

## ★ OBJECTIFS

- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## 📘 INFORMATIONS

- **Public** : Tout public
- **Prérequis** : Aucun
- **Durée** : 9h30

## 🏠 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evolugo étudie chaque dossier individuellement et vous accompagne dans les démarches de financement.



## MOYENS

### Pédagogiques :

- Cours théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz composé de QCU

## CONTACT

### Tél :

01 84 80 80 95

### E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

### NDA :

42680221468

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS



## HORAIRES

- Test de positionnement 5'00

## Module 1 : Bien remplir son profil LinkedIn et le rendre attractif

- Introduction 5'07
- Objectifs 2'14

### I. Cas pratique n°1 : créer une page professionnelle en tant que Community manager

- Débuter sur LinkedIn avec un bon état d'esprit 7'29
- Utiliser LinkedIn pour se faire connaître 2'30
- Création du profil professionnel sur LinkedIn 2'44
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? - Partie 1 14'06
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? - Partie 2 6'16
- Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? - Partie 3 10'10

### II. Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn

- Qu'est-ce qu'une page LinkedIn attractive ? 2'55
- Quel impact peuvent avoir les posts d'un employé sur la société qui l'emploie ? 7'42
- Image de marque ou identité de marque ? 3'18

### III. Cas pratique n°2 : attirer du trafic sur sa page professionnelle LinkedIn en tant qu'indépendant

- Rendre ma page attractive 2'36
- Cas pratique Capsule Marketing : L'importance de créer une identité de marque pour l'aligner avec ses valeurs/services 9'12
- Cas pratique La Capsule d'Alyssa : Présentation Nouvelle Identité de Marque 5'59
- Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? - Partie 1 10'39
- Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? - Partie 2 10'14
- Cas pratique : Le statut professionnel - Partie 1 8'08
- Cas pratique : Le statut professionnel - Partie 2 7'27
- Cas pratique : Coordonnées 9'03
- Cas pratique : Les abonnés et les relations 3'10
- Cas pratique : Les objectifs 10'08
- Cas pratique : Open To Work 5'17
- Cas pratique : Services 10'26
- Cas pratique : Statistiques 9'03
- Cas pratique : Ressources - Partie 1 8'46
- Cas pratique : Ressources - Partie 2 8'08
- Cas pratique : Ma Sélection 10'40
- Cas pratique : Infos - Partie 1 8'56
- Cas pratique : Infos - Partie 2 11'38
- Cas pratique : Expériences 10'03
- Cas pratique : Page Entreprise - Partie 1 7'43
- Cas pratique : Page Entreprise - Partie 2 8'30
- Cas pratique : Formation 3'34
- Cas pratique : Compétences - Partie 1 7'06
- Cas pratique : Compétences - Partie 2 5'33
- Cas pratique : Centres d'Intérêts 1'38
- Cas pratique : Profil public 2'40
- Transition 00'35

## ★ OBJECTIFS

- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public** : Tout public
- **Prérequis** : Aucun
- **Durée** : 9h30

## 🏛 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evolugo étudie chaque dossier individuellement et vous accompagne dans les démarches de financement.



## MOYENS

### Pédagogiques :

- Cours théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz composé de QCU

## CONTACT

**Tél :**  
01 84 80 80 95

**E-mail :**  
accompagnement@evolugo.fr

**NDA :**  
42680221468

**Nom de l'accompagnateur :**  
Anthony PITKANITSOS



## HORAIRES

○ Quiz	5'00
<b>Total :</b>	<b>4'26'23</b>

## Module 2 : Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn

### I. Construire une stratégie de contenus

○ Qu'est-ce qu'une stratégie de contenus ?	2'59
○ Comment mettre en place une stratégie de contenus sur LinkedIn ?	2'23
○ Etape n°1 - Définir les objectifs de votre stratégie de contenus	6'08
○ Etape n°2 - Comprendre mon public cible	2'25
○ Etape n°3 - Elaborer un plan de contenus	2'18
○ Etape n°4 - Optimiser vos publications	3'56
○ Etape n°5 - Promouvoir le contenu	2'44
○ Etape n°6 - Analyser les performances de vos publications	3'44

### II. L'importance de définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn

○ Définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn	3'05
○ Qu'est-ce qu'une page Entreprise ?	4'37
○ Qu'est-ce qu'une page personnelle ?	2'11
○ Est-ce que la ligne éditoriale d'un profil personnel doit être la même que celle d'une page Entreprise sur LinkedIn ?	2'35
○ Qu'est-ce qu'un groupe sur LinkedIn ?	4'05
○ Quiz	10'00
<b>Total :</b>	<b>53'10</b>

## Module 3 : Les méthodes pour créer du contenu captivant

### I. Le copywriting

○ Qu'est-ce que le copywriting ?	2'21
○ Les techniques de base du copywriting	3'14
○ La persuasion en copywriting	2'39
○ Comment utiliser le copywriting pour rédiger des posts sur LinkedIn ?	3'08

### II. Le storytelling

○ Le principe du storytelling	3'23
○ Les éléments clés du storytelling	2'56
○ Pourquoi créer un personnage pour consolider votre storytelling ?	2'16
○ Comment créer un personnage pour consolider votre storytelling ?	3'54
○ Pourquoi créer une histoire pour consolider votre storytelling ?	3'58
○ Les avantages du storytelling pour les entreprises	3'11
○ Comment utiliser le storytelling sur LinkedIn	1'56
○ Exemples de storytelling réussis sur LinkedIn	8'18
○ Exercice pratique : Créer votre propre histoire de marque	5'03
○ En résumé	1'42
○ Quiz	10'00
<b>Total :</b>	<b>57'59</b>

## Module 4 : Organiser sa production de contenu sur LinkedIn

## ★ OBJECTIFS

- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public** : Tout public
- **Prérequis** : Aucun
- **Durée** : 9h30

## 🏠 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evolugo étudie chaque dossier individuellement et vous accompagne dans les démarches de financement.



## MOYENS

### Pédagogiques :

- Cours théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz composé de QCU

## CONTACT

### Tél :

01 84 80 80 95

### E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

### NDA :

42680221468

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS



## HORAIRES

## I. Organiser sa production de contenu

- Qu'est-ce qu'un contenu organique ? 3'15
- Pourquoi organiser sa production de contenus sur LinkedIn ? 2'25
- Comment organiser sa production de contenus sur LinkedIn ? 3'07

## II. Cas pratique - Je rédige mon calendrier éditorial pour créer 12 types de contenu à publier sur LinkedIn

- **Etape 1 : Je définis mon objectif**
  - Je définis mon objectif 2'32
- **Etape 2 : Je dessine mon client idéal**
  - Je dessine mon client idéal 12'52
- **Étape 3 : J'élabore mon calendrier éditorial et j'optimise mes publications**
  - Chiffres clés à connaître et actions à mettre en place avant de rédiger le calendrier éditorial 7'26
  - Définir sa ligne éditoriale 7'34
- **Étape 4 : Comment prévoir un mois de publication de contenus à l'avance ?**
  - Quels sont les contenus qui performant le mieux sur LinkedIn ? 6'55
  - Quels sont les sujets qui performant le mieux sur LinkedIn ? 1'54
  - Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? - Partie 1 11'04
  - Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? - Partie 2 14'19
  - Comment concevoir le texte de ses posts ? - Partie 1 7'41
  - Comment concevoir le texte de ses posts ? - Partie 2 8'16
  - Comment concevoir les visuels de ses posts pour bien rédiger son calendrier éditorial à un mois ? 7'58
- **Etape 5 : Je planifie et je fais la promotion de mes publications**
  - Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Texte + Image 10'05
  - Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel - Partie 1 11'25
  - Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel - Partie 2 13'11
  - Est-ce possible de programmer un sondage sur le planificateur de LinkedIn ? 12'00
- **Etape 6 : J'analyse mes résultats avec les statistiques d'audience de LinkedIn**
  - Statistiques des 3 posts les plus performants - Partie 1 11'21
  - Statistiques des 3 posts les plus performants - Partie 2 11'45
  - Statistiques de l'audience 2'35
  - Les données à prendre en compte pour améliorer la portée de vos posts 3'27
  - Apprendre à analyser et interpréter les statistiques LinkedIn pour ajuster son calendrier éditorial 8'07
- Quiz 10'00
- Test de satisfaction 5'00

**Total :** 3'11'14

**Total : 9'38'46**

## ★ OBJECTIFS

- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public** : Tout public
- **Prérequis** : Aucun
- **Durée** : 9h30

## 🏛️ FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evolugo étudie chaque dossier individuellement et vous accompagne dans les démarches de financement.



## MOYENS

### Pédagogiques :

- Cours théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz composé de QCU



## CONTACT

### Tél :

01 84 80 80 95

### E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

### NDA :

42680221468

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS



## HORAIRES