



1

Mon succès sur LinkedIn



Frédérique Niel
Coach d'affaires certifiée ✨ Partenaire dévouée des chefs d'entreprise depuis plus de 6 ans, je les accompagne dans leur quête de succès.

Sujets de prédilection : #croissance, #confianceensoi, #gestiondeprojet #creationentreprise

Vancouver, Colombie-Britannique, Canada · [Coordonnées](#)

[Prenez rendez-vous :-\)](#) 

1467 abonnés · Plus de 500 relations

2

Agenda

-  Introduction - Pourquoi LinkedIn?
-  Créer de nouvelles connexions - Processus en 6 étapes
-  Comment entretenir les relations et démontrer son expertise
-  Utiliser la force du RDÉE pour une meilleure visibilité sur LinkedIn
-  Questions-réponses



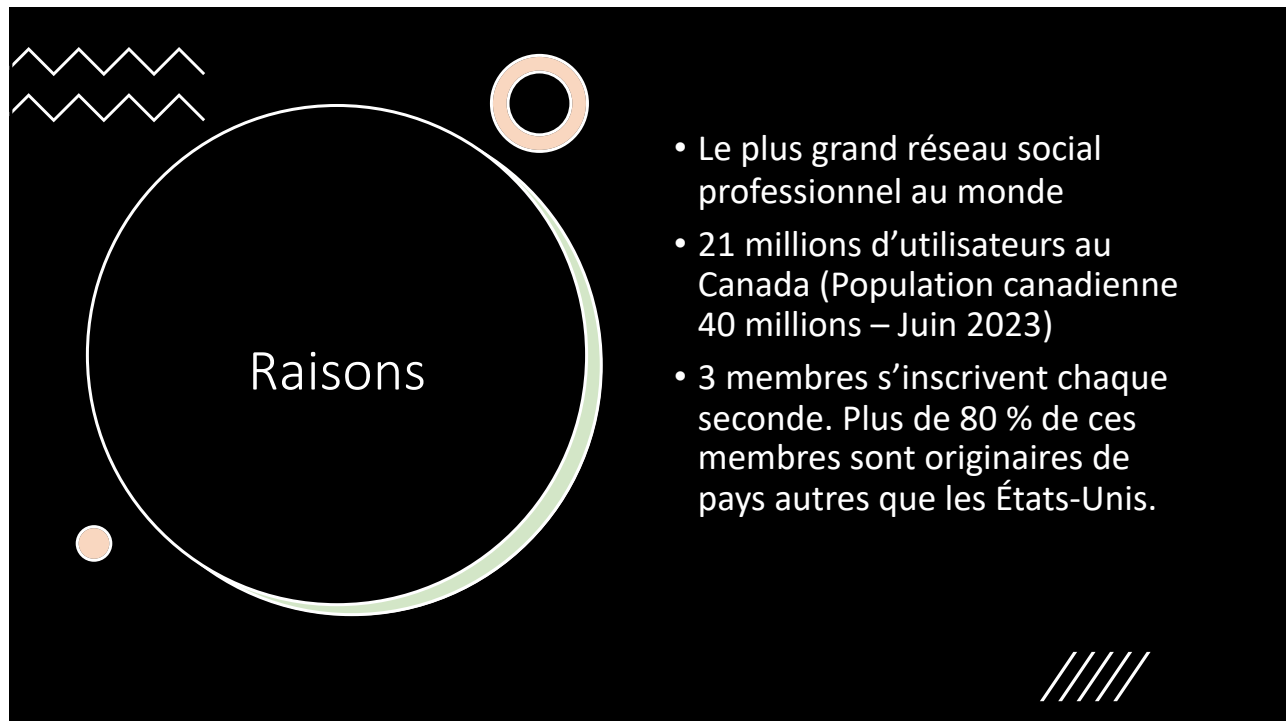
3



Pourquoi faut-il être sur LinkedIn?



4



Slide 5 features a large white circle with the word "Raisons" in the center. The circle is surrounded by decorative elements: a white zigzag line in the top-left corner, a small orange circle in the top-right, and a small orange circle in the bottom-left. A light green ring highlights the bottom-right portion of the circle. To the right of the circle is a list of three bullet points. In the bottom-right corner of the slide, there are four white diagonal slashes.

Raisons

- Le plus grand réseau social professionnel au monde
- 21 millions d'utilisateurs au Canada (Population canadienne 40 millions – Juin 2023)
- 3 membres s'inscrivent chaque seconde. Plus de 80 % de ces membres sont originaires de pays autres que les États-Unis.

5




Slide 6 features a large white circle with the text "Pourquoi LinkedIn est important pour attirer des clients" in the center. The circle is surrounded by decorative elements: a white wavy line in the top-left corner, a small orange circle in the top-right, and a white dotted square in the bottom-right. To the right of the circle is a numbered list of five items.

Pourquoi LinkedIn est important pour attirer des clients


1. Audience professionnelle
2. Réseau étendu
3. Crédibilité
4. Visibilité en ligne
5. Publicités ciblées

6



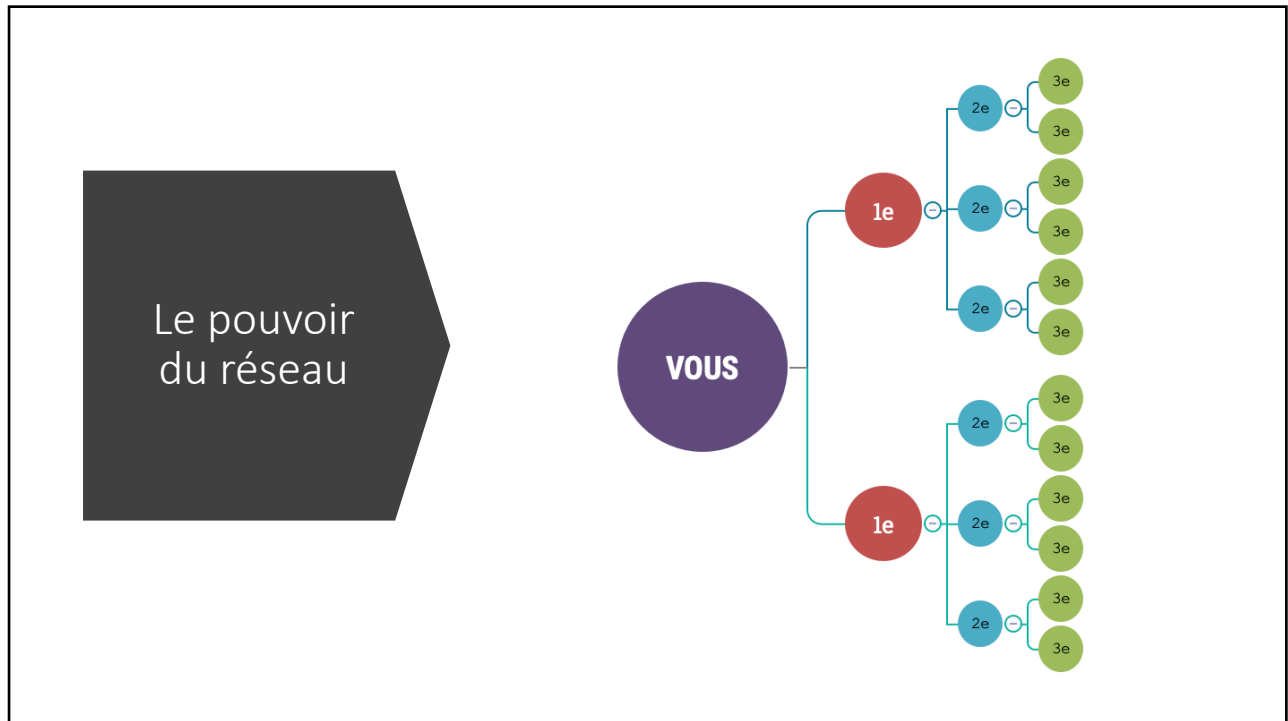
50 % des acheteurs évitent les professionnels de la vente dont le profil LinkedIn est incomplet.

7

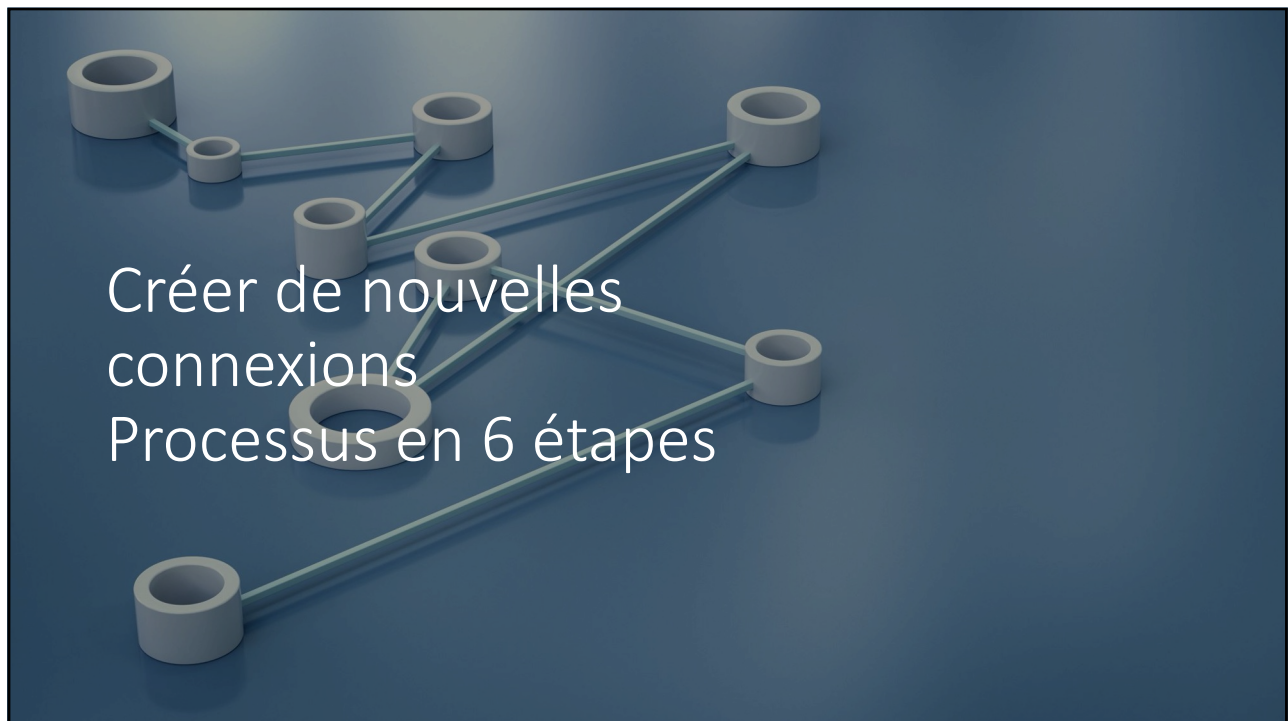


- Quelle impression votre profil donne-t-il actuellement ?
- Êtes-vous satisfait de l'image que vous donnez?


8



9



10



6 étapes

1. Identifier son public cible
2. Trouver des prospects
3. Établir un premier contact
4. Engager le dialogue
5. Construire la relation
6. Déplacer la conversation hors ligne

11

1 - Identifier son public cible

12

Le profil de vos clients



La taille de l'entreprise: grosse entreprise, petite entreprise, microentreprise?



Le secteur d'activité et l'activité elle-même



La culture d'entreprise



La zone géographique



La fonction des personnes qui ont besoin de vos services

13

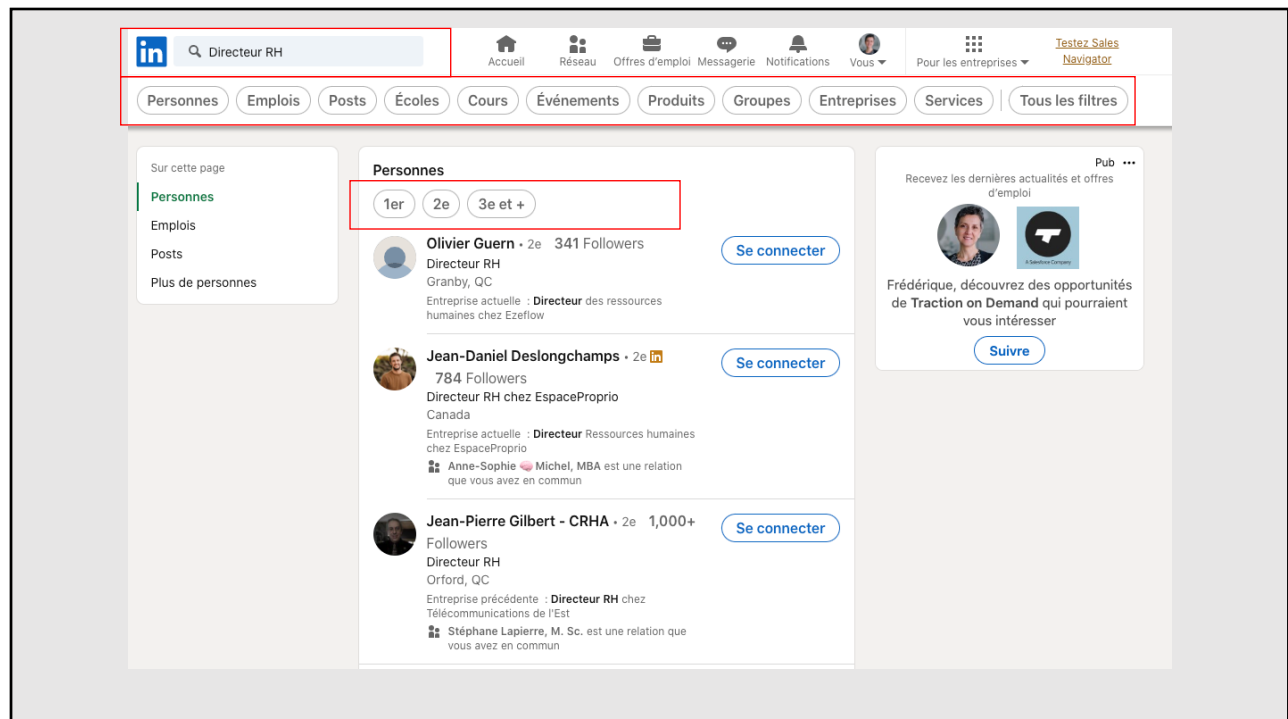
Définir le profil type de son client

- Qui est le client type ? Poste, rôle, responsabilités, etc..
- Que cherche-t-il ? Quel est son besoin, son problème ou ses désirs?
- Comment pouvez-vous l'aider ?

14



15



16

Tous les filtres:

Filter uniquement Personnes ▾ par
✕

+ Ajouter un créateur

Lieux

Canada

États-Unis

Ontario, Canada

Québec, Canada

Toronto et périphérie, Canada

Sujets de prédilection

#leadership

#hr

#humanresources

#coaching

#culture

Entreprise actuelle

Chief

Marriott International

Deloitte

Hôpital

17

Exemples de recherches booléennes

- "directeur RH" AND "Toronto »
Permet de trouver des profils de directeurs RH basés à Toronto.
- "directeur des ressources humaines" AND "Toronto" AND "expérience »
Inclut le terme "expérience" pour cibler des profils de directeurs RH ayant une expérience pertinente à Toronto.
- "directeur RH" AND "Toronto" NOT " restauration "
Cible les profils de directeurs RH à Toronto qui ne sont pas dans le domaine de la restauration
- "directeur des ressources humaines" AND "Toronto" OR »Vancouver" AND "secteur d'activité"
Permet de trouver des directeurs RH travaillant dans des secteurs d'activité spécifiques à Toronto ou Vancouver
- "directeur RH" AND "Toronto" AND ("bilingue" OR "français")
Cette recherche cible les profils de directeurs RH à Toronto qui sont bilingues ou qui ont une maîtrise du français.

18

Utiliser la fonction recherche d'emploi

Accueil Réseau **Offres d'emploi** Messagerie Notifications

in Chercher par intitul... Ville, département ...

in Ingénieur logiciel Toronto et périphérie, ... Recherche

Emplois Date de publication Expérience Salaire Entreprise Sur site/à distance Tous les filtres

Ingénieur logiciel - Toronto et périphérie, C... 3 354 résultats Définir une alerte

Senior Gameplay AI Engineer - Star Wars
Zynga
Toronto et périphérie, Canada (À distance)
5 anciens élèves travaillent ici
Promu(e) - 8 candidats

Blockchain Developer
Intercap Inc.
Toronto et périphérie, Canada (Sur site)
Votre profil correspond à cette offre
Promu(e) - Candidature simplifiée

Senior Software Engineer
Promise Robotics
Toronto et périphérie, Canada (Hybride)
Promu(e)

Senior Android Engineer (Remote)
DuckDuckGo
Toronto, ON (À distance)
Votre profil correspond à cette offre

Senior Gameplay AI Engineer - Star Wars
Zynga - Toronto et périphérie, Canada (À distance) il y a 1 semaine · 8 candidats

Temps plein · Manager
1 001-5 000 employés · Jeux électroniques
5 anciens élèves travaillent ici

Postuler Enregistrer

À propos de l'offre d'emploi

We are BossAlien, part of NaturalMotion, and our mission is to bring deep, engaging, console-quality action game experiences to mobile platforms. For the past four years NaturalMotion Studios have been named one of the Best Places to Work in the UK games industry by gamesindustry.biz.

As Senior Gameplay AI Engineer, you will collaborate with a diverse team of developers with backgrounds in PC, console, and mobile development, and work with leading-edge technology and content pipelines.

19

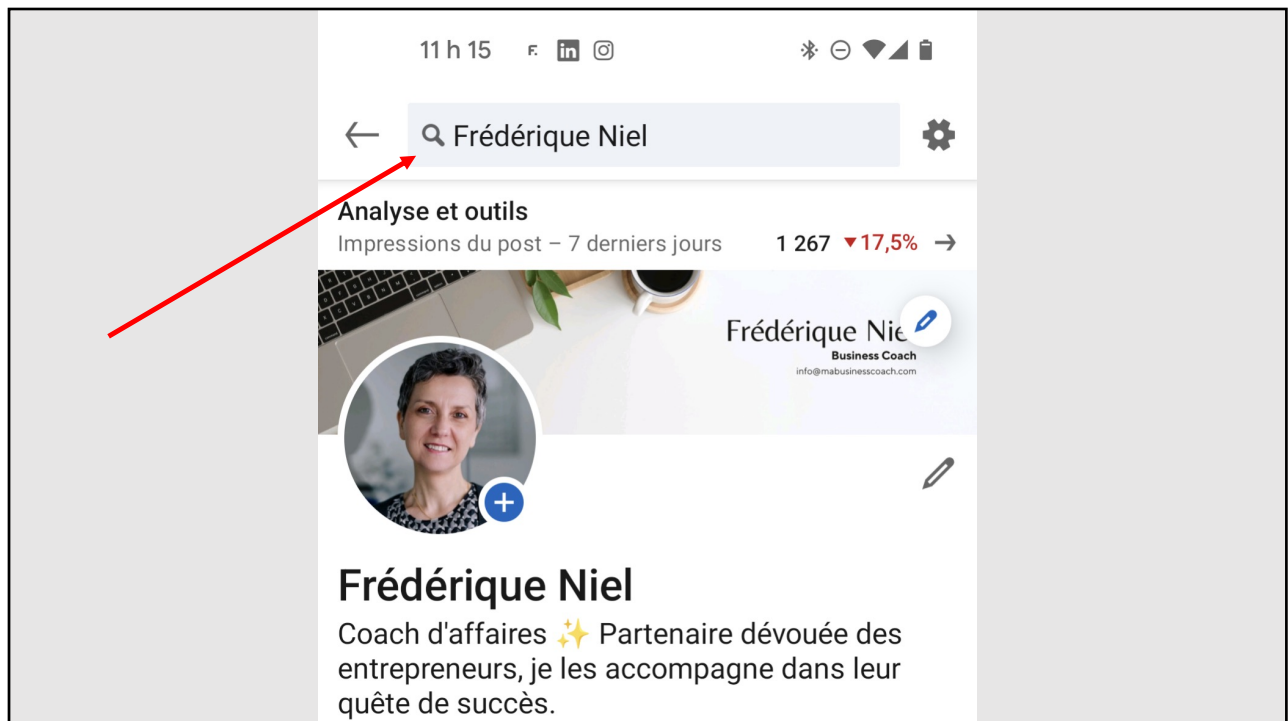
Exercice

Trouver 5 employeurs potentiels en utilisant les outils

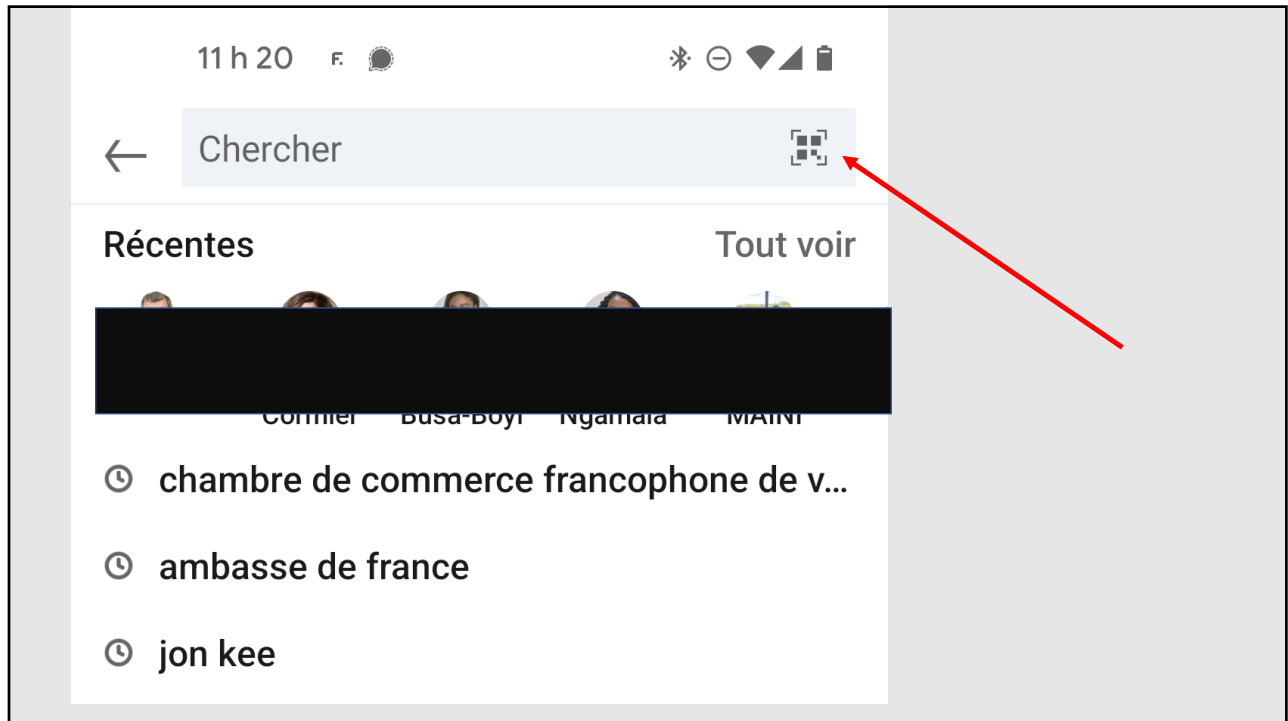
20



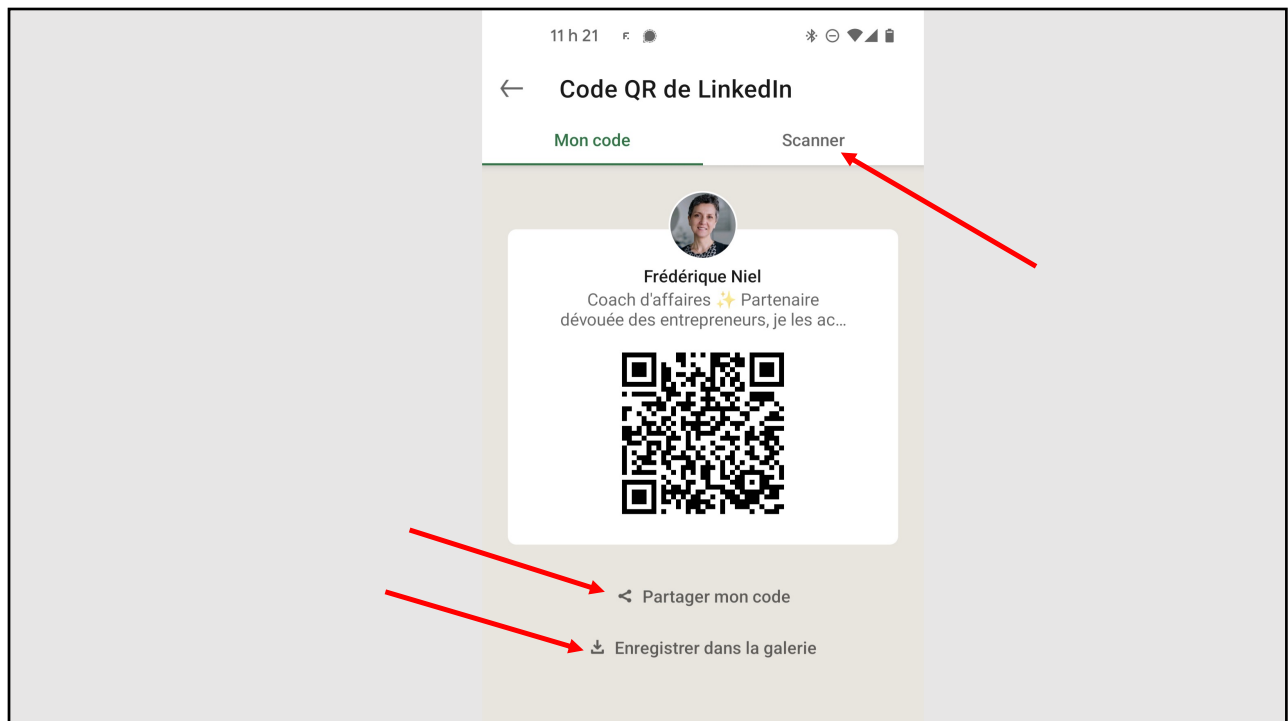
21



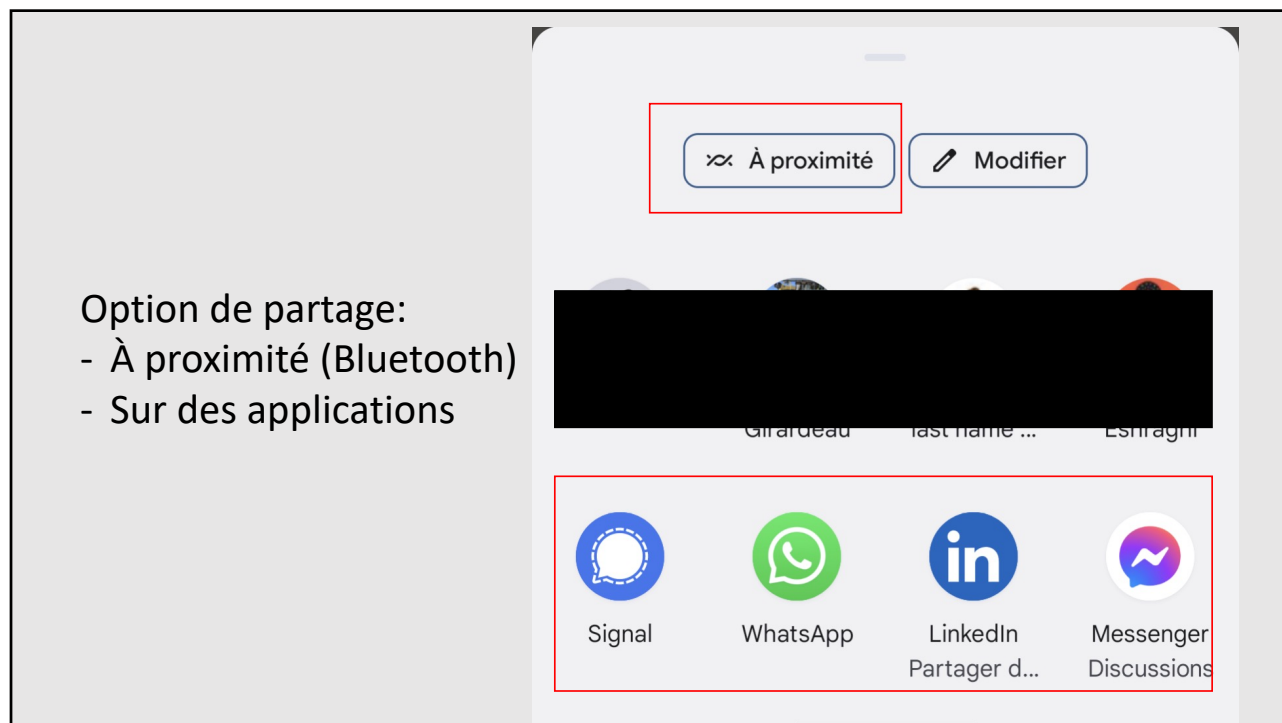
22



23



24



25



26

Demande de connexion

- Rédigez un message (300 caractères)
- Mettez une note personnelle:
 - Consultez le profil de la personne pour mieux connaître ses intérêts

"Pourquoi cette personne essaie-t-elle de se connecter avec moi ?"

27

Amorces de conversation

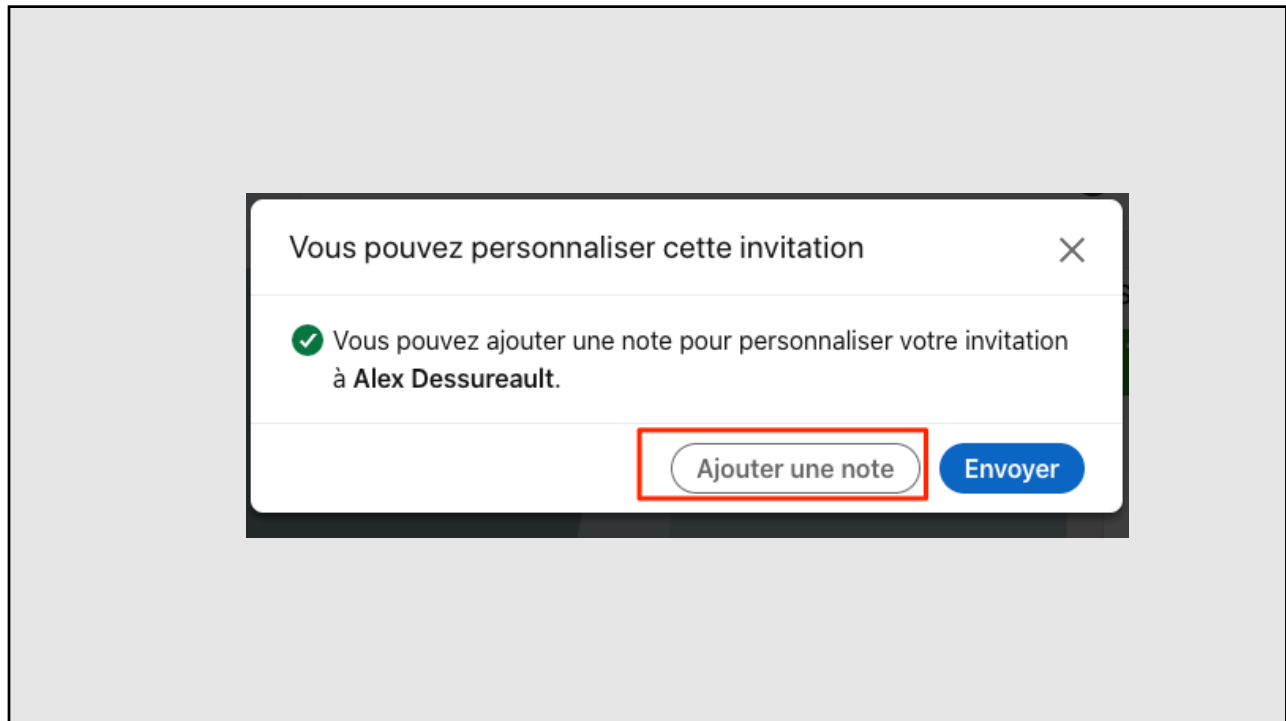
- Trouver des points communs
- Commenter un élément de son profil
- Commenter le contenu qu'ils ont partagé
- Commenter ou complimenter leur entreprise
- Leur dire où vous vous êtes rencontrés

28

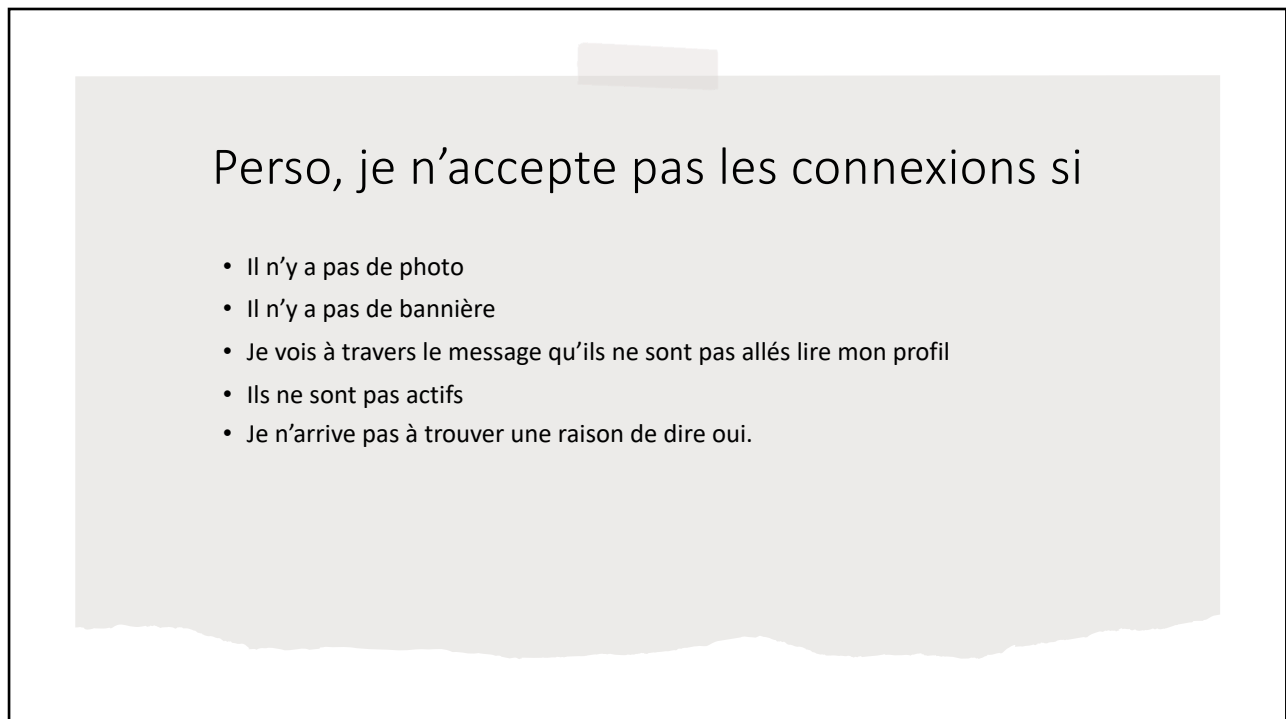
Ne jamais cliquer sur « Se connecter » directement, mais aller sur le profil et envoyer une note personnelle.

29

30



31



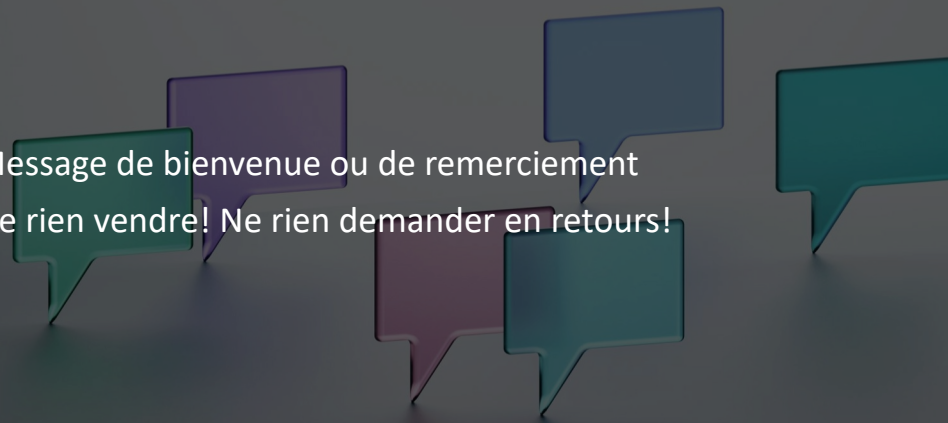
32

4 - Engager le dialogue

33

Engager le dialogue

- Message de bienvenue ou de remerciement
- Ne rien vendre! Ne rien demander en retours!



34

5 - Construire la relation

35

Construire la relation



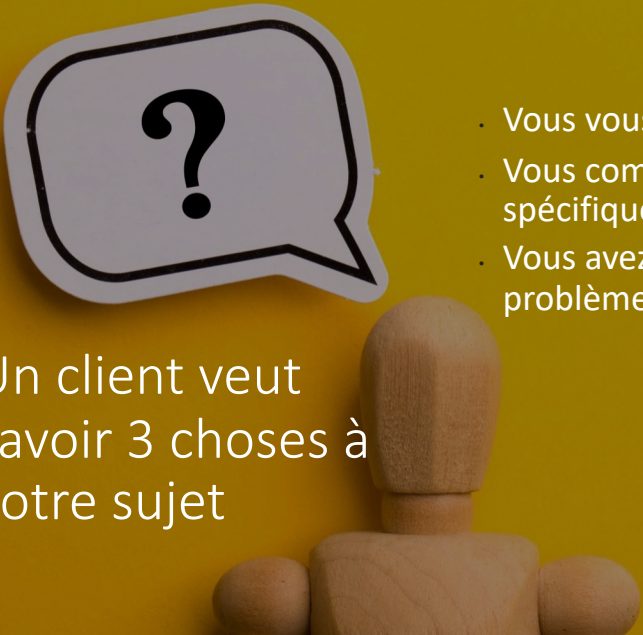
Une semaine après 2^e message

Suggestion de ressources
Poser des questions sur les problèmes auxquels ils sont confrontés



Être actif sur LinkedIn pour démontrer votre expertise

36



Un client veut savoir 3 choses à votre sujet

- Vous vous souciez sincèrement
- Vous comprenez leur problème spécifique
- Vous avez une solution à leur problème

37

6 - Déplacer la conversation hors ligne

38

Déplacer la conversation hors ligne



Conversion = lien direct:

Appel téléphonique
Appel vidéo
Rencontre en personne



Envoyer un message personnalisé:

J'ai vu que... Je peux vous aider

39

Pourquoi vos
prospects ne
répondent
pas

- Ils ne constituent pas le bon marché cible
- Ils n'ont pas besoin de ce que vous proposez actuellement
- Ils ne sont pas prêts pour la solution que vous proposez
- Ce n'est pas une priorité actuelle pour eux
- Des problèmes personnels ou professionnels les distraient
- Ou toute une série d'autres raisons...

40



41



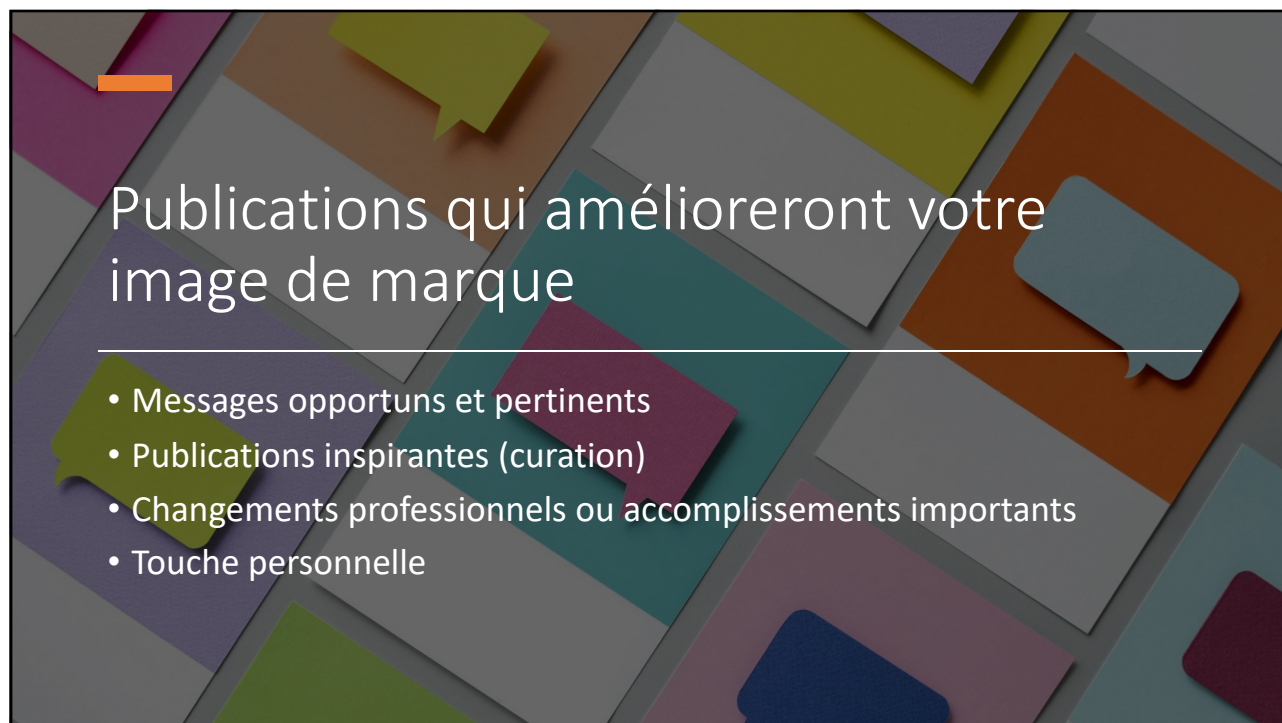
42



Votre activité

- Être actif pour être présent:
 - Publier régulièrement et souvent
 - Commenter ou réagir aux publications des personnes que vous cherchez à joindre
- Faire des demandes de connexion

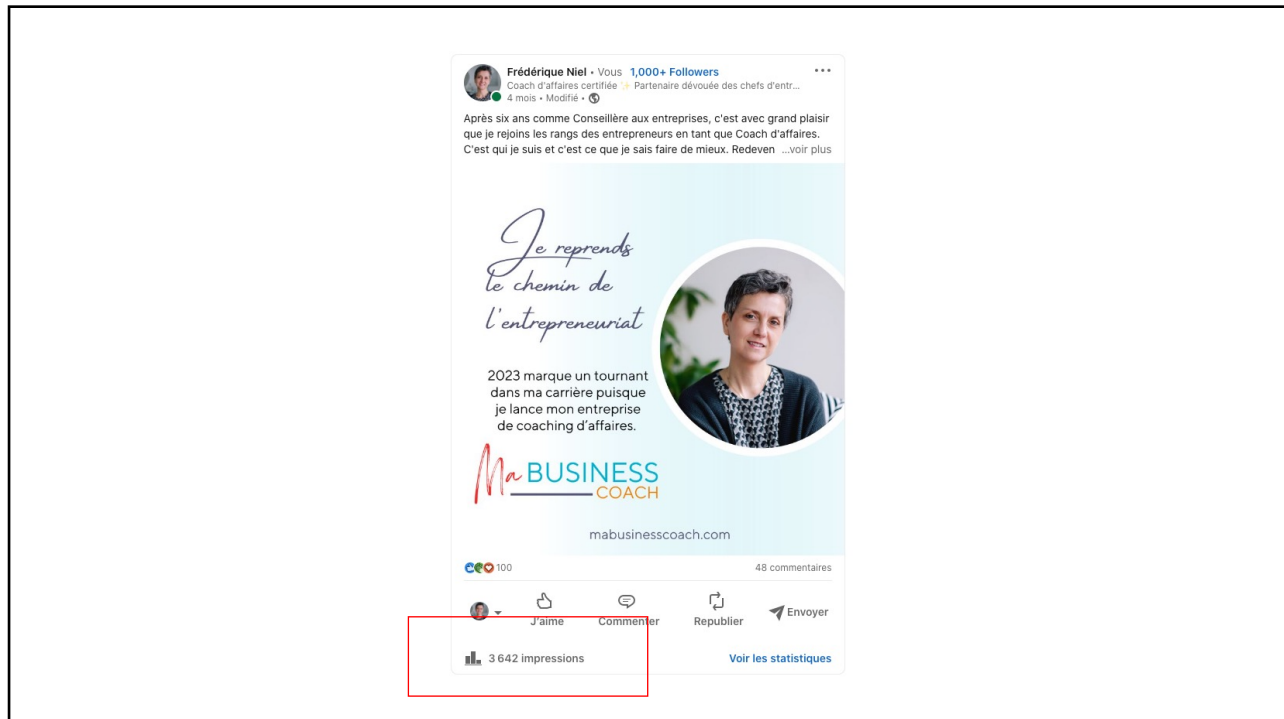
43



Publications qui amélioreront votre image de marque

- Messages opportuns et pertinents
- Publications inspirantes (curation)
- Changements professionnels ou accomplissements importants
- Touche personnelle

44



45

Types de contenu

- des articles
- des vidéos
- des infographies
- des présentations
- des témoignages
- des études de cas
- des guides pratiques
- des listes de conseils
- des questions-réponses

46

Exercice

Réfléchissez en groupe, sur les sujets que vous pourriez publier sur votre fil de nouvelles de LinkedIn pour les 4 prochaines semaines 3 fois par semaine.

47

Idées de contenu pour responsables RH

- Publiez des articles sur les tendances du marché de l'emploi
- Partagez des astuces pour l'embauche réussie
- Mettez en avant vos solutions de recrutement
- Créez des infographies (canva)
- Organisez des événements en ligne (annoncez-les sur LinkedIn)
- Partagez des témoignages de réussite
- Créez de vidéos instructives
- Partagez des statistiques et des tendances

48



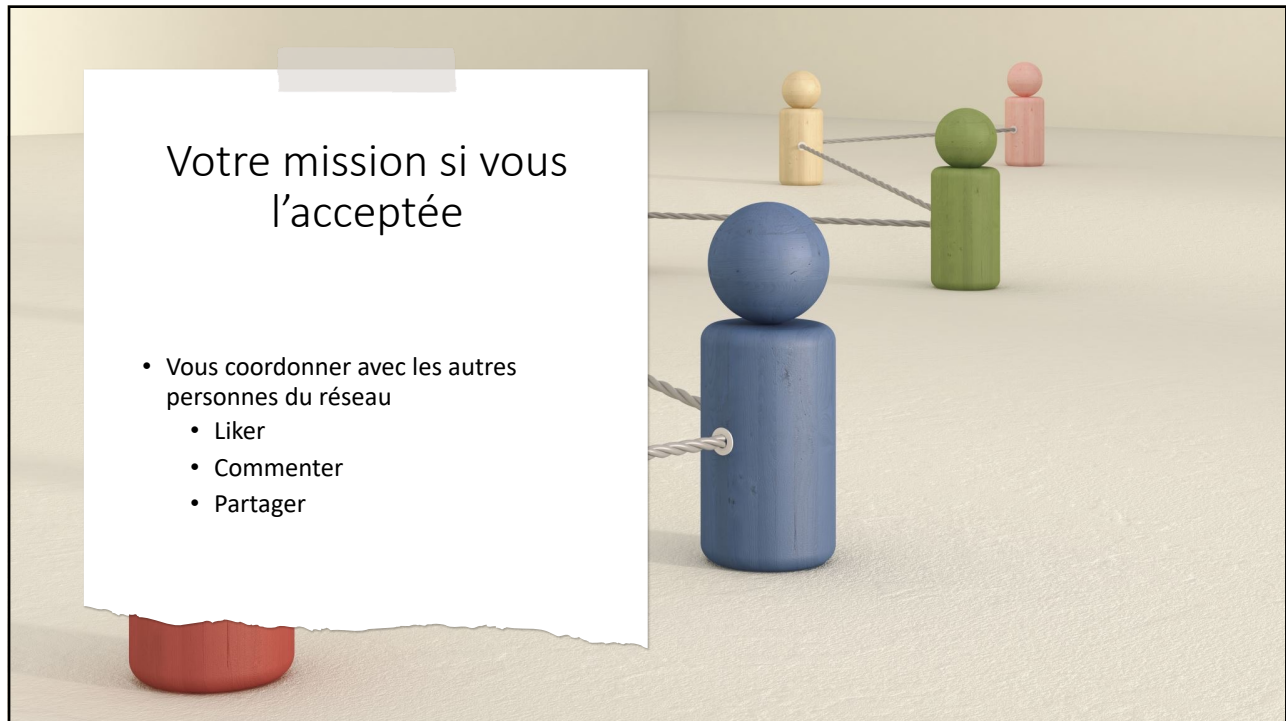
49

Comment fonctionne l'algorithme de LinkedIn

- Engagement initial
- Réactions
- Pertinence
- Qualité
- Interaction utilisateur
- Date de publication

A glowing lightbulb is centered on a bright yellow background. The lightbulb is illuminated, with several short black lines radiating from its top half to represent light or an idea. A black cord extends from the bottom of the lightbulb towards the right edge of the image.

50



51



52

Merci!

CONTACT:

frederique@mabusinesscoach.com ou via LinkedIn ;-)

