

Pour exploiter tout le potentiel de communication et de développement de son activité qu'offre LinkedIn, le plus gros réseau professionnel actuel, il est nécessaire de bien comprendre comment il fonctionne, comment paramétrer son profil et surtout de définir sa stratégie de présence. Pour cela, il faut répondre à la question : que vais je faire avec mon profil ?

Dans cet article, nous abordons les points suivants : stratégie de présence sur LinkedIn pour une entreprise, la ligne éditoriale, l'analyse des interactions des abonnés.

Selon le 5ème rapport annuel du [Content Marketing Institute](#) "B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets, and Trends - North America", LinkedIn est la première plateforme sociale pour diffuser ses contenus.



Avoir une présence sur cette plateforme n'est plus la question. Si on considère que clients, prospects, partenaires, influenceurs, ... sont sur LinkedIn, il est évident que

- proposer ses contenus,
- présenter son entreprise,
- développer la visibilité de ses collaborateurs et associés,
- participer aux conversations

sont devenues des actions fondamentales pour ne pas se trouver dépassé demain, voire aujourd'hui.

Encore faut-il se poser les bonnes questions avant de plonger tête baissée dans le grand bain.

COMMENT DÉFINIR SA STRATÉGIE DE PRÉSENCE SUR LINKEDIN

Pour une marque, la présence sur LinkedIn se matérialise par une [page entreprise](#).



Sur cette page, vous pouvez diffuser tous les contenus qui viennent de votre blog ou de votre site : actualités, dossiers de fonds, réflexions, revue de presse, retombées presse, conférences, ...

Plus vous apportez de valeur à travers les contenus diffusés, plus vous **rendez service à votre audience** qui s'intéresse aux sujets dont vous maîtrisez les tenants et aboutissants. Et plus vous serez perçu comme **l'entreprise experte des thématiques traitées**.

La question à se poser, c'est sur quelle(s) thématique(s) vous voulez être identifié comme référent ?

La démarche à suivre, c'est de partir de votre **stratégie d'entreprise**.

- Quelle est-elle ?
- Quelle est votre proposition de valeurs ?
- Quelles sont vos forces et vos faiblesses ?
- A quels besoins répondez vous ?

Une **stratégie de présence sur LinkedIn** est une **déclinaison de votre stratégie d'entreprise**. En d'autres termes, **votre présence sur LinkedIn doit servir votre stratégie d'entreprise**.

UNE LIGNE ÉDITORIALE

Il est donc important de définir une **ligne éditoriale** pour votre page LinkedIn et de mettre en regard les **ressources nécessaires** pour la mettre en musique.

Un **comité éditorial** déterminera la bonne proportion à publier entre

- des contenus existants retravaillés pour LinkedIn,
- la création de contenus sur la thématique choisie,
- des contenus produits par d'autres entités (on évitera les concurrents) pour démontrer votre capacité d'analyse du sujet.

COMMUNIQUEZ SUR VOTRE PRÉSENCE SUR LINKEDIN

Il ne suffit pas d'être sur LinkedIn pour être visible. Il est nécessaire de communiquer sur votre présence.

Mettez un lien vers votre page entreprise en signature email des collaborateurs, parlez-en sur votre site, faites-la diffuser par vos collaborateurs via leur profil LinkedIn.

Chaque personne intéressée suivra alors vos actualités directement sur LinkedIn.

Profitez de l'occasion pour vous inviter à suivre l'agence sur LinkedIn [linkedin.com/company/eliott-&-markus](https://www.linkedin.com/company/eliott-&-markus)

ANALYSEZ LES INTERACTIONS GÉNÉRÉES

En tant qu'administrateur de votre page entreprise, vous avez accès à un tableau de bord des interactions obtenus par vos contenus. L'analyse de ces chiffres vous permet de comprendre quels sont les contenus attendus par votre audience, c'est à dire ceux sur lesquels ils agissent. Vous affinerez ainsi votre stratégie éditoriale pour privilégier les contenus à forte valeur pour votre audience.



ÊTRE ACCOMPAGNÉ DANS VOTRE STRATÉGIE DE PRÉSENCE SUR LINKEDIN

Vous souhaitez en savoir plus ? Vous voulez que nous analysons ensemble votre page ? Vous souhaitez une formation pour vous établir avec succès sur LinkedIn ?

Pour être contacté par un consultant social média sur LinkedIn, laissez nous vos coordonnées et nous vous rappelons dans les 24h.

A propos de l'agence :

Eliott&Markus est une agence de conseil marketing et communication dédiée aux cabinets de services professionnels, aux professionnels du conseil et de l'expertise intellectuelle.

Nos métiers sont organisés pour atteindre les objectifs de nos clients : créer et mettre en place la stratégie marketing et communication off et online, gérer la communication et décliner le plan opérationnel, créer les supports de communication opérationnels.

Contact : **Gwénaëlle Henri**, g.henri@eliott-markus.com

Suivre l'agence sur LinkedIn [linkedin.com/company/eliott-&-markus](https://www.linkedin.com/company/eliott-&-markus) Suivre l'agence sur Twitter twitter.com/eliottmarkus