

MEMO LinkedIn

FORPRO PACA

Intervenantes : Selma Hardy / Julie Trecco / Jennifer Uderso - PFR 2024



Se repérer sur LinkedIn

Pictos
Retour à la page
d'accueil
Accès à son profil
Outil de recherche
Paramètres
Fil d'actualité

The screenshot displays the LinkedIn interface for the page 'FORPRO PACA' (6,907 abonnés). The top navigation bar includes 'Recherche', 'Accueil', 'Réseau', 'Offres d'emploi', 'Messagerie', 'Notifications', and 'Vous'. The main content area features a 'Fil d'actualité' section with a post by Julie Bocobza from 17/04/2024. The post text reads: 'L'IFAS du GRETA DU VAR a rejoint l'initiative du Lycée du Parc St Jean sur la thématique du don du sang à Toulon.' Below the text is a promotional graphic for 'IFAS GRETA DU VAR promotion de Septembre 2023/2024 Donne son Sang' and a photo of a group of people. The right sidebar contains a 'Statistiques' section for the last 30 days, showing metrics like 'Nombre d'apparitions dans les recherches' (621, +16.5%), 'Visiteurs uniques' (233, +0.4%), 'Nouveaux abonnés' (95, -12.8%), and 'Impressions de posts' (56,548, +122.1%). A 'Pictos' character is visible in the bottom right corner of the page.

Les paramètres

Préférences

Préférences du compte

Information de profil
Préférences générales
Gestion du compte

Accès au compte

Identification et sécurité

Visibilité

Visibilité de votre profil et de votre réseau
Visibilité de votre activité sur LinkedIn

Confidentialité des données

Comment LinkedIn utilise vos données
Qui peut vous contacter

Données relatives à la publicité

Services LinkedIn

Notifications

Notifications que vous recevez

Votre profil



Bien définir ses paramètres de comptes

VOTRE SLOGAN

Accrocheur, succinct, descriptif.
Constitué de termes qui susciteront un intérêt chez les professionnels qui recherchent vos compétences. Plus explicite que votre carte de visite

VOTRE RESUME

Soyez précis et accrocheur, quelques phrases suffisent. Dites qui vous êtes, en donnant aux autres l'envie de vous connaître, vous et votre vision/mission en tant que professionnel. Mentionnez les points clés de votre profil, votre compétence et vos spécialités.

VOS EXPERIENCES

Décrivez votre parcours professionnel :
votre poste
actuel, et les précédents.
Utilisez des mots clés pour détailler vos expériences
Illustrez vos réussites avec des exemples (pas d'informations confidentielles) ou des réalisations concrètes.

VOS FORMATIONS

Valorisez votre cursus : écoles, universités, 3ème cycle doivent apparaître clairement. Mentionnez les diplômes obtenus, les distinctions.

Gérer son réseau

Événements
Pages
Newsletters
Hashtags

The screenshot shows the LinkedIn interface with the 'Réseau' (Network) icon highlighted in red. The sidebar on the left includes 'Gérer mon réseau' with counts for Relations (596), Suivi et abonnés, Événements (8), Pages (251), Newsletters (9), and Hashtags (54). Below this is a 'Sponsorisé' section with ads for Umso, Zapier, and FouAnalytics. The main content area features an 'Invitations' section with three items: a user invitation, a newsletter invitation from Whaller, and a page invitation from SocialHub. Below the invitations is a promotional banner for LinkedIn Premium. At the bottom, there is a 'Personnes du secteur Développement professionnel et coaching que vous connaissez peut-être' section with four profile suggestions: Irina ZAVIALOV, Vanessa KOPEC, Emmanuel Sente..., and LAETITIA CAPEL.

Invitations

Les comptes qui souhaitent suivre votre profil ou se connecter avec vous

Suivre ≠ Se connecter

Suggestions

Les personnes qui sont susceptibles de vous connaître (en fonction de votre entreprise, vos études, votre métier, vos relations...)

La routine à adopter sur LinkedIn



1

Connectez-vous au moins 30 min par jour pour vérifier vos interactions, messages, invitations et pour procéder à vos mises à jour

2

Interagissez au travers de likes, commentaires, partages pour vous faire remarquer et attirer l'attention sur votre profil

3

Envoyez chaque semaine des invitations et engagez la discussion en privé pour nouer de véritables liens

Rédiger un post

Rédigez un texte clair, pertinent, engageant tout en suivant quelques bonnes pratiques.



Caractères

Jusqu'à 1900 caractères



Hashtags

Jusqu'à 3 hashtags en lien avec le post



Mentions

Collaborateurs et pages concernés



Emojis

Quelques emojis pour transmettre des émotions



Lien ou question

Pour inciter à l'action

Emojis en lien avec le post
(séminaire, stratégie,
équipe, travail)

Hashtags en lien avec la
publication



Retour sur notre réunion "Communication régionale" organisée par Emmanuel Didier, DRAFPIC adjoint, et les responsables de communication régionale Rachel SCHAEFER (académie de Nice) et Sabine Rossetti (académie d'Aix-Marseille) au BARBAROUX Golf, Hôtel & Spa.

Réunissant les référents communication des structures du réseau FORPRO PACA, cet événement marque une étape importante dans la mise en oeuvre de la stratégie 2024.

Au programme de cette journée animée par l'ensemble de l'équipe communication régionale (Rachel SCHAEFER, Sabine Rossetti, Jennifer Uderso, Chloé Breitfeld, Selma Hardy, Julie Bocobza Trecco, Olivier Deluermoz) : présentation de la stratégie globale, bilan et stratégie réseaux sociaux et animation d'ateliers thématiques.

L'implication des participants témoigne de l'engagement collectif à façonner notre avenir de manière collaborative et innovante.

Nous sommes impatients de transformer les idées et les visions partagées lors de cette réunion en actions concrètes. Ensemble, nous sommes prêts à relever les défis passionnants qui nous attendent.

Un grand merci à toutes les équipes pour leur participation et leur implication sur cette mission commune : renforcer l'impact de la communication FORPRO PACA à travers les valeurs de notre réseau. 🙌

#Stratégie2024 #Communication #Collaboration

GRETA-CFA Marseille Méditerranée GRETA-CFA Alpes Provence
GRETA-CFA Provence GRETA-CFA Vaucluse GRETA DU VAR GRETA
CÔTE D'AZUR GIP FIPAN GIP-FCIP Académie d'Aix-Marseille

Mention des personnes
présentes et des partenaires
(ici le lieu du séminaire)

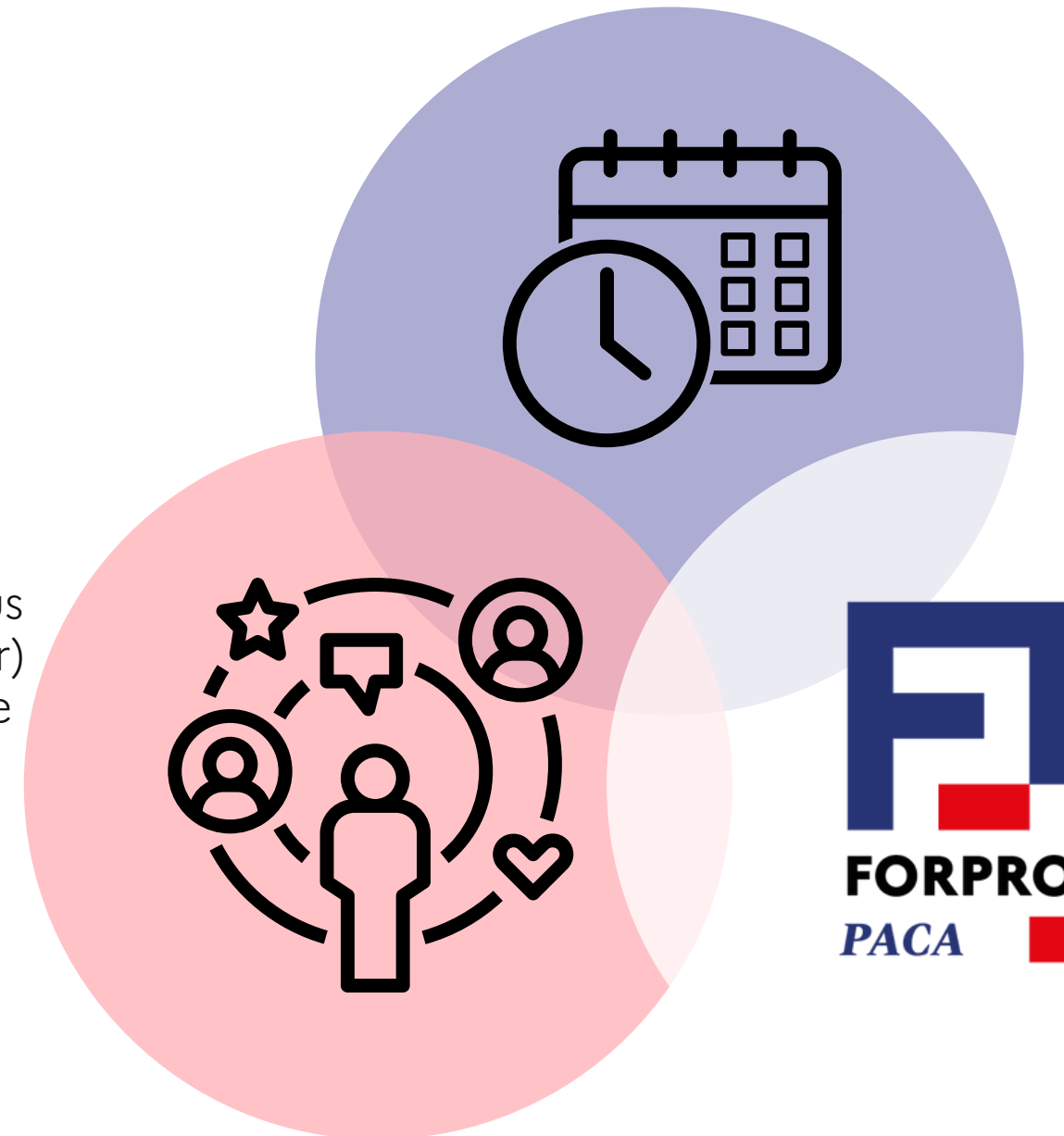
Sauts de ligne pour aérer le
texte

Mention des autres
entreprises/personnes
concernées par le post (si
difficile de les intégrer dans
le corps du texte)

Les bonnes pratiques

Interactions

Un compte actif qui interagit avec les contenus sur la plateforme (liker, commenter, partager) sera plus visible et mis en avant par l'algorithme



Régularité

Il est important de maintenir un rythme régulier même si vous publiez peu (ex : un post chaque semaine ou un post chaque mois)

Relai

Pour promouvoir les structures et développer son personal branding, il est important de relayer les contenus du réseau sans oublier d'y ajouter un avis

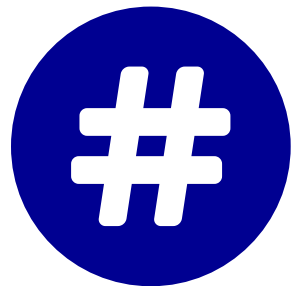
Lexique



Mentions

La mention d'une relation ou d'autres membres accroît l'engagement avec vos posts et commentaires. Les personnes mentionnées sont informées du post ou commentaire, qui est ensuite associé à leur profil. Les visiteurs peuvent cliquer sur le nom d'une relation ou d'un autre membre mentionné pour accéder à son profil.

Remarque : les membres LinkedIn n'ont pas besoin de faire partie de vos relations pour vous mentionner ou pour que vous les mentionniez.

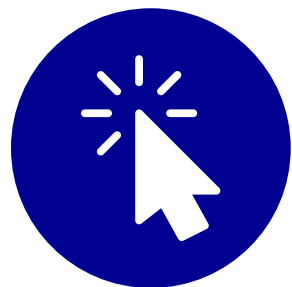


Hashtags

Un HASHTAG est un mot clé précédé d'un symbole #

Ils permettent aux autres utilisateurs d'accéder au contenu qui contient ledit mot-clé, sans nécessairement être « ami » ou « follower » de la personne qui en fait usage

#formationprofessionnel #educationnationale #apprentissage #emploi



CTA (Call to action)

Un Call-To-Action ou CTA est un bouton ou une formulation qui incite l'utilisateur à effectuer une action précise : inscription, achat... Il s'agit du principal outil marketing utilisé pour obtenir la conversion d'un visiteur sur les supports digitaux comme les sites web ou les emails.

La boîte à outils



Piliapp pour ajouter des émoji

Vous pouvez utiliser le site Internet "Piliapp" pour avoir accès plus facilement aux émoji. Un simple clic sur l'émoji de votre choix le copiera automatiquement et vous pourrez à ce moment l'insérer dans votre légende en retournant sur l'onglet de LinkedIn.



YayText pour donner du style à vos textes

Pour mettre en exergue une accroche ou un groupe de mots, vous pouvez utiliser le site Internet "YayText". Saisissez votre texte dans le bloc dédié à cet effet, choisissez le style souhaité, copiez puis collez sur LinkedIn.

Attention à ne pas en abuser. A ne pas utiliser pour la totalité d'un texte.



Bitly pour raccourcir vos liens

Bitly est un outil gratuit (avec abonnement payant possible pour plus de fonctionnalités), permettant de réduire un lien web qui est long. Cela permet d'apporter plus d'esthétisme à la publication, éviter de gaspiller 3 lignes pour un seul lien, et on peut également personnaliser l'URL avec des mots percutants, et suivre les statistiques avec le nombre de clics pour mesurer l'efficacité.



Ressources LinkedIn

[Comment fonctionne l'algorithme](#)

[Publier une offre d'emploi gratuitement](#)

[Directive et obligations photo de profil](#)

Contacts Réseaux Sociaux



Selma HARDY

Community manager et formatrice

06 08 43 06 92

selma.hardy@region-academique-paca.fr

**Julie TRECCO -
Agence Trekcom**

Community manager et formatrice

contact@trekcom.fr



Selma HARDY

Community manager et formatrice

06 08 43 06 92

selma.hardy@region-academique-paca.fr



**Julie TRECCO -
Agence Trekcom**

Community manager et formatrice

contact@trekcom.fr

Contacts Réseaux Sociaux



Anaïs GALETTO

Assistante communication

04 42 21 74 33 / 06 22 31 66 07
anaïs.galetto@ac-aix-marseille.fr



Gaël FLOUX

Responsable communication

07 48 94 52 27
gael.floux@greta-cfa-84.fr



Anaëlle COHEN

Assistante communication

anaëlle.cohen@ac-aix-marseille.fr



Erwan PREVOT

Chargé communication

06 34 59 20 38
erwan.prevot@gretacfa0405.fr



**Julie TRECCO -
Agence Trekcom**

Community manager et formatrice
contact@trekcom.fr



Agence Shakebiz

Agence de communication digitale