

PLAN TACTIQUE

Votre plan à imprimer pour briller avec votre content marketing sur LinkedIn.

OPPORTUNITÉS	CONTENU À PARTAGER	OBJECTIFS	INDICATEURS CLÉS	ACTIONS
 1 H PAR JOUR  Pages LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> Actualités de l'entreprise Contenu de blog Actualité du secteur et recherches Études de cas 	<ul style="list-style-type: none"> Notoriété de la marque Génération de leads Leader d'opinion Inscription à un événement 	<ul style="list-style-type: none"> Abonnés de la page Clics sur les posts Engagement Demandes d'informations et prospects Personnes inscrites à un événement 	<ul style="list-style-type: none"> Publier 3 à 4 fois par jour Communiquer avec les abonnés via les commentaires sur les posts Changer l'image d'en-tête tous les 6 mois
 30 MIN PAR JOUR  LinkedIn SlideShare	<ul style="list-style-type: none"> Présentations et vidéos de l'entreprise Infographies Présentations de webinaires 	<ul style="list-style-type: none"> Génération de leads Notoriété de la marque Leader d'opinion SEO 	<ul style="list-style-type: none"> Vues Leads et demandes Liens retour et éléments intégrés 	<ul style="list-style-type: none"> Télécharger du nouveau contenu chaque semaine Mettre en évidence des présentations sur la page de profil Regrouper le contenu en playlists Ajouter des formulaires de leads
 20 MIN PAR JOUR  Groupes LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> Éviter l'auto-promotion Utiliser en tant que catalyseur pour le leadership d'opinion et la communauté Engager des discussions à propos des défis et des tendances du secteur Demander l'avis de personnes externes 	<ul style="list-style-type: none"> Leader d'opinion 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de nouveaux contributeurs Nombre de discussions Qualité des discussions Nombre de vues du profil Nombre de nouvelles relations 	<ul style="list-style-type: none"> Créer un groupe pour votre entreprise Demander l'opinion de membres et fournir des informations Surveiller les publications au quotidien Remercier les autres contributeurs avec un J'aime ou un commentaire Promouvoir le groupe sur les réseaux sociaux
 1 H PAR SEMAINE  Publier sur LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> Expertise et expériences professionnelles Tendances du secteur Retour sur expérience 	<ul style="list-style-type: none"> Leader d'opinion 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de vues du post (et données démographiques sur les lecteurs) Mentions J'aime, commentaires et partages Vues du profil 	<ul style="list-style-type: none"> Publier dès que le besoin se fait sentir Recommandation : deux fois par semaine ou une fois par mois
 30 MIN PAR JOUR  LinkedIn Sponsored Content et Direct Sponsored Content	<ul style="list-style-type: none"> eBooks Études de cas Articles sur le secteur Contenu pratique 	<ul style="list-style-type: none"> Génération de leads Notoriété de la marque Leader d'opinion 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'engagement Impressions Demandes d'informations ou prospects Abonnés à la page LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place pendant 3 semaines Partager des liens vers des formulaires de leads et ajouter un code de tracking d'URL
 1 H PAR SEMAINE  LinkedIn Sponsored InMail	<ul style="list-style-type: none"> Invitations à des webinaires et à des événements Lancements d'eBooks Démos du programme Campagnes d'abonnement au blog 	<ul style="list-style-type: none"> Notoriété de la marque Génération de leads Inscription à un événement Inscriptions au programme 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'ouverture/Taux de clic Demandes, leads et conversions Personnes inscrites à un événement Demandes d'inscription à un programme 	<ul style="list-style-type: none"> Limiter la description à 1 000 caractères Ajouter un call-to-action convainquant à l'aide d'une bannière de 300 x 250 pixels Personnaliser les messages avec le prénom du destinataire Réaliser des enchères compétitives, d'autant plus si votre audience est restreinte
 30 MIN PAR SEMAINE  LinkedIn Text Ads	<ul style="list-style-type: none"> Lancements d'eBooks Brochures sur les produits Invitations à des webinaires et à des événements Démos du programme 	<ul style="list-style-type: none"> Notoriété de la marque Génération de leads 	<ul style="list-style-type: none"> Traffic du site web Demandes, leads et conversions 	<ul style="list-style-type: none"> Inclure une image : 50 x 50 pixels Ajouter un call-to-action motivant Utiliser deux à trois variantes de publicité actives par campagne afin de comparer leur réussite