

MARKETING

Vous désirez que votre prospection soit plus fluide et efficace ? Que votre communication soit authentique et fédérante, de manière à attirer irrésistiblement votre clientèle ?

Au travers de ces pages, vous découvrirez les trois piliers essentiels qui sous-tendent une communication et une prospection optimales : la notoriété, la crédibilité et la vente.

Vous découvrirez les blocages de 99% des clients quand ils se retrouvent face à leurs claviers ou aux textes qu'on leur propose pour leurs réseaux.

Vous comprendrez pourquoi il est essentiel de se constituer un bon carnet d'adresses. Vous découvrirez et intégrerez la formule ACA, bien plus simple que la formule AIDA. Vous apprendrez à mettre en place un tunnel de ventes sur LinkedIn, étape par étape. Vous découvrirez qu'inviter votre prospect de cœur à partager un café virtuel boostera votre chiffre d'affaires. Vous apprendrez du concret et de la stratégie pour comprendre réellement les rouages de LinkedIn.

De plus, vous aurez accès à des tutoriels offerts et à des listes d'outils, qui seront remis à jour fréquemment.

Que vous soyez chef d'entreprise, consultant, avocat, commercial, employé ou simplement désireux d'augmenter votre notoriété, vous deviendrez la référence dans votre domaine.



Credit © Pauline St Omer

L'auteure

Florence BLAIMONT est diplômée de l'ICHEC en sciences économiques et a obtenu son DESS en psychologie analytique à l'ULB. En octobre 2023, elle reçoit la place de numéro 1 en copywriting par Favikon et Be Influence, pour la Belgique. Elle est également intervenue sur la scène TedX Belfort en novembre 2023 avec son talk dont le titre était : *Ce que vous n'osez pas dire vaut de l'or*. Ses passions sont les réseaux sociaux, le marketing et la vente, le personal branding, les communautés et les histoires vraies. Florence anime WoWo Community, une communauté de 19.000 entrepreneurs. La

notoriété de ce réseau l'a amenée à s'occuper de la visibilité et prospection de CEO, avocats, financiers et personnalités réputées sur les réseaux sociaux et surtout LinkedIn.



isbn : 978-2-87496-512-8

Favikon.



www.edipro.info

Florence Blaimont

MARKETING

MARKETING



Décollez avec LinkedIn



Décollez avec LinkedIn

Plus de Notoriété, de Sincérité et de Clients

Florence BLAIMONT



EDI
PRO

EDI
PRO

L'éditeur veille à la fiabilité des informations publiées, lesquelles ne pourraient toutefois engager sa responsabilité.

Aucun extrait de cette publication ne peut être reproduit, introduit dans un système de récupération ou transféré électroniquement, mécaniquement, au moyen de photocopies ou sous toute autre forme, sans l'autorisation préalable écrite de l'éditeur.

Éditeur responsable

Luca Venanzi

Edi.pro ©
Rue de la Province 15 à 4100 Seraing
Belgique
(<http://www.edipro.info>)
Tél. : 00.32.(0)4.344.50.88

© 2024, tous droits réservés

Imprimé en Belgique

ISBN : 978-2-87496-512-8
D/2024/8406/03

Edi.Pro, a Corporate Group Company

Décollez avec LinkedIn

Plus de Notoriété, de Sincérité et de Clients

Florence BLAIMONT



EDI
PRO

TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE DE ME TYPHANIE AFSCHRIFT..... 11

INTRODUCTION 17

1. Minute papillon ! Au commencement était LinkedIn... 17
 2. Pourquoi choisir LinkedIn ? 18
 3. Mettez-vous à la place du robot, bon sang ! 24
 1. Si c'est gratuit, c'est toi le produit..... 25
 2. La quantité dépasse la qualité..... 26
 3. Le robot préfère les humains, il n'aime pas les robots ! 29
 4. Le robot veut que vous soyez novateur 30
 5. Le robot préfère les commentaires aux « like » 32
 6. Le professeur n'aime pas que les élèves quittent la classe ! ... 33
- Voici 6 bonnes raisons d'activer votre notoriété sur LinkedIn 40

CHAPITRE 1

TOUT COMMENCE PAR ICI - IDENTIFIEZ VOS OBSTACLES ET VOS FOCUS

53



1. Attaquons-nous au plus grand des obstacles : vous ! 53
 - Pourquoi vous ne publiez pas encore ?..... 54
2. J'ai peur d'être visible, je ne suis pas égocentrique ! 55
3. J'ai peur d'être ridicule..... 57

4. Et si quelqu'un écrit un commentaire négatif ou se moque de moi ?	58
5. Mais qui cela va intéresser ? Je n'ai rien de transcendant à partager	61
6. Je préfère attendre de publier de la qualité, et ce n'est pas parfait !	62
7. Et si la publication ne fait qu'un like ? Si personne ne répond à mes messages ?	63
8. Et si je n'ai aucun message à partager ?	63
Exercice : Affrontez vos obstacles ! Et cultivez votre authenticité.... 69	

CHAPITRE 2

VOUS ÊTES DIFFÉRENT

73



1. Vous êtes complètement inintéressant, et c'est génial !	73
Comment vous différencier sur LinkedIn ?	76
2. Le personal branding sincère	81
3. Votre profil LinkedIn	83
1. Votre photo de profil	84
2. Votre bannière LinkedIn	85
3. Comment faire savoir à votre public que vous êtes l'expert de votre domaine ?	87
4. Comment activer la preuve sociale pour vous-même ou votre marque ?	88
5. Exercices	89
1. Trouvez votre message unique	89
2. Votre personal branding en 4 questions	91
3. Enquêtez auprès de votre entourage.....	93

CHAPITRE 3

HELP, QUE VAIS-JE PUBLIER ?

95



A. Que faire quand on n'est pas inspiré ?	96
1. Tenez un dossier d'inspiration.....	97
2. Servez-vous de l'application d'enregistrement vocal	100
3. Servez-vous de l'intelligence artificielle	101
4. Organisez votre veille d'actualité	104
5. Surfez sur les tendances actuelles.....	105
6. Recyclez une publication à succès ou revenez sur un événement du passé.....	110
7. Faites des listes de vos outils préférés et partagez-les avec votre audience	110
B. Copywriting et storytelling, bref, vos publications !	111
1. Les cas clients.....	112
2. L'« avant-après ».....	113
3. Le parcours du héros.....	114
4. Jouez avec la narration !	127
5. Le filtre des EHE.....	128
6. Les différents types de contenus	133
7. La méthode ACA® pour structurer votre contenu	136
8. Servez-vous de la PNL pour raconter vos histoires	144
9. Démocratisez votre contenu, comme Steve Jobs !.....	149
10. Utilisez le pouvoir des métaphores et des analogies comme Malala Yousafzai	151
11. Utilisez les contrastes comme Pierre Marcolini	152
12. Utilisez des images, car elles valent mille mots !	155
13. Le pouvoir des #hashtags ou comment pousser l'algorithme à travailler pour vous !	155
14. Taguer des personnes dans votre publication, est-ce une bonne idée ? Devez-vous leur demander leur autorisation ? ..	159
15. L'utilité des parenthèses, NB et PS	164
16. Le pouvoir du pied de publication	164
17. L'utilisation des émojis	166
18. La frontière entre manipulation et séduction	166

C. Gérez votre temps pour écrire et publier	169
1. Votre stratégie	169
2. Choisissez vos 5 thèmes de prédilection	170
3. Élaborez votre semainier	172
4. Votre tonalité : Ton tonton tond ton tonton	175
5. Et au niveau du timing ? Un exemple de processus	180
6. Vais-je devoir travailler plus ?	181



CHAPITRE 4

PARLONS ENFIN DE LA VENTE !

197

1. Comment et pourquoi augmenter votre carnet d'adresses LinkedIn ?	199
2. Qui prospector sur LinkedIn ?	202
a) Vos clients	202
b) La presse	204
c) Les candidats	204
3. Établissez votre tunnel de vente sur LinkedIn	205
4. La technique APERO®	221
A comme ACCUEIL	222
P comme PRÉSENTATION	222
E comme ÉCOUTE	223
R comme RÉCAP'	224
O comme OFFRE	224
5. Aimez les chiffres, et les chiffres vous aimeront	227
Les chiffres à traquer pour votre notoriété	229
Les chiffres de vos ventes	237
6. Là où tout le monde se plante	239



CHAPITRE 5

LE DERNIER INGRÉDIENT DE VOTRE FUSÉE LINKEDIN 245

REMERCIEMENTS 249

**ACCÈS AUX TUTORIELS ET LISTES D'OUTILS MIS À JOUR
FRÉQUEMMENT :**



LIEN VERS MON TEDX :







PRÉFACE

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont un impératif. Ils servent bien sûr à communiquer, sur le plan personnel ou sur le plan des opinions de chacun.

Mais ils sont aussi un puissant véhicule professionnel.

Parmi ces réseaux, il y a une évidente niche. Le réseau LinkedIn, que je suis depuis une dizaine d'années, est manifestement celui qui s'impose, non seulement pour ceux qui offrent ou demandent un emploi, mais aussi pour tous ceux qui veulent faire connaître leur entreprise, leur marque et leurs produits.

C'est ce qu'a compris depuis longtemps Florence Blaimont, qui, depuis plus de 15 ans, défend inlassablement les intérêts des petites et moyennes entreprises. Elle sait que pour eux, qui doivent choisir avec minutie leurs canaux et budgets de communication, LinkedIn est devenu incontournable. Elle l'explique spécifiquement au travers de sa communauté d'entrepreneures et d'entrepreneurs, WoWo Community, très active en Belgique et en Suisse.

Aujourd'hui, Florence Blaimont a écrit ce livre que vous tenez entre vos mains, intitulé de manière très directe : « Décollez avec LinkedIn ».

Rassurez-vous, ce n'est pas un plaidoyer pour ce réseau social ni un ensemble de considérations théoriques. Je connais Florence depuis sa tendre enfance. C'est une femme qui fait l'équilibre entre l'émotionnel et le rationnel de manière impressionnante.

Dans ce livre, Florence Blaimont adopte des questions très pratiques que ses clients, comme nos cabinets, entre autres, lui posent. Lorsque vous aurez lu ce livre, vous serez un meilleur utilisateur ou une meilleure utilisatrice de ce réseau et obtiendrez de meilleurs résultats, à n'en pas douter.

Vous y découvrirez spécifiquement et successivement les meilleurs moyens de communiquer avec vos partenaires, vos sponsors, vos associés, vos candidats, et bien sûr vos clients. Et ensuite ce qu'il faut faire pour convaincre

le sacro-saint algorithme de privilégier vos écrits. Ce que des personnes comme moi, avocate fiscaliste et passionnée, ne savons et ne voulons pas faire ! Nous voulons nous concentrer sur nos clients et leurs dossiers.

Elle vous explique aussi comment il faut publier, quand il faut le faire et comment, ce qu'il faut utiliser comme matériel graphique, comment rédiger des textes percutants et convaincants, et finalement, comment utiliser les multiples possibilités qu'offrent LinkedIn et son environnement.

Pour suivre, l'ouvrage vous explique aussi comment créer des textes qui feront mouche, et vous en donne de nombreux exemples. Des exemples intemporels, car, comme dans mon métier, une bonne plaidoirie ne se démode jamais !

Tout cela vous servira, si vous suivez bien les conseils que Florence vous transmet, à prospecter des clients de qualité, des candidats et à convaincre les faiseurs d'opinions. Ce qui est sans doute plus important encore, ce sont les convictions de l'autrice quant au fond du message qui doit être transmis.

J'ai pu expérimenter, au fil des années, par mon parcours personnel atypique, qu'être soi-même et se montrer telle qu'on est constitue un atout essentiel. Cela permet d'être heureuse dans sa vie personnelle et professionnelle, et cela vous fera rayonner ! Cela se reflète dans votre communication, quel que soit son mode d'expression.

C'est donc valable, aussi, sur les réseaux sociaux, où la communication est particulièrement rapide. Florence me répète souvent que chaque communication DOIT être sincère et authentique.

Pour ma part, j'ai un métier et un parcours très spécifique, ce qui implique une communication extrêmement sensible sur les réseaux sociaux et d'autant plus sur LinkedIn qui est un réseau professionnel.

Le secret de Florence, c'est son énergie ! Une énergie haute et infinie, c'est une des nombreuses choses qui nous rassemblent. Elle l'utilise dans son activité professionnelle, et vous la ressentirez au travers de cet ouvrage unique. Pour convaincre, il faut montrer votre énergie, votre expertise et votre authenticité. Ainsi, votre audience prendra confiance, votre notoriété grandira à la vitesse d'une fusée, et les clients afflueront. Comme nous le vivons actuellement dans nos cabinets.

Rien de tel qu'à dire réellement ce que l'on est, apparaître avec sa vraie personnalité, et diffuser ses propres opinions ! Florence nous y encourage mon équipe et moi-même à chaque réunion. Elle agit avec un réel enthousiasme et un professionnalisme infini.

En communication, ce n'est pas le politiquement correct qui gagne. On doit certes éviter la provocation, mais il faut pouvoir affirmer ses différences et son originalité, même si apparemment cela peut ne pas plaire à tout le monde.

Si l'on croit en soi, en son projet, en son entreprise, on doit exprimer de quoi il s'agit vraiment, et ne pas se créer un masque. C'est la meilleure manière de rallier les foules, de convaincre vos clients potentiels et d'amener la presse à vous !

Au fil du temps, où j'ai eu le plaisir de confier notre communication à Florence Blaimont, récemment nommée copywriter n° 1 du pays par Favikon, j'ai pu constater combien la sincérité était une arme redoutable, surtout si on l'allie aux multiples recommandations qui figurent dans ce livre. Nos entreprises se portent très bien également : plus de 101% d'augmentation du chiffre d'affaires l'année passée.

C'est là un vaste programme qui vous est proposé dans un langage très clair et très pratique, exactement comme le fait Florence avec ses clients.

Les meilleures méthodes pour l'efficacité...

Maître Typhanie AFSCRIFT

Avocate experte en fiscalité

Fondatrice des Cabinets Afschrift Tax and Legal

Genève, Lausanne, Fribourg, Bruxelles, Luxembourg, Hong Kong, Israël.

Professeure ordinaire à l'Université Libre de Bruxelles

À QUI S'ADRESSE CE LIVRE ?

1. Aux chefs d'entreprises désireux de devenir d'authentiques porte-paroles de leur boîte, comme Steve Jobs.
2. Aux consultants, avocats et solopreneurs qui souhaitent agrandir leur fichier client et leurs partenariats de manière sincère.
3. Aux commerciaux qui ont l'ambition d'exploser leurs objectifs en toute liberté.
4. Aux employés qui veulent devenir incontournables et (« invirables ») pour leurs employeurs, car ils incarnent les valeurs humaines de leurs employeurs...
5. À toute personne sincère, curieuse et désireuse d'augmenter sa notoriété, afin de devenir la référence dans son domaine.

Bien évidemment, ce livre s'adresse aux femmes, aux hommes, aux humains et aux martiens, à toute personne curieuse. Pour plus de simplicité, Edipro me demande d'écrire au masculin, sachez que chacun et chacune est inclus dans mes pensées les plus sincères.

QU'ALLONS-NOUS APPRENDRE DANS CE LIVRE ?

Je serai votre guide ! Je vous livrerai les étapes que WoWo Community, l'entreprise que j'ai créée en 2015, met en œuvre pour nos clients de notoriété publique. Le but ? Que votre prospection soit plus fluide et efficace, que votre communication soit authentique et fédérante, de manière à attirer irrésistiblement votre clientèle favorite.

Par clientèle, nous entendons ce mot au sens le plus large :

- partenaires ;
- employeurs ;
- sponsors ;
- associés ;
- candidats ;
- etc.

Trois piliers essentiels sous-tendent une communication et une prospection optimales : la notoriété, la sincérité et la vente.

Je vous livrerai les blocages de 99 % de nos clients (incluez-moi dedans !), quand ils se retrouvent face à leurs claviers ou face aux textes que nous leur proposons pour leurs réseaux.

Vous comprendrez pourquoi il est essentiel de se constituer un bon carnet d'adresses constitué de personnes qui ont les mêmes valeurs et objectifs que vous.

Vous découvrirez et intégrerez la formule ACA®, bien plus simple que la formule AIDA.

Vous apprendrez à mettre en place un tunnel de ventes sur LinkedIn, étape par étape. Cette étape est en majorité zappée dans les livres des concurrents que j'ai pu lire.

Vous découvrirez qu'inviter votre prospect idéal à partager un café virtuel boostera votre chiffre d'affaires.

Ce qui compte, ce n'est pas que vous compreniez chaque détail technique de l'interface LinkedIn, car cela change chaque semaine, grâce aux mises à jour et aux techniciens qui y travaillent.

Il existe des tas de tutoriels gratuits YouTube pour apprendre à télécharger une photo ou autres. Ici, vous apprendrez du concret et de la stratégie pour comprendre réellement les rouages de LinkedIn. De plus, via ce livre, vous aurez accès à des tutoriels et des listes d'outils qui seront mis à jour fréquemment :



Ce qui nous anime ici, c'est de transmettre votre message sincère et efficace, grâce à LinkedIn.

COMMENT LIRE CE LIVRE ?

Cet ouvrage comporte six parties. Vous pouvez le lire de manière chronologique ou, au contraire, picorer les infos qui vous intéressent, comme dans le panier de frites de votre voisin au restaurant... Et avec beaucoup de sel et avec les doigts, c'est encore meilleur !

Je suis belge, vous l'aurez deviné !

Et j'adore aller au resto, pas vous ?

Alors, installez-vous confortablement et servez-vous !





INTRODUCTION

Back to the future !

En 2005, j'étais devant mon ordinateur chez Ernst & Young, et l'air conditionné me tirait les oreilles. Je me concentrais sur un dossier d'analyse de marché client, quand j'ai entendu un SMS retentir sur mon BlackBerry (à cette époque, c'étaient les téléphones portables à la mode).

Un ami de mon université, qui travaillait chez Deloitte et qui savait que je suis une geekette, Jérôme, m'écrivait : « *Flo, tu dois t'inscrire sur LinkedIn, c'est le réseau qui te permettra de bien te faire voir par les boss !* »

Étant donné que j'ai toujours adoré tester les dernières trouvailles online, surtout celles dans lesquelles je crois, j'ai suivi son conseil !

Et voilà comment vingt années plus tard, vous lisez ce livre que j'ai écrit pour vous et que vous embarquez pour ce voyage à bord d'une fusée.

1. MINUTE PAPILLON ! AU COMMENCEMENT ÉTAIT LINKEDIN...

Un (tout petit) peu d'histoire et de chiffres...

Avant le plat, il y a l'entrée et avant l'entrée, il y a les zakouskis !

Personnellement, je les adore. Alors, en voici quelques-uns !

Le réseau social professionnel LinkedIn a été fondé en décembre 2002, puis lancé officiellement en mai 2003 aux États-Unis. En 2008, LinkedIn est enfin apparu en France pour concurrencer l'acteur français Viadeo.

En 2016, le géant Microsoft rachète LinkedIn pour 26,2 milliards de dollars. Depuis juin 2020, le P.-D.G. de LinkedIn est Ryan Roslansky. Aujourd'hui, LinkedIn est une plateforme sociale en pleine expansion, où les créateurs de contenus se multiplient, telles des échoppes Starbucks, pour partager leurs expertises, leurs expériences professionnelles. Mais aussi leurs réflexions ou leurs avis sur l'actualité et les tendances de leur secteur.

Et depuis, selon les chiffres annoncés par le GAFAM, Microsoft et Waalaxy¹, LinkedIn frôle le milliard et totalise plus de 965 millions de membres en novembre 2023.

Trois membres s'y inscrivent chaque seconde !

LinkedIn compte, en France, 28 millions de membres et 4,3 millions de membres belges.

Et 58 millions d'entreprises répertoriées sur la plateforme dans le monde entier.

En Suisse, plus de 2,6 millions de personnes actives professionnellement sont sur LinkedIn, ce qui correspond à la moitié de la population active suisse (Source : société suisse des employés de commerce, secsuisse.ch).

Au Québec, nous pouvons trouver près de 2 millions de profils, toutes professions confondues. Cela représente 1 personne active sur 3.

Actuellement, environ 10,2 % de la population mondiale possède un compte LinkedIn 😊.

Une personne sur 10 !

Ce qui est énorme, vous l'avouerez !

Ces chiffres ne représentent-ils pas de superbes opportunités pour vous faire connaître ou faire connaître votre marque :

- auprès des influenceurs business ;
- auprès des entreprises ;
- auprès des employeurs ;
- auprès des journalistes et influenceurs ;
- auprès de vos futurs clients, utilisateurs ?

2. POURQUOI CHOISIR LINKEDIN ?

Parce qu'aujourd'hui, LinkedIn est LE réseau professionnel par définition. C'est là qu'on fait des affaires ! Notamment parce que le panier moyen² y est plus intéressant que sur les autres réseaux sociaux.

Si vous vendez vos produits ou services et que vous ne disposez pas d'un budget publicitaire mirobolant (mais plutôt frôlant le zéro absolu), il vous sera peut-être plus simple de vendre une seule fois votre service ou votre produit à 5.000 € plutôt que 10 fois à 500 €.

¹ Nous reparlerons de Waalaxy plus tard, dans le chapitre sur la prospection.

² C'est-à-dire ce que le consommateur lambda va dépenser sur chaque réseau.

L'effort sera moindre ! Et vous économiserez votre énergie. Cela peut être une stratégie à adopter, par exemple, si vous êtes consultant.

Si vous commercialisez des produits ou des services de grande consommation (je pense à une application ou des produits de grande distribution), LinkedIn est l'endroit où vous pourrez trouver des sponsors et des entreprises qui auront le budget d'acheter vos produits en grande quantité.

Sur Instagram, vous devrez probablement faire 10 fois l'effort de vendre votre produit à 500 € à 10 personnes différentes, tandis que sur LinkedIn, vous trouverez des acheteurs corporate (business to business) qui pourront se permettre d'acquérir de plus grandes quantités et d'investir de plus gros budgets.

Le panier moyen d'un acheteur est le budget moyen consacré par achat et par fournisseur. Par exemple, si vous flânez sur Amazon et que vous achetez de temps à autre un livre, votre panier moyen sera de 19€ (le prix moyen d'un livre). Par contre, si vous achetez régulièrement un deuxième livre par mois, votre panier moyen sur Amazon sera de 38€/mois.

Selon notre expérience, le panier moyen d'un acheteur est aux alentours de 500 € sur Facebook, de 30 € sur Instagram et à 9 € sur TikTok ?

Par contre, sur LinkedIn, nous estimons qu'il est aux alentours de 5.000€ !

Sur Facebook, les produits les plus achetés sont les produits électroniques et les vêtements. (<https://saltmoney.org/fr/articles-les-plus-vendus-sur-facebook-marketplace/>). Et sur TikTok et Instagram, ce sont les produits cosmétiques. (<https://www.ecwid.com/fr/blog/products-to-sell-on-tiktok.html>)

Sur LinkedIn, les décideurs y sont pour acheter des services de qualité, des services dédiés aux professionnels, pas des mascaras ou des jouets.

Est-ce que vos yeux s'illuminent comme les miens ? Est-ce que, comme moi, vous en avez déjà l'eau à la bouche ?

LinkedIn est THE place to be pour les personnes qui veulent faire des affaires ! Votre temps comme celui de vos futurs clients est précieux. Les plateformes moins professionnelles pourraient vous faire perdre votre temps, car elles peuvent s'avérer moins rentables vu les efforts que vous devez fournir pour publier. LinkedIn est l'endroit où vous trouverez des partenaires prêts à booster la visibilité de votre marque, vous débuseriez des experts reconnus mondialement, vous attirerez des personnes actives qui veulent conclure des affaires.

Et ce sera d'autant plus simple si vous incarnez votre marque, votre fonction, votre expertise ou votre métier sincèrement.

Les personnes inscrites sur Facebook, Instagram et TikTok sont principalement là pour partager des photos avec leurs amis, regarder des vidéos fun ou visionner des tutoriels... C'est-à-dire pour passer du bon temps. Pas pour faire des affaires ou s'attirer la fidélité d'une clientèle !

Contrairement à Instagram ou Facebook, qui sont des parcs d'attractions aussi bondés que McDonald's lors des vacances scolaires, LinkedIn est plutôt gastronomique, utilisant ses codes et traditions uniques. Hélas, ces derniers restent encore un mystère pour quantité de gens ! Plus pour longtemps, car je suis là pour vous guider.

Sur LinkedIn, les « like » ne tombent pas du ciel comme la chantilly sur votre glace. Ils se méritent comme un trophée, car les utilisateurs exigent un contenu de qualité, qui, non seulement les aide à progresser dans leur domaine, mais stimule aussi leur intellect.

Pour ma part, je suis exigeante ! Pas de temps à perdre avec du contenu incolore, insipide, inodore ou du « fake » !

Pour « réussir » sur LinkedIn, oubliez tout ce que vous savez sur Instagram et les autres réseaux. Ce n'est ni plus difficile, ni plus facile, c'est simplement... différent.

Moins axé sur l'image et la photo qu'Instagram et plus intellectuel que Facebook.

Voilà pourquoi LinkedIn est devenu mon terrain de jeu préféré !

Le monde des affaires (business to business ou B2B), c'est un peu comme un cocktail chic : plus complexe, plus discret, moins accessible. Des superstars d'Instagram pourraient passer inaperçues sur ce réseau, tandis que de talentueux créateurs de contenu LinkedIn pourraient être ignorés ailleurs.

Si vous vous sentez prêt·e à creuser en vous et à embrasser ce côté soi-disant « fastidieux » et technique de LinkedIn, félicitations, vous venez de gagner un avantage concurrentiel !

Quand certains employeurs bloquent l'accès à Facebook et d'autres plateformes « plus divertissantes », LinkedIn, elle, reste accessible, puisqu'on peut y faire du business...

Aucun employeur digne de ce nom n'interdira à ses collaborateurs de surfer sur LinkedIn pour une bonne et simple raison : la visibilité de ses employés, leur crédibilité et leur expertise ne font que renforcer l'image de sa boîte !

Parlons maintenant d'opportunités. Sur LinkedIn, les utilisateurs ont un appétit insatiable de contenu, comme des convives affamés devant un plantureux banquet. Mais les créateurs de contenu se font rares : moins de 5,2 % !

Ce désert confère aux créateurs réguliers un réel avantage...

Ils sont vus, lus et reconnus !

Voici les chiffres en juillet 2023 :

- 5,2 % SEULEMENT des utilisateurs publient du contenu sur LinkedIn,
- 20 % des internautes interagissent sur LinkedIn,
- 60 % des utilisateurs lisent les publications sans réagir !

(ces chiffres sont mis à jour régulièrement ici : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-LinkedIn/>)

- ➡ 45,6 % des décideurs B2B ont découvert un contenu qui a mené à un achat sur LinkedIn.
- ➡ 92 % des acheteurs B2B interagissent avec des leaders d'opinion. Votre but est donc de devenir un leader d'opinion sincère (nous verrons comment faire plus loin).

(Source : Digimind)

Cependant, ne vous y trompez pas. Produire du contenu est une chose. Produire du contenu de qualité engageant et fédérant, c'est une tout autre histoire. Les créateurs de contenu de qualité capables de créer de l'engagement dans un secteur de niche sont aussi rares que les licornes... Néanmoins, ne vous en faites pas ! Vous pouvez tout apprendre (ou déléguer 😊), même si vous êtes plutôt zèbre, ours, ou vache !

J'imagine que là, vous devez sentir la pression monter ! Et vous sentir comme seul sur une scène devant des centaines de personnes, expertes dans leur business, qui vous observent et vont vous juger sur base de ce que vous allez écrire !

Ce qu'il faut retenir :

1. LinkedIn est plus haut de gamme que les autres plateformes.
2. LinkedIn est là où les gens font des affaires. LinkedIn n'est, en effet, jamais bloqué sur les ordinateurs professionnels.
3. C'est là où les décideurs se trouvent et choisissent leurs fournisseurs, leurs partenaires et leurs collaborateurs.
4. C'est une plateforme plus intellectuelle que les autres.
5. 1 milliard d'utilisateurs LinkedIn et seulement 5,2 % d'entre eux publient !

Ce qui veut dire opportunité !

Manuel Pallage se réveille chaque matin à 6h15 pour écrire !

Oui, écrire ! Il se met derrière son ordinateur et rédige sa publication LinkedIn du jour, pendant 20 minutes chrono ! Pourtant, depuis 13 ans, il est CEO de NSI IT Software & Services, une jolie entreprise de Wallonie qui compte pas moins de 2.000 employés.

Au cours d'une visioconférence, Manuel me confiait récemment : « *Flo, c'est criminel aujourd'hui de ne pas publier via son profil personnel sur LinkedIn !* »

Je riais à l'autre bout de mon ordinateur.

J'ai adoré son franc-parler et ce mot : « criminel » !

Manuel Pallage sait à quel point il est important de faire du personal branding authentique : « *Flo, les gens préféreront toujours une personne, un humain à un robot !* »

Effectivement, nous en avons tous fait les frais lorsque nous appelons notre opérateur téléphonique et qu'on nous refourgue un robot qui « essaie » de répondre à nos questions !

Pareil avec les marques, les produits, les services : nous préférons avoir affaire à un humain plutôt qu'un logo ou un robot !

Pourquoi ? Parce que nous sommes aussi des humains !

Manuel Pallage confirme qu'il reçoit beaucoup plus de couverture presse et de candidatures spontanées de profils intéressants, motivés par les valeurs fortes de NS, depuis qu'il a ancré cette habitude : publier sur son profil LinkedIn !

Ce CEO a fait passer, en 13 années, la boîte de 190 employés à 2.000 avec brio ! L'ingrédient principal : L'authenticité est palpable et contagieuse !

Une de ces habitudes est de publier chaque samedi, il partage un peu de sa passion pour... la musique ! Comme dans cette 83e publication qui parle de U2.

Et ce sujet n'a rien à voir avec son métier ou son domaine d'activité !

Mais, son caractère transpire au travers de cette passion !

Figurez-vous que Manuel croise des personnes au restaurant, en networking, des candidats qui lui parlent de ces fameuses publications !

Les 20 minutes investies chaque matin lui sont rendues au centuple par ces retours chaleureux !



Manuel Pallage · 1er
CEO chez NSI IT Software & Services
2 j · 🌐

C'est samedi et voici donc la rubrique de découverte musicale que j'ai beaucoup de plaisir à partager avec vous. Pour la 83ème fois déjà !

Huitième chapitre dans la présentation de mes 10 albums préférés. Vous savez, les albums parfaits que l'on écoute en boucle et que l'on voudrait faire découvrir à tout le monde.

Le classement jusque là :

- #10 The Suburbs - Arcade Fire
- #9 Dummy - Portishead
- #8 Wild Wood - Paul Weller
- #7 Live From The Union Chapel - Damien Rice
- #6 The Resistance - Muse
- #5 Live - Fleetwood Mac
- #4 4 Way Street - Crosby, Stills, Nash & Young

Le #3 est le légendaire album live Under A Blood Red Sky de U2, sorti en 1983.

J'aime les albums live que je trouve plus authentiques mais celui-ci est juste exceptionnel. Je l'ai écouté en boucle et nous l'avons utilisé tant et plus avec l'ami avec qui nous animions les soirées universitaires de Liège. Levez la main si vous avez une seule fois dansé sur la version studio de Sunday Bloody Sunday! Cela veut tout dire, non? Et puis il y a cette intro incroyable de I Will Follow qui ramène inmanquablement tout le monde sur la piste. Nous utilisons 40 également comme dernier slow des soirées.

Tout est bon dans cet album. Faites vous plaisir, écoutez le entièrement, donnez vous un petit coup de nostalgie et battons ensemble ce petit matin trop blème.

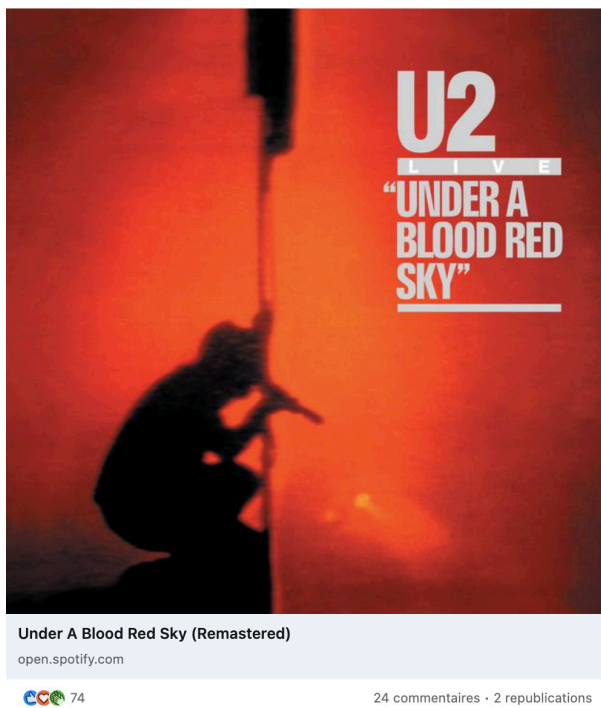
On écoute Sunday Bloody Sunday, I Will Follow et New Year's Day. Les vidéos avec leur image cette fois sont reprises dans les commentaires également.

<https://lnkd.in/eiG6eHpJ>

<https://lnkd.in/ei5x7-WE>

<https://lnkd.in/eUyev4wP>

Ces trois morceaux sont ajoutés à la playlist de cette rubrique que voici pour Spotify et Apple. 12h11 de bonheur 😊.



3. METTEZ-VOUS À LA PLACE DU ROBOT, BON SANG !

Imaginez une classe virtuelle avec presque un milliard d'élèves. Vous en faites partie de cette classe. C'est la classe LinkedIn, là où il y a un milliard d'utilisateurs.

Le professeur qui attribue les points et qui fera le classement entre les bons, les moins bons et les mauvais élèves (c'est-à-dire les bons ou les mauvais utilisateurs) est un robot !

En clair, cela veut dire : pas de chouchou, pas d'excuses, car pas de sentiment ! Le robot obéit aux chiffres, pas aux émotions.

Comment pensez-vous que les points seront attribués ?

- Entre les élèves qui participent ou ceux qui ne le font pas ?
- Entre ceux qui participent régulièrement ou ponctuellement ?

- Entre ceux qui se cachent au dernier rang et qui ne veulent surtout pas qu'on les remarque et les autres ?
- Entre ceux qui viennent simplement assister aux cours ou ceux qui s'y intéressent en profondeur ?
- Entre ceux qui ne pipent pas un mot ou ceux qui interviennent et posent des questions ?
- Entre les élèves positifs, qui persévèrent ou ceux qui abandonnent rapidement ?

Vous avez la réponse à chacune de ces questions, même si vous n'êtes pas prof, n'est-ce pas ?

Au cas où vous l'ignorez, il n'y a pas un employé chez LinkedIn chargé de suivre chaque membre pour décider si, oui ou non, sa visibilité grimpera dans l'algorithme.

L'algorithme est un robot, et les robots ne possèdent aucune empathie, du moins, à l'heure à laquelle j'écris ces lignes.

Le robot est rationnel et logique. Et ça, c'est un gros avantage pour nous, car cela signifie que ses réactions sont bien plus prévisibles que celles d'un être humain, qui pourrait avoir mal dormi, s'être disputé le matin avec sa femme avant d'entrer en réunion. Bref, il est prévisible, davantage qu'un être humain soumis à ses émotions.

En plus, par chance, seulement cinq pour cent de la classe sont actifs ! Ce qui vous laisse beaucoup de place pour gagner des points.

Voici les six choses que j'ai apprises sur l'algorithme.

1. SI C'EST GRATUIT, C'EST TOI LE PRODUIT

C'est une loi que tout marketer digne de ce nom connaît.

Lorsque je prenais le train pour Lausanne il y a deux mois, dans la gare de Genève, une femme devant un stand m'a tendu une glace... Elle me l'a offerte !

Ce bâtonnet de glace à la noisette était incroyablement bon ! Évidemment, cette dame me l'avait offerte, pas uniquement pour ravir mes papilles... Mais pour que je teste cette glace, que je puisse apprécier ses saveurs et que j'aie ensuite envie d'en acheter un paquet au supermarché. Ce que j'ai fait !

On peut dire que cette stratégie a super marché ! (bon, OK, c'est une blague de mon fils qui a 10 ans !)

Le cadeau du départ (la glace gratuite) est rentabilisé... J'ai acheté un paquet complet.

Donc, je le répète : si c'est gratuit, c'est toi le produit !

Pour LinkedIn, c'est la même chose ! LinkedIn est gratuit...

Vous pouvez vous inscrire sur la plateforme et interagir avec les autres membres, entièrement gratuitement.

Or, le chiffre d'affaires de LinkedIn pour 2023 est estimé à 14 milliards de dollars ! Rien que cela...

Vous voyez où je veux en venir ?

Lorsque vous surfez sur LinkedIn, on vous propose de souscrire à Sales Navigator ou autres programmes payants de LinkedIn : c'est vous le produit !

Vos données sont en plus récoltées pour être vendues aux autres : les entreprises qui font de la publicité sur LinkedIn paient pour avoir accès aux statistiques générées par votre âge, votre genre, vos réactions, vos habitudes, vos caractéristiques...

Les chasseurs de têtes, employeurs et marketers paient également LinkedIn pour vous envoyer des messages privés, comme une entreprise le ferait en payant un envoi publicitaire par la poste.

Si c'est vous le produit, soyez un bon produit pour LinkedIn !

Un bon élève LinkedIn possède un profil en ordre, un CV complet, une photo de profil nette et attrayante, publie du contenu régulièrement...

Conclusion : L'algorithme accorde des bons points et des mauvais points : si vous essayez de passer inaperçu, si votre profil est vide ou que vous ne fournissez pas assez de données à votre sujet, vous aurez de « mauvais points »...

2. LA QUANTITÉ DÉPASSE LA QUALITÉ

Sur ce point, je vais aller à contre-courant de nombreux rédacteurs de contenu, community managers et experts en réseaux sociaux.

LinkedIn, qui est gratuit pour vous, aime qu'il y ait beaucoup de membres sur sa plateforme, car cela veut dire que sa valeur augmente et que cela va attirer les publicitaires, qui, eux, dépenseront de l'argent. LinkedIn aime que ses membres soient actifs, parce que s'ils ne le sont pas, les publicitaires ne dépensent pas d'argent sur leur plateforme.

Il faut que la plateforme vive. Et pour cela, LinkedIn a besoin de vous ! C'est vous le produit.

Le robot professeur (l'algorithme) vous récompensera :

- si vous avez beaucoup de contacts dans votre carnet d'adresses ;
- si vous partagez vos idées sous forme de publications avec les autres ;
- si vous créez du contenu intéressant et fédérant
- si vous répondez à vos messages in ;
- si vous répondez aux commentaires.

Le robot vous donnera de mauvaises notes si :

- vous vous faites tout petit et que vous n'interagissez pas ;
- vous limitez votre carnet d'adresses et vous efforcez de rester loin des autres ;
- vous ne répondez pas aux autres ;
- votre profil ressemble à un désert !

Vous imaginez bien que cela n'arrange pas du tout LinkedIn pour sa stratégie d'expansion.

Comment voir où vous vous situez ?

C'est très simple : je vous mets le lien ici 📌

(il faut ouvrir votre compte [#LinkedIn](#) pour qu'il se calcule)

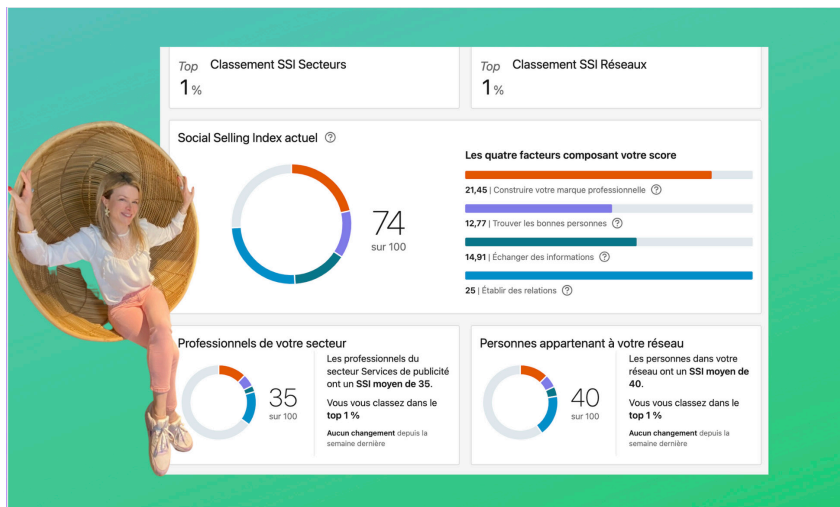
<https://lnkd.in/eHXDQbNt>

Cela s'appelle le Social Selling Index, et ce n'est pas moi qui l'ai inventé (dommage 😞 !)

C'est un outil de LinkedIn.

Vous pouvez mesurer :

- votre classement dans votre secteur (ici, celui d'un de nos clients : Publicité) ;
- votre score de personal branding (c'est-à-dire votre image personnelle) ;
- si vous trouvez les bonnes personnes ;
- si vous êtes à l'origine de bons échanges ;
- si vous avez le don pour établir des relations.



Nous analyserons ensemble, plus en profondeur, votre SSI plus tard dans la partie "chiffres" de cet ouvrage.

Conclusion : le robot professeur aime que vous ayez beaucoup d'amis, que vous fassiez interagir votre carnet d'adresses, que vous publiiez beaucoup de contenu que vous avez créé (et pas repartagé, j'y reviendrai au point 4).

D'après vous, qui aura le plus de points ? L'élève qui refuse de rentrer en contact avec d'autres élèves (comprenez l'utilisateur LinkedIn qui refuse d'accepter les demandes de mises en relation des autres), ou celui qui a envie d'établir de nouvelles relations ?

Pour le robot, un contact est un contact, qu'il ait de la valeur à vos yeux ou non.

Et puis, qui sait ? Peut-être serez-vous surpris de découvrir une personne que vous ne connaissiez pas au travers de LinkedIn, car vous aurez accepté son invitation à vous connecter...

Peut-être aussi, cette personne souhaitera-t-elle vous en présenter une autre qui n'arrive pas à vous joindre.

Donc, à la question qu'on me pose souvent : dois-je accepter toutes les demandes de mises en relation, ma réponse est OUI.

3. LE ROBOT PRÉFÈRE LES HUMAINS, IL N'AIMÉ PAS LES ROBOTS !

Imaginez que le professeur vous surprenne en train de tricher : vous avez mis un robot à votre place pour faire les devoirs qu'il vous a donnés. Vous allez perdre des points !

J'ai remarqué que si vous passez par des logiciels pour programmer vos publications ou répondre à vos messages, par exemple, les taux de réussite étaient moins bons.

On estime d'ailleurs qu'il y aurait une baisse (selon les programmes) de 20%. À vous de voir si vous souhaitez courir le risque.

Pour vous aider à planifier vos publications sans passer par un autre robot que LinkedIn, LinkedIn a créé un outil très pratique.

C'est comme si le prof nous donnait une calculatrice pour un examen de math ! Donc, profitons-en !



Florence Blaimont ▼
Visibilité : Tout le monde



De quoi souhaitez-vous discuter ?



Programmer pour plus tard



4. LE ROBOT VEUT QUE VOUS SOYEZ NOVATEUR

Imaginez que, dans la classe, un seul élève écrive la dissertation demandée et que tous les autres recopient son travail pour la rendre au professeur... Évidemment, cela ne lui plaira pas !

C'est pour cela que je conseille fortement de ne pas republier de contenu, même si vous le trouvez intéressant !

Que faire si vous souhaitez partager un contenu créé par quelqu'un d'autre avec votre audience ?

C'est simple, comme une dissertation, vous allez citer l'auteur.

Les étapes ? Ouvrez deux fenêtres de navigateur sur LinkedIn.

Copier la publication que vous aimez et que vous souhaitez partager.

Télécharger l'image s'il y en a une et que vous souhaitez la partager sur votre ordinateur.

Collez le texte dans votre espace de publication. Intégrez-y une phrase de remerciement pour l'auteur et taguez-le.

Téléchargez l'image ou la vidéo à partager.

Publiez le contenu ! Le tour est joué.

Vous pouvez même demander à Chat GPT de réécrire le texte sans plagiat. Bien sûr, je vous recommande de citer l'auteur à l'origine de la publication et de le remercier ! Les robots et les communautés n'aiment pas les fourbes !

Pour un de nos clients, nous avons simplement traduit le contenu écrit par quelqu'un d'autre en anglais. Et voici ce que cela a donné. Nous avons, bien entendu, cité nos sources. Et l'auteur de la publication d'origine a beaucoup apprécié... Le professeur algorithmique aussi 😊.



Stephane Buisseret · 1er
Chairman-Owner at AIR Brussels
3 mois · 🌐



2 hours of waiting to get into the **SHEIN** store in Paris 🤔

Despite all the controversies around this brand.

Despite the ecological disaster.

Despite the working conditions.

The ephemeral Shein store that opened in the heart of the Marais this weekend was a hit !

But how could this store open in the heart of **#Paris**?

We continue to trivialize modern slavery and ignore the ecological situation.

Let's continue to inform about what Shein really is.

Let's continue to explain what we contribute to when we buy ultra fast-fashion.

Let's continue to create alternatives. 🙌

Thank you **Mona Boujtita** , founder of **RESAP PARIS** for this post 🙏

#sustainability #future

[Voir la traduction](#)



Vous et 190 autres personnes

11 commentaires · 12 replications

Quid des droits d'auteur, d'images et de textes ?

Il n'y en a pas sur LinkedIn ni sur aucun autre réseau social, d'ailleurs. C'est noté texto dans les conditions générales que vous avez approuvées en vous inscrivant.

Vous êtes créateur ? Réjouissez-vous que votre contenu soit partagé. Vous partagez un contenu ? Vous y êtes autorisé. Mon équipe et moi, cependant, vous conseillons de citer l'origine de la photo ou du texte si vous ou votre entreprise n'êtes pas à son origine. À mon sens, c'est une question de respect et ce sera très apprécié de l'auteur ou l'autrice.

5. LE ROBOT PRÉFÈRE LES COMMENTAIRES AUX « LIKE »

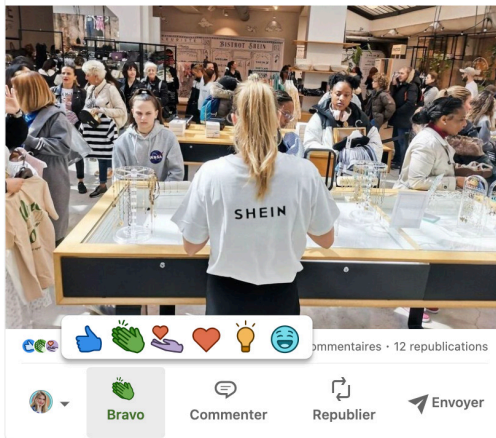
Le professeur aime que vous vous impliquiez !
Et vous verrez que vous en récolterez les fruits très rapidement...

Voici l'explication.

Si vous likez d'autres publications d'autres membres, vous êtes présent et actif : un bon point !

Si vous sélectionnez un like autre que le pouce, par exemple le « bravo » ou le « intéressant », vous avez pris du temps, vous êtes consciencieux : deux bons points !

Si vous avez pris le temps d'écrire un commentaire sous la publication, c'est encore mieux ! Et encore mieux si vous taguez une autre personne susceptible d'être intéressée par la publication que vous commentez : dix bons points !



Il y a 5 ans, je voulais apprendre les ficelles d'Instagram et j'ai suivi un cours avec un influenceur célèbre, David Michigan. Je ne sais pas si les accusations sur le nombre de ses followers sont fondées ou non. De toute façon, Instagram n'est pas le sujet de cet ouvrage, je veux simplement vous montrer que cette technique est connue par les influenceurs.

Une de ses techniques pour être vu est de choisir des profils d'influenceurs (personnes qui ont beaucoup de vues, d'amis, de likes et de commentaires) et de laisser un commentaire sous une de leurs publications...

C'est exactement pareil sur LinkedIn !

Ceci a de nombreux avantages :

1. Le professeur algorithmique aime que vous participiez.
2. L'auteur de la publication, un influenceur, va être reconnaissant que vous participiez aussi, car il gagne en visibilité. C'est bon pour ses notes à lui aussi, s'il a des commentaires sous ses publications !
3. Les gens sont curieux ! Les autres membres ne regardent pas qui a liké une publication, par contre, ils lisent les commentaires ! Ils verront le vôtre, l'apprécieront ou non. Ils retiendront votre nom, vous ajouteront à leur carnet d'adresses... Et par conséquent, vous gagnerez rapidement en notoriété.

J'ai réussi à faire venir Maud Ankaoua, célèbre autrice française en Belgique pour une de nos conférences, en lui laissant un commentaire sous une de ses publications !

6. LE PROFESSEUR N'AIME PAS QUE LES ÉLÈVES QUITTENT LA CLASSE !

Imaginez une classe dans laquelle tous les élèves seraient assis et attentifs. Vous, fauteur de trouble, les incitez à quitter la classe : vous vous levez, vous proposez à d'autres de faire l'école buissonnière, vous menez un mouvement de départ. Le professeur sera furieux ! Vous allez le monter contre vous, car vous troublez son cours, vous distrayez les élèves, vous les amenez ailleurs.

C'est exactement ce qu'il se passe lorsque vous publiez sur LinkedIn un lien vers un autre réseau social ou un autre site internet. Vous les emmenez ailleurs ! Vous les faites sortir de la classe !

Comme sur LinkedIn, c'est VOUS le produit, il faut que vous passiez un maximum de temps sur cette plateforme. Les autres élèves pareillement. C'est ce que Madame Algorithmique attend des utilisateurs. Et leur temps n'est pas extensible : 24 heures, c'est-à-dire 1.440 minutes pour chaque humain chaque jour.

En bref, si les utilisateurs passent moins de temps sur LinkedIn et plus de temps sur un autre site, ce sera une perte d'argent pour LinkedIn.

C'est donc une véritable bataille qui s'opère entre chaque plateforme pour être celle sur laquelle les utilisateurs passent le plus de temps.

Dès que vous publiez un lien vers YouTube, votre site internet ou autres de manière directe dans la publication, vous recevrez un carton rouge ! Cela ne signifie pas que votre publication ne fonctionnera pas, mais elle recevra des bâtons dans les roues.

Comment faire, alors, pour publier et relayer vers un site, un formulaire qui fera sortir les internautes de LinkedIn ? Pour cela, nous avons une petite astuce chez WoWo Community : nous insérons le lien voulu en commentaire de la publication. C'est-à-dire que le lien de l'appel à l'action (lien vers site, page de vente, vers un formulaire, vers un article de presse, d'un site d'actualité ou autres) se trouvera en commentaire, et non directement dans votre publication.

Agissez de manière identique pour les plateformes comme YouTube, Facebook, Instagram.

Typhanie AFSCHRIFT · 1er
Avocate spécialisée en droit fiscal chez Afschrift - Bruxelles...
1 an(s) · 🌐

Notre ours à nous s'appelle Idefisc ! 🐻
Bon, je vais être directe, il y a de mauvaises nouvelles...
Mais des bonnes aussi ! [...voir plus](#)

IDEFISC
LETTRE TRIMESTRIELLE D'INFORMATION JURIDIQUE

BUREAU DE DÉPÔT BRUXELLES 5
© IDEFISC ASSOCIATION INTERNATIONALE À BUT SCIENTIFIQUE - INFO@IDEFISC.BE

👍👍👍 146
5 commentaires · 4 republications



Typhanie AFSCRIFT · 1er

Avocate spécialisée en droit fiscal chez Afschrift - Bruxelles...

1 an(s) · 🌐



Notre ours à nous s'appelle Idefisc ! 🐻

Bon, je vais être directe, il y a de mauvaises nouvelles...

Mais des bonnes aussi !

Plus rares... 😊

✅ Parmi les bonnes

L'abolition de l'impôt sur la fortune en Andalousie...

Enfin, un peu loin, tout de même ! 😊

🚫 Parmi les "moins bonnes"

Le projet de loi modifiant

le régime fiscal des droit d'auteur

a été déposé 🙄

La Cour Constitutionnelle a maintenu pour l'essentiel

la taxe sur les comptes-titres 🙄

Et...

Pourquoi je vous parlais d'Idefisc ? 😊

Parce que c'est le nom de notre magazine !

Dans lequel vous pouvez trouver nos conseils

et informations sur les taxes et votre fiscalité

📧 Nous vous l'envoyons gratuitement 📧

👉 Je vous mets l'adresse e-mail de notre office manager

Pascale Louckx en commentaire 👉

Envoyez lui simplement un petit e-mail avec vos coordonnées et vous

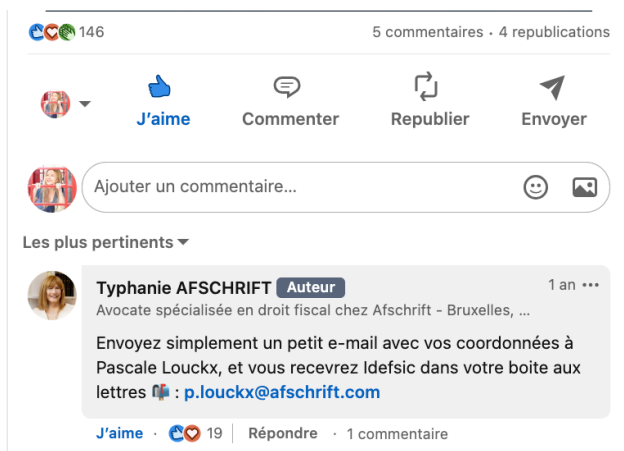
recevrez Idefisc dans votre boîte 📧

PS : je vous dirai dans une prochaine publication 😊

pourquoi j'ai choisi l'ours comme emblème de notre cabinet d'avocats fiscalistes

il y a 28 ans ! 🐻

#fiscalité #taxes #finances #argent #impots



Comme vous pouvez le voir dans la publication ci-dessus, l'adresse e-mail à laquelle il faut écrire pour recevoir le magazine est en commentaire. Et l'appel à l'action dans la publication, "Envoyez-lui simplement un petit e-mail avec vos coordonnées et vous recevrez l'edfisc dans votre boîte aux lettres 📧" invite clairement les élèves de la classe LinkedIn à aller voir en commentaire.

Le lendemain de cette publication, Typhanie me laissait un message vocal me demandant ce que nous avions fait. Sa secrétaire l'avait appelée en panique, car elle avait reçu une centaine d'emails demandant de recevoir leur magazine. Du jamais vu dans leurs bureaux.

Depuis ce jour, Typhanie m'appelle parfois "Tsunami Flo" en riant, et nous avons continué à publier pour promouvoir le magazine et la base de données grandit à la vitesse vv'.

Pourquoi ne feriez-vous pas la même chose ?

Qui voit réellement vos publications ?

Selon les chiffres LinkedIn, 60 % des utilisateurs lisent les publications. Mais cela ne signifie pas que 60 % des personnes de votre carnet d'adresses lisent vos publications.

Si les réactions s'emballent, le professeur algorithmique pensera qu'il est bon de le montrer à davantage de personnes...

Aussi, les amis de vos amis peuvent voir ce que vos amis apprécient !

Le professeur suggère aux membres des publications likées par votre carnet d'adresses.

Bien sûr, pour cela, il faut que vous vous rendiez dans les réglages et que vous vous assuriez que votre publication sera « vue » par tout le monde. Et rendre votre profil, dans les options de confidentialité, un maximum visible publiquement. C'est ce que nous vous conseillons pour flatter l'algorithme.

Mais souvenez-vous : plus de 60% lisent et ne réagissent pas à vos publications.



Florence Blaimont ▼

Visibilité : Tout le monde

De quoi souhaitez-vous discuter ?

jean-louis clette aime ceci

Isabelle Janssens • 2e
Secrétaire permanente chez CGCLB-ACLVB, syn...
2 h • 🌐 [+ Suivre](#)

LOptimisme.pro
231 260 abonnés
4 j • 🌐 [+ Suivre](#)

Le professionnalisme ne doit pas exclure la gentillesse 😊

👉 Parce qu'"être professionnel" ne veut pas forcément dire "être c...

Vous pouvez être ceci

The diagram consists of two overlapping circles. The left circle is reddish-brown and labeled 'Sympa'. The right circle is light blue and labeled 'Professionnel.le'. The overlapping area in the center is shaded grey. A black arrow points from the top of the intersection towards the text 'Vous pouvez être ceci'.

LOPTIMISME.PRO

Ici, vous voyez que LinkedIn vous montre qu'une personne de votre carnet d'adresses a liké un contenu qui pourrait vous intéresser. En plus, le message est plutôt sympa, non ?!

À ce stade-ci, vous devez sûrement vous demander comment faire pour gérer tout cela. Peut-être, pensez-vous renoncer, car cela deviendrait trop chronophage ou énergivore ?

C'est parti pour un petit exercice !

Déjà ? Mais oui, pourquoi pas ?!

Commençons par le commencement :

Qu'aimeriez-vous apprendre avec ce livre ?

Quel(s) objectif(s) souhaitez-vous atteindre en termes de notoriété, de sincérité et de ventes sur LinkedIn ?

Pour quelles raisons voulez-vous activer votre notoriété sur LinkedIn ?

Je vous conseille de fixer vos objectifs à 3 mois. Pourquoi ? Car c'est plus encourageant et réaliste que sur 1 an.

Attribuez-vous une note pour chaque point :

Actuellement, combien vous donnez-vous sur 10

Notoriété : /10

Sincérité : /10

Ventes : /10

Et la note que vous souhaitez atteindre d'ici à 3 mois :

Notoriété : /10

Sincérité : /10

Ventes : /10

Que manque-t-il pour atteindre vos objectifs dans 3 mois:

En termes de notoriété :

En termes de sincérité :

En termes de ventes :

Toujours pas convaincu ? J'aime l'esprit critique.

Voici quelques arguments pour vous.

VOICI 6 BONNES RAISONS D'ACTIVER VOTRE NOTORIÉTÉ SUR LINKEDIN

1. Visibilité professionnelle :

Être actif sur LinkedIn augmente votre visibilité dans votre secteur. Vous ne savez jamais qui pourrait tomber sur votre profil ! 72% des recruteurs vérifient le profil LinkedIn des candidats !

2. Réseautage :

C'est l'endroit idéal pour élargir votre réseau professionnel et rencontrer des personnes influentes dans votre domaine.

3. Opportunités d'emploi :

Les recruteurs y sont très actifs. Qui sait, votre futur job pourrait vous trouver avant même que vous le cherchiez.

4. Veille technologique et sectorielle :

Suivre des pages ou des personnes clés vous permet de rester au courant des dernières tendances et innovations.

5. Crédibilité :

Un profil bien renseigné et actif peut améliorer votre crédibilité professionnelle.

6. Personal Branding :

C'est votre ADN, votre saveur personnelle... C'est l'image que vous donnez de vous-même, c'est votre essence même. Ne jouez pas à faire semblant d'être quelqu'un d'autre, sur le long terme, c'est impossible. C'est votre réputation, ce que les gens disent dans votre dos... Ce que les gens retiendront de vous à votre mort !

VOUS ÊTES EMPLOYÉ ?

1. Visibilité professionnelle

Avantage pour l'employé : Plus de personnes savent ce que vous faites, donc plus d'opportunités s'offrent à vous.

Effet sur l'employeur : Une meilleure visibilité de l'employé augmente également la visibilité de l'entreprise.

2. Réseautage

Avantage pour l'employé : Créer des relations qui pourraient s'avérer bénéfiques pour la carrière à long terme.

Effet sur l'employeur : Un réseau plus large peut ouvrir des portes pour de nouveaux partenariats ou opportunités d'affaires.

3. Opportunités d'emploi

Avantage pour l'employé : Être sur le radar de plusieurs recruteurs ou entreprises.

Effet sur l'employeur : Motivation supplémentaire pour retenir les talents en offrant de meilleures conditions ou opportunités de progression.

4. Veille technologique et sectorielle

Avantage pour l'employé : Rester à jour, ce qui rend l'employé plus compétent et informé.

Effet sur l'employeur : L'employé peut apporter de nouvelles idées ou technologies à l'entreprise.

5. Crédibilité

Avantage pour l'employé : Renforce la confiance des autres envers son expertise.

Effet sur l'employeur : Avoir des employés crédibles améliore la réputation de l'entreprise.

6. Marque personnelle

Avantage pour l'employé : Permet de se différencier dans un marché du travail concurrentiel.

Effet sur l'employeur : Un employé avec une forte marque personnelle peut attirer des talents ou des clients vers l'entreprise.

SI VOUS ÊTES SOLOPRENEURS (C'EST-À-DIRE QUE VOUS TRAVAILLEZ SEUL), VOICI LES IMPACTS QUE VOUS AUREZ :

Selon mon expérience, les solopreneurs ont beaucoup à gagner à être actifs sur LinkedIn. Voici quelques points et comment cela pourrait avoir un impact positif sur leur business.

1. Visibilité professionnelle

Avantage pour le solopreneur : être vu par des clients potentiels ou des partenaires.

Impact sur le business : augmente les chances d'acquérir de nouveaux contrats ou collaborations.

2. Réseautage

Avantage pour le solopreneur : possibilité de rencontrer d'autres professionnels pour partager des idées, des ressources ou même créer des partenariats.

Impact sur le business : le réseautage peut ouvrir des portes à des opportunités commerciales inattendues.

3. Crédibilité

Avantage pour le solopreneur : un profil bien construit et des recommandations de clients ou de partenaires augmentent la confiance des prospects.

Impact sur le business : plus de crédibilité se traduit souvent par plus de clients et des tarifs plus élevés.

4. Marque personnelle

Avantage pour le solopreneur : une marque forte vous différencie dans un marché saturé.

Impact sur le business : une marque personnelle solide peut vous aider à attirer des clients qui partagent vos valeurs.

5. Apprentissage continu

Avantage pour le solopreneur : Accès à une multitude d'articles, webinaires, et discussions susceptibles d'augmenter vos compétences.

Impact sur le business : Être à jour dans votre domaine vous rend plus compétitif.

6. Génération de leads/ prospects

Avantage pour le solopreneur : possibilité d'entrer en contact avec des prospects grâce à des publications et des interactions ciblées.

Impact sur le business : avoir plus de leads signifie plus de chances de conversion en ventes.

SI VOUS EXERCEZ UNE PROFESSION LIBÉRALE ET QUE VOTRE COMMUNICATION EST SENSIBLE, VOICI LES RAISONS LES PLUS INTÉRESSANTES D'ÊTRE VISIBLE SUR LINKEDIN :

Qu'en est-il des professions libérales auxquelles la déontologie interdit de faire de la publicité en tant que telle ? Pour les professions réglementées comme les avocats, les médecins et architectes, la stratégie est un peu différente. Les restrictions sur la publicité exigent une approche plus subtile. Voici quelques points :

1. Création de contenu éducatif

Avantage pour le professionnel : positionnement comme expert dans son domaine.

Impact sur la clientèle : attractivité pour des clients cherchant des services spécialisés et de qualité.

2. Réseautage professionnel

Avantage pour le professionnel : Développement d'un réseau de confrères pour les références et les conseils.

Impact sur la clientèle : Possibilité d'offrir un service plus complet grâce à un réseau de professionnels complémentaires.

3. Veille juridique/médicale/etc.

Avantage pour le professionnel : Reste informé des dernières actualités et des réglementations.

Impact sur la clientèle : Assurance pour les clients que vous êtes à jour dans votre domaine.

4. Recommandations

Avantage pour le professionnel : Les recommandations sur LinkedIn, même si elles sont discrètes, augmentent la crédibilité.

Impact sur la clientèle : Aide à rassurer les nouveaux clients potentiels.

5. Éthique et transparence

Avantage pour le professionnel : Une présence bien gérée sur LinkedIn peut démontrer votre intégrité professionnelle.

Impact sur la clientèle : Création d'un climat de confiance.

6. Mise en avant des compétences Soft

Avantage pour le professionnel : Outre les compétences techniques, il montre des qualités humaines comme l'empathie, l'éthique, etc.

Impact sur la clientèle : Les compétences soft peuvent être aussi importantes que les compétences techniques dans le choix d'un professionnel.

7. Présentation d'études de cas (anonymisées)

Avantage pour le professionnel : Possibilité de montrer son expertise à travers des cas pratiques sans violer les règles de confidentialité.

Impact sur la clientèle : Démontre la compétence et l'expérience dans la résolution de problèmes similaires.

SI VOUS TRAVAILLEZ DANS UNE STARTUP, VOICI LES AVANTAGES QUE VOUS GÉNÉREREZ :

1. Visibilité professionnelle

Avantage pour la startup : Crée une présence professionnelle qui attire l'attention des investisseurs.

Impact sur la levée de fonds : Plus vous êtes visible, plus vous aurez de chances de séduire des investisseurs.

2. Réseautage

Avantage pour la startup : Permet de se connecter avec des investisseurs, des conseillers et des partenaires potentiels.

Impact sur la levée de fonds : Un bon réseau peut ouvrir des portes à des opportunités de financement.

3. Crédibilité

Avantage pour la startup : Les témoignages de clients satisfaits ou de partenaires peuvent ajouter de la crédibilité.

Impact sur la levée de fonds : Un social proof solide peut aider à rassurer les investisseurs.

4. Attractivité pour les investisseurs

Avantage pour la startup : Mettre en avant des étapes clés, comme un produit lancé ou un nouveau partenariat, montre votre dynamisme.

Impact sur la levée de fonds : Les investisseurs veulent voir que vous progressez et atteignez vos objectifs.

5. Opportunités d'emploi

Avantage pour la startup : Un bon profil d'entreprise peut attirer les meilleurs talents.

Impact sur la levée de fonds : Une équipe solide est souvent un critère clé pour les investisseurs.

6. Transparence et accessibilité

Avantage pour la startup : Partager des updates réguliers montre que vous êtes engagé et sincère.

Impact sur la levée de fonds : Les investisseurs aiment la transparence et être informés régulièrement peut les encourager à investir.

7. Veille technologique et sectorielle

Avantage pour la startup : montrer que vous êtes à la pointe de votre secteur peut vous distinguer de la concurrence.

Impact sur la levée de fonds : L'innovation est souvent un critère attractif pour les investisseurs.

8. Marque personnelle

Avantage pour la startup : Détailler comment votre produit ou service apporte une valeur ajoutée concrète.

SI VOUS ÊTES DIRIGEANT, COMME CEO, CMO, CFO, OU CADRE, VOICI LES IMPACTS QUE VOUS AUREZ :

Pour les dirigeants comme les CEO, CMO et autres chefs d'entreprise, LinkedIn offre une plateforme inégalée pour exercer une influence, gagner en visibilité et même impulser le succès de leur entreprise. Voici comment :

1. Leadership Thought (Pensée stratégique)

Avantage pour le dirigeant : Se positionner comme un leader d'opinion dans son domaine.

Impact sur l'entreprise : Établit la crédibilité de l'entreprise et peut attirer des partenaires et des clients.

2. Réseautage haut niveau

Avantage pour le dirigeant : Accès à un réseau de décideurs et de pairs pour partager les meilleures pratiques.

Impact sur l'entreprise : Ouverture à de nouvelles opportunités d'affaires et de partenariats.

3. Attractivité pour les investisseurs

Avantage pour le dirigeant : Une présence active et professionnelle peut attirer l'attention des investisseurs.

Impact sur l'entreprise : Peut faciliter les phases de levée de fonds ou d'acquisition.

4. Talent acquisition (Recrutement de talents)

Avantage pour le dirigeant : Un profil fort et une entreprise bien représentée peuvent attirer les meilleurs talents.

Impact sur l'entreprise : Un bon recrutement conduit à une meilleure performance globale.

5. Communication de crise

Avantage pour le dirigeant : LinkedIn offre une plateforme pour adresser directement des stakeholders en cas de crise.

Impact sur l'entreprise : Gestion plus efficace de la réputation et de la confiance du public.

6. Gouvernance et éthique

Avantage pour le dirigeant : Montrer un engagement envers des pratiques éthiques et une bonne gouvernance.

Impact sur l'entreprise : Amélioration de la réputation et réduction des risques liés à la conformité.

7. Veille concurrentielle

Avantage pour le dirigeant : Reste à jour sur ce que font les concurrents et les tendances du marché.

Impact sur l'entreprise : Aide à la prise de décisions stratégiques.

8. Partage de succès et de reconnaissance

Avantage pour le dirigeant : Célébrer les succès et les récompenses augmente la satisfaction personnelle et la visibilité.

Impact sur l'entreprise : La reconnaissance externe peut booster le moral de l'équipe et attirer plus de clients ou de partenaires.

9. Transparence et accessibilité

Avantage pour le dirigeant : Montrer un côté plus humain et accessible peut renforcer les relations à tous les niveaux.

Impact sur l'entreprise : Humanise la marque et peut renforcer la culture d'entreprise.

SI VOUS ÊTES ARTISAN OU CRÉATEUR, VOICI LES IMPACTS QUE VOUS AUREZ :

Les artisans et les artistes ont une approche très personnelle et créative de leur métier, et LinkedIn peut les servir de manière unique. Voici quelques raisons et avantages pour ces professions :

1. Portfolio en ligne

Avantage pour l'artiste/artisan : Présenter ses œuvres ou réalisations de manière professionnelle.

Impact sur la carrière : Augmente les chances d'être repéré par des galeries, des clients, la presse ou des collaborateurs.

2. Réseautage avec des professionnels du secteur

Avantage pour l'artiste/artisan : Établir des relations avec d'autres artistes, galeries et même des fournisseurs de matériaux.

Impact sur la carrière : Ouverture à des opportunités de collaboration ou d'expositions.

3. Marque personnelle

Avantage pour l'artiste/artisan : Développer et consolider son image et son style uniques.

Impact sur la carrière : Attire des clients ou des fans qui se sentent en accord avec votre marque.

4. Mise en lumière des compétences techniques

Avantage pour l'artiste/artisan : Montrer non seulement le produit final, mais aussi le processus de création et les compétences qui y contribuent.

Impact sur la carrière : Valorisation du savoir-faire, ce qui peut justifier des tarifs plus élevés.

5. Veille créative

Avantage pour l'artiste/artisan : Accès à des articles, des tutoriels et des discussions qui peuvent nourrir sa créativité.

Impact sur la carrière : Inspiration et apprentissage continu pour rester compétitif et innovant.

6. Cours et formations

Avantage pour l'artiste/artisan : Possibilité de suivre des cours en ligne pour perfectionner des compétences spécifiques.

Impact sur la carrière : Élargissement de la gamme de compétences, ce qui peut ouvrir à de nouvelles opportunités.

7. Recommandations et témoignages

Avantage pour l'artiste/artisan : Les recommandations de clients ou de partenaires satisfaits peuvent être très persuasives.

Impact sur la carrière : Construction d'une réputation positive qui peut attirer de nouveaux clients.

8. Partage de l'évolution du travail

Avantage pour l'artiste/artisan : Montrer les étapes de création ou les coulisses peut susciter l'intérêt et l'engagement.

Impact sur la carrière : Création d'une communauté de followers fidèles susceptibles de devenir des clients ou des ambassadeurs de votre travail.

9. Nouvelles opportunités et appels d'offres

Avantage pour l'artiste/artisan : Reste informé sur les appels d'offres, les expositions ou les marchés à venir.

Impact sur la carrière : Augmente les chances de participer à des événements qui peuvent booster la visibilité et les ventes.

SI VOUS ÊTES ÉTUDIANT, CHERCHEUR, FONCTIONNAIRE, BÉNÉVOLE, JOURNALISTE, AGENT IMMOBILIER, VOICI LES AVANTAGES QUE VOUS TROUVEREZ :

1. Étudiants et jeunes diplômés :

Pour construire un premier réseau professionnel, trouver des stages ou décrocher des premiers emplois.

2. Professionnels du Secteur Public :

Pour partager des initiatives gouvernementales, se connecter avec des organisations non gouvernementales, etc.

3. Chercheurs et universitaires :

Pour publier des articles, trouver des conférences, participer à des colloques ou des symposiums et se connecter avec d'autres chercheurs.

4. Professionnels du Secteur de la Santé :

Médecins, infirmiers, et autres peuvent partager des avancées dans leur domaine et se connecter avec des institutions.

5. Professionnels du Non-lucratif et de l'Humanitaire :

Pour se connecter avec des donateurs, des bénévoles et des partenaires.

6. Free-lances de tous types (comme rédacteurs, développeurs, designers, etc.)

Pour trouver des clients et partager leur portfolio et faire connaître vos talents.

7. Personnel de Ressources Humaines :

Pour le recrutement, la veille sur les bonnes pratiques en matière de RH, et pour suivre les tendances du marché du travail.

8. Journalistes et Médias :

Pour suivre les entreprises, dénicher des scoops et des interviews et partager des articles.

9. Professionnels de l'Immobilier :

Pour établir leur réseau et partager des listings ou des études de marché.

SI VOUS ÊTES POLITICIEN OU QUE VOUS ÊTES UNE PERSONNALITÉ PUBLIQUE, VOICI LES IMPACTS QUE VOUS AUREZ :

Les personnalités publiques et les politiciens peuvent également tirer grand bénéfice de LinkedIn pour plusieurs raisons.

1. Dialogue direct avec les Citoyens

Avantage pour le politicien : Possibilité de s'adresser directement aux électeurs sans intermédiaire.

Impact sur la carrière : Création d'une relation plus transparente et authentique avec les citoyens.

2. Réseau professionnel

Avantage pour le politicien : Se connecter avec d'autres politiciens, experts et parties prenantes.

Impact sur la carrière : Peut ouvrir la porte à des collaborations, des alliances et même des opportunités de carrière.

3. Plateforme de campagne

Avantage pour le politicien : Utilisation de LinkedIn comme un outil de campagne pour partager des idées et des programmes.

Impact sur la carrière : Augmentation de la visibilité et de l'engagement, surtout auprès d'un public plus professionnel.

4. Crédibilité et expertise

Avantage pour la personnalité publique : Montre son parcours, ses compétences et ses réalisations de manière crédible.

Impact sur la réputation : Établit ou renforce son statut en tant qu'expert ou influenceur dans son domaine.

5. Veille stratégique

Avantage pour le politicien : Accès à des analyses, des études et des nouvelles pertinentes.

Impact sur la carrière : Prendre des décisions plus informées et rester à jour sur les questions actuelles.

6. Médiation et débat

Avantage pour le politicien : Possibilité d'initier ou de participer à des discussions sur des sujets d'intérêt public.

Impact sur la carrière : Peut aider à forger une réputation en tant que penseur sérieux et responsable.

7. Gestion de crise

Avantage pour la personnalité publique : Une plateforme pour s'adresser à un public en cas de crise ou de controverse.

Impact sur la réputation : Permet de gérer la situation d'une manière plus contrôlée et réfléchie.

8. Transparence et authenticité

Avantage pour la personnalité publique : Partage des coulisses de leur vie professionnelle pour montrer un côté plus humain.

Impact sur la réputation : Humanise la personnalité et peut créer un lien plus fort avec le public.

9. Parrainage et mentorat

Avantage pour le politicien : Possibilité de devenir mentor ou de soutenir des causes ou des individus.

Impact sur la carrière : Amélioration de l'image publique et satisfaction personnelle de donner en retour.

Toujours pas convaincu ?

Allons boire un thé vert pour vous réchauffer les neurones.

Un thé jasmin pour moi ! Et vous ?

