



Le B2B

des réseaux sociaux

Conseils



Utilisez des hashtags¹ dans vos posts (3 à 5 #) ce sont les sujets d'intérêt



Utilisez les contenus visuels (image vidéo et pdf)



Utilisez le storytelling pour vos publications



Soignez vos accroches pour attirer l'attention



Identifiez les personnes impliquées dans votre publication (@)²



Misez sur l'engagement et sur la qualité

1. En fonction de votre cible et des centres d'intérêt de votre communauté / 2. Cela vous permettra d'obtenir une portée supplémentaire.

Audience



+ de **25 millions** de membres dont 12 millions actifs par mois

Répartition par genre



52,6%

d'hommes



47,4%

de femmes

Tranche d'âge: Moyenne estimée à **44 ans**

Chiffres Clés



85%

des décideurs BtoB en France, utilisent LinkedIn

Quand publier ?



3 créneaux pour publier :

8h à 9h | 12h à 14h | 17h à 18h



POUR LES PROFESSIONS RÉGLEMENTÉES :

LinkedIn est devenu un **réseau incontournable** en B2B.

pour les professionnels à titre nominatif et avec leur entreprise.

La puissance de son écosystème vous permet d'y retrouver vos prospects, vos clients, vos partenaires, vos institutionnels et aussi **vos collaborateurs et futurs talents**.

Pour les professions réglementées, en appliquant une approche marketing conversationnelle vous ne prenez **aucun risque déontologique** que vos objectifs soient, développer votre activité, améliorer votre image et votre réputation et/ou de mieux recruter et fidéliser vos talents.

Objectifs

- ✓ **Développer son réseau** : mettre en place une approche de social-selling
- ✓ **Promouvoir son activité** : montrer son expertise et augmenter la visibilité
- ✓ **Partager du contenu et de l'actualité** : la vie de l'entreprise et mettre en avant son équipe
- ✓ **Travailler sa marque employeur** : recruter et fidéliser vos talents