



Atelier numérique 2024 :
LinkedIn dans le Tourisme

PRESENTATION DE L'ATELIER



Julie Lobstein

Chargée de projet e-tourisme
Office de Tourisme Auvergne Pays d'Issoire

Et vous ?

-  Qu'est-ce que le réseau social LinkedIn ?
-  A qui s'adresse-t-il ?
-  Profil personnel et page d'entreprise
-  Ai-je ma place ?
-  Pistes de développement de votre profil / page

Qu'est-ce que LinkedIn ?

-  LinkedIn est le plus grand **réseau social professionnel** sur Internet au monde.
-  LinkedIn vient de la contraction de 2 mots de la langue anglaise : “**Linked**” et “**In**”. Cela signifie “**Lié dans**” ou “**Lié au sein de**”. “LinkedIn” veut donc dire que vous *“faites partie du réseau”*.



A qui s'adresse LinkedIn ?



Audience

- 2023 en France : **25 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- 100% dédié aux professionnels
- en pleine progression : 43% d'utilisateurs de plus que l'année dernière
- 60% des utilisateurs en France ont entre 25 et 34 ans.
- 48% femmes et 52% hommes



Objectifs

- Faire de la prospection et développer son réseau
- Promouvoir son activité et montrer son expertise
- Augmenter la visibilité de son entreprise
- Partager la vie de l'entreprise et mettre en avant son équipe
- Faire de la veille et échanger
- Recruter



Les fonctionnalités de LinkedIn

Quelles sont les fonctionnalités de LinkedIn ?



1. Connexion et interaction professionnelles :

- *LinkedIn permet aux individus et aux entreprises de se connecter, de partager des informations sur leur parcours, leurs compétences et leurs expériences, et d'interagir avec d'autres professionnels de leur secteur.*

2. Valorisation personnelle :

- *LinkedIn offre la possibilité de créer un profil professionnel qui sert à mettre en avant ses réalisations et son expertise. C'est une vitrine pour vos compétences et votre parcours professionnel.*

3. Compréhension du fonctionnement de LinkedIn :

- *Il est crucial de comprendre comment LinkedIn fonctionne pour l'utiliser efficacement. Les utilisateurs réguliers et actifs partagent beaucoup d'informations et de contenus sur leur secteur, leur métier, et leur vie professionnelle.*

4. Veille sectorielle et informations :

- *Vous pouvez vous informer des nouveautés et dernières actualités concernant votre secteur d'activité grâce aux publications de vos pairs et concurrents.*

5. Outil de veille concurrentielle :

- *Cela vous permet de suivre votre marché de manière plus éclairée et stratégique.*

6. Développement de réseau et communication :

- *Le moteur de recherche de LinkedIn vous aide à cibler les personnes et entreprises pertinentes pour votre veille et prospection. Vous pouvez également vous connecter avec des collègues, des amis et élargir votre réseau professionnel en suivant des entreprises et en participant à des groupes de discussion.*

6. Gestion de la présence en ligne :

- *C'est un outil essentiel pour le réseautage, la vente, le marketing, la communication, et la recherche d'opportunités professionnelles.*

7. Marketing de contenu et engagement :

- *LinkedIn est une plateforme idéale pour le marketing de contenu. Les entreprises et les professionnels peuvent publier des articles, des infographies et des vidéos pour engager leur audience et renforcer leur autorité dans leur domaine.*

8. Publicité sur LinkedIn :

- *La plateforme offre des options publicitaires ciblées qui permettent aux entreprises de toucher des professionnels spécifiques, augmentant ainsi la visibilité de leurs produits ou services.*

9. Analyses et mesures de performance :

- *LinkedIn fournit des outils d'analyse pour évaluer la performance de vos publications, de vos publicités et de l'engagement de votre page, ce qui est crucial pour affiner votre stratégie marketing.*

10. Groupes professionnels et réseautage ciblé :

- *Les groupes sur LinkedIn permettent de se connecter avec des professionnels ayant des intérêts similaires, favorisant ainsi des discussions ciblées et le partage de connaissances dans des domaines spécifiques.*

Profil personnel et/ou page professionnel ?

Le profil LinkedIn : éléments essentiels

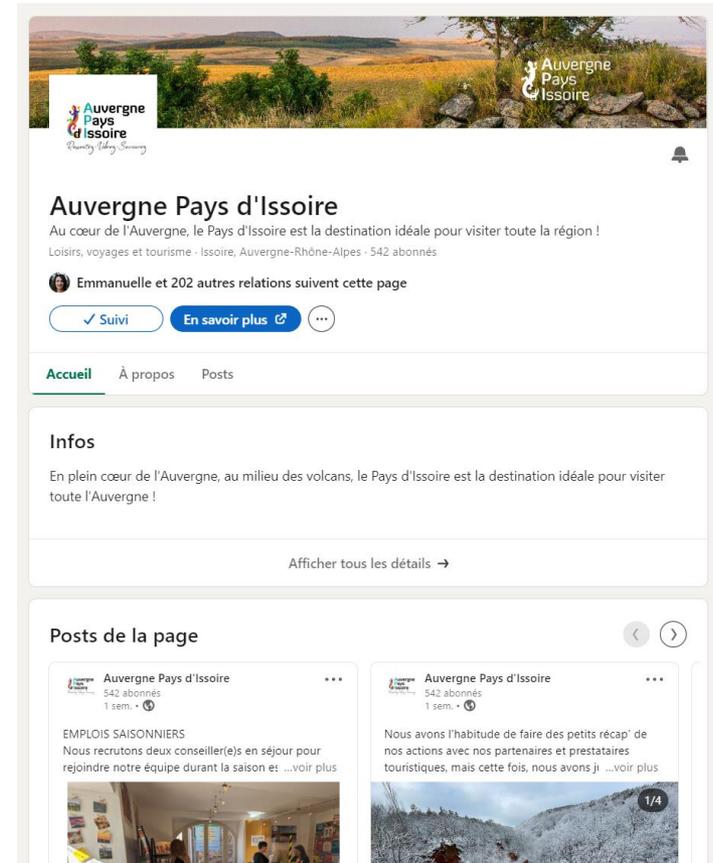


- **Véritable nom et prénom**
- **Photo de profil**
- **Titre de Profil** : Une courte phrase sous votre nom qui résume votre expertise ou votre poste actuel.
- **Résumé** : Une section où vous pouvez décrire en quelques phrases votre parcours professionnel, vos objectifs et ce que vous apportez professionnellement.
- **Expériences** : Une liste de vos emplois passés et actuels, avec des détails sur vos responsabilités, réalisations,,
- **Formations** : Votre parcours éducatif, y compris les diplômes obtenus et les établissements fréquentés.
- **Compétences** : Une liste de compétences professionnelles que vous maîtrisez.
- **Recommandations** : Des témoignages écrits par vos collègues, superviseurs ou clients qui attestent de votre compétence et de votre professionnalisme.
- **Publications** : Une section où vous pouvez publier des articles, des actualités et des contenus pertinents
- **Réseau** : La liste de vos connexions sur LinkedIn, y compris des collègues, des amis, des mentors, etc.
- **Bannière** : Une image de bannière en haut de votre profil qui peut refléter votre personnalité professionnelle ou votre entreprise.

08/02/2024



-  Au nom de votre entreprise
-  On communique en tant qu'entité et pas en son nom propre (utilisation de « nous » ou du « on » mais plus du « je »)
-  Plusieurs profils personnels peuvent gérer la page LinkedIn si vous êtes plusieurs dans l'entreprise



Pistes de développement de vos profils ou page LinkedIn

1. Créer un profil le plus complet possible (photo, résumé, expériences, compétences...)

2. Développer votre réseau

- Ajoutez votre famille, vos amis, vos camarades de classe passés ou actuels et vos collègues à votre réseau.
- Suivez des personnes, des entreprises ou des sujets en accédant directement à la page **Suivre de nouvelles perspectives**, qui affiche des suggestions de sources à suivre.

3. Participer à des discussions :

- Participer à des discussions peut vous permettre de partager votre point de vue sur des questions et sujets pertinents avec d'autres personnes.
- Aimer et commenter des posts et des articles sur LinkedIn.
- Rejoindre un **groupe LinkedIn** pour élargir votre réseau et vous connecter à d'autres membres qui partagent vos centres d'intérêt, expériences ou aspirations.

4. Publier du contenu :

- des millions de membres viennent sur LinkedIn chaque jour pour développer leur réseau, apprendre et échanger. Vous pouvez informer votre cercle de relations professionnelles et l'aider à être plus performant grâce au contenu que vous publiez sur LinkedIn. **Utilisez la fenêtre de partage** pour partager vos pensées et vos idées avec les membres LinkedIn.

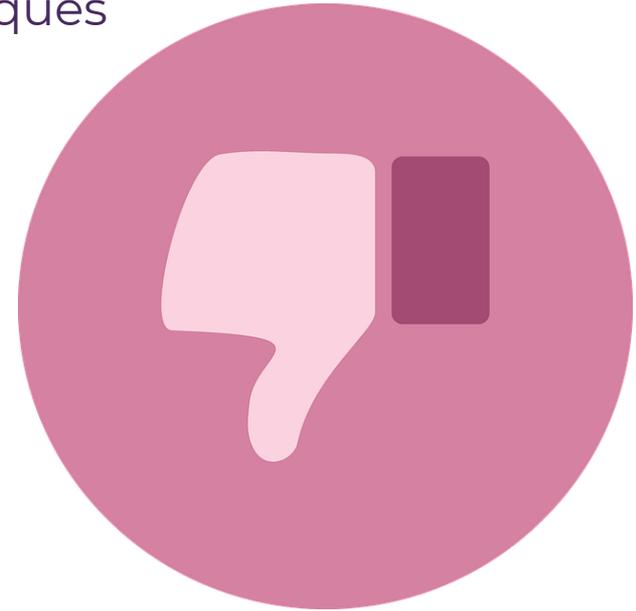
Qu'est-ce qu'on publie ?

-  Célébrer **vos réalisations** d'entreprise en citant les **collaborateurs**
-  Rebondir sur vos **actualités** ou celles du **secteur**
-  Analyser ou questionner une **tendance**, avec une proposition de valeur
-  Partager un **retour d'expérience**, même négatif
#transparence



Qu'est-ce qu'on ne publie PAS

-  Le partage de polémiques et d'opinions politiques
-  Les conflits relationnels
-  Les montages rigolos
-  La divulgation d'informations confidentielles
-  L'égoïsme



- 🦎 **Les phrases doivent être courtes, nettes, précises, concises.**
- 🦎 Les guillemets permettent de citer un extrait ou dans les témoignages. Ils sont complétés du nom et du prénom de l'auteur.
- 🦎 Le point d'exclamation peut s'utiliser mais seul : on évite les (!!!!)
- 🦎 Éviter les points d'interrogation (?) : être dans l'affirmative.
- 🦎 Emoji toléré mais avec parcimonie (1-2 par publication)

Formats de publication



Les documents : pdf, ppt ou doc

- Ce format est particulièrement poussé par LinkedIn et son ergonomie est bien pensée puisque le document s'affiche sous forme de carrousel.
- Le nombre de pages et les titres de chacune sont renseignés.
- Conseil : adapter le document à une utilisation mobile : pas trop de textes, mots en gras, favoriser les graphiques, les chiffres clés, les mémos...



Le texte

- Ce format est le plus simple mais fait aussi partie des plus performants



Le post lien

- Les posts lien sont adaptés à un objectif de génération de trafic mais permettent aussi d'engager sur LinkedIn en donnant facilement accès à l'internaute à plus d'informations.
- Introduire un lien dans un texte génère automatiquement un post lien avec aperçu.
- Les liens vers des sites externes à LinkedIn sont moins mis en avant par la plateforme.
- En revanche partager un événement LinkedIn est favorisé par l'algorithme.



08/02/2024



La photo seule ou le multi-photos

- À la différence des autres réseaux sociaux, les publications LinkedIn n'ont pas besoin de photo pour engager... ! L'ajout d'une photo doit donc illustrer votre propos ou être l'élément principal de votre publication.
- Le format doit être adapté au mobile : favoriser les dimensions 4 : 5 (qui occupent davantage de place sur l'écran d'un téléphone).



La vidéo

- La vidéo est un format engageant sur LinkedIn, elle peut divertir, créer de la proximité, être pédagogique...
- Les liens YouTube (ou autres sites extérieurs à LinkedIn) sont à proscrire. Il est préférable de publier en natif le contenu directement sur LinkedIn.
- Pensez aussi à l'ajout de texte sur la vidéo et/ou aux sous-titres, les contenus étant souvent écoutés sans le son (comme pour les autres réseaux sociaux !).





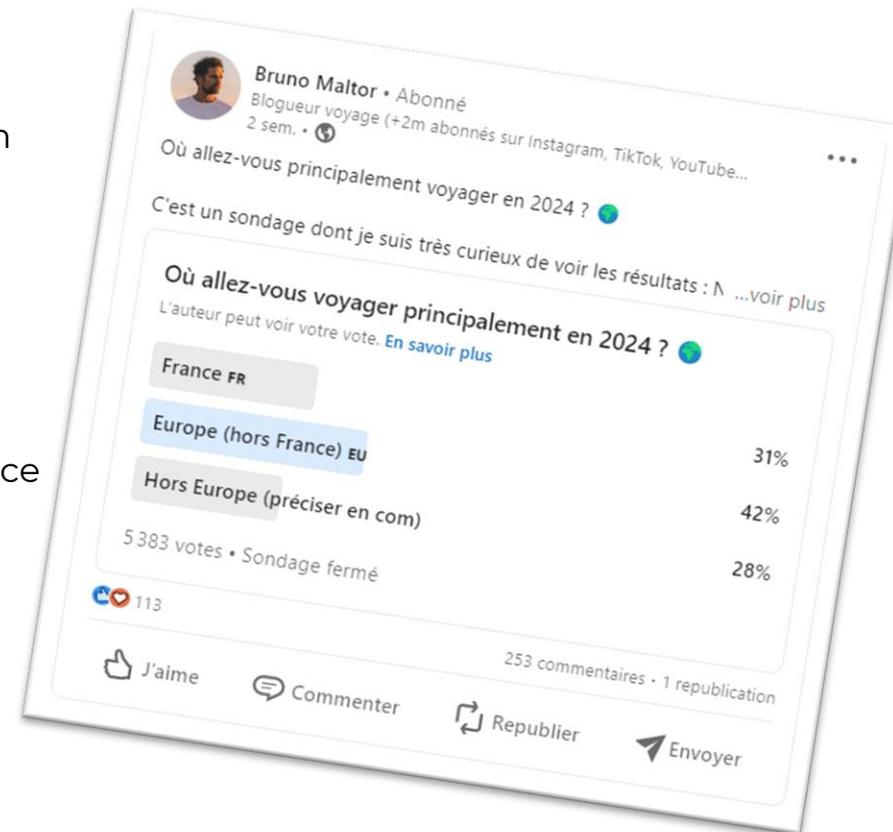
Le carrousel cliquable

- Il s'agit d'un format publicitaire uniquement. Le carrousel est une série de photos carrées cliquables avec lien de redirection. Il est possible d'ajouter un lien différent derrière chaque photo d'un même carrousel ou bien un même lien pour toutes.



Le sondage

- Le format sondage permet de générer une autre forme d'interaction avec votre audience et d'en savoir plus sur elle.
- Les sondages LinkedIn permettent de proposer jusqu'à 4 options de réponses.
- Il est aussi possible de définir une durée au sondage.





- **Les créneaux de forte activité**
 - Le mardi et le jeudi entre 9h et 11h et entre 17h et 18h
- **Testez des jours différents**
 - Parfois, des jours moins saturés peuvent vous offrir une plus grande visibilité .
- **Planifiez à l'avance**
- **Surveillez vos statistiques :**
 - LinkedIn fournit des données sur l'engagement de vos publications. Surveillez ces statistiques pour identifier les jours et les heures qui génèrent le plus d'interaction avec votre contenu.
- **Considérez votre cible :**
 - Pensez à votre public cible et à son comportement en ligne. Par exemple, si vous visez des professionnels actifs en journée, les pauses déjeuner et les heures après le travail peuvent être idéales.
- **Testez, Testez, Testez**

MERCI POUR VOTRE ATTENTION



Retrouvez toutes les présentations des ateliers

numériques sur [l'espace pro de l'OT](#)