



LinkedIn

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
-  Mettez 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