

★ 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** : Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **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

• Test de positionnement	5'00
○ Module 1: Bien remplir son profil LinkedIn et le rendre attractif	
• Introduction	5'07
• Objectifs	2'14
• 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
• 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
• 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

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

★ 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.

• 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
• Quiz	5'00
▪ Total :	4'26'23

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **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

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

• 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

• 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
▪ Total :	53'10

o **Module 3 : Les méthodes pour créer du contenu captivant**

• 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

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

★ 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 :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **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

• 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**
 - **Total :** **57'59**

o Module 4 : Organiser sa production de contenu sur LinkedIn

• 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**

• 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
 - o 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
 - o par semaine ? – Partie 1 **11'04**
 - Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts
 - o 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
 - o son calendrier éditorial à un mois ? **7'58**

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

★ 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** : Professionnels de l'immobilier ou du crédit
- **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

Libres en E-learning

• Etape 5 : Je planifie et je fais la promotion de mes publications

- Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Texte
o + Image **10'05**
- Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format
o Carrousel – Partie 1 **11'25**
- Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format
o Carrousel – Partie 2 **13'11**
- Est-ce possible de programmer un sondage sur le planificateur
o 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
o posts **3'27**
- Apprendre à analyser et interpréter les statistiques LinkedIn pour ajuster
o son calendrier éditorial **8'07**

- Quiz **10'00**

▪ Total :

Total : 9'38'46

10'00

3'11'14