

# Comment développer votre présence Sur LinkedIn

Valeria Mazzali, community manager



A photograph of three diverse professionals walking on a city street at night. On the left, a man with curly hair and glasses, wearing a grey blazer and dark turtleneck, carries a brown folder. In the center, an older woman with grey hair and glasses is partially visible. On the right, a woman with long brown hair, wearing a beige trench coat and purple pants, carries a red handbag. The background shows a city street with a white van, a silver car, and buildings with scaffolding. A white rounded rectangle is overlaid on the image, containing the text 'Le positionnement de LinkedIn'.

# Le positionnement de LinkedIn



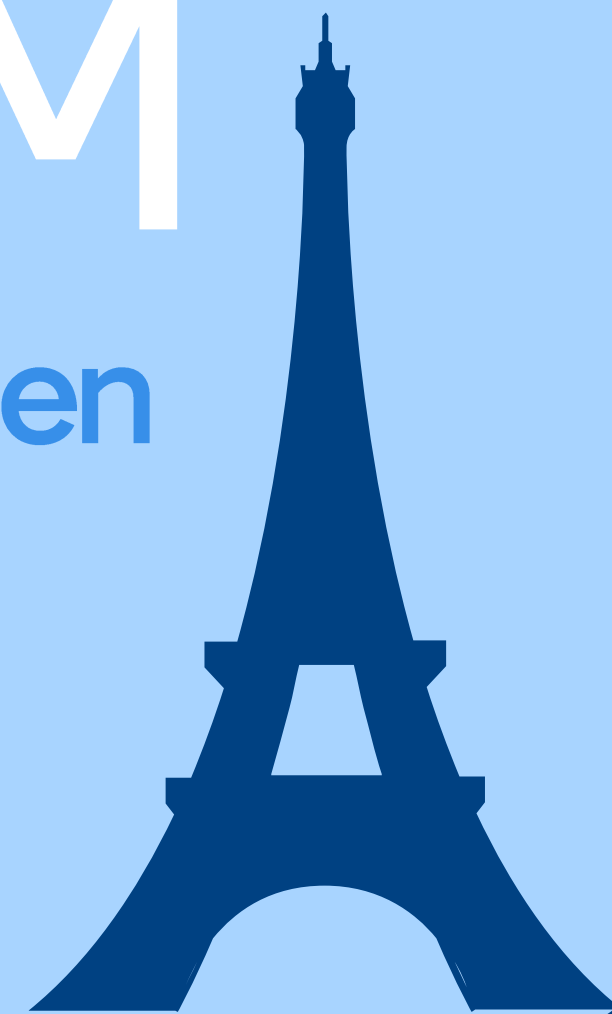
**+1B**

membres dans  
le monde.



**+30M**

membres en  
France.



# Le plus grand média B2B au monde

**+68M**  
d'entreprises

**+500M**  
d'abonnements aux  
newsletters dans le  
monde

**6**  
personnes  
recrutées chaque  
minute

**+73M**  
de décideurs de  
niveau senior

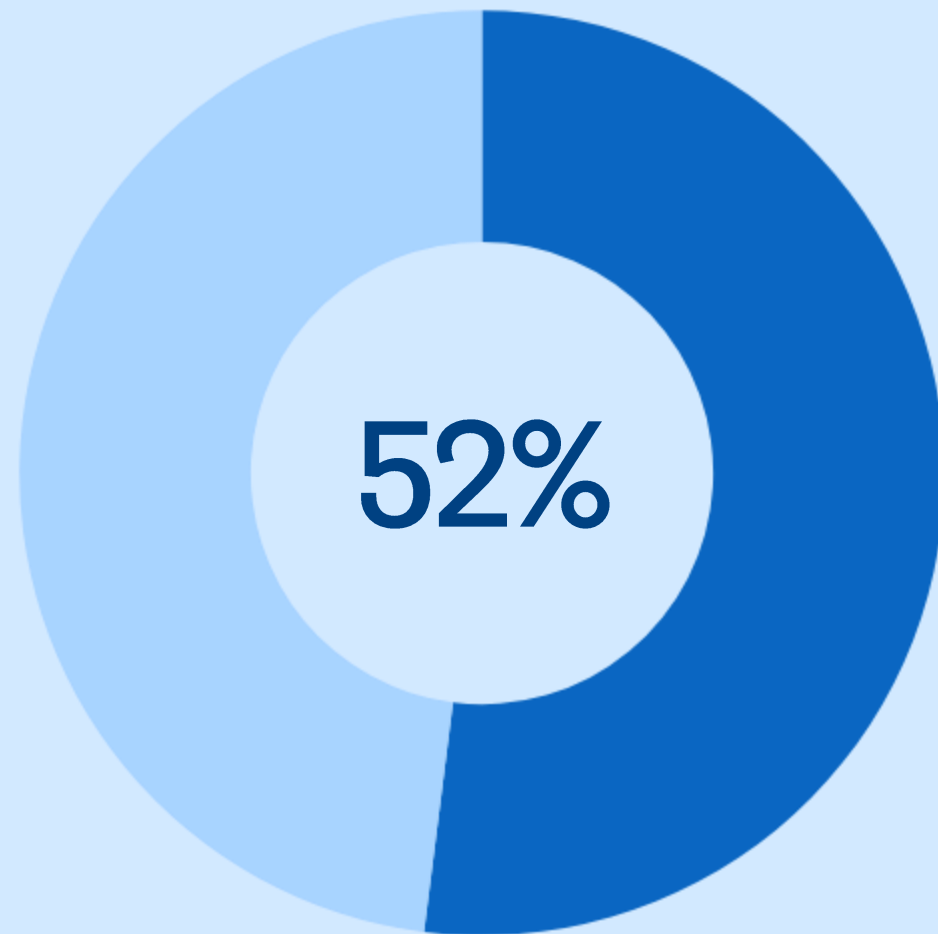
**+42%**  
d'augmentation  
annuel de contenu  
public

**1.5M**  
de mise à jour du fil  
d'actualité vue  
chaque minute

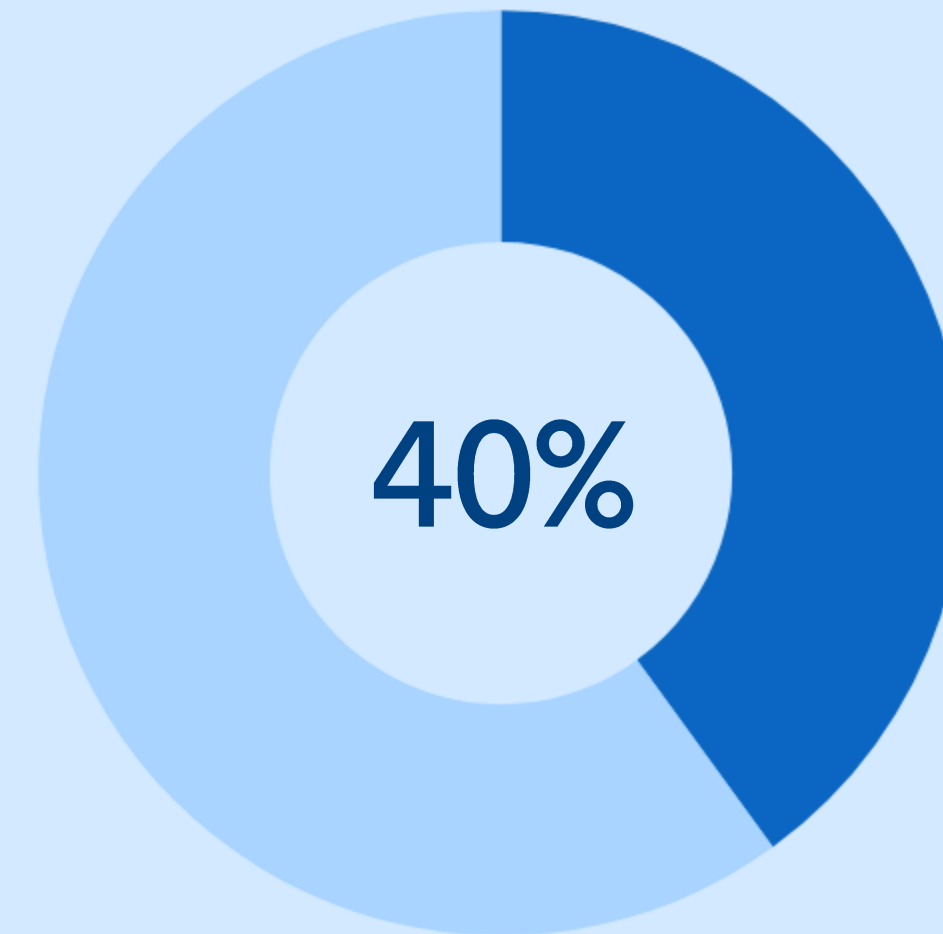




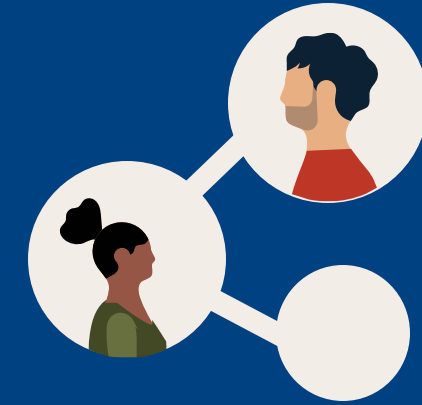
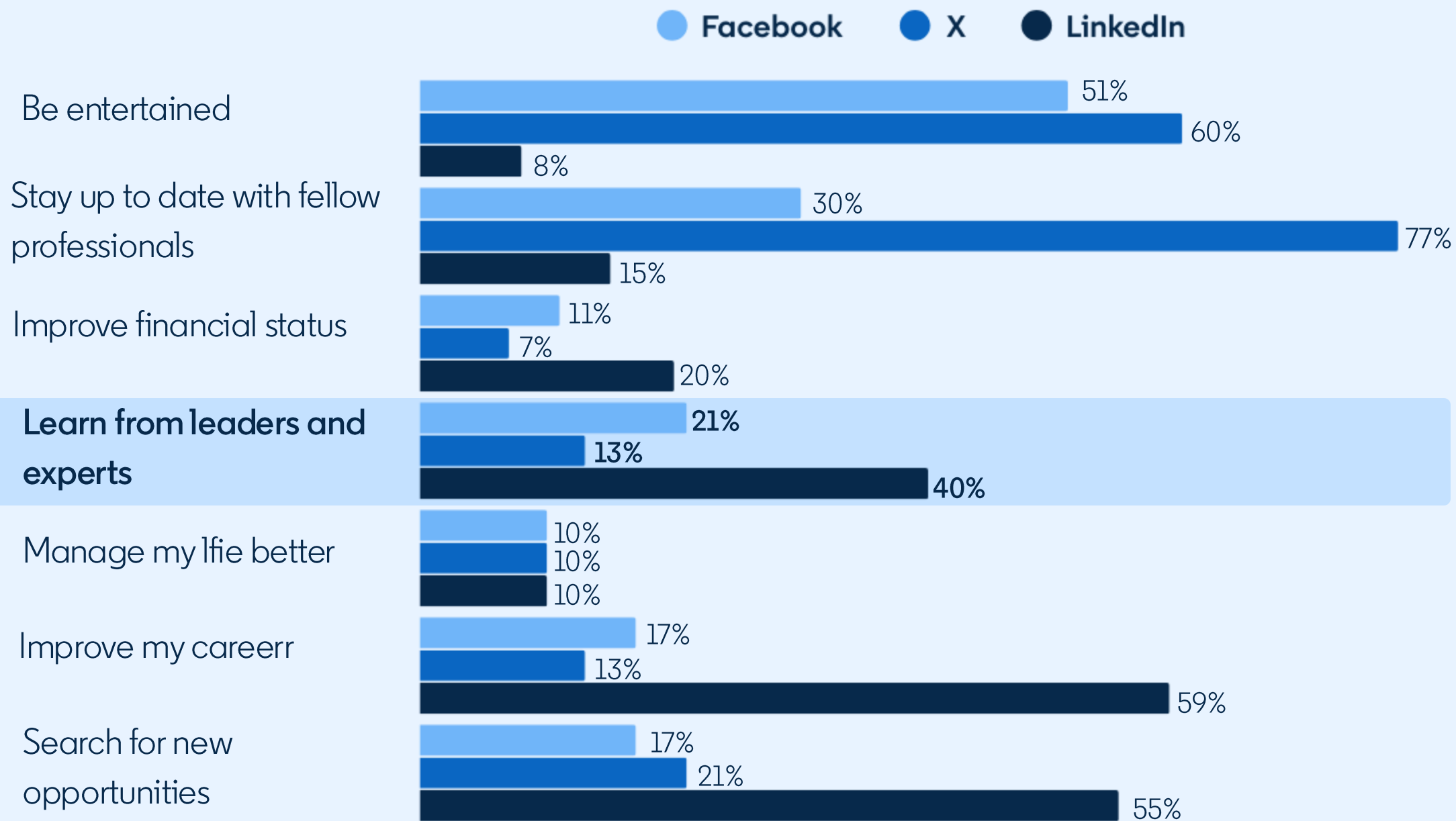
## LinkedIn en quelques chiffres



des professionnels estiment que la parole des figures influentes est utile pour rester à jour sur les tendances de leur secteur



des professionnels déclarent se dégager quotidiennement du temps pour s'informer

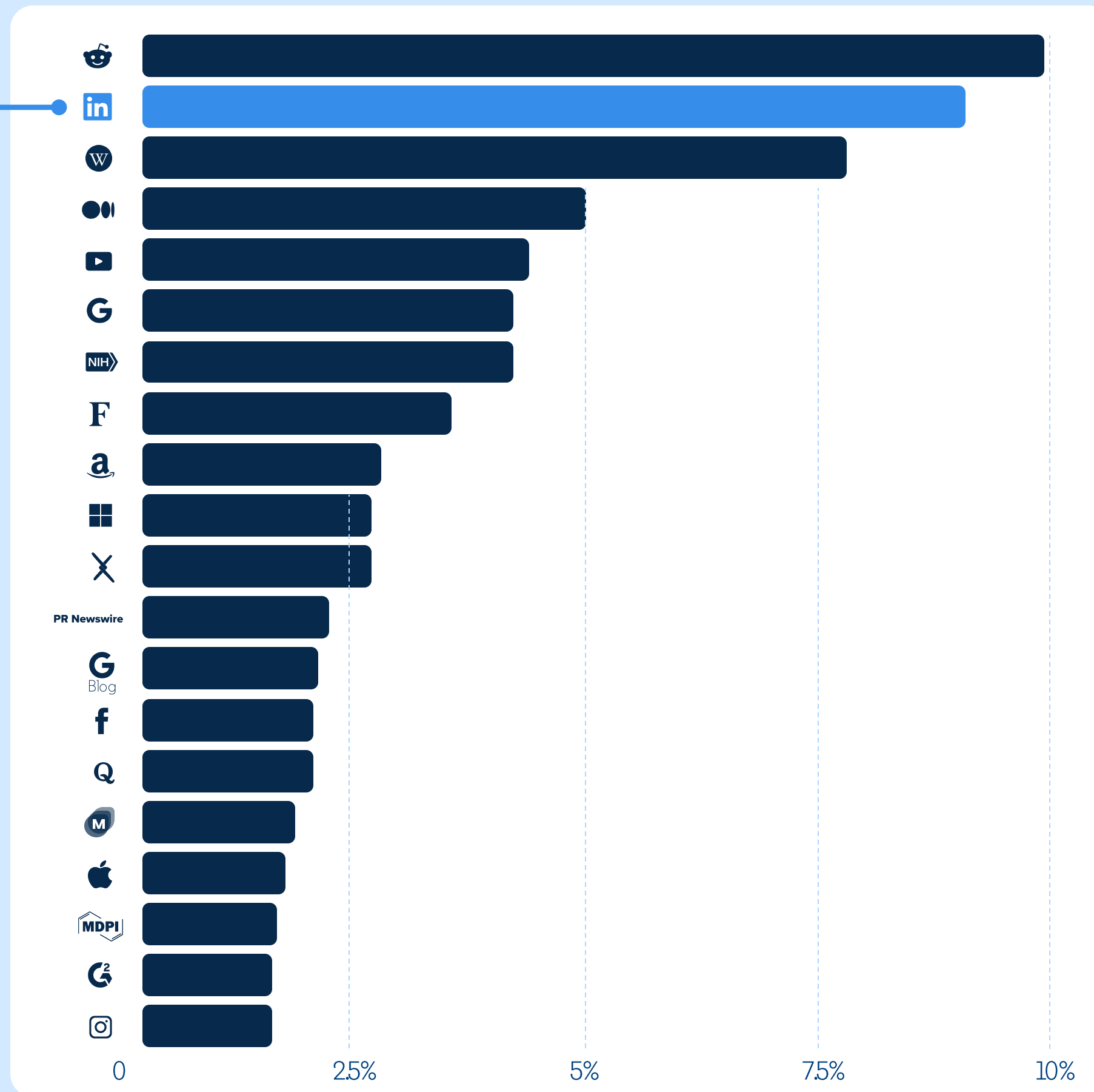


Les membres de LinkedIn recherchent les analyses et opinions de leaders et d'experts.

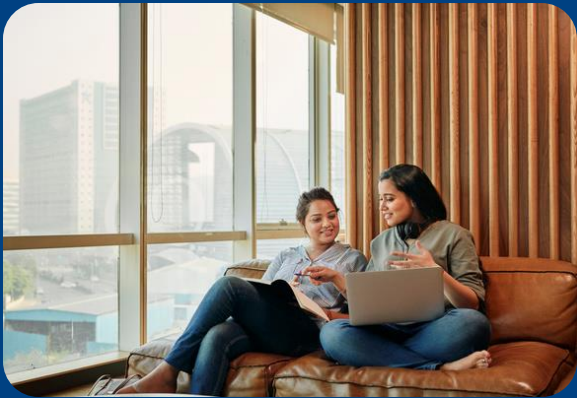


# #2

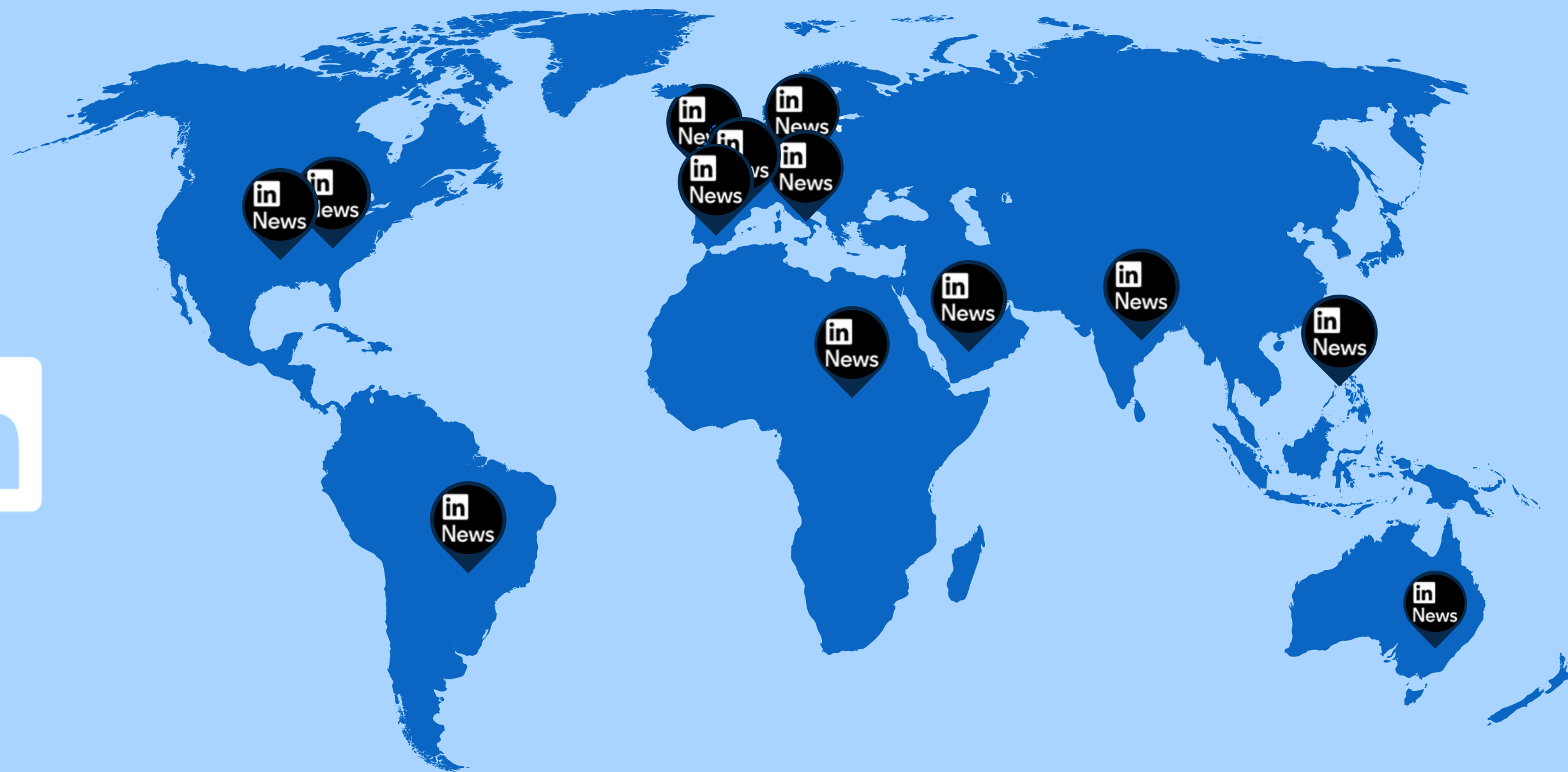
Source la plus citée dans  
les plateformes d'IA



# Une communauté de partage de connaissances



# LinkedIn News



Une rédaction  
internationale

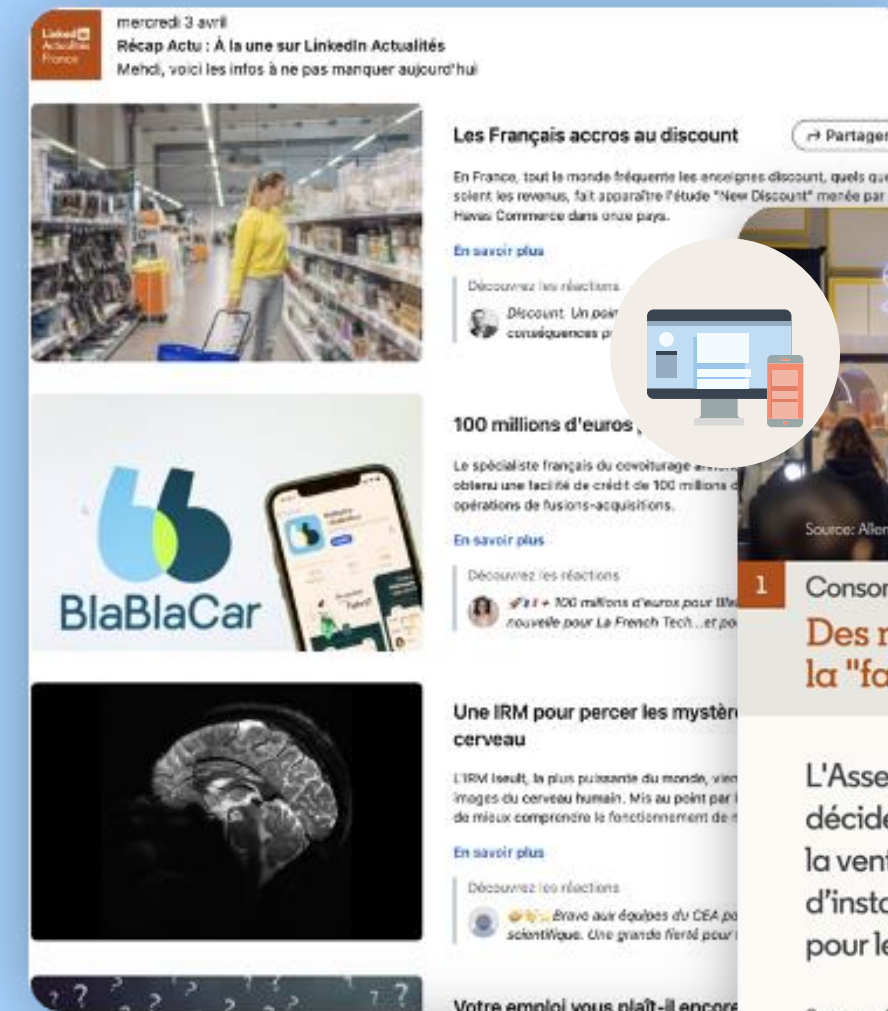
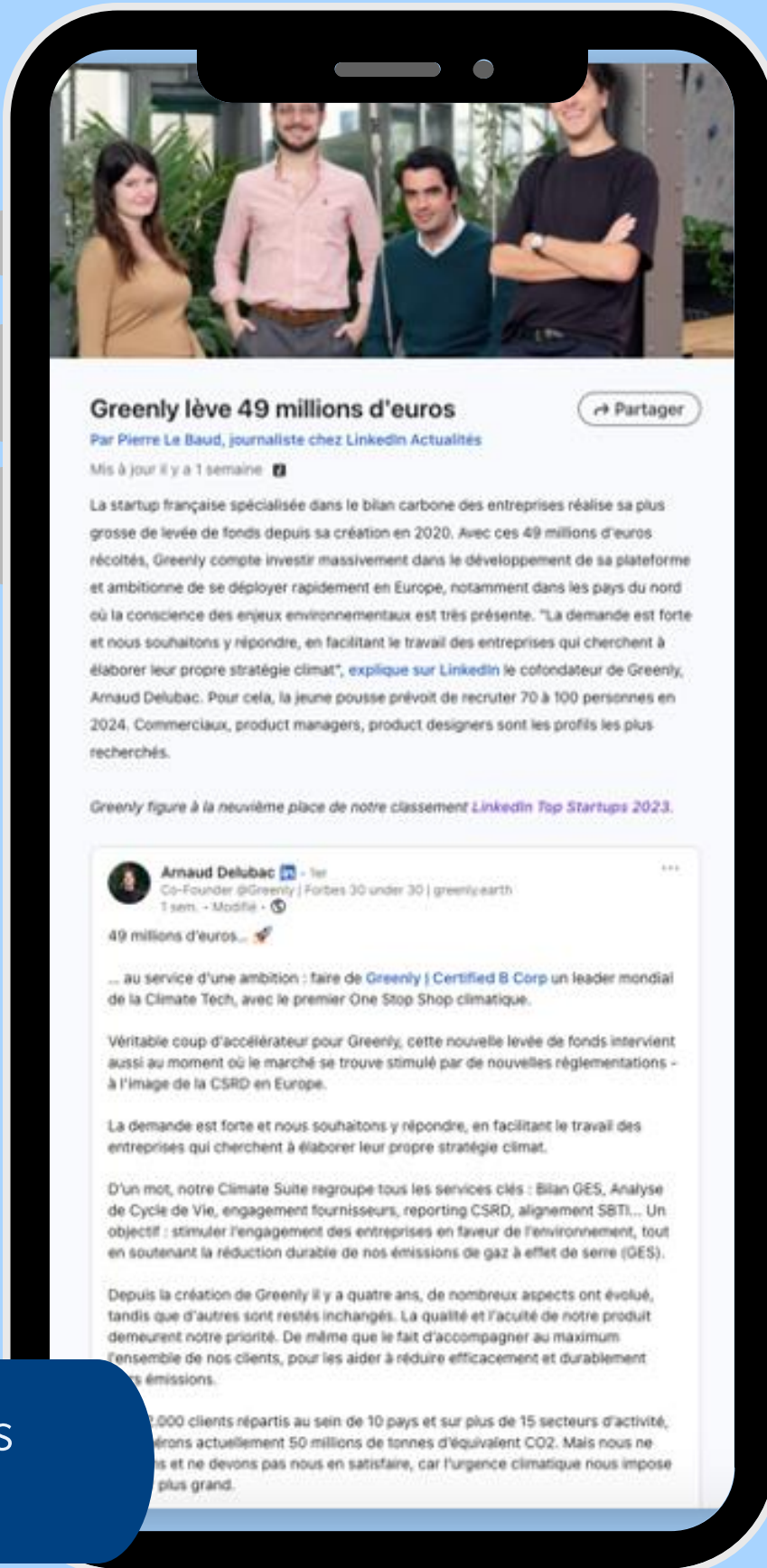
**+225** journalistes et community  
managers répartis dans 14 pays.

# LinkedIn Actualités

## élargit votre audience



Distribution dans nos formats  
Récap Actu



Mise en avant de votre post dans  
une actualité à la Une



Comment favoriser l'inclusion des personnes autistes au travail?

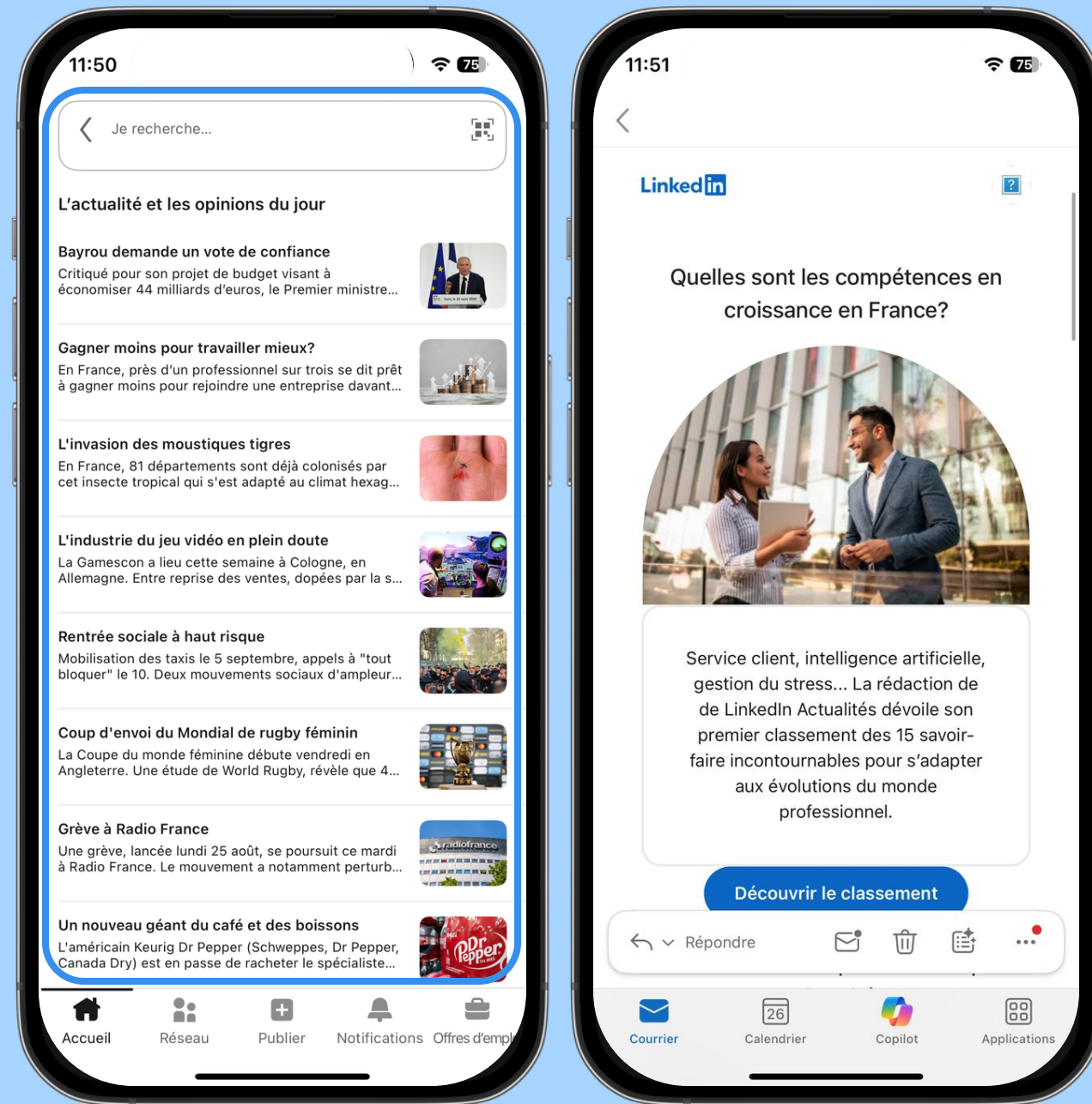


Bientôt des fonds d'investissement dédiés à la biodiversité?

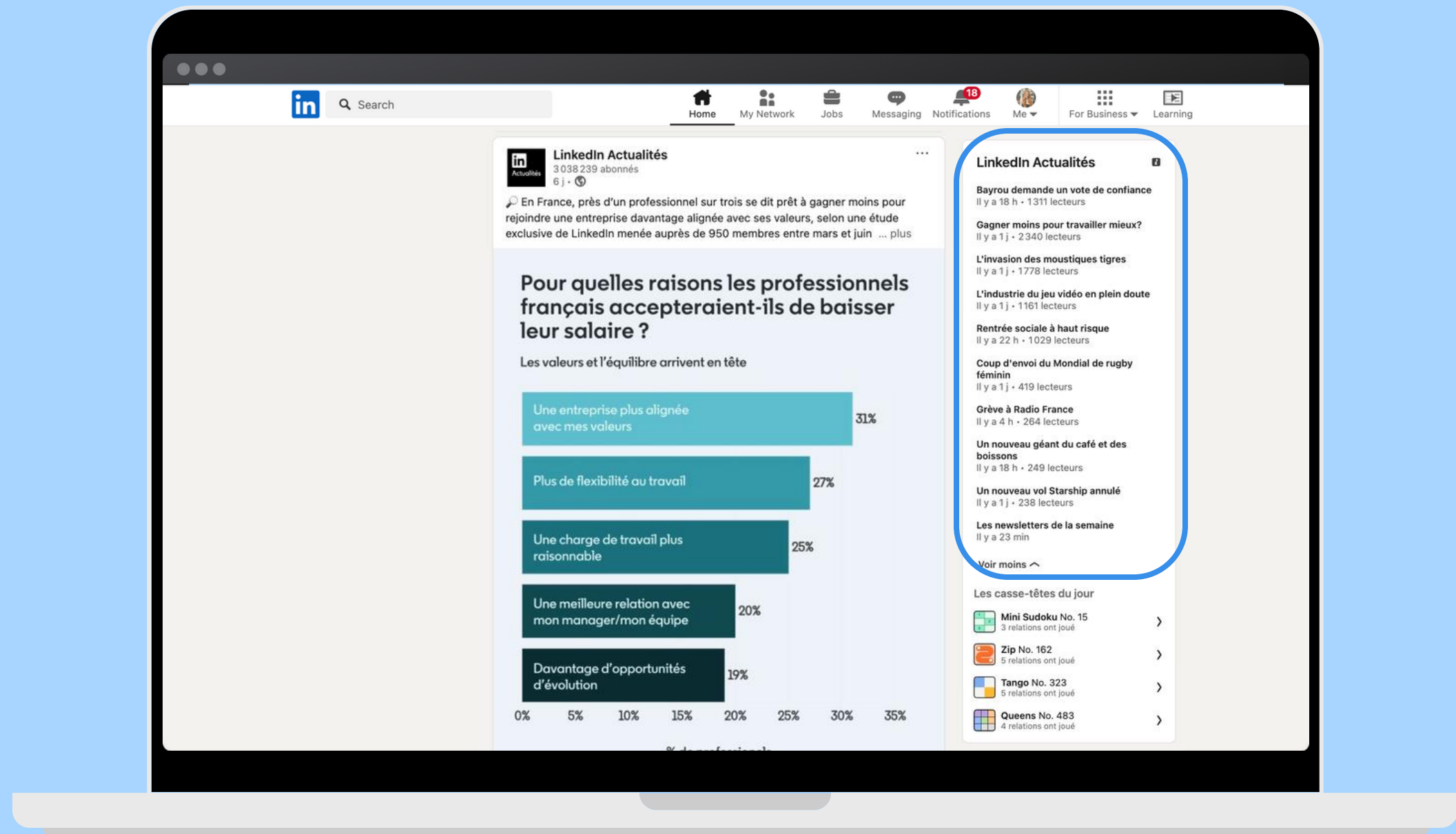


Envoi à des cibles spécifiques

# Où nous trouver ?



Barre de recherche de l'app et emails



Page d'accueil LinkedIn

# Poster sur LinkedIn.

Partager du contenu à forte valeur ajoutée



## Informez vos activités

- Faire rayonner votre entreprise ou média
- Sensibiliser sur vos actions et missions



## Être reconnu comme un expert

- Mettre en avant vos compétences uniques
- Renforcer votre position d'expert dans votre secteur



## Développez votre réseau

- Vous connecter avec d'autres acteurs clés de votre secteur



## Saisir de nouvelles opportunités

- Vous faire connaître auprès de vos parties prenantes (clients, partenaires, investisseurs...)

# Optimiser votre profil

1 **Photo de profil** : renforce la crédibilité de votre profil.

2 **Photo de couverture (optionnelle)** : une photo de couverture percutante aide les membres LinkedIn à comprendre votre activité.

3 **Titre du profil** : personnalisez votre titre afin qu'il reflète au mieux votre activité (ex: "Joueur de football professionnel").

4 **Infos (optionnelles)** : expliquez plus en détail vos expériences, votre expertise et vos centres d'intérêt.

5 **Expérience** : mettez en avant vos expériences et rattachez-les à une entreprise ou une organisation.

The image shows a LinkedIn profile for Rafael Nadal. The profile picture is a circular portrait of him smiling, with a callout '1' next to it. The background image is an aerial view of a tennis academy complex, with a callout '2' in the top right corner. The profile header includes the name 'Rafael Nadal' with a verified badge and '3e' rank, the title 'Athlete, entrepreneur and investor', and a 'Top Voice' badge, with a callout '3' next to the title. The location is 'Manacor, Baléares, Espagne' and the company is 'Rafa Nadal Academy by Movistar'. There are 90,786 followers and a list of people following him. Callouts '4' and '5' point to the 'Infos' and 'Expérience' sections respectively.

**1** Photo de profil

**2** Photo de couverture (optionnelle)

**3** Titre du profil

**4** Infos

**5** Expérience

**Rafael Nadal** · 3e  
Athlete, entrepreneur and investor  
Top Voice

Manacor, Baléares, Espagne · Coordonnées  
Rafa Nadal Academy by Movistar

90 786 abonnés  
Suivi(e) par Richard Michaud, Michaël Klodawski et 35 autres personnes

+ Suivre Voir dans Sales Navigator Plus

**Infos**

Durante más de dos décadas me he dedicado profesionalmente al tenis, un deporte que me ha dado tanto y al que quiero seguir contribuyendo de manera activa. A lo largo de todo este tiempo he podido comprobar el poder transformador del deporte y el papel tan relevante que tiene en la educación. Por eso, y junto al equipo que me ha rodeado a lo largo de mi carrera, hemos creado proyectos con los que estoy plenamente comprometido. Tanto la Fundación Rafa Nadal como la Rafa Nadal Academy by Movistar son iniciativas que tienen como eje central a las personas y nuestro compromiso es con ellas. Tanto estos proyectos formativos, como otros que he ido desarrollando con mi equipo, mis amigos y mis patrocinadores, forman parte de mi día a día.

**Expérience**

**Socio fundador**  
NDL PRO-HEALTH  
oct. 2023 - aujourd'hui · 1 an 10 mois

NDL Pro-Health es una marca de complementos alimenticios que se acerca a todos aquellos que quieren construir una rutina de hábitos saludables y llevan un estilo de vida activo.

**Socio fundador**  
ZEL  
déc. 2022 - aujourd'hui · 2 ans 8 mois

ZEL es una colección de hoteles inspirada en el estilo de vida mediterráneo, en su espontaneidad y calidez, y en su manera única de vivir al aire libre.

**Socio fundador** Escuela Universitaria UAX Rafa Nadal  
Escuela Universitaria UAX Rafa Nadal  
avr. 2022 - aujourd'hui · 3 ans 4 mois  
Madrid, España

Escuela Universitaria UAX Rafa Nadal nace para formar a profesionales con valores, capaces de transformar la industria deportiva y el ámbito de la salud, con las mejores prácticas y oportunidades de éxito.

# Optimiser votre fil d'actualité

1 Suivez les pages d'entreprises et de médias qui vous intéressent

2 Suivez les Top Voices, leaders d'opinion et experts dont vous appréciez le contenu

3 Indiquez à votre algorithme ce qui vous intéresse ou non, en cliquant sur “...” puis “Pas intéressé” à côté des posts



L'Oréal 5 818 971 abonnés ✓ Suivi

cnrs CNRS 496 723 abonnés ✓ Suivi

Mediapart 195 243 abonnés ✓ Suivi



Gregory Pouy 1er Change Strategist | Keynote Speaker | Vlan! Podcast 35 590 abonnés ✓ Suivi

Jean-Charles Samuelian-Werve 2e Co-Founder & CEO at Alan 56 476 abonnés ✓ Suivi

Lucie Basch 2e Cofondatrice de Poppins | Too Good To Go | Climate House 178 420 abonnés ✓ Suivi

Caroline SAFIR 2e 40 Forbes Women 2025 | Je partage un contenu sur l'industrie cinéma par jour | Créatrice de contenus classée numéro 1 monde Cinephiles & Movie Critics sur LinkedIn par Favikon 12 549 abonnés ✓ Suivi



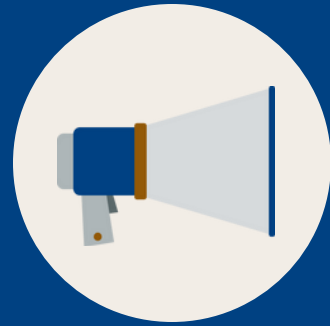
France Culture 398 406 abonnés 4 h · 🌐

La notion de "ville" e de l'ère post-industriell davantage penser les a

- Enregistrer
- Copier le lien vers le post
- Intégrer ce post
- Pas intéressé(e)**
- Ne plus suivre France Culture
- Signaler le post

2025 : la fi

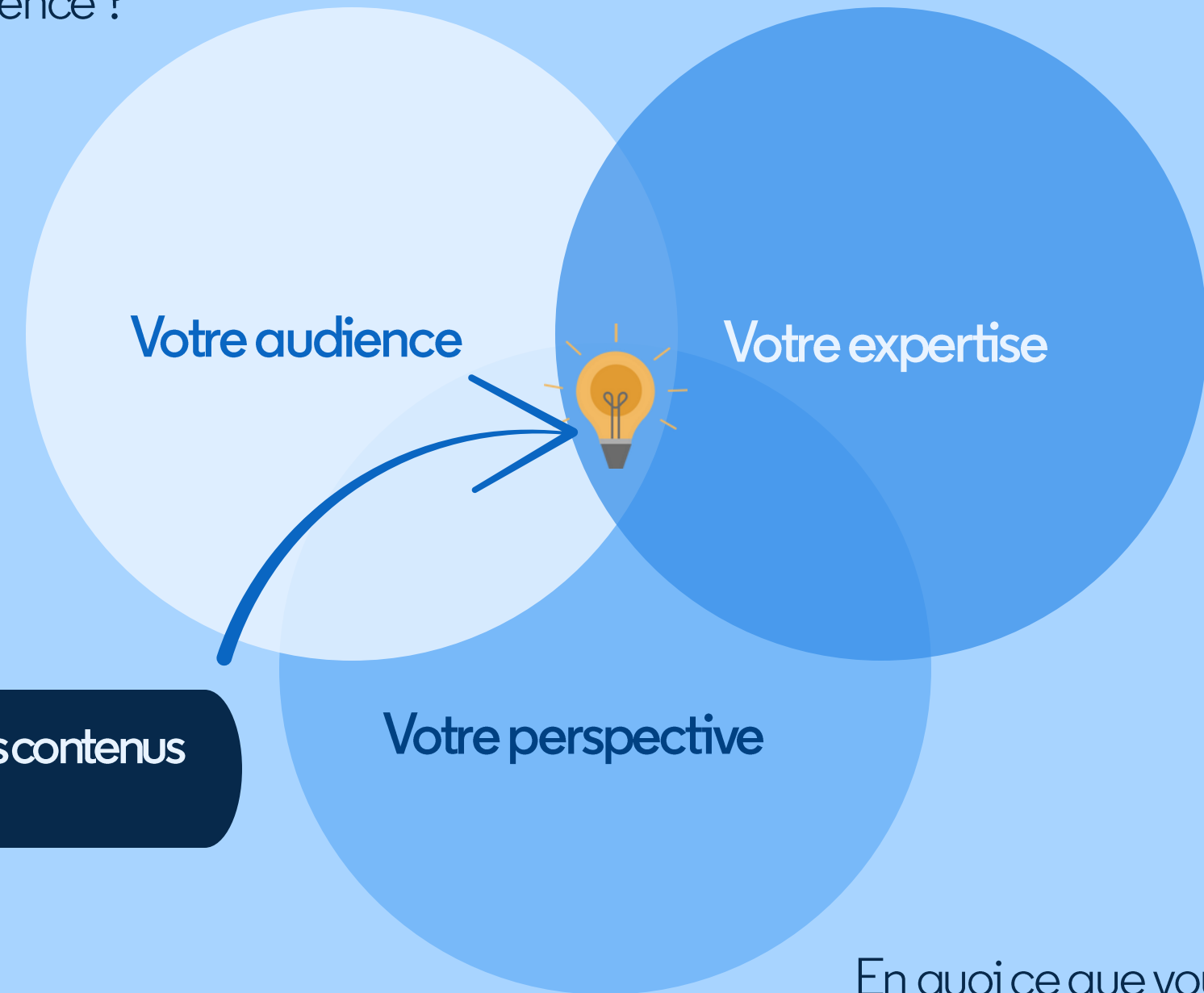
l'élément théorique sur lequel nous nous appuyons,



# 3 questions pour trouver votre voix

Quels sont les plus grands challenges ou intérêts de votre audience ?

Dans quel domaine avez-vous expertise et crédibilité ?



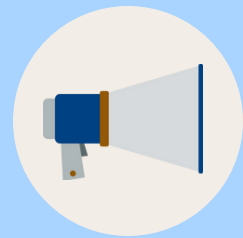
Vos meilleurs contenus sont ici!

En quoi ce que vous dites est-il distinctif, unique et authentique ?



# Développez votre impact

Oubliez tout ce que vous pensiez savoir sur l'algorithme !



Initier



Veillez à ce que l'accroche de votre post soit percutante



Expliquer



Soyez spécifique, structurez votre pensée en partageant des idées clés pour exprimer votre point de vue



Engager



Sollicitez l'avis de votre communauté pour lancer la discussion



Interagir



Répondez aux commentaires, réagissez aux contenus de votre communauté.

# Prenez la parole et partagez VOTRE histoire!



## Soyez authentique

Ne jouez pas un rôle, ne cherchez pas à trouver un “ton LinkedIn”. Sincérité et vulnérabilité sont vos atouts !

## Diversifier les formats

Vidéo “corporate”, texte unique, images, documents, vidéos, selfies... Selon vos messages, et audiences, choisissez le meilleur format.

## Trouvez l'équilibre

Ne relayez pas uniquement les messages de votre entreprise. Portez vos messages et vos engagements propres.

## Lancez-vous !

Tout ne sera pas parfait dès le premier post et construire une audience prend du temps. Prenez la parole régulièrement, analysez, améliorez...

# Besoin d'inspiration ?

## Voici cinq types de contenu pour vous donner des idées.

Votre guide pour créer du contenu qui stimule les conversations et l'engagement.



# Ce guide vous présente cinq types de contenu appréciés par les membres de LinkedIn.

Pour une stratégie équilibrée, variez vos types de contenu. Voyez ce qui plaît à votre audience et ajustez en conséquence.

## Un contenu qui génère des conversations

- Repose sur une expertise
- Fournit des conseils clairs
- Présente un point de vue unique
- Encourage l'échange
- Contient un appel à l'action

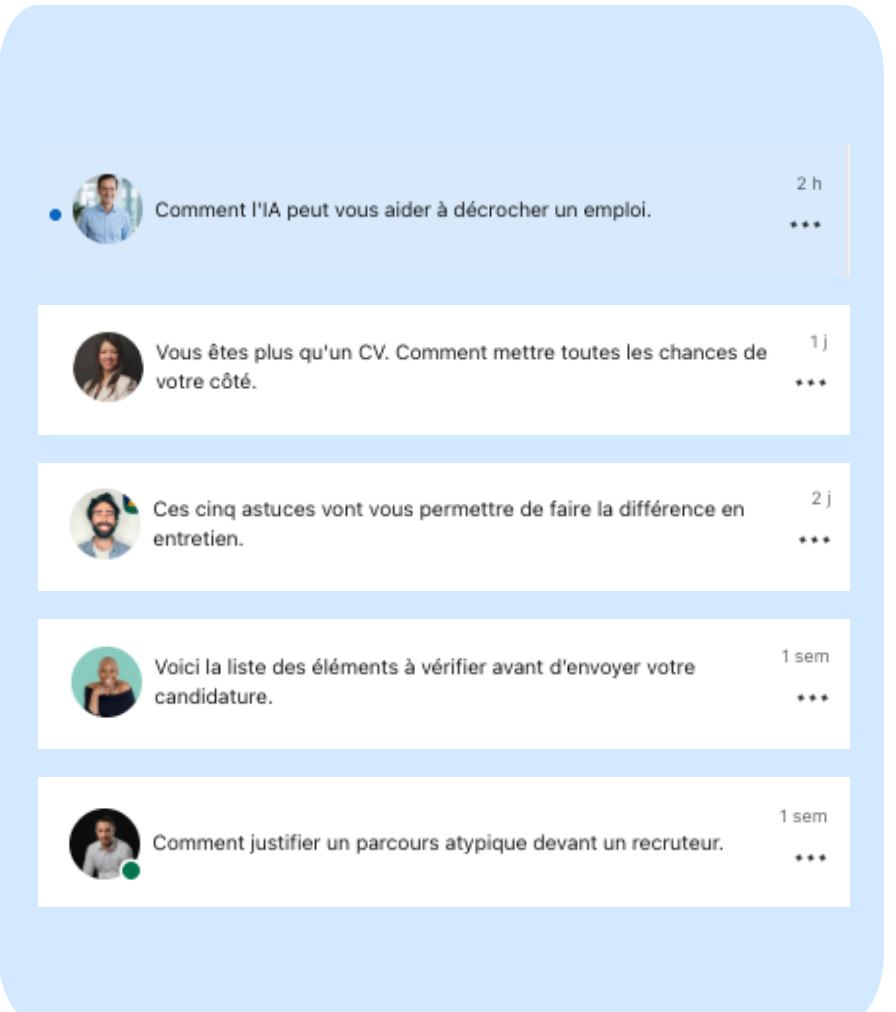
TYPE DE CONTENU #1

# Partagez vos conseils orientés leadership, gestion de carrière...

- Quels moments, relations ou opportunités ont été importants dans votre parcours professionnel ?
- Quel conseil aimeriez-vous donner aux personnes moins expérimentées pour les aider à progresser dans leur carrière ?
- Avez-vous mis en place des initiatives pour rendre votre équipe plus heureuse ou plus productive ?
- Utilisez-vous une méthode pour améliorer votre propre productivité ?



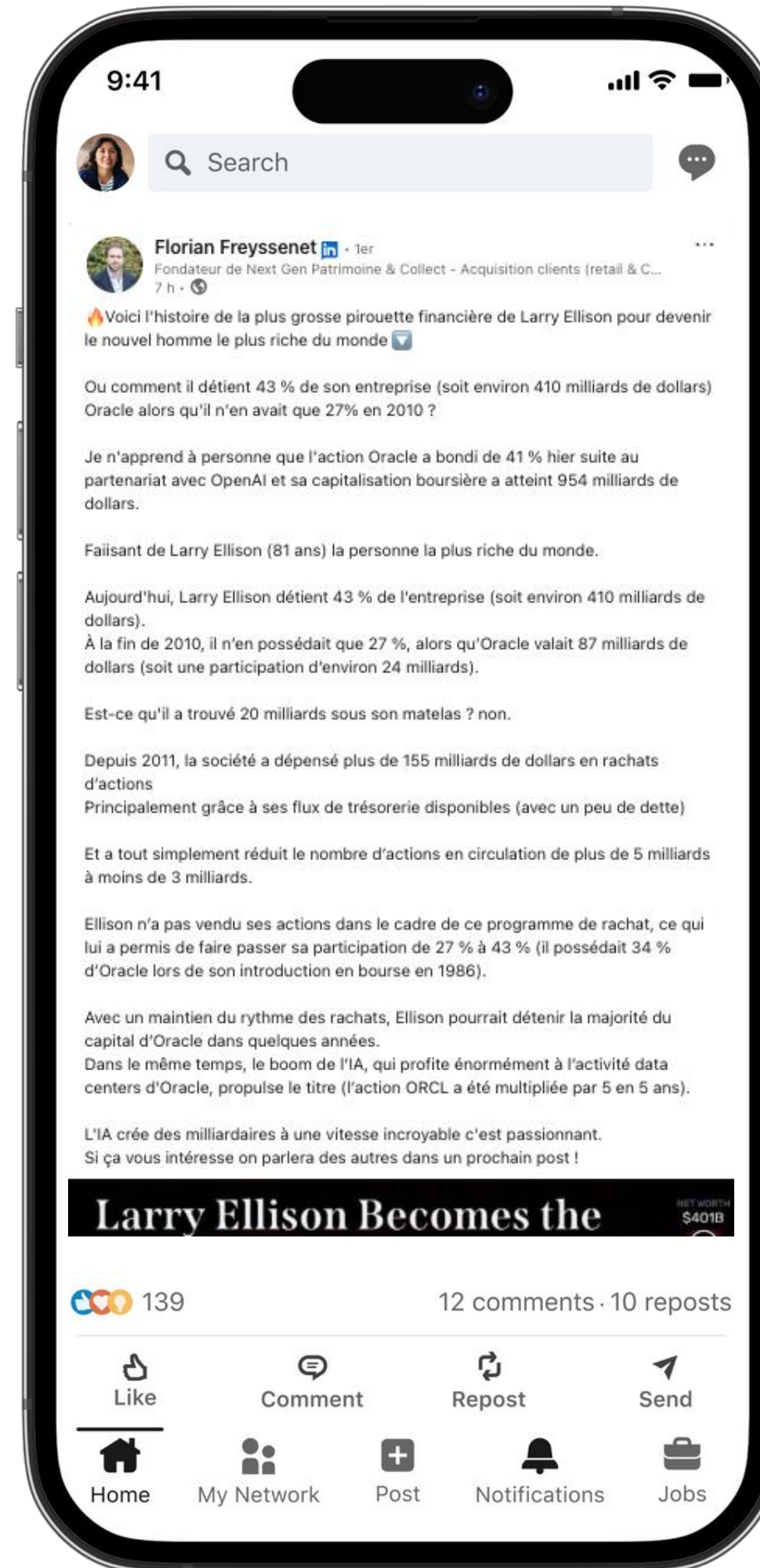
La rédaction de LinkedIn Actualités sélectionne les meilleurs conseils pour les partager plus largement par le biais de notifications ciblées.



TYPE DE CONTENU #2

# Analysez l'actualité et les tendances de votre secteur

- Quelle actualité ou tendance phare agite votre industrie et anime les conversations en ce moment ?
- Sur quels sujets vos clients ou collègues sollicitent-ils souvent votre avis ?
- Quel aspect de votre secteur suivez-vous de près ? Quelle est la prochaine innovation, grande ou petite, à surveiller ?



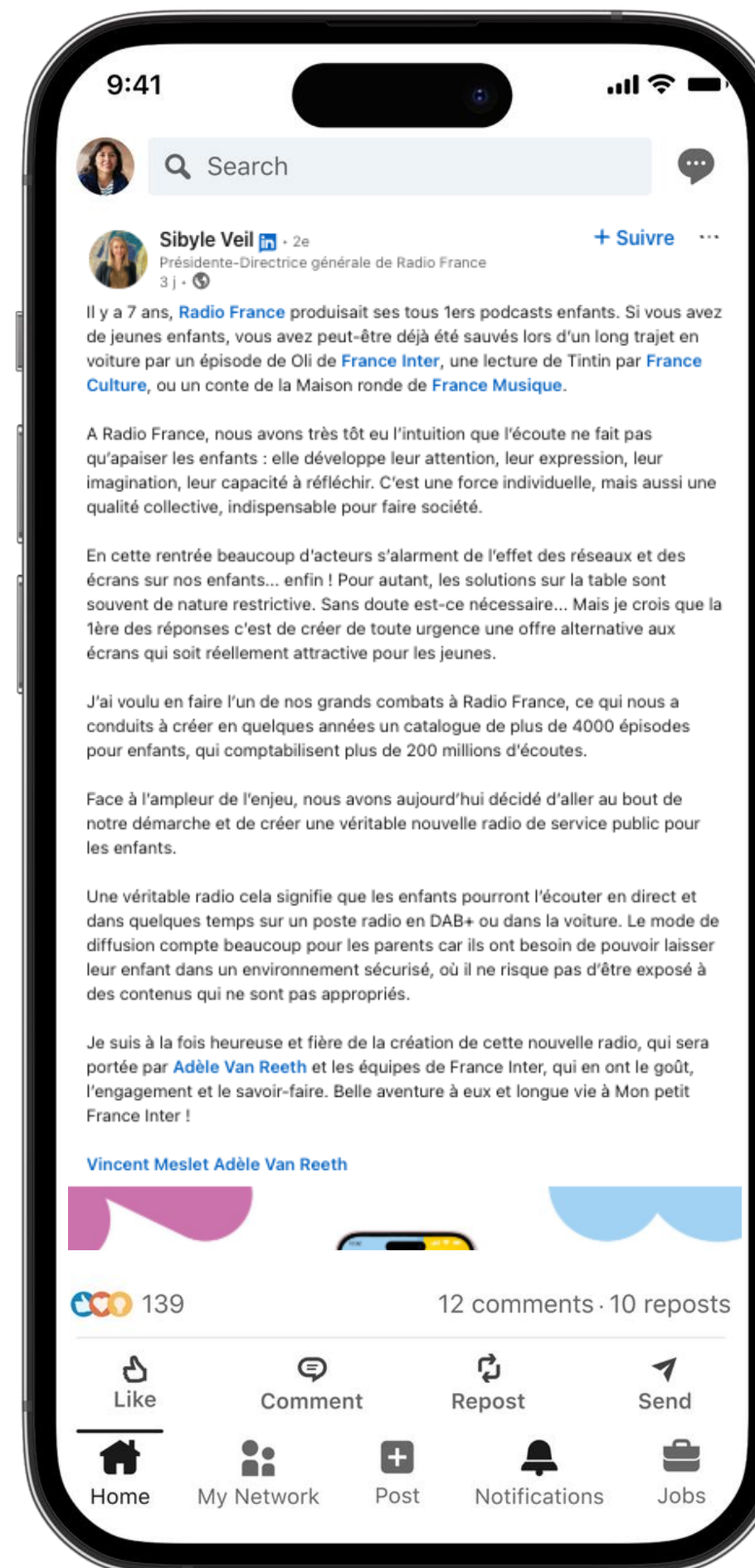
A droite de votre page d'accueil, le module LinkedIn Actualités recense les grandes conversations du moment



### TYPE DE CONTENU #3

## Communiquez vos annonces exclusives

- Avez-vous une annonce phare, des recrutements importants, de nouvelles levées de fonds, des investissements, ou des lancements de produits ?
- Vous pouvez également partager des retours d'expérience en tant qu'expert ou leader. Faites un point chaque trimestre ou chaque mois.
- Avez-vous lancé des initiatives pour améliorer la communication, le travail à distance, la diversité, etc., au sein de votre entreprise ? Qu'avez-vous essayé et qu'avez-vous appris ?



Discutez de vos annonces, sous embargo, avec votre contact éditorial chez LinkedIn Actualités pour bénéficier d'une amplification.



Vous souhaitez partager l'une de vos annonces à la rédaction de LinkedIn Actualités ?

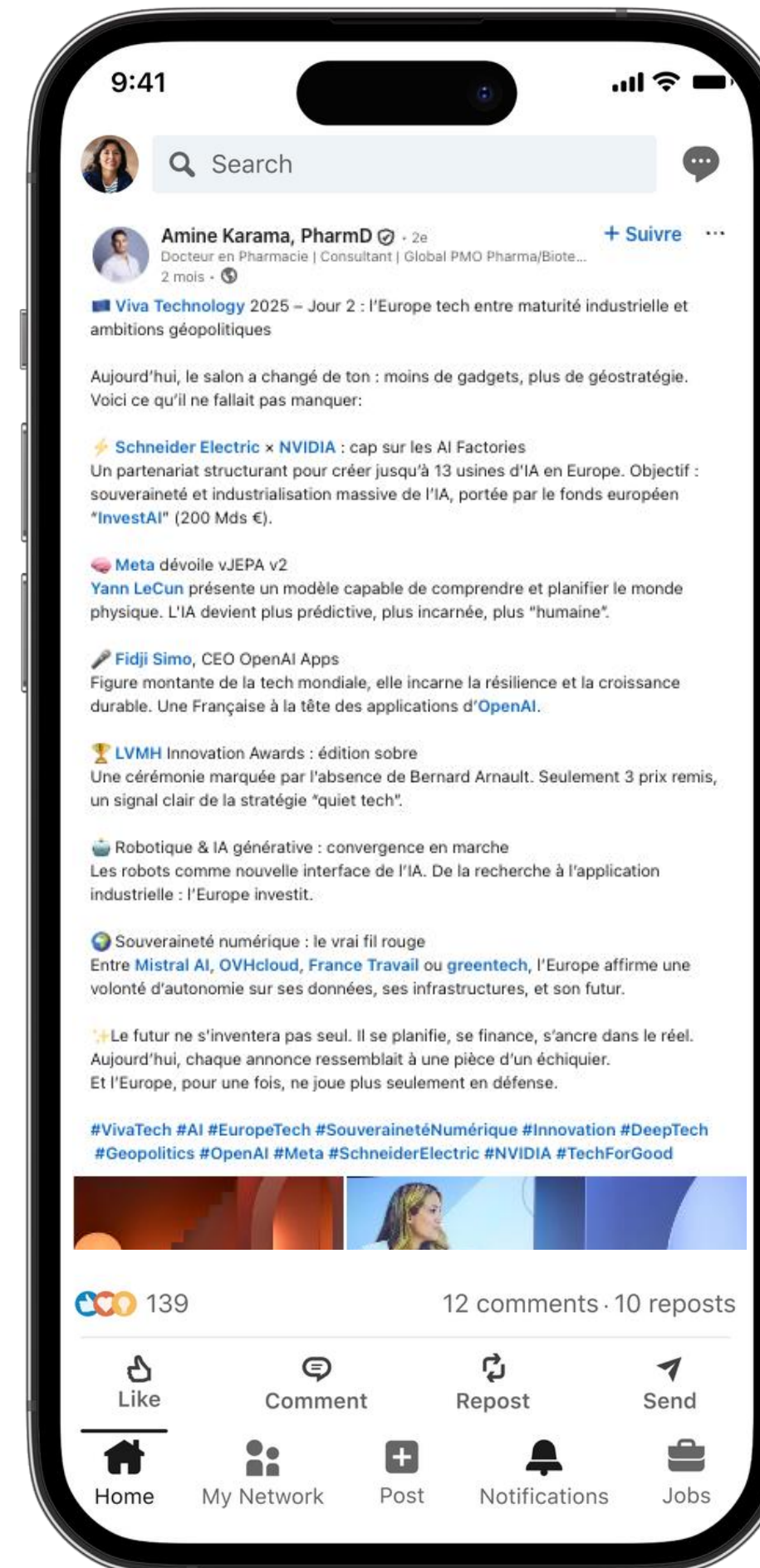
[redaction@linkedin.com](mailto:redaction@linkedin.com)

- Orange dépasse le cap symbolique des 10 millions de clients fibre en France. 5 h
- Découvrez le nouveau patron de Meta en France. 1 sem
- L'américain Anthropic ouvre un bureau à Paris... et recrute! 79 réactions 1 j
- Veja ouvre son "École de la réparation" pour former des cordonniers. 2 j

TYPE DE CONTENU #4

# Emmenez-nous dans les coulisses !

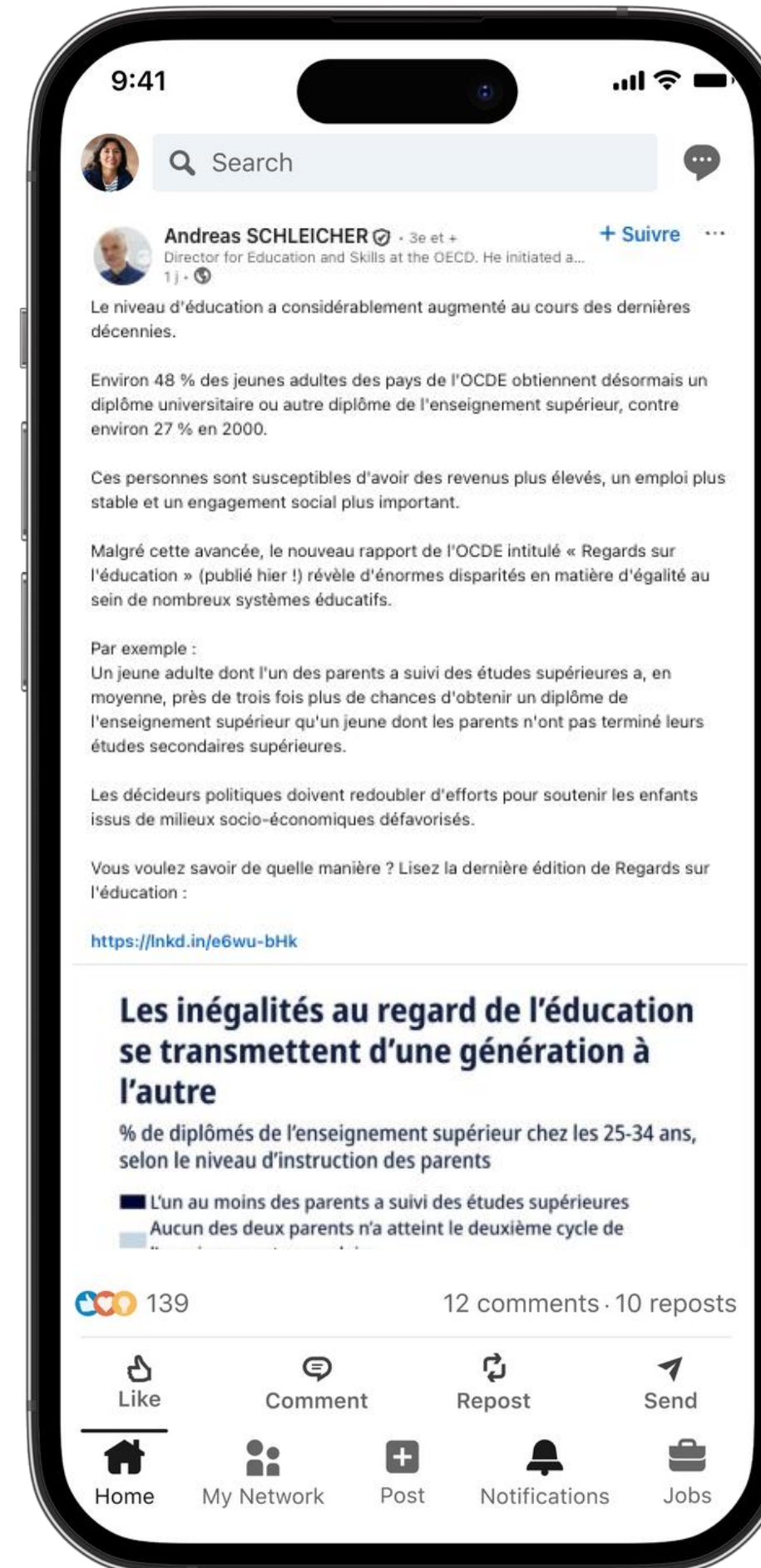
- Si vous assistez à un panel, une conférence, un déplacement professionnel, un événement... partagez-le ! Mentionnez les enseignements que vous avez tiré de l'expérience. Partagez des photos et identifiez des personnes ou entreprises.
- Montrez-nous ce qui se passe dans votre quotidien professionnel au-delà de ce que l'on voit habituellement ! Préparation, organisation, les dessous d'une gestion de projet...



TYPE DE CONTENU #5

# Rendez vos sujets d'expertise accessibles au plus grand nombre

- Quels éléments clés dans votre industrie sont souvent mal compris et pourraient être explicités ?
- Une infographie, une étude intéressante pourraient-elles être expliquées dans un post ?
- Comment pouvez-vous faire preuve de pédagogie pour rendre vos thématiques de prédilection compréhensibles et intéressantes pour des professionnels au-delà de votre premier cercle de relations ?



Ces posts à forte valeur ajoutée peuvent être mis en avant par LinkedIn Actualités et générer de nombreuses conversations...



# À retenir



→ Intégrez des connaissances, des idées ou des enseignements dans chaque publication.

→ Lorsque vous ajoutez des liens, veillez à fournir un contexte dans le post qui l'accompagne.

→ Essayez différents formats de publication (ajout de vidéos, newsletters) pour faire passer votre message.

→ Variez les sujets de contenu en utilisant différentes approches.

→ Posez des questions à votre audience pour stimuler la conversation.

# Le programme Top Voices

Une reconnaissance qui distingue les leaders d'opinion partageant régulièrement des contenus pertinents, inspirants et engageants sur LinkedIn.

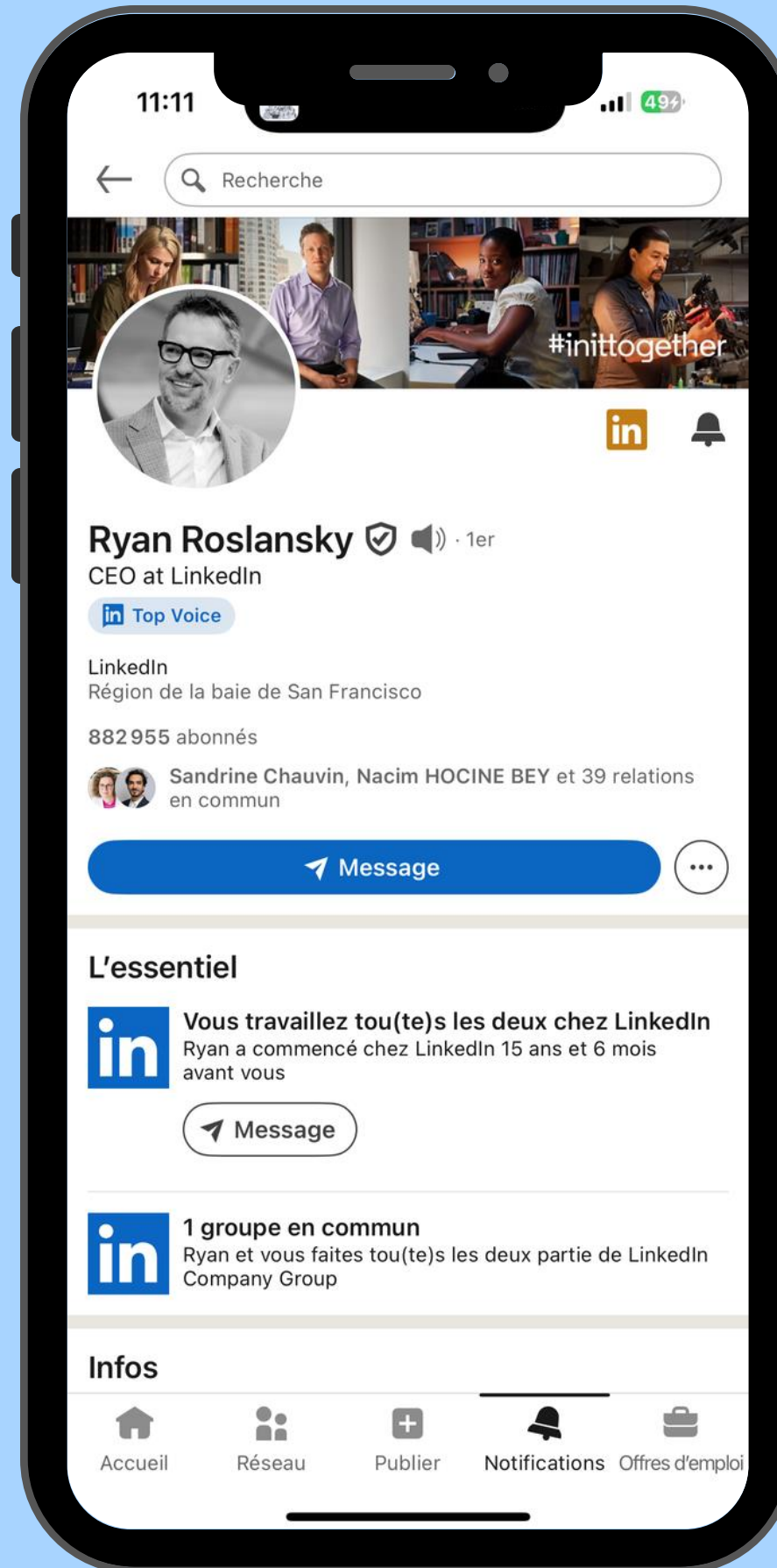
# Devenir Top Voice

1

Sur invitation  
de l'équipe éditoriale

2

Communauté  
d'experts et de dirigeants qui  
partagent des annonces et des  
idées fortes



3

Régularité  
au moins deux posts à  
forte valeur ajoutée par  
mois

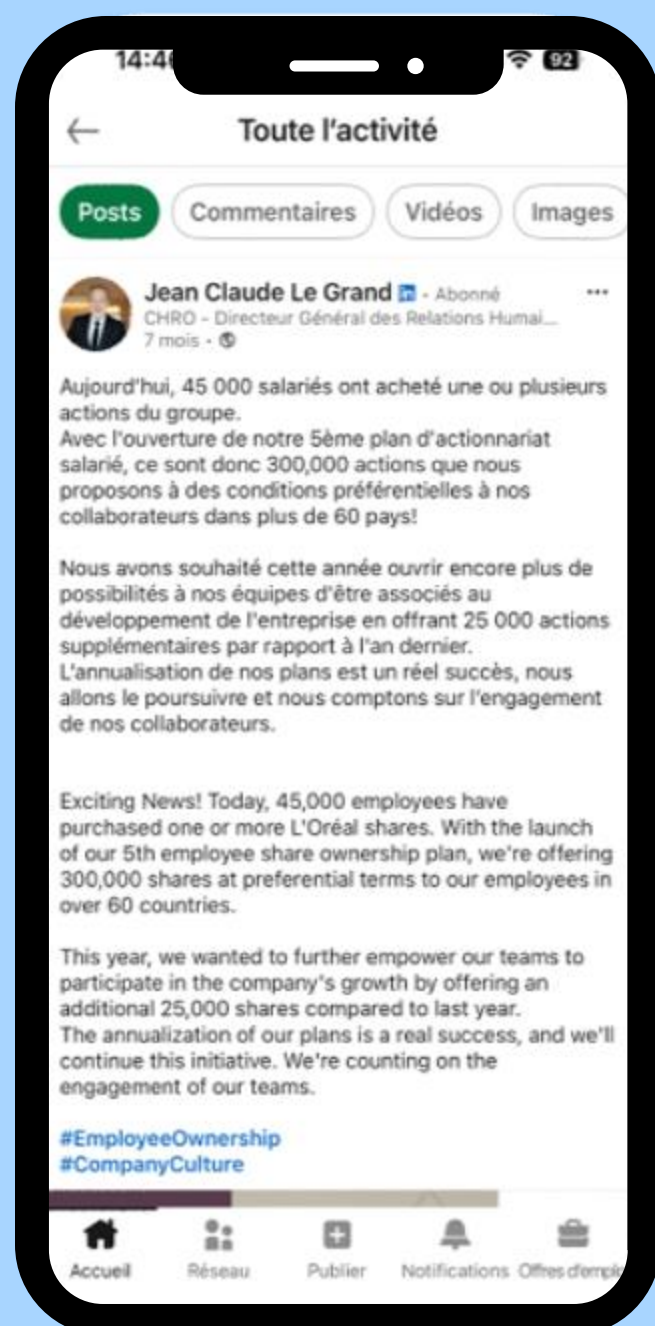
4

Vos actualités  
partagez les actualités de  
votre entreprise, secteur en  
avant-première



# Jean-Claude Legrand

## DRH de L'Oréal

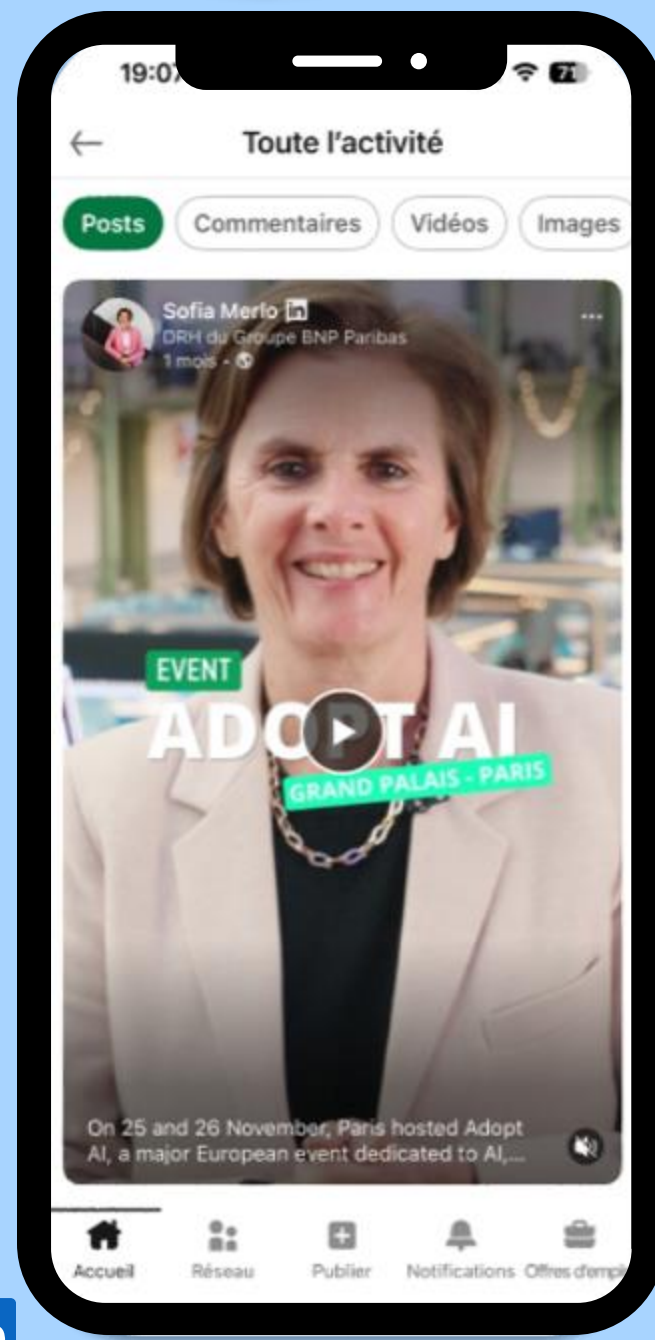


## Sa formule

- Vidéos sur un ton personnel, face caméra
- Partage des engagements RH du groupe
- Partage des partenariats



# Sofia Merlo DRH, BNP Paribas



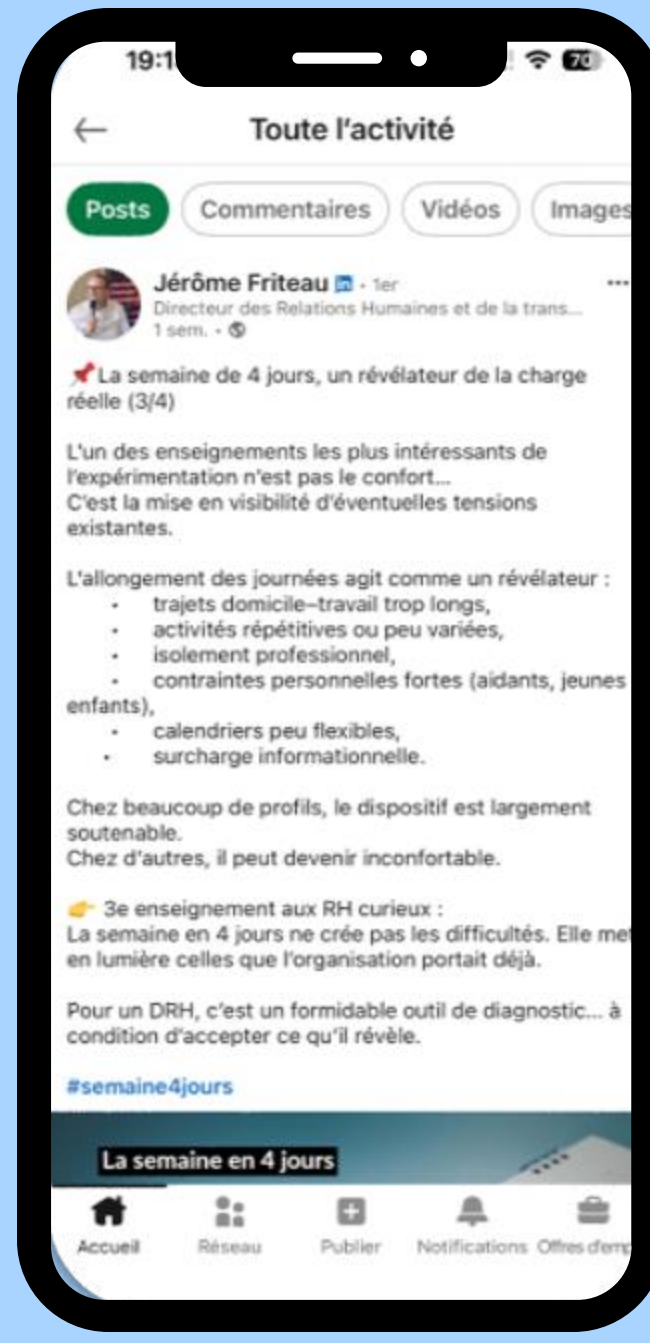
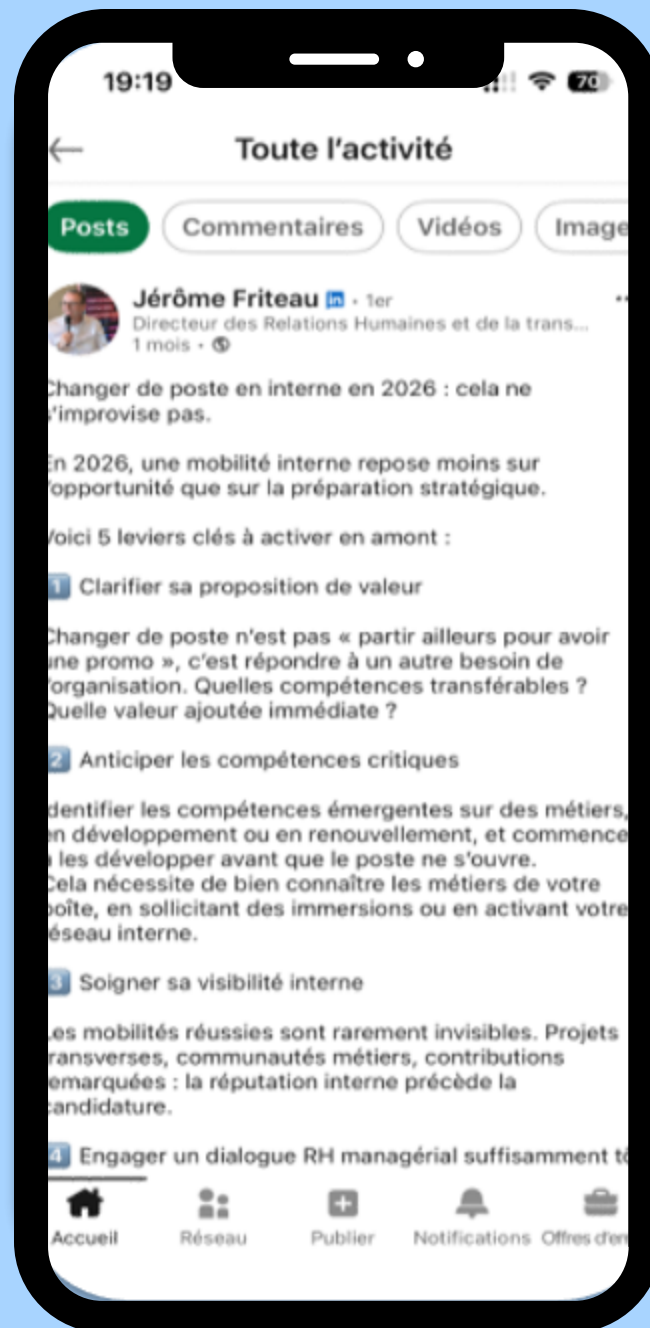
## Sa formule

- Vidéos face caméra
- RH & IA
- Engagement social et inclusion
- Rencontres avec la communauté de Top Voices



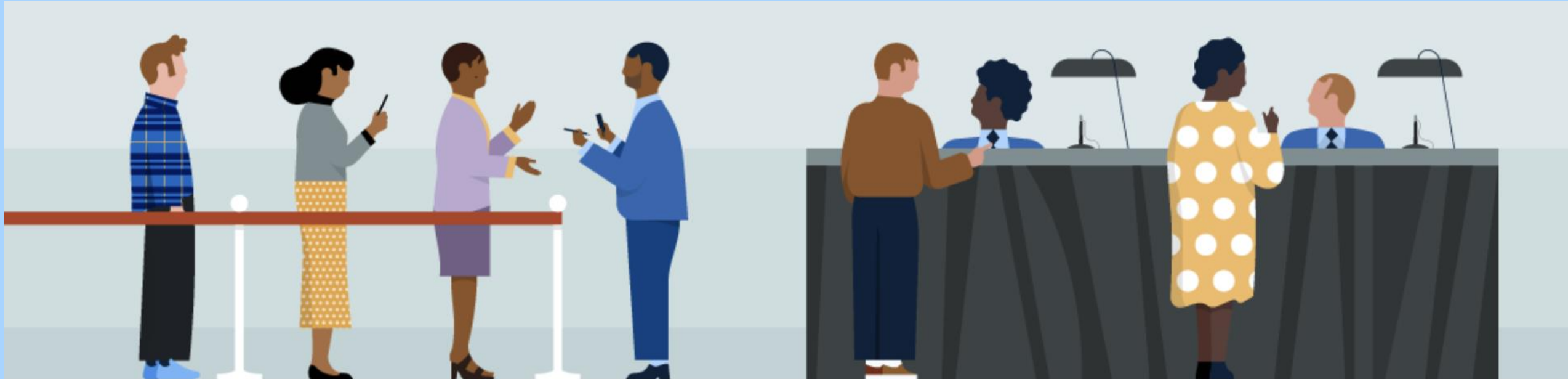
# Jérôme Friteau

## DRH, L'Assurance retraite



## Sa formule

- Réactions à l'actualité (Blue Monday, études, lois...)
- Partage de conseils carrière, emploi, RH
- Retours d'expériences et initiatives internes (semaine de 4 jours)



**Vous souhaitez partager l'une de vos annonces à la rédaction de LinkedIn Actualités ?**

➔ [redaction@linkedin.com](mailto:redaction@linkedin.com)

**Vous avez besoin de support technique et souhaitez contacter l'équipe Assistance ?**

➔ [Consultez notre Centre d'aide](#)

Q&A.



Merci.

