modifier votre profil, veillez à désactiver la fonction "Partagez les nouvelles du profil avec votre réseau" dans la section "Visibilité". Pour y accéder, cliquez sur la flèche située sous l'onglet "Vous", puis sélectionnez "Préférences et confidentialité", et enfin choisissez "Visibilité".



Mots clés

Les mots-clés jouent un rôle essentiel sur LinkedIn pour plusieurs raisons :

Visibilité dans les résultats de recherche : Les mots-clés aident à optimiser votre profil LinkedIn pour qu'il apparaisse dans les résultats de recherche pertinents. L'utilisation de mots-clés pertinents augmentera vos chances d'être trouvé.

Optimisation du profil : En utilisant les mots-clés appropriés dans votre titre de poste, votre résumé, vos expériences professionnelles et vos compétences, vous optimisez votre profil pour les algorithmes de LinkedIn. Cela peut augmenter votre visibilité dans les suggestions de connexions, les recommandations de contenu et les suggestions d'emplois.

Réseau de connexions : Les mots-clés peuvent également vous aider à établir des connexions avec des professionnels partageant les mêmes intérêts ou travaillant dans des secteurs similaires. En utilisant les bons mots-clés, vous augmentez vos chances d'attirer l'attention de personnes qui pourraient être pertinentes pour votre réseau professionnel.

Il est important de noter que l'utilisation de mots-clés doit être naturelle et pertinente. Évitez de les surcharger ou de les inclure sans lien avec votre profil. LinkedIn est avant tout un réseau professionnel, donc votre profil doit fournir des informations authentiques et significatives pour les personnes qui consultent votre profil.

Trouver les mots clés importants pour vous

Trouver les mots clés ne fait pas partie du mandat de cette formation, mais voici quelques astuces:

Brainstorming : Commencez par faire une liste des mots clés pertinents pour votre activité, votre produit ou votre contenu. Réfléchissez aux termes que les utilisateurs pourraient rechercher pour trouver ce que vous proposez.

Utilisez Google Keyword Planner : Cet outil gratuit de Google Ads vous permet de découvrir de nouveaux mots clés, d'obtenir des estimations de volume de recherche mensuel et de vérifier la concurrence pour chaque mot clé. Vous devez vous inscrire à Google Ads pour y accéder.

Google Trends : Cet outil vous permet de visualiser la popularité d'un mot clé au fil du temps. Il peut vous donner des indications sur les saisons de recherche, les tendances émergentes et les variations régionales.

Ubersuggest : Ubersuggest est un outil gratuit qui fournit des suggestions de mots clés, ainsi que des données de volume de recherche, de difficulté de référencement et de concurrence. Il peut vous aider à affiner votre liste de mots clés.

AnswerThePublic : Cet outil génère des visualisations de questions, de prépositions et d'autres termes associés à votre mot clé principal. Il peut vous aider à découvrir des idées de contenu et des mots clés de longue traîne.

Keyword Tool : Keyword Tool génère des suggestions de mots clés à partir de Google Suggest. Vous pouvez l'utiliser gratuitement pour obtenir des idées de mots clés, mais certaines fonctionnalités avancées sont payantes.

Google Search : Il peut également être utile de taper votre mot clé dans la barre de recherche Google et de consulter les suggestions automatiques ainsi que les résultats de recherche associés. Cela peut vous donner des idées supplémentaires de mots clés pertinents.

En utilisant ces outils gratuits, vous pouvez collecter des idées de mots clés, évaluer leur volume de recherche et ainsi optimiser votre contenu pour améliorer votre visibilité en ligne.

Section "Photo de profil"

Votre photo de profil correspond-elle à l'image professionnelle que vous voulez avoir? Regardez la vidéo pour en savoir plus sur ce qui fait une bonne photo de profil.

Section titre

120 caractères pour inciter les gens à cliquer sur votre profil.

Inclure:

- Un ou deux mots clés
- Mise en lumière de vos compétences
- Ce que vous faites et pour qui vous le faites

- Les solutions que vous proposez à vos clients

Écrivez votre titre:

Form area for writing the title, consisting of a light gray background with horizontal dotted lines.

Section "URL personnalisé"

- 5 et 100 lettres ou chiffres.
- N'utilisez pas d'espaces, de symboles ou de caractères spéciaux.
- Pas de distinction entre les majuscules et minuscules: JeanDupont, jeandupont ou jeanDupont mènent toutes au même profil
- Modification possible jusqu'à 5 fois en 6 mois.
- Ensuite: impossible de la modifier pendant 6 mois.

Écrivez votre URL

Form area for writing the URL, consisting of a light gray background with horizontal dotted lines.

Section "Coordonnées"

- Site web:
- Téléphone:
- Adresse:

Y a-t-il d'autres sites vers lesquels vous pourriez pointer les gens qui visitent votre profil?

- Calendrier de rendez-vous?
- Compte Instagram ?
- Etc...



Section "Profil multilingue"

Quelle est la langue principale de votre compte LinkedIn?

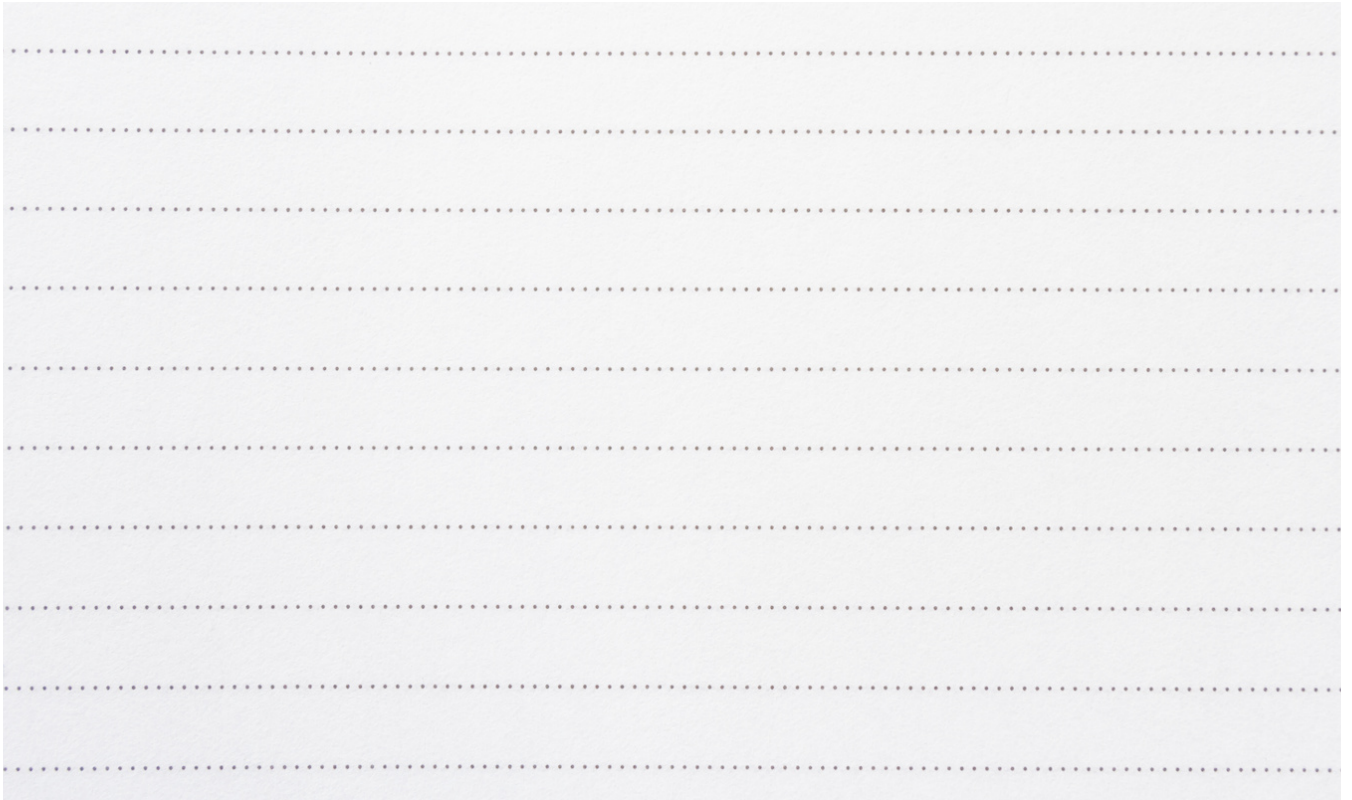
Dans quelles autres langues pourriez-vous créer votre profil ?

Section "Infos"

Clients

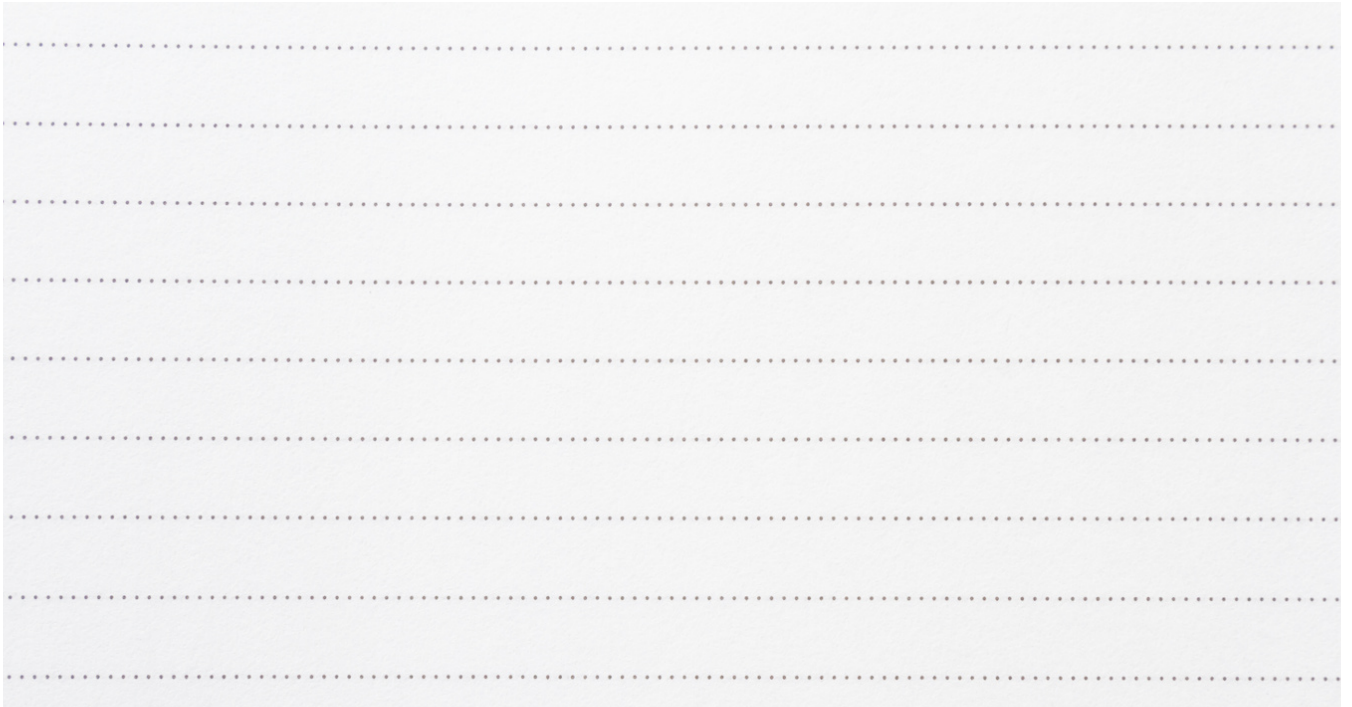
Qui sont vos clients ? Quels sont leurs problèmes, besoins ou désirs ? Quelles sont vos solutions ?





Crédibilité et autorité

Pourquoi vos clients devraient-ils vous faire confiance ? Quel est votre parcours ? Quelles sont vos expériences ?



Call to action - Appel à l'action

Comment les gens devraient-il vous contacter?

Section "Expériences professionnelles"

Quelles sont les expériences pertinentes avec votre objectif et que vous aimeriez mettre en avant dans votre profil ? Quels sont vos accomplissements dans ces postes qui ont fait une différence ?

Section "Recommandations"


À qui, pouvez-vous demander des recommandations ?



A large rectangular area with a light gray background and horizontal dotted lines, intended for writing.

À qui pouvez-vous donner des recommandations ?

A large rectangular area with a light gray background and horizontal dotted lines, intended for writing.



Section "Préférences du compte et confidentialité"

Allez dans la section "Préférence du compte et confidentialité" pour afficher ou cacher les informations que vous voulez partager sur votre profil public.