



Guide d'intégration  
de Business Manager  
pour les agences



# LinkedIn Business Manager

## LinkedIn Business Manager

a été conçu dans une optique de flexibilité, afin de pouvoir répondre aussi bien à vos besoins spécifiques qu'à ceux de vos clients.



Ce guide explique comment former votre agence et vos clients à l'utilisation de Business Manager et présente les étapes à suivre pour commencer à employer rapidement cette solution.



# Contenu du guide

## 1. Présentation

- A. [Qu'est-ce que Business Manager?](#)
- B. [Que pouvez-vous faire avec Business Manager?](#)
- C. [Pourquoi utiliser Business Manager?](#)
- D. [Comment se déroule l'intégration?](#)

## 2. Considérations

- A. [Examen de la checklist](#)
- B. [Options de configuration de Business Manager](#)
- C. [Migration des rôles et des autorisations](#)
- D. [Les clients ont-ils besoin de leur propre Business Manager?](#)
- E. [Configuration du compte publicitaire et de la Page](#)

## 3. Préparation à l'intégration

- A. [Collecte des informations pertinentes](#)
- B. [Formation de l'équipe chargée du compte au sein de l'agence](#)
- C. [Formation de l'équipe du client](#)

## 4. Intégration

- A. [Création de votre Business Manager](#)
- B. [Invitation d'administrateurs](#)
- C. [Ajout de comptes publicitaires](#)
- D. [Ajout de Pages](#)
- E. [Vérification des accès](#)
- F. [Configuration des partenariats](#)



### Comment utiliser ce guide

Cliquez sur l'icône d'accueil pour revenir à cette page à tout moment. Cliquez sur l'icône d'assistance pour accéder à la liste complète de nos ressources relatives à Business Manager.



1

Présentation

A

B

C

D

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Présentation





1

Présentation

A

B

C

D

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Qu'est-ce que Business Manager ?

Business Manager permet à votre agence de gérer facilement l'ensemble de ses **comptes publicitaires** et de ses **Pages client**.





Présentation

1

A

B

C

D

2

Considérations relatives à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Que pouvez-vous faire avec Business Manager ?



Regrouper tous vos *comptes publicitaires* et vos *Pages client* sur un seul et même tableau de bord.



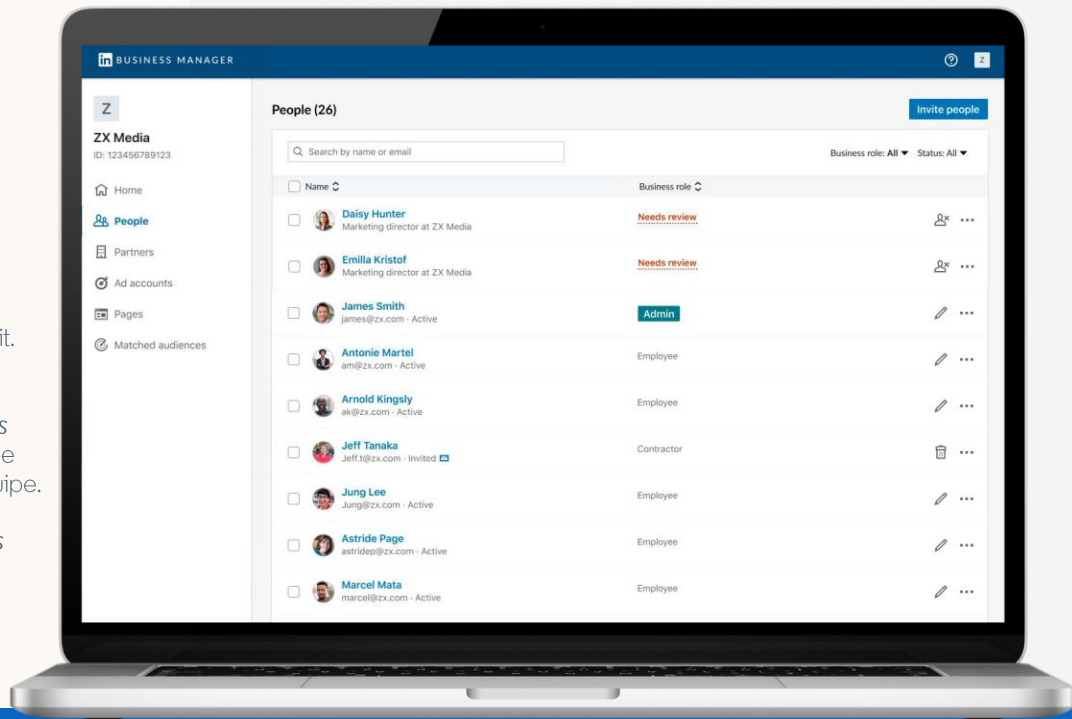
Attribuer à l'ensemble de vos collaborateurs les accès aux *comptes publicitaires* et aux *Pages client* dont ils ont besoin, ou les supprimer en un clic, le tout au même endroit.



Intégrer vos clients à la plateforme et collaborer avec eux en toute facilité, en partageant des *comptes publicitaires* et des *Pages* entre différents Business Managers, pour que chaque entreprise puisse gérer les accès de sa propre équipe.



Partager des Matched Audiences entre plusieurs *comptes publicitaires* (lorsqu'une audience est modifiée, tous les *comptes publicitaires* avec lesquels elle a été partagée sont immédiatement mis à jour).





1

Présentation

A

B

C

D

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Pourquoi utiliser Business Manager ?





# Présentation des avantages de Business Manager :

Découvrez en quoi Business Manager est conçu pour aider votre agence.

## Si...

## Vous pouvez...

## Pour vous aider à...

1

Vous utilisez plusieurs **comptes** et **Pages** pour votre liste de clients

- Ajouter tous vos **comptes publicitaires** et **Pages client** sur Business Manager.

- Simplifier votre expérience marketing sur LinkedIn en centralisant l'ensemble de vos projets.

2

Travaillez avec de nombreux clients

- Ajouter des partenaires Business Manager pour **obtenir** des accès à des **comptes publicitaires** et à des **Pages** ou bien partager ces accès avec une autre entreprise.

- Terminer le processus d'intégration et collaborer avec vos clients rapidement en partageant des **comptes publicitaires** avec eux et en obtenant l'accès à leurs **Pages**, afin de diffuser des publicités en leur nom.

3

Vos **équipes chargées de comptes** sont de taille conséquente

- Ajouter et supprimer plusieurs personnes sur vos **comptes** et vos **Pages**, ainsi qu'examiner les accès qui y sont associés.

- Vous assurer facilement que seules les personnes autorisées aient accès aux **comptes** et aux **Pages client** pertinents.

4

Vous ciblez les **mêmes audiences** avec plusieurs comptes

- Partager des Matched Audiences entre différents **comptes** ou demander à vos clients de partager leurs audiences (telles que les audiences CRM) avec vous.

- Toucher facilement les décideurs cibles de vos clients via plusieurs **comptes**.

5

Vous voulez utiliser les **audiences CRM d'un client**

- Donner à vos clients la possibilité de partager leurs audiences, telles que des audiences CRM, avec vous.

- Toucher les décideurs cibles de vos clients sans avoir à configurer leur intégration CRM sur votre **compte publicitaire**.





1

Présentation

A

B

C

D

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Comment se déroule l'intégration ?

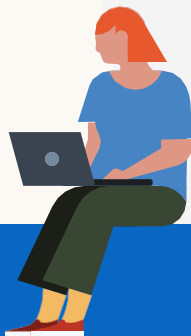
## Pas de panique !

La mise en route de Business Manager n'aura aucune incidence sur vos activités en cours :

- Vous n'aurez pas besoin de recréer vos **comptes publicitaires** ou vos **Pages** client.
- Vos campagnes en cours, votre facturation et vos intégrations de données ne seront pas modifiées.
- Les utilisateurs actuels de vos **comptes** et de vos **Pages** ne perdront pas leurs accès.



Ce guide détaille chaque étape du processus d'intégration, mais vous trouverez également ici les étapes **générales** à suivre, afin que vous puissiez les communiquer à vos clients, qui pourraient avoir besoin de créer leur propre Business Manager.



1

### Ajoutez toute votre équipe :

Business Manager utilise un modèle d'autorisations à deux niveaux, afin que chacun puisse obtenir exactement l'accès dont il a besoin à Business Manager, aux **comptes publicitaires** et aux **Pages**.

[Accéder au tutoriel](#)

2

### Ajoutez toutes vos ressources :

Business Manager vous permet de centraliser la propriété de vos comptes publicitaires **LinkedIn** et l'accès aux **Pages client** de manière efficace et sécurisée.

[Comptes publicitaires](#)[Pages](#)

3

### Ajoutez vos clients en tant que partenaires :

Les partenariats Business Manager permettent à plusieurs organisations de collaborer sur les mêmes **comptes publicitaires** et **Pages** de manière efficace et sécurisée.

[Voir le tutoriel](#)



1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

A

B

C

D

E

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Considérations





# Recommandations de LinkedIn relatives à l'intégration

Ce guide vous présente les décisions clés que LinkedIn recommande à votre agence de prendre dans le cadre de l'intégration, ainsi que les principales actions qu'elle devrait entreprendre.



Discussion concernant la direction de l'agence

- Identifiez les ambassadeurs internes de Business Manager (les dirigeants des services fonctionnels, tels que les VP of Activation/Social/Operations), qui aideront à orienter les réflexions initiales concernant les points suivants :
  - Comment structurer le(s) Business Manager(s) ?
  - Comment déployer Business Manager au sein de notre liste de clients ?
  - Quel nom donner à nos Business Managers ?



Délégation de l'intégration aux Account Directors

- La direction doit déléguer l'intégration aux Group/Account Directors de l'agence pour favoriser :
  - la formation de l'équipe chargée du compte, la formation du client et l'intégration dans Business Manager des personnes et ressources se rapportant au client



Engagement du client et des équipes chargées de comptes

- Les Account Directors doivent former les clients et les équipes chargées des comptes au quotidien en ce qui concerne le processus d'intégration et les conséquences de la migration sur Business Manager.
- Points à aborder :
  - Ce qui va changer lorsque l'agence commencera à utiliser Business Manager.
  - Comment les agences et les clients peuvent collaborer de manière optimale sur Business Manager.



Lancement du processus d'intégration

- Dressez des listes des personnes et des ressources à ajouter à Business Manager.



Présentation

1

2

Considérations relatives  
à l'intégration

A

B

C

D

E

Préparation à l'intégration

3

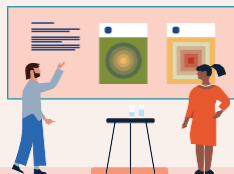
4

Intégration



# Considérations relatives à l'intégration

Cliquez sur chaque section pour en savoir plus sur les décisions clés à prendre avant de procéder à l'intégration.



A

Consulter  
la checklist préalable  
à l'intégration

Cliquez pour  
en savoir plus

B

Décider de la  
configuration d'utilisation  
(un ou plusieurs Business  
Managers)

Cliquez pour  
en savoir plus

C

Déterminer quels rôles au sein de  
l'agence seront associés aux rôles  
Business Manager, ainsi que la  
manière dont les autorisations seront  
transférées dans Business Manager

Cliquez pour  
en savoir plus

D

Déterminer si l'agence  
doit recommander aux  
clients de créer leur  
propre Business  
Manager

Cliquez pour  
en savoir plus

E

Déterminer comment vous (en tant  
qu'agence) et vos clients pouvez  
travailler de manière collaborative  
en ce qui concerne les **comptes  
publicitaires** et les **Pages**

Cliquez pour  
en savoir plus



# A. Consulter la checklist

Consultez la checklist avant  
de procéder à l'intégration  
de Business Manager



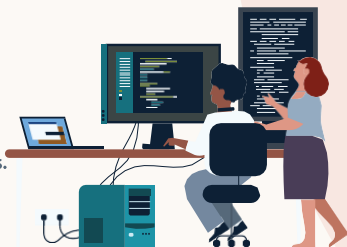


# Checklist pour réussir

Aspects à prendre en considération  
avant de procéder à l'intégration  
de Business Manager :



**Important :** Business Manager est soumis à une limite initiale de 1 000 comptes publicitaires, qui sera progressivement augmentée. Commencez donc par ajouter vos **comptes publicitaires actifs**.



## Identifiez les contacts qui gèreront l'intégration et les communications internes

Nous recommandons de désigner des Group/Account Directors disposant d'une bonne visibilité sur l'ensemble de votre portefeuille de clients et communiquant régulièrement avec vos équipes chargées de comptes.



## Réfléchissez à l'organisation de votre Business Manager

Préférez-vous un Business Manager global pour davantage de visibilité ? Ou avez-vous différentes stratégies marketing selon les régions et les unités commerciales ?



## Dressez une liste des comptes, Pages et utilisateurs

Identifiez les employés à inviter sur Business Manager, leur adresse e-mail professionnelle ainsi que l'ID de vos **comptes publicitaires** et de vos **Pages** client.



## Déterminez le propriétaire du compte

Dans Business Manager, une seule entreprise peut être propriétaire d'un **compte publicitaire** ou d'une **Page**. Les autres entreprises peuvent uniquement y accéder. Pour simplifier les choses, nous vous conseillons de désigner comme propriétaire l'entreprise responsable de la facturation. L'assistance LinkedIn peut transférer la propriété du compte ou de la Page sur demande, à condition que les deux parties soient d'accord. Nous vous recommandons de préciser à qui revient la propriété du compte publicitaire dans vos contrats/cahiers des charges à l'avenir.



## B. Options de configuration de Business Manager

Déterminez si vous souhaitez utiliser un Business Manager global ou bien plusieurs Business Managers en fonction des régions, clients, etc.

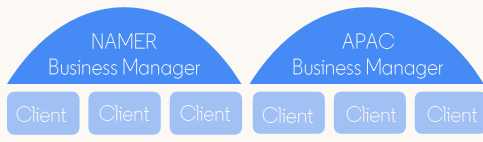




# Business Manager est conçu pour s'adapter à la manière dont votre agence souhaite travailler avec ses clients



Choisissez cette option si vous êtes une petite agence et que la majorité de votre activité se limite à quelques marchés clés.



Choisissez cette option si vous êtes une grande agence, avec de nombreuses branches régionales gérées de manière indépendante.



Choisissez cette option si vous avez un client important pouvant être géré par une sous-agence dédiée.





# Recommandations relatives à Business Manager

## Un Business Manager

Idéal si vous préférez une visibilité globale

- **Avantage :** vous pouvez suivre l'ensemble de vos activités au même endroit.
- **Inconvénient :** peut entraîner la désorganisation de votre Business Manager, à moins d'avoir des règles de dénomination cohérentes pour les *comptes publicitaires*. Trop de personnes pourraient avoir besoin d'un accès administrateur, ce qui entraînerait l'octroi de trop nombreux accès de niveau Super Admin.

Remarque: vous pouvez avoir des *comptes publicitaires* avec différentes méthodes de facturation et devises au sein d'un même Business Manager.

## Plusieurs Business Managers

Idéal si vous préférez contrôler les accès de manière stricte

- **Avantage :** nécessite moins d'administrateurs pour chaque Business Manager et permet de mieux les organiser.
- **Inconvénient :** complexifie le maintien d'une visibilité globale sur l'ensemble des activités de l'agence. Par ailleurs, vos clients devront certainement partager l'accès aux *Pages* ou aux *comptes publicitaires* avec plusieurs Business Managers de votre agence, si tous vos Business Managers ont besoin d'un accès aux mêmes *comptes publicitaires* ou *Pages*.



Si vous avez besoin d'une aide supplémentaire pour évaluer les avantages et les inconvénients de chaque option, téléchargez notre guide détaillé pour vous aider à configurer votre Business Manager.

Télécharger le guide 



# C. Migration des rôles et des autorisations

Déterminez quels rôles au sein de votre agence seront associés aux rôles Business Manager, ainsi que la manière dont vous procéderez à la migration des activités de votre équipe sur Business Manager.





Avant la configuration de Business Manager, consultez la définition de chaque rôle et les différents cas d'utilisation. L'intégration est gérée par les administrateurs.



	Description du rôle	Quand l'utiliser
Administrateur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les <b>administrateurs</b> disposent d'autorisations étendues. Ils peuvent inviter des employés, ajouter des <b>comptes publicitaires</b> et des <b>Pages</b>, créer des <b>partenariats</b>, partager/arrêter le partage des Matched Audiences et accéder à l'ensemble des <b>comptes publicitaires</b> et des <b>Pages</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recommandé pour les Associate Account Directors (ou collaborateurs occupant des postes plus élevés dans la hiérarchie) qui ont besoin de visualiser l'intégralité de vos activités marketing et gèrent les autorisations des utilisateurs. Attribuez ce rôle à un nombre restreint de personnes (au minimum 2, pour éviter les problèmes d'accès).</li> </ul>
Employé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les employés ont un accès en lecture seule et peuvent uniquement accéder aux <b>comptes publicitaires</b> et aux <b>Pages</b> autorisés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>À utiliser pour les équipes chargées de gérer les comptes au quotidien qui ont uniquement besoin d'un accès spécifique ou pour les managers d'équipe qui supervisent une partie de l'activité de votre client.</li> </ul>
Contractuel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les contractuels ont un accès limité en lecture et peuvent uniquement accéder aux <b>comptes publicitaires</b> et aux <b>Pages</b> autorisés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce rôle est destiné aux personnes qui travaillent pour une autre entreprise.</li> </ul>



1

Présentation

2

Considérations relatives à l'intégration

A

B

C

D

E

3

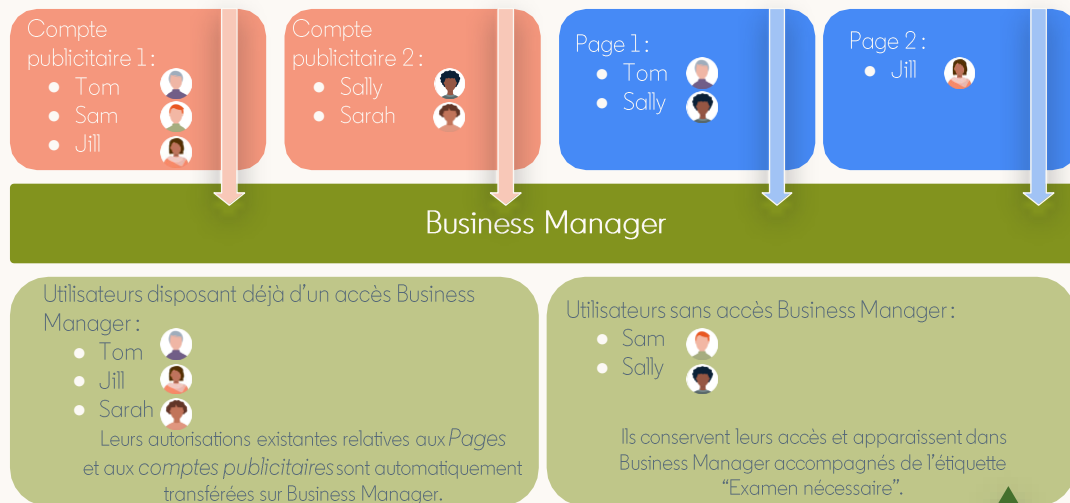
Préparation à l'intégration

4

Intégration

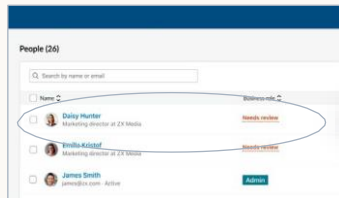


Le processus de migration vers Business Manager des accès utilisateur existants aux comptes publicitaires et aux Pages est très simple. Quand des personnes disposant d'un accès aux comptes publicitaires et aux Pages dont vous êtes propriétaire sont ajoutées à votre Business Manager, leurs autorisations sont transférées. Les personnes qui n'ont pas été invitées à rejoindre votre Business Manager seront signalées pour que vous examiniez leur profil.



### Vous pouvez alors :

- Inviter l'utilisateur à rejoindre Business Manager. Ses autorisations seront automatiquement transférées.
- Retirer l'utilisateur des *comptes publicitaires* et *Pages* de votre client.
- Ne rien faire. L'utilisateur conservera alors son accès. Cette option peut être utilisée pour octroyer un accès à une autre entreprise. Lorsque les employés de plusieurs entreprises ont la possibilité d'accéder aux mêmes *comptes publicitaires* et *Pages*, cela donne aux autres sociétés le temps de créer leurs propres Business Managers.





# D. Vos clients ont-ils besoin de leur propre Business Manager ?

Déterminez si vous souhaitez recommander à vos clients de créer leur propre Business Manager et de collaborer avec vous à l'aide des partenariats Business Manager.





Présentation

1

2

A

B

C

D

E

3

Considérations relatives  
à l'intégration

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Votre client a-t-il besoin de son propre Business Manager ?

Répondez à ces questions pour comprendre comment les différentes caractéristiques d'un client donné peuvent avoir une influence sur le fait qu'il puisse avoir besoin de disposer de son propre Business Manager ou d'en tirer avantage.

1	Votre client gère-t-il une partie de son marketing en interne ?	Business Manager permet à votre client de visualiser l'ensemble de ses activités au même endroit, qu'elles soient gérées en interne ou par l'agence.
2	Votre client travaille-t-il avec plusieurs agences ?	Business Manager permet à votre client de visualiser de manière centralisée l'ensemble des activités impliquant les agences avec lesquelles il travaille et de partager facilement l'accès à ses Pages avec ces dernières.
3	Votre client utilise-t-il plusieurs Pages pour faire de la publicité ?	Avec Business Manager, votre client dispose d'un espace centralisé lui permettant de partager de manière efficace et sécurisée l'accès à ses Pages avec les agences avec lesquelles il travaille, ainsi que de retirer de ses Pages l'ensemble des collaborateurs de ces agences en un seul geste.
4	Votre client a-t-il besoin d'accéder (par ex. avec un rôle Visiteur) à vos comptes publicitaires (ceux de l'agence) ?	Avec Business Manager, votre client peut gérer de manière flexible l'accès de ses propres collaborateurs aux comptes publicitaires que vous partagez avec lui.
5	Votre client dispose-t-il d'audiences internes (audiences CRM/marketing automation, par ex.) qu'il souhaite que vous utilisiez dans ses campagnes ?	Avec Business Manager, vos clients peuvent partager des Matched Audiences de manière dynamique (y compris des audiences CRM ou d'autres audiences d'intégration) sans vous autoriser à consulter, modifier ou copier les audiences ou bien à configurer l'intégration directement sur votre compte publicitaire.



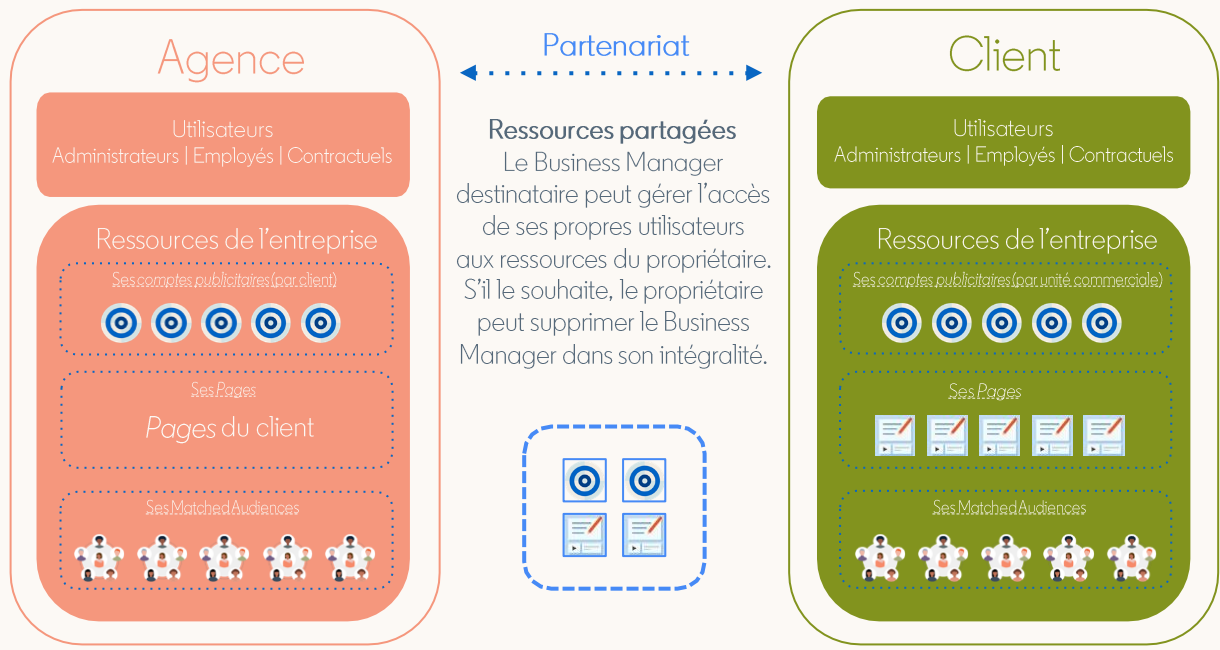
**Conseil :** si vous avez répondu 'Oui' à l'une de ces questions, incitez vos clients à créer leur propre Business Manager et à utiliser les partenariats pour que l'accès aux comptes publicitaires et aux Pages soit partagé entre vous.



Vous souhaitez donner des conseils à vos clients sur la manière de configurer leur Business Manager ?  
[Voici une présentation détaillée de la manière de procéder](#)



Si votre client crée son propre Business Manager, les partenariats constituent la méthode de collaboration la plus efficace et sécurisée.





# E. Configuration des comptes publicitaires et des Pages

Déterminez comment vous et vos clients pouvez travailler de manière collaborative en ce qui concerne les *comptes publicitaires* et les *Pages*.











# Déterminez comment vous utiliserez Business Manager avec vos clients

Ces options déterminent la manière dont vous interagirez avec ces derniers et comment vous ajouterez des *comptes publicitaires* et des *Pages client*.



Utilisateur(s) de Business Manager	Options de propriété des comptes et des Pages	
Agence uniquement	L'agence sera propriétaire des <i>comptes publicitaires</i> et demandera l'accès aux <i>Pages client</i>	Comparer 
	L'agence demande l'accès aux <i>Pages</i> et aux <i>comptes publicitaires du client</i>	Comparer 
Agence et client (partenariat)	L'agence sera propriétaire des <i>comptes publicitaires</i>	Comparer 
	Les clients seront propriétaires des <i>comptes</i> et des <i>Pages</i> , et les partageront avec l'agence	Comparer 



# Si seule l'agence utilise Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires

LinkedIn recommande, mais n'impose pas, que le responsable de la facturation du *compte publicitaire* en soit également propriétaire.

## Comparaison...

- [Seule l'agence utilise Business Manager et a besoin d'accéder aux comptes publicitaires et aux pages du client](#)
- [L'agence et le client utilisent Business Manager, et l'agence est propriétaire des comptes publicitaires](#)
- [L'agence et le client utilisent Business Manager, et le client est propriétaire des comptes publicitaires et des Pages](#)

## Avantages

- ✓ La majeure partie de l'intégration est contrôlée par l'agence. Elle ne dépend du client que pour l'approbation des demandes liées à la *Page*.
- ✓ Votre agence aura le contrôle total des *comptes publicitaires*, partage des Matched Audiences inclus.



## Inconvénients

- ✗ Si les employés du client ont besoin d'accéder aux *comptes publicitaires* de l'agence, ils devront être ajoutés à votre Business Manager.
- ✗ Le client ne peut pas partager de Matched Audiences issues de ses *comptes publicitaires* avec les vôtres.



Si seule l'agence utilise Business Manager et a besoin d'accéder aux comptes publicitaires et aux Pages du client

#### Comparaison...

- [Seule l'agence utilise Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires](#)
- [L'agence et le client utilisent Business Manager, et l'agence est propriétaire des comptes publicitaires](#)
- [L'agence et le client utilisent Business Manager, et le client est propriétaire des comptes publicitaires et des Pages](#)

### Avantages

- ✓ Processus d'intégration plus simple pour l'agence

### Inconvénients

- ✗ Vous dépendez entièrement de l'approbation du client de toutes vos demandes liées aux *comptes publicitaires* et aux *Pages*
- ✗ Le client contrôle le *compte publicitaire* et peut supprimer votre agence
- ✗ Impossibilité de partager des Matched Audiences





# Si l'agence et le client utilisent Business Manager, et que l'agence est propriétaire des comptes publicitaires

Dans ce scénario, vos clients sont propriétaires des *Pages*, vous partagez les *comptes* avec les clients, et ces derniers partagent les *Pages* avec vous.

## Comparaison...

- [Seule l'agence utilise Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires](#)
- [Seule l'agence utilise Business Manager et a besoin d'accéder aux comptes publicitaires et aux pages du client](#)
- [L'agence et le client utilisent Business Manager, et le client est propriétaire des comptes publicitaires et des Pages](#)

### Avantages

- ✓ L'agence a le contrôle total des *comptes publicitaires*, partage des Matched Audiences inclus

### Inconvénients

- ✗ En général, les partenariats impliquent une plus grande coordination entre les agences et les clients





# Si l'agence et le client utilisent Business Manager, et que le client est propriétaire des comptes publicitaires et des Pages

## Comparaison...

- [Seule l'agence utilise Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires](#)
- [Seule l'agence utilise Business Manager et a besoin d'accéder aux comptes publicitaires et aux Pages du client](#)
- [L'agence et le client utilisent Business Manager, et l'agence est propriétaire des comptes publicitaires](#)

### Avantages

- ✓ Le client, et non l'agence, doit se charger de la majorité des tâches d'intégration

### Inconvénients

- ✗ Le client contrôle le *compte publicitaire* et peut supprimer votre agence
- ✗ Vous dépendez du client pour le partage des Matched Audiences entre les comptes





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# Préparation à l'intégration



1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# Préparation à l'intégration

Les modèles de cette section vous aideront à organiser l'intégration au fur et à mesure que votre agence :

1. Dresse la liste des personnes et ressources à ajouter
2. Contacte ses interlocuteurs chez le client
3. Communique les prochaines étapes au client





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# A. Dressage de la liste des personnes et ressources à ajouter

Réunissez tout ce dont vous avez besoin  
pour commencer à créer votre équipe  
sur Business Manager.







1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# Collecte des informations pertinentes

Utilisez ces modèles pour dresser une liste des *Pages*, *comptes publicitaires* et *personnes* que vous pensez devoir ajouter à Business Manager, ainsi que consigner les états d'avancement des processus d'intégration relatifs à vos différents clients.

[Télécharger le modèle](#)

## Identifiants de compte publicitaire

Récupérez les *ID de compte publicitaire* nécessaires.



## Noms de pages

Identifiez les *Pages client* que vous devez ajouter.



## Adresses e-mail professionnelles de vos employés

Identifiez les employés à inviter sur Business Manager, ainsi que leur adresse e-mail professionnelle.



1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# B. Formation de l'équipe chargée du compte au sein de l'agence

Formez les membres pertinents  
de l'équipe de l'agence.





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# Message destiné aux membres internes de l'équipe de l'agence

Utilisez ce modèle d'e-mail pour indiquer que votre agence va bientôt utiliser Business Manager.

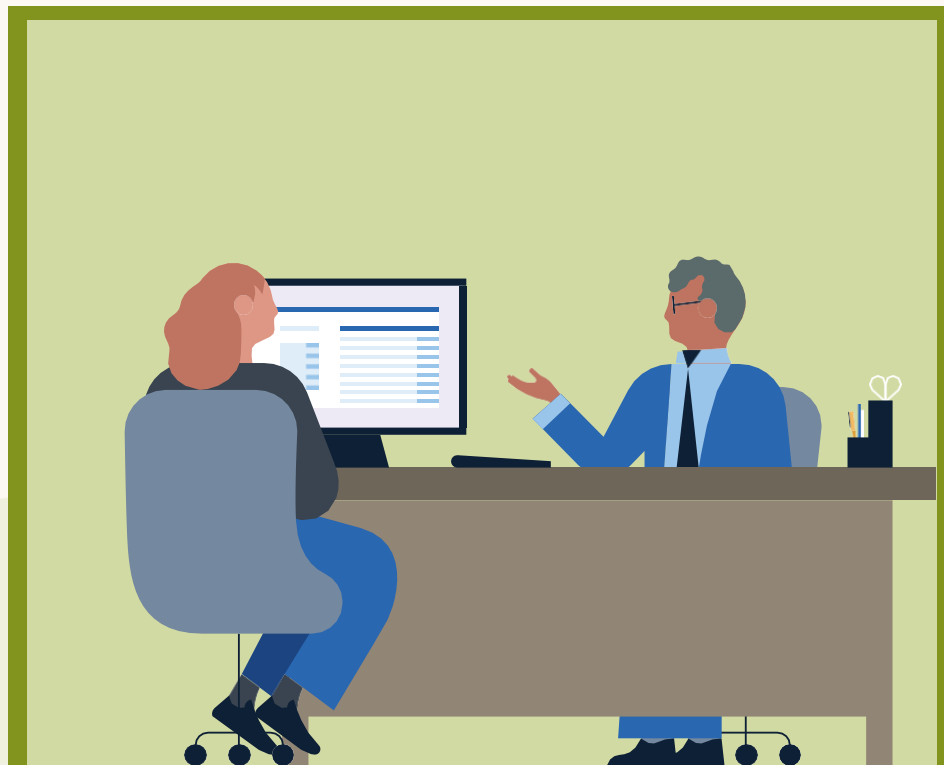


Télécharger le modèle



Ressources utiles

- [Présentation de l'intégration](#)
- [Guide de démarrage](#)





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

A

B

C

4

Intégration



# C. Formation de l'équipe du client

Informez le client des  
prochaines étapes.





# Envoi par l'agence au client d'un e-mail visant à l'engager

Pour chaque client, sélectionnez les attributs pertinents afin de télécharger un e-mail d'engagement personnalisé relatif à la mise en route de Business Manager.



## Ressources utiles

- [Présentation de Business Manager](#)

Le client doit disposer de son propre Business Manager	Responsable de la facturation sur les comptes publicitaires	Modèle de prise de contact
Oui	Agence (L'agence doit donc être propriétaire des comptes publicitaires)	Voir l'e-mail ✱
Oui	Client (Le client doit donc être propriétaire des comptes publicitaires)	Voir l'e-mail ✱
Non	Agence (L'agence doit donc être propriétaire des comptes publicitaires)	Voir l'e-mail ✱
Non	Client (Le client doit donc être propriétaire des comptes publicitaires)	Voir l'e-mail ✱



# Envoi par l'agence au client d'un e-mail relatif aux prochaines étapes

Pour chaque client, sélectionnez les attributs pertinents afin de télécharger un e-mail personnalisé détaillant les prochaines étapes de l'intégration de Business Manager.

## Ressources utiles

- [Présentation de la collaboration entre les agences et les marques](#)
- [Présentation de l'intégration](#)
- [Guide complet de Business Manager](#)



Le client disposera de son propre Business Manager	Propriétaires des comptes publicitaires et des Pages	Modèle de prise de contact
Oui	Le client est propriétaire des deux	<a href="#">Voir l'e-mail</a>
Oui	L'agence est propriétaire des comptes publicitaires Le client est propriétaire des Pages	<a href="#">Voir l'e-mail</a>
Non	Le client est propriétaire des deux	<a href="#">Voir l'e-mail</a>



1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

E

F



# Intégration





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

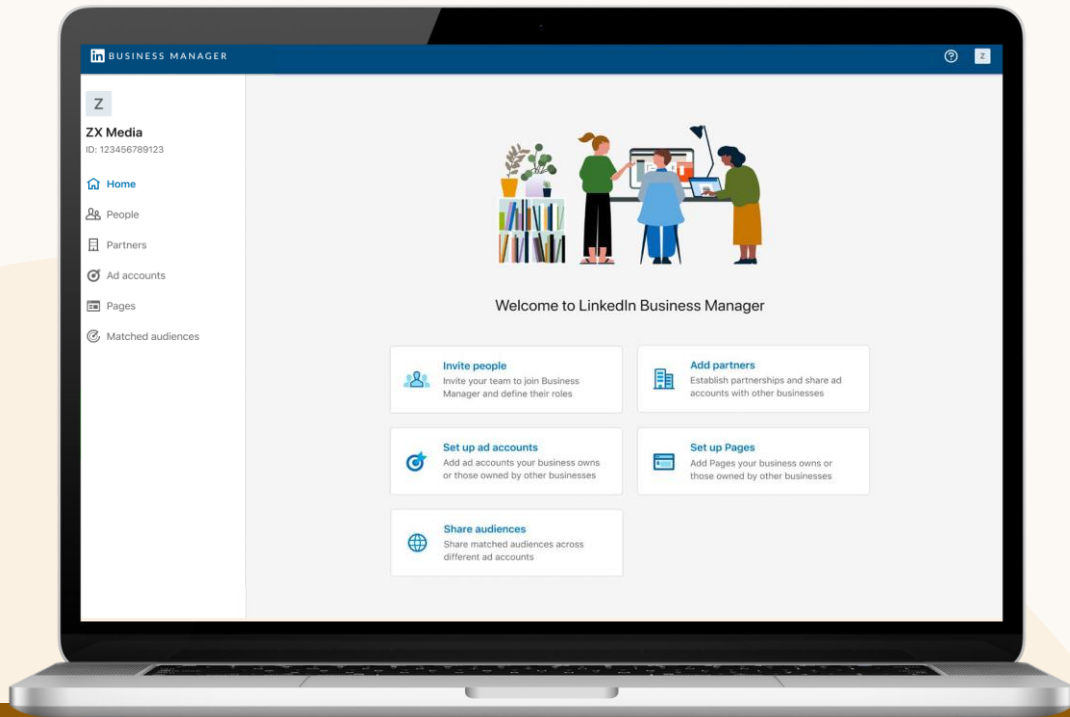
E

F



# Étapes d'intégration

- A Création de votre Business Manager
- B Invitation d'administrateurs
- C Ajout de comptes publicitaires
- D Ajout de Pages
- E Vérification des accès
- F Configuration des partenariats







1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

E

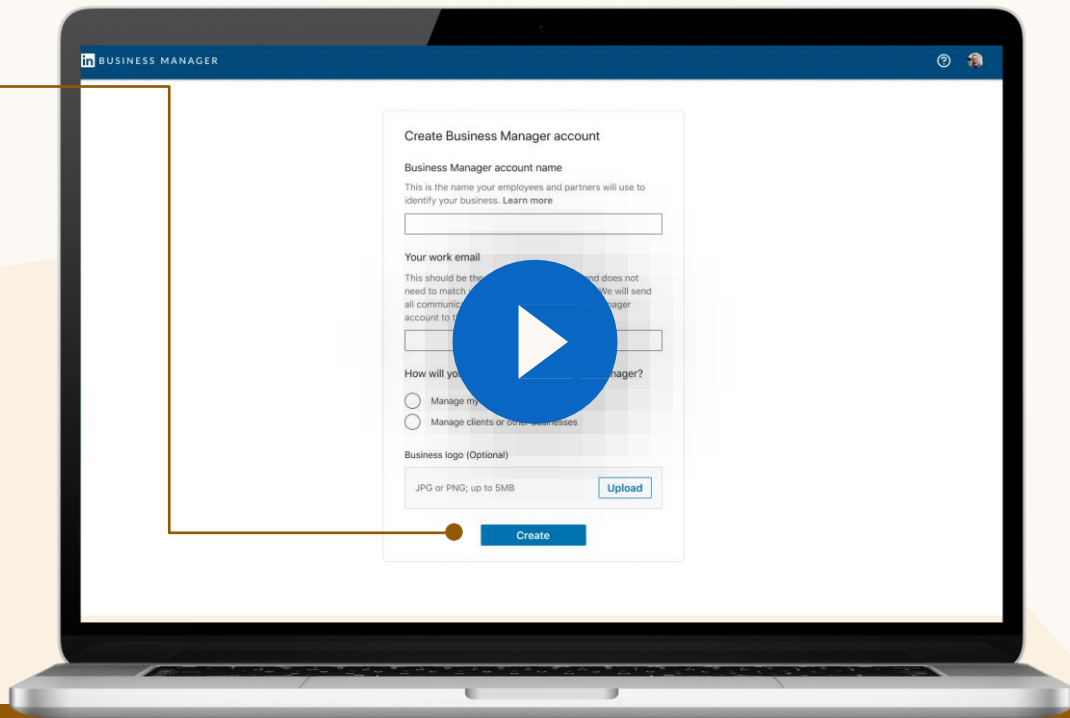
F



Création de votre Business Manager

# Cliquez sur Créer pour commencer

Nous vous suggérons d'intégrer le nom de la société mère et de la filiale/région/unité commerciale au nom de votre Business Manager, pour que les clients puissent reconnaître votre entreprise (par ex., Business Manager LinkedIn Amérique du Nord). Pour une meilleure organisation, nous conseillons également de définir des règles de dénomination cohérentes.





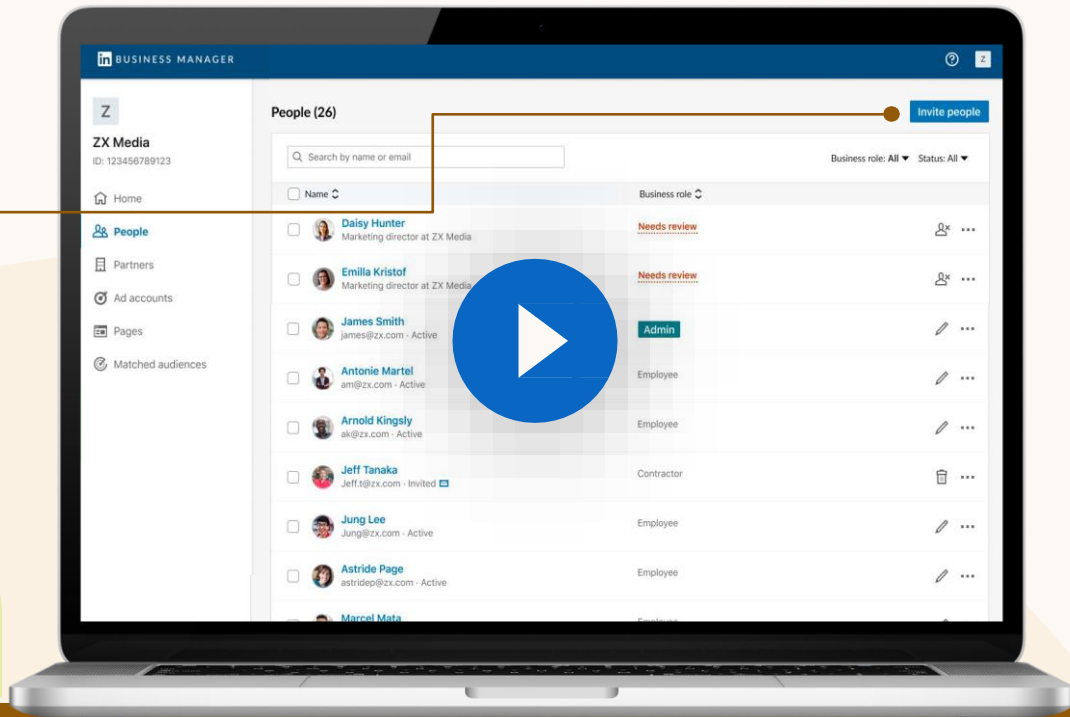
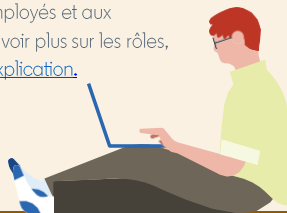
Invitation d'administrateurs

# Invitez votre équipe

Vous pouvez inviter des personnes en cliquant sur le bouton prévu à cet effet et en saisissant leurs adresses e-mail professionnelles. Leur adresse ne doit pas forcément être associée à leur profil LinkedIn.



**Astuce :** séparez les adresses e-mail par des virgules pour inviter plusieurs personnes à la fois. Commencez par inviter les administrateurs, avant de passer aux employés et aux contractuels. Pour en savoir plus sur les rôles, [consultez cette brève explication](#).





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

E

F



Invitation d'administrateurs

# Les destinataires doivent accepter l'invitation envoyée par e-mail



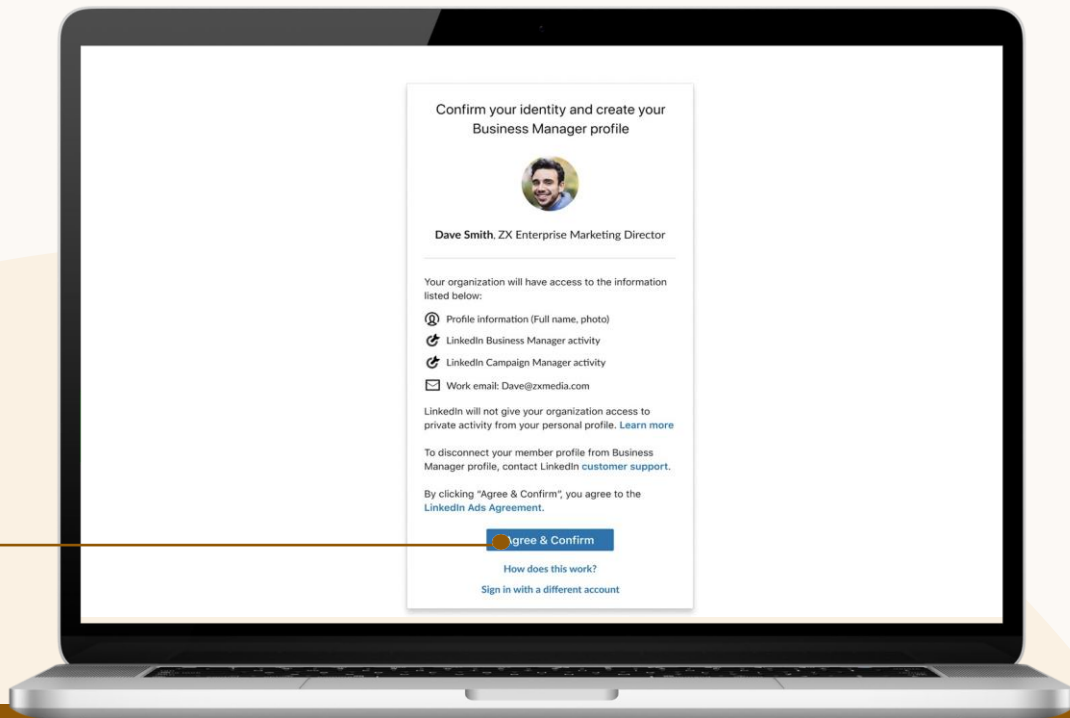
Leur profil Business Manager sera alors créé.



Ils l'utiliseront pour accéder aux *comptes publicitaires* et aux *Pages Business Manager* à l'avenir.



Ils pourront continuer d'accéder aux *comptes publicitaires* et aux *Pages* auxquels ils avaient déjà accès avant la migration vers Business Manager.



Ajout de comptes publicitaires

# Ajouter des comptes publicitaires à Business Manager



**Astuce :** vous pouvez ajouter jusqu'à 200 *comptes publicitaires* à la fois grâce à un fichier CSV. La limite est établie à 1 000 *comptes publicitaires*. Commencez donc par les *comptes publicitaires* actifs.



**Astuce :** si la personne ajoutant le *compte publicitaire* a déjà le rôle Chargé de compte sur ce dernier, il sera automatiquement approuvé. Sinon, des e-mails seront envoyés aux chargés de compte existants pour demander leur approbation.



Comment approuver des demandes

Propriétaires de compte publicitaire	Scénarios	Instructions
L'agence sera propriétaire des comptes publicitaires	Ajout par saisie des ID de compte	Voir le tutoriel
	Ajout par importation d'un fichier CSV	Voir le tutoriel
Le client sera propriétaire des comptes publicitaires	Ajout lorsqu'un client ne dispose pas de Business Manager	Voir le tutoriel et le modèle d'e-mail
	Ajout lorsqu'un client dispose de Business Manager	Voir le tutoriel



Présentation

1

2

Considérations relatives à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

E

F



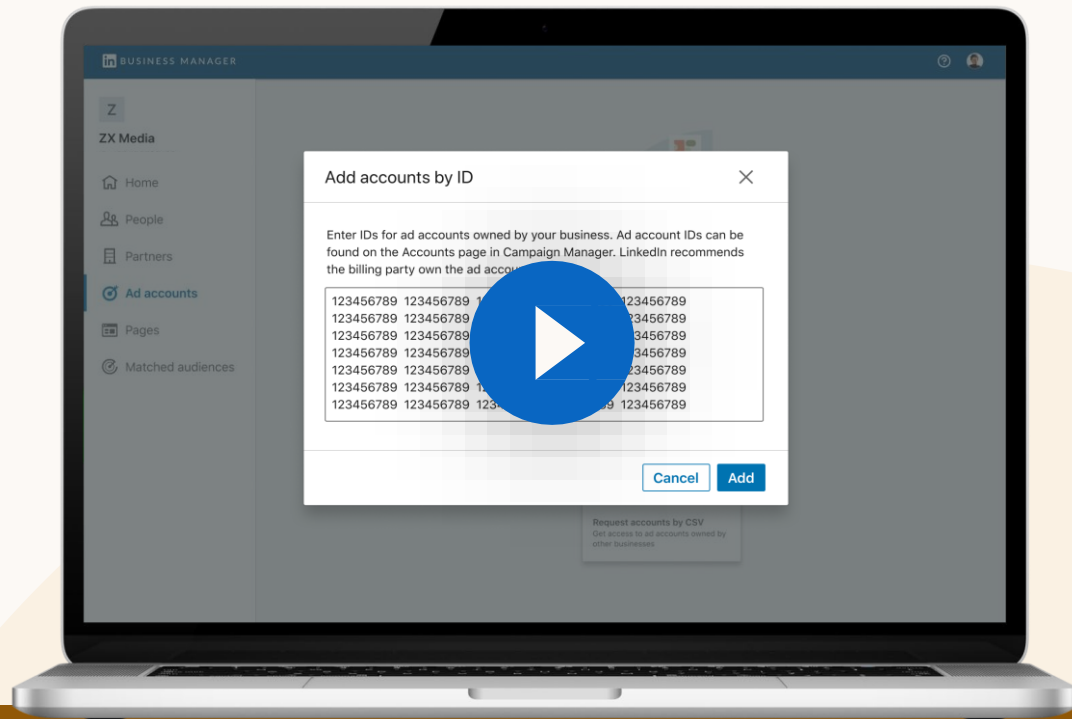
Ajout de comptes publicitaires

## Saisir des ID de compte publicitaire

Les ID de compte publicitaire sont composés de 9 chiffres. Ils figurent dans l'onglet Comptes de [Campaign Manager](#). Accédez à [Comptes publicitaires](#) et sélectionnez [Comptes publicitaires](#) > [Ajouter des comptes avec un ID](#).



Astuce : n'oubliez pas de faire figurer une espace entre chaque ID de compte publicitaire lorsque vous en ajoutez plusieurs.





1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

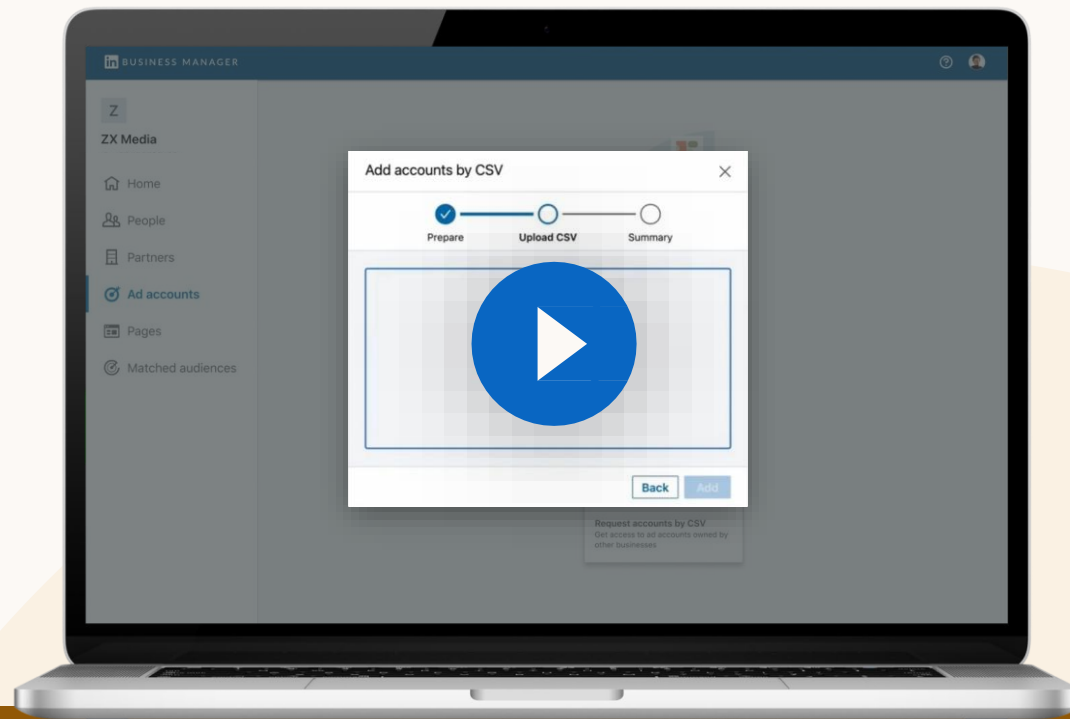
A

B

D

E

F



Ajout de comptes publicitaires

## Saisir des lots d'ID via un fichier CSV

Si vous souhaitez ajouter des lots de *comptes publicitaires*, accédez à *Comptes publicitaires* et sélectionnez *Comptes publicitaires* > *Ajouter des comptes avec un fichier CSV*.

Ajout de comptes publicitaires

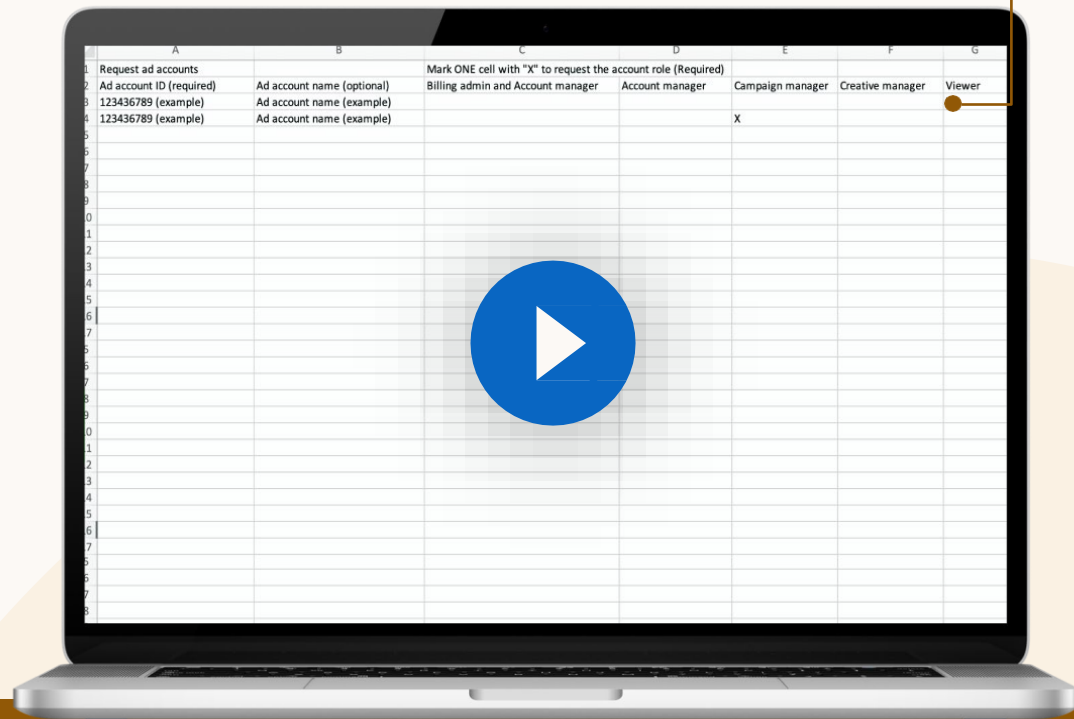
## Lors de la demande d'un accès, indiquez le rôle

Vous devez utiliser un fichier CSV et sélectionner le [rôle](#) dont votre agence a besoin. Notez un "X" sous le rôle souhaité. Si votre demande est approuvée, vous pourrez attribuer à vos employés le rôle le plus élevé pour ce compte.

Pour demander l'accès à un *compte publicitaire*, vous pouvez [envoyer ce modèle d'e-mail](#) au responsable du compte concerné.



**Astuce :** ne procédez pas ainsi si le *compte publicitaire* appartient à un client qui possède un Business Manager. Créez d'abord un *partenariat* Business Manager, puis demandez au client de partager l'accès au *compte publicitaire* avec vous. Procédez ainsi si votre client n'utilise PAS Business Manager.



Utilisez ce modèle d'e-mail pour demander l'accès à des comptes publicitaires.

Télécharger le modèle



LinkedIn



Ajout de Pages

# Ajouter des Pages à Business Manager



Comment approuver des demandes



Propriétaires de Pages	Scénarios	Instructions
L'agence sera propriétaire des Pages (Non recommandé)	Ajouter une Page en la cherchant	 Voir le tutoriel
Le client sera propriétaire des Pages	Demander l'accès à la Page quand le client ne dispose pas de Business Manager	 Voir le tutoriel et le modèle d'e-mail
	Le client dispose de Business Manager et partage la Page avec vous	 Voir le tutoriel





Présentation

1

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

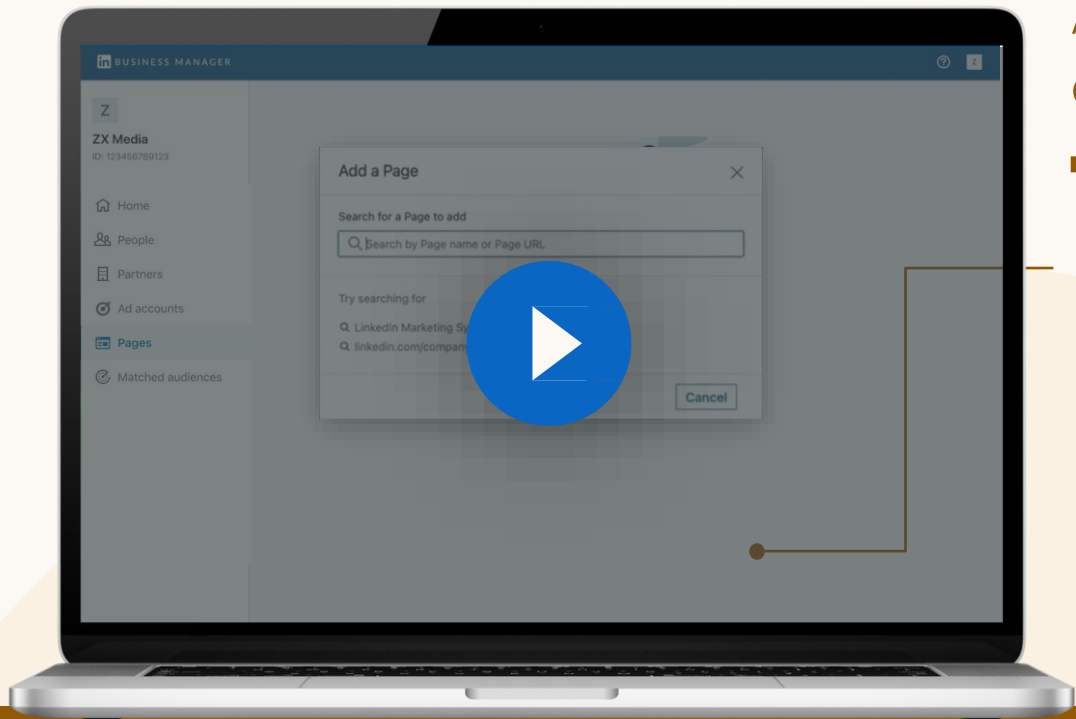
B

C

D

E

F



Ajout de Pages

## Ajouter une Page en tant que propriétaire de Page

Cherchez la *Page* à ajouter. Pour envoyer une demande de propriété, il est nécessaire qu'un *Super Admin* de cette *Page* fasse partie de votre Business Manager.



*Astuce* : LinkedIn ne recommande pas que l'agence soit propriétaire de la Page.

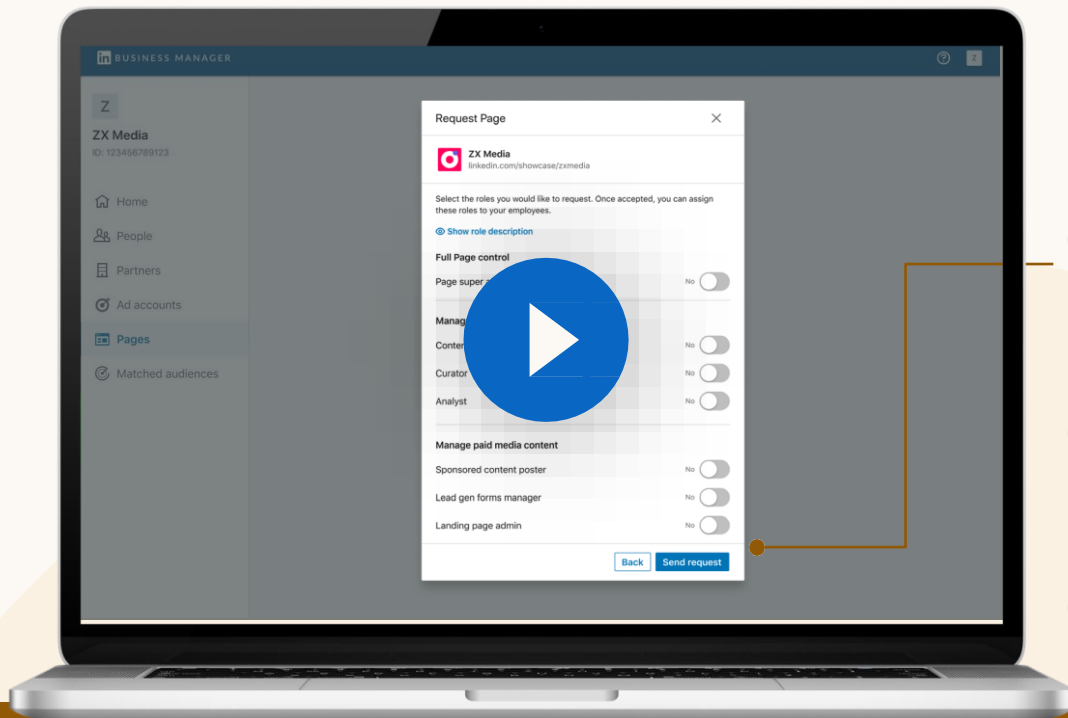
Ajout de Pages

# Demander l'accès à des Pages

Lorsque vous demandez un accès, vous devez sélectionner les rôles de Page dont vous avez besoin. [En savoir plus.](#)

Procédez ainsi si vous diffusez des publicités pour le compte de votre client et que celui-ci ne dispose pas de son propre Business Manager. Si votre client dispose d'un Business Manager, demandez-lui de partager l'accès aux Pages avec vous via un partenariat.

Pour demander l'accès à une Page, vous pouvez [envoyer ce modèle d'e-mail](#) au *Super Admin de la Page*.



Utilisez ce modèle d'e-mail pour demander l'accès à des Pages.

Télécharger le modèle



Vérification des accès

# Examiner toute personne dont le rôle est “Examen nécessaire”

Le rôle “Examen nécessaire” correspond aux personnes qui avaient accès aux *comptes publicitaires* et aux *Pages* avant que votre agence ne s'en déclare propriétaire dans Business Manager, mais qui n'ont pas encore été invitées à rejoindre Business Manager.

Personne	Scénarios	Instructions
Employés actuels	Invitez-les à rejoindre Business Manager.	 Voir le tutoriel
Anciens employés	Retirez-les pour qu'ils n'aient plus accès à l'ensemble de vos <i>comptes</i> et <i>Pages</i> .	 Voir le tutoriel
Employés du client	Si cela est utile, invitez-les à créer leur propre Business Manager pour partager avec eux l'accès au <i>compte publicitaire</i> via un partenariat.	 Voir le tutoriel

Configuration des partenariats

# Ajouter un client en tant que partenaire

Quand votre client et vous-même prévoyez tous deux d'utiliser Business Manager, vous devez configurer un partenariat.

Les partenaires peuvent uniquement voir et travailler sur les *comptes publicitaires* et *Pages* partagés avec eux, et ne peuvent pas les repartager avec un autre Business Manager.

Scénarios	Instructions
Ajouter un partenaire	 <a href="#">Voir le tutoriel</a>
Partager des <i>comptes publicitaires</i> avec un partenaire	 <a href="#">Voir le tutoriel</a>
Partager des <i>Pages</i> avec un partenaire	 <a href="#">Voir le tutoriel</a>



Présentation

1

2

Considérations relatives à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

E

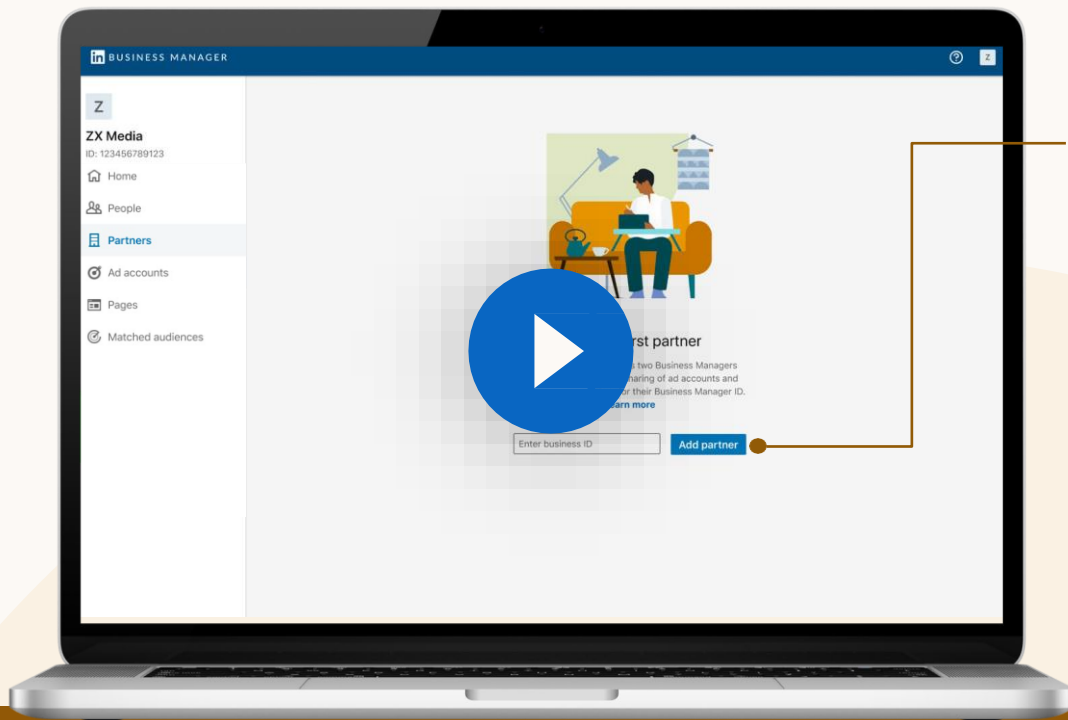
F



Configuration des partenariats

# Les administrateurs saisissent l'ID Business Manager du partenaire

- ✓ L'ID Business Manager se trouve sous le nom du Business Manager.
- ✓ Votre agence et votre client doivent disposer de Business Managers pour configurer un partenariat Business Manager.
- ✓ Les *comptes publicitaires* et les *Pages* ne sont *jamais* partagés automatiquement avec un partenaire.
- ✓ Seuls les *administrateurs* peuvent ajouter des partenaires.



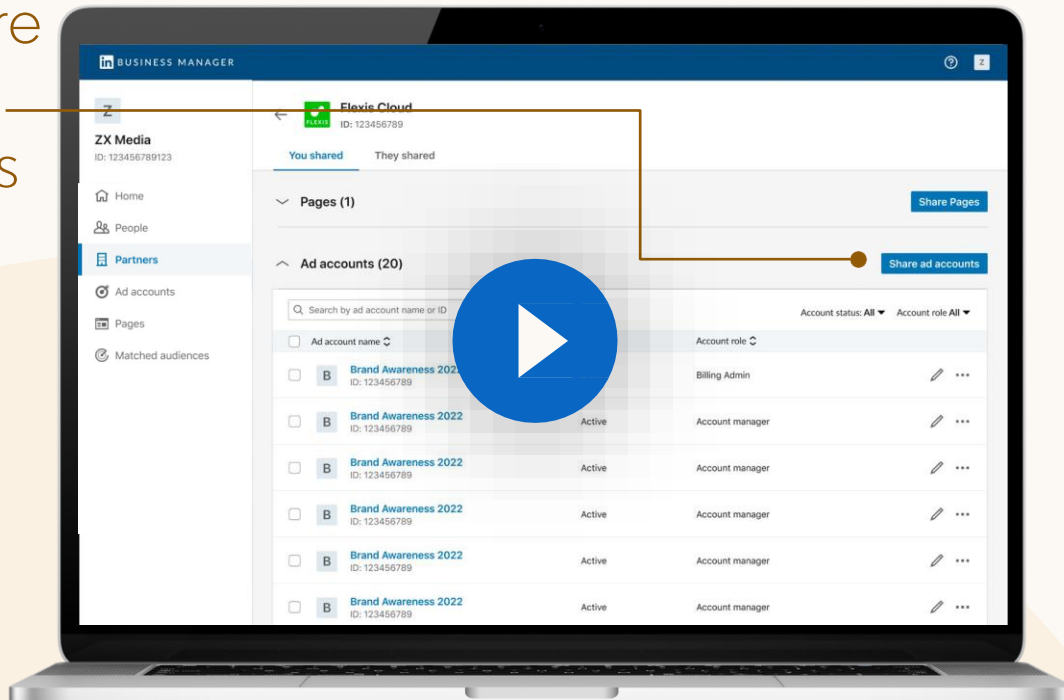


## Configuration des partenariats

Cliquez sur un partenaire  
pour commencer  
à partager des comptes

Cliquez sur *Partager des comptes publicitaires* pour sélectionner les *comptes publicitaires* de votre Business Manager à partager avec le partenaire.

Les partenaires ne peuvent pas  
repartager des *comptes publicitaires*  
ou des *Pages* avec une autre agence.



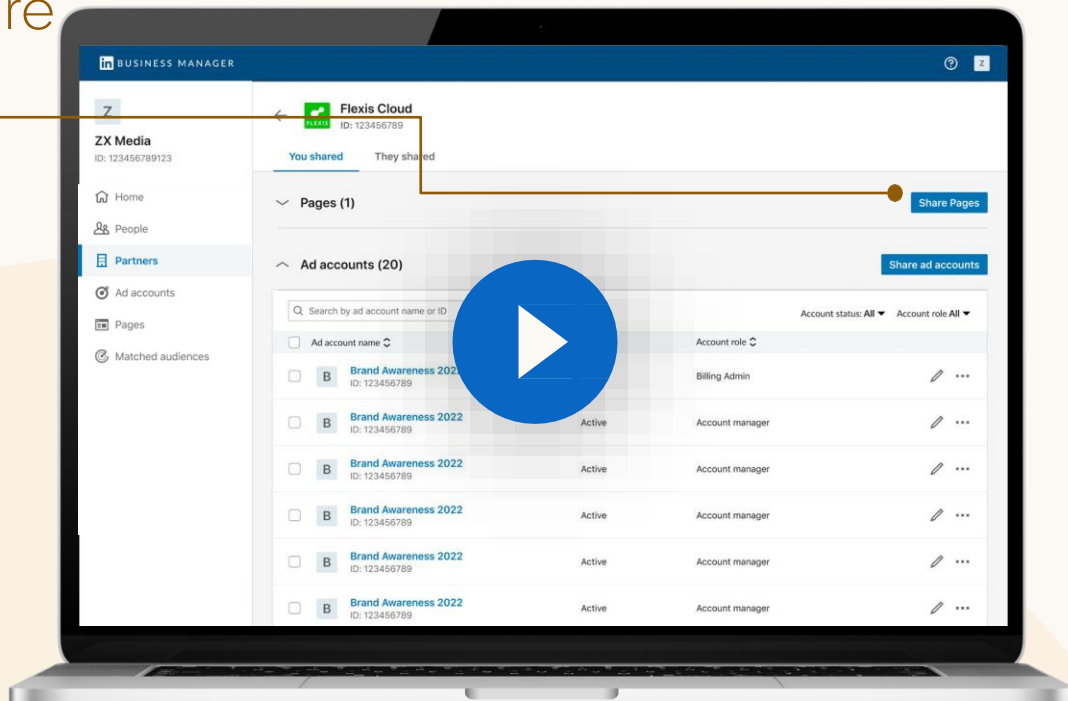


### Configuration des partenariats

# Cliquez sur un partenaire pour commencer à partager des Pages

Cliquez sur Partager des Pages pour  
sélectionner les Pages de votre Business  
Manager à partager avec ce partenaire.

Les partenaires ne peuvent pas  
repartager des *comptes publicitaires*  
ou des Pages avec une autre agence.





Présentation

1

2

Considérations relatives à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration

A

B

C

D

E

F

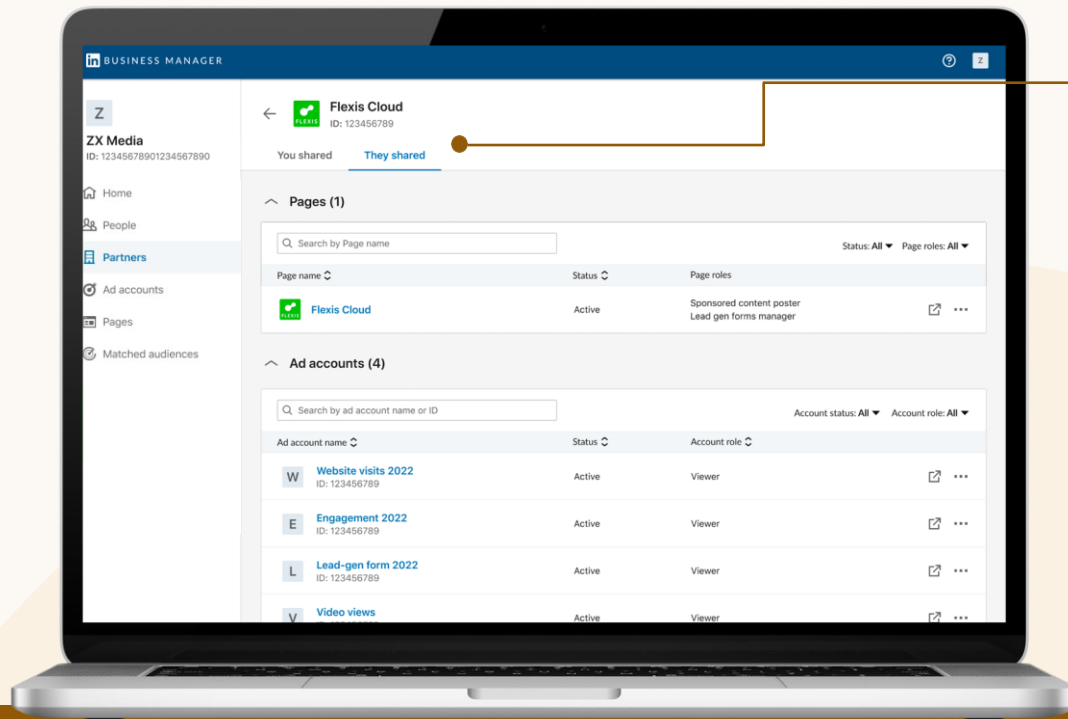


Configuration des partenariats

# Vos partenaires peuvent partager des comptes et des Pages avec vous

En cliquant sur l'onglet Partagé par le partenaire figurant sur le profil du partenaire, vous pouvez consulter les *comptes publicitaires* et les *Pages* partagés avec vous.

Vos *administrateurs* peuvent maintenant ajouter des utilisateurs à ces *comptes publicitaires* et ces *Pages* et leur attribuer les rôles spécifiés par votre partenaire.







1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Explorez ces ressources utiles pour en savoir plus

[Options de configuration pour les agences](#)

[Options de configuration pour les marques](#)

[Guide de démarrage détaillé](#)

[Présentation de la propriété des comptes et des Pages](#)

[Présentation de la collaboration entre agences et clients](#)

[Présentation du partage d'audience](#)

[Présentation de Business Manager](#)

[Présentation de l'intégration](#)

[Présentation des avantages des Pages](#)

[Présentation des rôles et des autorisations](#)

[Modèles : Suivi du processus d'intégration et fichiers CSV](#)



1

Présentation

2

Considérations relatives  
à l'intégration

3

Préparation à l'intégration

4

Intégration



# Modèles d'e-mail





# E-mail interne à l'agence

Copiez et collez le texte  
à droite. N'oubliez pas de  
modifier ou remplir toutes  
les parties surlignées dans  
le modèle.

À : Équipes chargées de comptes de l'agence

Objet : Intégration prochaine de LinkedIn Business Manager

Bonjour à toutes et à tous,

Nous sommes ravis de vous annoncer que LinkedIn lance sa propre version de Business Manager pour nous aider à contrôler et gérer de manière centralisée les accès à l'ensemble de nos *comptes publicitaires* et *Pages client*. Le processus d'intégration est sur le point de commencer.

Vous recevrez sous peu un e-mail (Objet : Action nécessaire : confirmez votre e-mail - LinkedIn Marketing Solutions) pour vous demander de rejoindre notre Business Manager : [\[Saisir ici le nom du Business Manager\]](#). Veuillez vérifier votre dossier de courrier indésirable et contacter votre responsable si vous n'avez pas reçu cet e-mail.

Voici quelques points clés à noter :

- Votre accès ne sera pas perturbé : une fois l'invitation acceptée, votre ancien Campaign Manager et vos autorisations de *Page* existantes seront automatiquement migrés sur Business Manager pour l'ensemble des *comptes publicitaires* et *Pages* que nous avons déjà ajoutés ou que nous allons ajouter.
- Les campagnes en cours, la facturation et les autres configurations (telles que les Insights Tags ou les intégrations) ne seront pas non plus touchées.
- Toutes les fonctionnalités de Campaign Manager et des *Pages* resteront identiques, à l'exception de la gestion des autorisations. Désormais effectuée dans Business Manager, elle sera réservée aux administrateurs Business Managers ou aux utilisateurs disposant d'un accès de type Chargé de compte pour un *compte publicitaire* spécifique.
- Nous allons commencer à ajouter nos *comptes publicitaires* à Business Manager. Vous devriez donc bientôt recevoir des demandes d'approbation sur votre messagerie. Veuillez approuver tout *compte publicitaire* de [\[Saisir ici le nom du Business Manager\]](#).

Pour en savoir plus, vous pouvez consulter cette [présentation de l'intégration](#), ou ce [Guide de démarrage](#) détaillé [\[Envisagez de télécharger et joindre les documents\]](#)

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter.



Version 1

# E-mail visant à engager le client

Si le client dispose de son propre Business Manager et que l'agence est propriétaire des comptes publicitaires

Copiez et collez le texte à droite. N'oubliez pas de modifier ou remplir toutes les parties surlignées dans le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet: [Réponse demandée] Opportunité : travaillons plus intelligemment avec LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

Nous sommes ravis d'annoncer que LinkedIn lance sa propre version de Business Manager et que [Saisir le nom de l'agence] a entamé le processus d'intégration [ou souhaite procéder à l'intégration, si vous ne l'avez pas encore commencée].

Ne vous inquiétez pas: l'intégration n'aura aucune incidence sur nos activités en cours.

Le but de Business Manager est de faciliter et d'accélérer la réalisation des tâches administratives et la collaboration entre les agences et les clients. Nous aurons ainsi encore plus de temps pour développer [Saisir le nom du client], mettre en œuvre des actions et générer plus de ROI.

Nous souhaitons avoir votre avis sur les points suivants, avant de poursuivre l'intégration :

- Nous vous recommandons de créer votre propre Business Manager. Cela nous permettra de partager facilement des *comptes publicitaires*, des *Pages* et des *audiences* entre nos deux Business Managers.
- Est-ce que [Saisir le nom du client] devrait disposer de son propre Business Manager ?
- Préférez-vous que notre agence soit propriétaire des *comptes publicitaires* que nous gérons en votre nom, ou que [Saisir le nom du client] en soit propriétaire ?
- LinkedIn recommande que le responsable de la facturation d'un compte publicitaire en soit propriétaire. Il nous semble donc préférable que notre agence soit propriétaire des comptes publicitaires. <inclure uniquement ce qui suit si l'agence y consent> Si notre collaboration venait à prendre fin, LinkedIn sera en mesure de faciliter le transfert du compte publicitaire à [Saisir le nom du client]

Voici quelques ressources qui pourraient vous être utiles [Nous recommandons de télécharger et de mettre en pièce jointe les documents suivants] :

- [Présentation de Business Manager](#)
- [Présentation de l'intégration](#)

Faites-nous part de vos commentaires pour que nous puissions avancer dans le processus.



Version 2

# E-mail visant à engager le client

Si le client dispose de son propre Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires

Copiez et collez le texte à droite. N'oubliez pas de modifier ou remplir toutes les parties surlignées dans le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet : [Réponse demandée] Opportunité : travaillons plus intelligemment avec LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

Nous sommes ravis d'annoncer que LinkedIn lance sa propre version de Business Manager et que [Saisir le nom de l'agence] a entamé le processus d'intégration [ou souhaite procéder à l'intégration, si vous ne l'avez pas encore commencée]. Ne vous inquiétez pas : l'intégration n'aura aucune incidence sur nos activités en cours.

[ou souhaite procéder à l'intégration, si vous ne l'avez pas encore commencée]. Ne vous inquiétez pas : l'intégration n'aura aucune incidence sur nos activités en cours.

Le but de Business Manager est de faciliter et d'accélérer la réalisation des tâches administratives et la collaboration entre les agences et les clients. Nous aurons ainsi encore plus de temps pour développer [Saisir le nom du client], mettre en œuvre des actions et générer plus de ROI.

Nous souhaitons avoir votre avis sur les points suivants, avant de poursuivre l'intégration :

- Est-ce que [Saisir le nom du client] devrait disposer de son propre Business Manager ?
- Nous vous recommandons de créer votre propre Business Manager. Cela nous permettra de partager facilement des *comptes publicitaires*, des *Pages* et des *audiences* entre nos deux Business Managers.
- Préférez-vous que notre agence soit propriétaire des *comptes publicitaires* que nous gérons en votre nom, ou que [Saisir le nom du client] en soit propriétaire ?
- LinkedIn recommande que le responsable de la facturation d'un *compte publicitaire* en soit propriétaire. Nous pensons donc qu'il est préférable que [Saisir le nom du client] soit propriétaire des *comptes publicitaires* sur lesquels nous collaborons.

Voici quelques ressources qui pourraient vous être utiles [Nous recommandons de télécharger et de mettre en pièce jointe les documents suivants] :

- [Présentation de Business Manager](#)
- [Présentation de l'intégration](#)

Faites-nous part de vos commentaires pour que nous puissions avancer dans le processus.



Version 3

# E-mail visant à engager le client

Si le client ne dispose pas  
de Business Manager et que  
l'agence est propriétaire des  
comptes publicitaires

Copiez et collez le texte à  
droite. N'oubliez pas de modifier  
ou remplir toutes les parties  
surlignées dans le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet : [Réponse demandée] Opportunité : travaillons plus intelligemment avec LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

Nous sommes ravis d'annoncer que LinkedIn lance sa propre version de Business Manager et que [Saisir le nom de l'agence] a entamé le processus d'intégration [ou souhaite procéder à l'intégration, si vous ne l'avez pas encore commencée]. Ne vous inquiétez pas : l'intégration n'aura aucune incidence sur nos activités en cours.

Le but de Business Manager est de faciliter et d'accélérer la réalisation des tâches administratives et la collaboration entre les agences et les clients. Nous aurons ainsi encore plus de temps pour développer [Saisir le nom du client], mettre en œuvre des actions et générer plus de ROI.

Nous souhaitons avoir votre avis sur les points suivants, avant de poursuivre l'intégration :

- Est-ce que [Saisir le nom du client] devrait disposer de son propre Business Manager ?
  - Selon nous, cela n'est pas pertinent. Étant donné les fonctionnalités actuelles de Business Manager, nous pensons que la création d'un Business Manager propre pour [Saisir le nom du client] vous ferait perdre du temps, sans présenter d'avantage significatif. Il est toujours possible de tirer avantage de Business Manager, même sans en disposer.
- Préférez-vous que notre agence soit propriétaire des *comptes publicitaires* que nous gérons en votre nom, ou que [Saisir le nom du client] en soit propriétaire ?
  - LinkedIn recommande que le responsable de la facturation d'un *compte publicitaire* en soit propriétaire. Il nous semble donc préférable que notre agence soit propriétaire des *comptes publicitaires*. <inclure uniquement ce qui suit si l'agence y consent> Si notre collaboration venait à prendre fin, LinkedIn sera en mesure de faciliter le transfert du *compte publicitaire* à [Saisir le nom du client].

Voici quelques ressources qui pourraient vous être utiles [Nous recommandons de télécharger et de mettre en pièce jointe les documents suivants] :

- [Présentation de Business Manager](#)
- [Présentation de l'intégration](#)

Faites-nous part de vos commentaires pour que nous puissions avancer dans le processus.



Version 4

# E-mail visant à engager le client

Si le client ne dispose pas de Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires

Copiez et collez le texte à droite. N'oubliez pas de modifier ou remplir toutes les parties surlignées dans le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet : [Réponse demandée] Opportunité : travaillons plus intelligemment avec LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici].

Nous sommes ravis d'annoncer que LinkedIn lance sa propre version de Business Manager et que [Saisir le nom de l'agence] a entamé le processus d'intégration [ou souhaite procéder à l'intégration, si vous ne l'avez pas encore commencée]. Ne vous inquiétez pas: l'intégration n'aura aucune incidence sur nos activités en cours.

Le but de Business Manager est de faciliter et d'accélérer la réalisation des tâches administratives et la collaboration entre les agences et les clients. Nous aurons ainsi encore plus de temps pour développer [Saisir le nom du client], mettre en œuvre des actions et générer plus de ROI.

Nous souhaitons avoir votre avis sur les points suivants, avant de poursuivre l'intégration :

- Est-ce que [Saisir le nom du client] devrait disposer de son propre Business Manager ?
  - Selon nous, cela n'est pas pertinent. Étant donné les fonctionnalités actuelles de Business Manager, nous pensons que la création d'un Business Manager propre pour [Saisir le nom client] vous ferait perdre du temps, sans présenter d'avantage significatif. Il est toujours possible de tirer avantage de Business Manager, même sans en disposer.
  - Préférez-vous que notre agence soit propriétaire des *comptes publicitaires* que nous gérons en votre nom, ou que [Saisir le nom du client] en soit propriétaire ?
  - LinkedIn recommande que le responsable de la facturation d'un *compte publicitaire* en soit propriétaire. Nous pensons donc qu'il est préférable que [Saisir le nom du client] soit propriétaire des *comptes publicitaires* sur lesquels nous collaborons.

Voici quelques ressources qui pourraient vous être utiles [Nous recommandons de télécharger et de mettre en pièce jointe les documents suivants] :

- [Présentation de Business Manager](#)
- [Présentation de l'intégration](#)

Faites-nous part de vos commentaires pour que nous puissions avancer dans le processus.



Version 1

# E-mail sur les prochaines étapes pour le client

Si le client dispose de son propre Business Manager et est propriétaire des comptes publicitaires et des Pages

Copiez et collez le texte à droite. N'oubliez pas de modifier ou remplir toutes les parties surlignées dans le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet: [Action nécessaire] Prochaines étapes pour l'intégration de LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

[Saisir le nom de l'agence] est en cours d'intégration de Business Manager.

Nous avons besoin de votre aide pour mener à bien les étapes suivantes :

1. Veuillez créer un Business Manager et nous transmettre votre ID (figurant dans le coin supérieur gauche du produit) pour que nous puissions former un partenariat Business Manager avec vous. Cela nous permettra de partager des **comptes publicitaires** et des **Pages** entre nous. Notre ID est : [Saisir l'ID Business Manager de l'agence].
2. Veuillez ajouter vos **comptes publicitaires** et vos **Pages** à Business Manager.
3. Veuillez ensuite les partager avec notre Business Manager par l'intermédiaire de notre **partenariat**, pour que nous puissions gérer l'accès de notre équipe. Voici les **comptes publicitaires**, **Pages** et rôles dont nous avons besoin :
  - [Saisir le(s) ID de compte publicitaire et le rôle requis (par ex. Chargé de compte)]
  - [Saisir le(s) URL ou nom(s) de Page et le(s) rôle(s) requis (par ex. Auteur de Sponsored Contेंट)]

Pour en savoir plus, vous pouvez consulter cette [présentation de l'intégration](#), ou ce [guide de démarrage](#) détaillé [Envisagez de télécharger et joindre les documents]





Version 2

## E-mail sur les prochaines étapes pour le client

Si le client dispose de son  
propre Business Manager  
et est uniquement propriétaire  
des Pages

Copiez et collez le texte  
à droite. N'oubliez pas  
de modifier ou remplir toutes  
les parties surlignées dans  
le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet: [Action nécessaire] Prochaines étapes pour l'intégration de LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

[Saisir le nom de l'agence] est en cours d'intégration de Business Manager.

Nous avons besoin de votre aide pour mener à bien les étapes suivantes :

1. Veuillez créer un Business Manager et nous transmettre votre ID (figurant dans le coin supérieur gauche du produit) pour que nous puissions former un partenariat Business Manager avec vous. Cela nous permettra de partager des **comptes publicitaires** et des **Pages** entre nous. Notre ID est : [Saisir l'ID Business Manager de l'agence].
2. Veuillez ajouter vos **Pages** à votre Business Manager. Veuillez ensuite les partager avec notre Business Manager par l'intermédiaire de notre partenariat, pour que nous puissions gérer les accès de notre équipe. Voici les **Pages** et rôles dont nous avons besoin :
  - [Saisir le(s) URL ou nom(s) de Page et le(s) rôle(s) requis (par ex. Auteur de Sponsored Content)]
3. Si vous le souhaitez, nous pouvons ensuite partager les **comptes publicitaires** avec votre Business Manager, pour que vous puissiez les suivre et y ajouter vos propres employés.

Pour en savoir plus, vous pouvez consulter cette [présentation de l'intégration](#), ou ce [guide de démarrage](#) détaillé [Envisagez de télécharger et joindre les documents]

Version 3

## E-mail sur les prochaines étapes pour le client

Si le client ne dispose pas  
de Business Manager et  
est propriétaire des comptes  
publicitaires et des Pages

Copiez et collez le texte  
à droite. N'oubliez pas  
de modifier ou remplir toutes  
les parties surlignées dans le  
modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet: [Action nécessaire] Prochaines étapes pour l'intégration de LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

[Saisir le nom de l'agence] est en cours d'intégration de Business Manager. Vous recevrez bientôt des [Saisir le nom du Business Manager de l'agence], dans l'optique de nous octroyer l'accès aux comptes publicitaires et aux Pages de votre entreprise que nous gérons.

[Demande] Les chargés de compte des **comptes publicitaires** et les **Super Admins** des **Pages** commenceront à recevoir des e-mails afin d'approuver nos accès. Veuillez accepter ces demandes.

Cela n'aura pas d'incidence sur votre expérience actuelle ayant trait aux **comptes publicitaires** et aux **Pages**. En approuvant ces demandes, vous permettez simplement à notre Business Manager de gérer l'accès à ces **comptes publicitaires** et **Pages**, pour les rôles inclus dans la demande.

- Cela vous permet de gagner un temps considérable, car nous pourrions ajouter des utilisateurs aux **comptes publicitaires** et aux **Pages** et en supprimer au fur et à mesure que du personnel intègre et quitte notre agence, sans que vous ayez à intervenir.
- Cette configuration améliore également votre gouvernance, tout particulièrement dans le cas des **Pages**. En effet, si notre collaboration venait à prendre fin, vous pourriez supprimer en une seule fois l'intégralité des accès de notre agence, au lieu d'avoir à le faire pour chacun de nos collaborateurs.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter.



# E-mail de demande d'accès à un compte publicitaire

Copiez et collez le texte à droite.  
N'oubliez pas de modifier  
ou remplir toutes les parties  
surlignées dans le modèle.

**À :** Interlocuteur principal chez le client

**Objet :** Approbation de la demande de notre LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

Nous avons récemment créé un compte LinkedIn Business Manager.

Business Manager est une nouvelle plateforme que nous utilisons pour gérer tous nos comptes, Pages et utilisateurs au même endroit. Business Manager permet aux entreprises comme les nôtres de travailler ensemble sur LinkedIn en toute simplicité.

Notre Business Manager, [Saisir le nom du Business Manager], vient de demander l'accès à **votre compte publicitaire** : [Insérer le nom et/ou l'ID du compte]. Les chargés de compte peuvent approuver cette demande en cliquant sur leur photo de profil en haut à droite de l'interface de Campaign Manager, puis en sélectionnant Demandes de Business Manager.

**[Demande]** Pouvez-vous approuver cette demande ?

En approuvant cette demande, vous autorisez simplement notre entreprise à gérer l'accès à ce **compte publicitaire** avec le niveau d'autorisation demandé, afin de vous faire gagner du temps. Ceci n'aura aucune incidence sur vos campagnes en cours ou vos activités. Vous pouvez à tout moment supprimer nos accès via Campaign Manager en écrivant à l'assistance LinkedIn. Merci de nous envoyer un e-mail avant pour nous en avertir.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter.



# E-mail de demande d'accès à une Page

Copiez et collez le texte à droite.  
N'oubliez pas de modifier  
ou remplir toutes les parties  
surlignées dans le modèle.

À : Interlocuteur principal chez le client

Objet : Approbation de la demande de notre LinkedIn Business Manager

Bonjour [Saisir le nom du client ici],

Nous avons récemment créé un compte LinkedIn Business Manager.

Business Manager est une nouvelle plateforme que nous utilisons pour gérer tous nos comptes, Pages et utilisateurs au même endroit. Business Manager permet aux entreprises comme les nôtres de travailler ensemble sur LinkedIn en toute simplicité.

Notre Business Manager, [Saisir le nom du Business Manager], vient de demander l'accès à votre **Page** : [Insérer le nom et/ou l'ID du compte]. Les **Super Administrateurs** de la **Page** peuvent approuver cette demande via le menu déroulant Outils d'administration en cliquant sur Gérer les administrateurs.

[Demande] Pouvez-vous approuver cette demande ?

En approuvant cette demande, vous autorisez simplement notre entreprise à gérer l'accès à cette **Page** avec le niveau d'autorisation que vous nous avez accordé, afin de vous faire gagner du temps. Ceci n'aura aucune autre incidence sur votre **Page**. Vous pouvez à tout moment supprimer nos accès un à un par l'intermédiaire des **Pages** ou en écrivant à l'assistance LinkedIn. Merci de nous envoyer un e-mail pour nous en avertir.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter.



# Merci !

Si vous avez des questions et que vous travaillez avec un commercial LinkedIn dédié, veuillez le contacter. Il est possible que vous ayez droit à une assistance supplémentaire dans le cadre de l'utilisation de Business Manager. Sinon, consultez notre [assistance clientèle](#).

