



Dans le **réseau Alumni**
de **l'Université de Strasbourg**
on n'attend pas les opportunités.
On les trouve.

Restons connectés, vraiment.

Réseautage
Carrière
savoirs
entraide

Étudiants, diplômés,
doctorants, personnels
→ alumni.unistra.fr

Atelier : Réseaux sociaux - LinkedIn

Service relations **Alumni**
Université de Strasbourg

Par Laetitia Sciacca, le 10.03.2021



FOCUS



- **Avez-vous déjà un profil LinkedIn ?**
- Oui/non
- **A quelle fréquence vous connectez-vous ?**
- a. plusieurs fois / an
- b. 1x/mois
- c. 1x/semaine
- d. plusieurs fois / semaine



FOCUS



- Quel est votre objectif ?
- Que faites-vous régulièrement sur LinkedIn?
- Qu'est-ce qui vous pose question ?





Réseau Alumni
Université de Strasbourg

Prise en main LinkedIn

- 2 nouveaux membres par seconde
- 19 millions en France
- Moyenne d'âge de 44 ans
- Temps passé sur LinkedIn : 17 min / mois

4

Université de Strasbourg

Nombre actif en France : 30 millions

Nombre cadres en France : 5 millions

+ 50 millions en 1 an dans le monde : 660 millions dans le monde

94% des pro en BtoB utilisent la plateforme - + de 30 millions d'entreprises inscrites

Nombre de groupes : 1,5 million

Veille – garder contact – dvt réseau - opportunités pro – emploi/stage

Créer un profil qualitatif



- . Détailler les expériences et formations
- . Travailler son résumé /infos et la cohérence de parcours
- Faire ressortir votre singularité et votre ADN
- Si emploi: expérience/formation + poste recherché + zone géographique de recherche + langues parlées*
- Si commercial: votre produit + les solutions apportées*
- . Noter un maximum de compétences
- . Recommander et faites vous recommander
- . Avoir une photo professionnelle
- . Rajouter un lien vers vos réalisations

 **En panne d'idées ?** Benchmarker des profils similaires au votre

Le résumé est sans doute ce qui est de plus important dans un profil. Pour cette raison, il faut y apporter un soin particulier. Vous allez indiquer ce que vous faites, en premier lieu. Vous mentionnez aussi à qui vous vendez et pourquoi. Vous parlerez également des problèmes que vous pouvez résoudre chez vos clients, ainsi que les solutions que vous pouvez apporter, grâce à votre entreprise. Dans le résumé, vous n'oubliez pas de terminer en expliquant pourquoi vous êtes différent de la concurrence. Vous devez en effet bien vous démarquer, et que l'on s'intéresse à vous, plutôt qu'à un concurrent.

Développer son réseau grâce à LinkedIn



- Accroître ses contacts de manière qualitative (10/semaine)
recherche par mots clés + outil note lors de la demande de connexion + application mobile
- S'informer spécifiquement / rencontrer des spécialistes par domaine : *Les groupes*
- Etre au courant des évènements et opportunités professionnelles :
votre fil d'actualité
- Utiliser LinkedIn comme carnet d'adresse interactif : *mes contacts*
- Entretenir vos relations : *messagerie / export excel des contacts / activité sur le compte*

6

Université de Strasbourg

développer petit à petit votre réseau. Vous allez ainsi vous construire un réseau social pro de qualité, et cela sera bien plus efficace.

➤ Exemple message de demande de connexion :

1^{er} exemple

Bonjour, Je viens de débiter un master en chimie, biologie et médicament (*précisez à l'université de Strasbourg si la personne en est aussi issue*) et je suis très impressionné par votre parcours professionnel. Ce n'est pas évident de devenir chef de produit quand on a une formation d'ingénieur. Je souhaiterais travailler, comme vous, dans le secteur des cosmétiques. C'est pourquoi je me permets de me vous envoyer cette demande de mise en relation.

> Comment aborder les professionnels en ligne ?

- Utilisez la fonction *note* lors de la demande de connexion
- Indiquez la durée (max 20 min) la nature de l'échange (privilégier un échange autour de leur expérience)
- L'échange devra se faire soit par téléphone, visio ou présentiel
- Proposez 2 créneaux de RDV
- Ayez un mail et un répondeur pro
- Obtenir des recommandations

Exemple de mail suite acceptation mise en relation :

Je vous remercie pour votre acceptation, Auriez-vous un créneau de 15 minutes à

m'accorder cette semaine pour un échange téléphonique ? Si vous avez peu de disponibilités vous pouvez proposer des créneaux plus spécifiques : auriez vous un créneau de 15 min à m'accorder lundi matin ou vendredi en début d'après midi pour un échange téléphonique ?

Très bonne matinée/après-midi à vous

Prénom et Nom

> Exemples de questions si recherche d'emploi

1ere question sur les tendances

Quelles tendances ont le plus d'impact sur votre business en ce moment ?

Qu'est-ce qui a le plus changé dans ce secteur depuis que vous avez commencé ?

A votre avis, comment votre secteur va changer dans les prochaines années ?

2 ème question sur le partage de son vécu

Qu'est-ce qui vous surprend le plus dans votre travail/entreprise/manager ?

Quelle est la meilleure leçon que vous ayez apprise dans ce poste ?

Quelle a été l'expérience la plus enrichissante pour vous jusque là, dans cette entreprise ?

Pourquoi ?

Si vous deviez attribuer le succès dans votre structure à une seule compétence ou un seul trait de personnalité, laquelle serait-ce ?

3eme question de conseil

Qu'est-ce que je pourrais faire immédiatement pour me préparer à une carrière dans ce secteur ?

Si je suis embauché.e qu'est-ce que je dois faire avant la fin des 30 premiers jours pour m'assurer de démarrer le mieux possible ?

Qu'est-ce que vous savez aujourd'hui que vous auriez aimé savoir quand vous aviez à mon âge ou à ma place ?

Si vous étiez à ma place, qu'est-ce que vous feriez dès maintenant pour maximiser vos chances de rejoindre ce secteur/cette fonction ?

Qu'est-ce que vous recommanderiez à quelqu'un dans ma position, comme prochaine étape ?

4eme question sur leurs moteurs

Dans quels projets avez-vous ressenti le plus de valeur ajoutée ?

Est-ce qu'un projet a récemment fait augmenter votre popularité dans l'organisation ?

Est-ce que vous avez eu des stagiaires ou des freelances dans le passé. Si oui, quels genre de projets ont-ils réalisés ?

Assurer sa présence numérique



Réseau Alumni
Université de Strasbourg

- Trouver des contacts de référence et suivre leurs actualités : *groupes / suggestions de contacts / influenceurs* : [LinkedIn Top Voices](#))
- Avoir une activité sur le site au moins 1x/semaine, être régulier :
Activité sur un post (like, commentaire, partage) / écriture d'un post / écriture d'un article = Soyez dans le réciprocité (savoir donner pour recevoir)
- Définir un objectif et une stratégie
Vendre son produit, se faire recruter, développer des partenariats ou son expertise, etc.
Quelles valeurs véhiculer ? Mes axes de différenciation ? Passer son compte en mode public ?
Optimiser son positionnement :
LinkedIn : vente directe ou indirecte > mailing payant / articles / recommandations / développer son carnet de contact, se faire connaître
Se placer en tant qu'expert > articles, vidéos / augmenter sa visibilité / développer son carnet

7

Université de Strasbourg

Si entreprises Publient 5 fois par semaine : atteignent 60 % de leurs abonnés avec une ou plusieurs mises à jour.

Commentaire constructif –

Cela vous demandera de l'attention, et de l'investissement personnel. Le but recherché étant que celle-ci ne reste pas statique, et montre une évolution dans son contenu. mesurer la progression de vos performances sur le réseau LinkedIn, avec le Social Selling Index

linkedin Ads : performance moindre à Facebook Ads ou Adwords mais ROI (retour sur investissement) en augmentation

Calcul ROI : $CA \text{ généré} - \text{cout stratégie marketing} / \text{cout stratégie market} \times 100$ (doit être supérieur à 100%)

Cout par lead : $\text{total dépense market} / \text{total lead}$

Développer son e-réputation



- Interpeller les personnes expertes du domaine ou les organisations qui vous semblent pertinentes :
 - Commenter leurs posts
 - Les taguer dans vos publications
- Développer votre activité dans des groupes spécifiques (commentaire, post, articles)
- Ecrire des articles / poster des photos, infographies ou vidéos et demandez spécifiquement à quelques uns de vos contacts de les partager
- Rajouter des # à vos posts

8

Université de Strasbourg

- Publier 1/3 de vos articles de blog sur linkedin qqs jours ap mise en ligne sur le blog
- Mettre le lien de votre blog dans l'article
- Alternez entre articles et vidéos et qqch de + visuel comme images, schémas et infographie
- Images funs souvent + partagé mais attention à ne pas être trop humoristiques – s'il y a un doute, il n'y en a pas
- Automatisez le partage du contenu de votre blog avec linkedIn (flux RSS) : services comme Zapier, Deliver It

Social selling index :

établir sa marque pro et devenir un leader d'opinion (bon profil + écrire articles) – identifier les bons prospects – échanger des infos (découvrir et partager des articles pertinents – construire des relations

Fonctionnalités Professional :

- ✓ 20 InMails par mois
- ✓ 1 500 prospects enregistrés
- ✓ Qui a consulté votre profil ?
- ✓ Accès au réseau étendu de LinkedIn
- ✓ Recherches avancées de prospects et de comptes
- ✓ Suggestions de comptes et de prospects automatisées et personnalisées
- ✓ Préférences géographiques
- ✓ Alertes sur les changements de poste
- ✓ Alertes sur l'actualité des prospects et des entreprises

- ✓ Intégration avec les messageries (Outlook Web)
- ✓ Possibilité d'annoter et de taguer les profils des prospects
- ✓ Centre de formation de Sales Navigator
- ✓ LinkedIn Learning et *Premium Career* **
- ✓ Application mobile Sales Navigator

Le Réseau Alumni Unistra

 Création 2012 : intergénérationnel - pluridisciplinaire - international
+ 35 000 Membres inscrits dont 1500 recruteurs



Etre conseillé et bénéficiaire de l'expérience des anciens

Entraide *Parrainage - ambassadeurs alumni France et étranger*



Développer son réseau pro et perso

Réseautage *Annuaire des membres - évènements*



Accéder à des opportunités professionnelles

Carrière *Offres d'alternance/stage/emploi - candidathèque - évènements*



Se cultiver et s'informer

Savoirs *Replay webinars - articles - évènements culturels*

**Merci pour votre attention
et bon réseautage !**



alumni.unistra.fr
sciacca@unistra.fr

ALGORITHME LINKEDIN : LES INFORMATIONS CLÉS À RETENIR

Les formats

 Document PDF	2,2x à 3,4x reach
 Sondage	2,1x à 2,9x reach
 Carrousel	1,8x à 2,3x reach
 Texte & photos	1,2x à 1,6x reach
 Vidéos	0,5x à 0,8x reach
 Post 1 lien externe	0,4x à 0,5x reach
 Newsletter	0,2x à 0,9x reach
 Article	0,1x à 0,2x reach

Le nombre de hashtags

La fourchette la plus efficace est entre

2 < # > 6

Le bonus du mode créateur

Entre 15 et 35%

de portée supplémentaire sur vos posts en moyenne !

Activez le mode créateur si vous publiez au moins 2X par semaine

Le poids des engagements

1 like	=	1 vue en plus
1 clic sur "voir plus"	=	4 vues en plus
1 partage	=	7 vues en plus
1 commentaire	=	12 vues en plus

L'impact du SSI

+25%

de portée si votre SSI est supérieur à 70/100

@ChanPerco  

Le rythme de publication

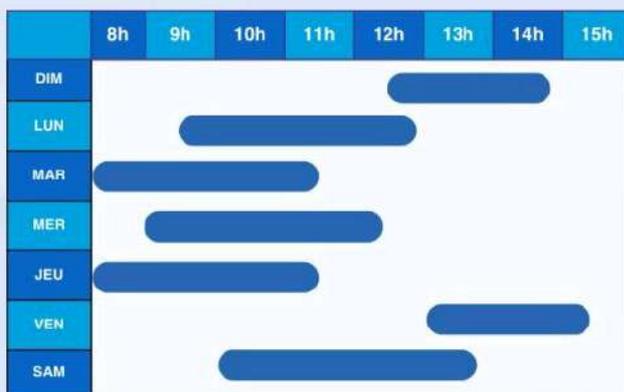


1 à 3

posts/semaine avec un intervalle de minimum de 18 heures pour éviter la cannibalisation

Le plus important est la régularité

Le meilleur moment pour publier



Générer de l'engagement dans les 90 premières minutes !

Commenter son post



Pas en premier !



Mais quand il y a quelques commentaires faites-le cela apporte **+20% de growth dans la 1ère heure**

Recommandations



Ne mentionnez pas plus de 15 comptes par post



Pas plus de 10 émojis par post et pas plus de 4 sur la même ligne, pour ne pas pénaliser la portée



La longueur des publications doit être entre 1200 et 1600 caractères pour performer.



Répondre dans les commentaires dans les 12H.



Ne modifier pas votre post dans les 10 minutes qui suivent la publication.



Le Dwell Time a perdu son importance. Ce qui compte est de générer des engagements dans les 90 premières minutes.

Source : 4th Annual Algorithm Research par Richard van der Blom de Just Connecting