# Concevoir et déployer une stratégie pro sur LinkedIn

Non-certifiante | Formation continue

Réf. : 26206600F — Mise à jour : 12 mai 2026

Organisme responsable : **SENZA**

## Présentation de la formation

### Objectifs

- Positionner une offre sur son marché en lien avec LinkedIn
- Concevoir une stratégie de communication digitale adaptée intégrant LinkedIn
- Élaborer un planning de diffusion incluant LinkedIn
- Créer des contenus LinkedIn conformes, engageants et accessibles
- Analyser les performances des actions LinkedIn et digitales
- Gérer la réputation en ligne sur LinkedIn et les autres canaux

### Programme

**1 - Positionner son offre sur son marché**

Analyser les caractéristiques et les avantages de son offre
Identifier précisément sa cible : fonction, secteur, problématiques, usages LinkedIn
Analyser les concurrents présents sur LinkedIn et leurs stratégies
Construire une matrice d'analyse : forces, faiblesses, opportunités, menaces
Définir un positionnement différenciant adapté à LinkedIn
Atelier pratique : réaliser une analyse de marché

**2 - Concevoir une stratégie de communication digitale intégrant LinkedIn**

Définir des objectifs business et de communication : visibilité, leads, notoriété
Construire des messages clés adaptés à une audience LinkedIn
Structurer un argumentaire orienté valeur et expertise
Intégrer les ressources disponibles : temps, budget, outils LinkedIn
Intégrer les obligations légales et le RGPD dans la stratégie
Atelier pratique : créer une stratégie digitale complète

**3 - Concevoir un planning de diffusion digitale orienté LinkedIn**

Sélectionner LinkedIn comme canal principal et justifier ce choix
Identifier les formats adaptés : post, carrousel, vidéo, article
Définir les types de contenus : expertise, storytelling, preuve sociale
Déterminer une fréquence de publication cohérente
Structurer un calendrier éditorial aligné avec les objectifs
Atelier pratique : créer un planning éditorial

**4 - Créer des contenus LinkedIn engageants et conformes**

Rédiger des contenus textuels adaptés aux codes LinkedIn
Créer des visuels et des formats engageants : carrousels, vidéos, documents
Structurer un post : accroche, développement, appel à l'action

Intégrer hashtags, mentions et liens de manière stratégique
Respecter les règles d'accessibilité, d'inclusivité et la législation
Atelier pratique : créer des contenus

**5 - Analyser les performances de la stratégie LinkedIn**
Identifier les KPI pertinents : engagement, portée, leads
Utiliser les outils d'analyse LinkedIn et des outils complémentaires
Analyser les résultats des publications et des actions menées
Identifier les contenus performants et les axes d'amélioration
Proposer des optimisations stratégiques
Atelier pratique : analyser une stratégie

**6 - Gérer la réputation en ligne sur LinkedIn**
Mettre en place une veille des commentaires, messages et mentions
Analyser les interactions et les retours de la communauté
Rédiger des réponses adaptées aux commentaires positifs et négatifs
Mettre en place des actions pour renforcer son image professionnelle
Gérer les situations sensibles ou de crise sur LinkedIn
Atelier pratique : mise en situation

## Certifications préparées et métiers visés

| Niveau d'entrée | Niveau de sortie |
|---|---|
| Sans niveau spécifique | Sans niveau spécifique |

## Dates et lieux de formation

| N° session | Modalité | Lieu | Du | Au |
|---|---|---|---|---|
| 2277410S | Mixte | Rennes | 15/06/2026 | 31/12/2026 |
| 2277413S | Mixte | Brest | 15/06/2026 | 31/12/2026 |
| 2277416S | Mixte | Lorient | 15/06/2026 | 31/12/2026 |
| 2277419S | Mixte | Quimper | 15/06/2026 | 31/12/2026 |

Source : GREF Bretagne #26206600F