

CRÉEZ VOTRE PROFIL COMMERCIAL

Dix astuces pour vous créer un profil commercial convaincant

01 Téléchargez une photo professionnelle

Incluez un portrait professionnel, tel que vous le mettriez sur une carte de visite. Les profils avec photo obtiennent un taux de réponse aux InMail supérieur de 40 % parce que l'on aime savoir à qui l'on parle. Imaginez-vous sous quel jour vous aimeriez vous montrer lors d'une vente en direct ou d'un événement de networking professionnel et téléchargez la photo adéquate.

02 Rédigez un titre professionnel accrocheur

Le titre professionnel est le texte situé sous votre nom. Après votre photo, c'est la première chose que l'on regarde en consultant votre profil et il suit votre nom dans les résultats de recherche. Au lieu de préciser simplement votre fonction sous votre nom, imaginez plutôt comment expliquer, de manière créative, ce que vous faites ou comment vous aidez vos clients (par exemple, « aide les équipes commerciales à développer leur chiffre d'affaires grâce au social selling »).

03 Ajoutez du contenu multimédia

Faites de votre profil LinkedIn un espace supplémentaire où vos prospects et clients pourront consulter et télécharger des présentations et fichiers importants comme des fiches techniques, livres blancs et présentations diverses. Téléchargez des fichiers depuis votre ordinateur ou ajoutez des liens vers des vidéos et présentations SlideShare pour partager vos propres documents, et consultez ceux de vos collègues. Utilisez les boutons multimédia dans les rubriques Résumé, Formation et Expérience de votre profil.

04 Personnalisez l'URL de votre profil public

L'URL de votre profil public, ou adresse Internet, se situe en bas du bloc supérieur de votre profil, sous votre nom et votre titre professionnel. Elle vient s'ajouter à votre signature et sur vos cartes de visite et vous permet d'être trouvé plus facilement dans les résultats des moteurs de recherche. Créez une URL proche de votre nom (par exemple www.linkedin.com/in/pauldupont).



05 Ajoutez vos coordonnées

Une fois la relation établie avec un prospect ou un collègue, vous avez envie qu'il puisse vous contacter facilement. Ajoutez au minimum votre adresse email et votre numéro de téléphone professionnels. Vos coordonnées ne sont visibles que par vos relations directes.

06 Personnalisez les liens vers les sites Internet

Optimisez la section Sites Web de votre profil, située sous la rubrique **Coordonnées**, en ajoutant des liens et sites Web pertinents par rapport à ce que vous vendez, vos opinions ou votre expérience. Au lieu d'utiliser le titre des liens par défaut, choisissez **Autre** et personnalisez votre texte pour inclure un call to action tel que « Téléchargez nos livres blancs ».

Sites web

Autre : Tout sur la vente soc http://business.linkedin.com/sales-solutions x

Autre : Davantage sur Linke http://www.linkedin.com x

Choisir... Adresse web (ex: http://www.site.com) x

Enregistrer Annuler

07 Racontez votre histoire dans votre résumé

Après votre photo et votre titre professionnel, le résumé est la partie de votre profil la plus souvent lue. Servez-vous de cet espace pour parler de vous. Essayez de vous mettre à la place de quelqu'un qui hésite à travailler avec vous ou à répondre à votre InMail. Quelle valeur ajoutée pouvez-vous lui apporter ? De quel éclairage unique pourriez-vous faire bénéficier son activité ? Quels ont été vos apports auprès des entreprises ayant déjà collaboré avec vous ? Votre résumé ne doit pas ressembler à un CV, mais confirmer vos dires.

08 Mettez à jour votre poste actuel et vos fonctions passées

Dans la mesure où vous cherchez à vendre vos produits et services et non pas à obtenir un nouveau poste, il faudra certainement que vous mettiez à jour les descriptions de votre poste actuel et de vos fonctions passées pour répondre aux interrogations de vos clients éventuels et non employeurs potentiels. Montrez comment vous aidez vos clients à résoudre les problèmes que rencontre leur entreprise, utilisez des mots-clés que vos prospects sont susceptibles de rechercher, ajoutez des contenus multimedia (fiches techniques, vidéos de démonstration de produits...) et décrivez votre parcours professionnel.

09 Ajoutez votre formation

Montrez à vos clients potentiels qu'ils s'apprêtent à travailler avec un professionnel qualifié en précisant votre formation. Cela vous permettra également de retrouver vos anciens camarades de promotion afin d'étoffer votre réseau, en vue de nouvelles opportunités commerciales. Vos anciens camarades de classe vous retrouveront aussi plus facilement.

10 Demandez des recommandations

Demandez à vos collègues et employeurs de vous recommander, et même à vos clients : qui s'avère plus crédible qu'eux pour évoquer vos capacités et contributions ? Demandez-leur de parler d'une compétence ou d'un trait de personnalité en particulier pour dresser votre portrait. Faites des commentaires pertinents lorsque vous recommandez quelqu'un (la manière dont vous décrivez les autres et votre relation en dit autant sur vous que sur celui que vous recommandez). Pensez à la qualité, pas à la quantité, et restez authentique.

Laurence Duvoisin
Responsable Marketing - Création de campagnes publicitaires internationales dans l'industrie automobile
Région de Paris, France | Marketing et publicité

Actuel Techmaster Inc.
Précédent Apple, Toyota
Études et formations Loyola University Chicago School of Law

Voir le profil en tant que

fr.linkedin.com/in/laurenceduvoisin

Parcours

Résumé

Voir l'activité récente
Solliciter une recommandation
Créer un profil dans une autre langue
Enregistrer au format PDF
Gérer les préférences du profil public