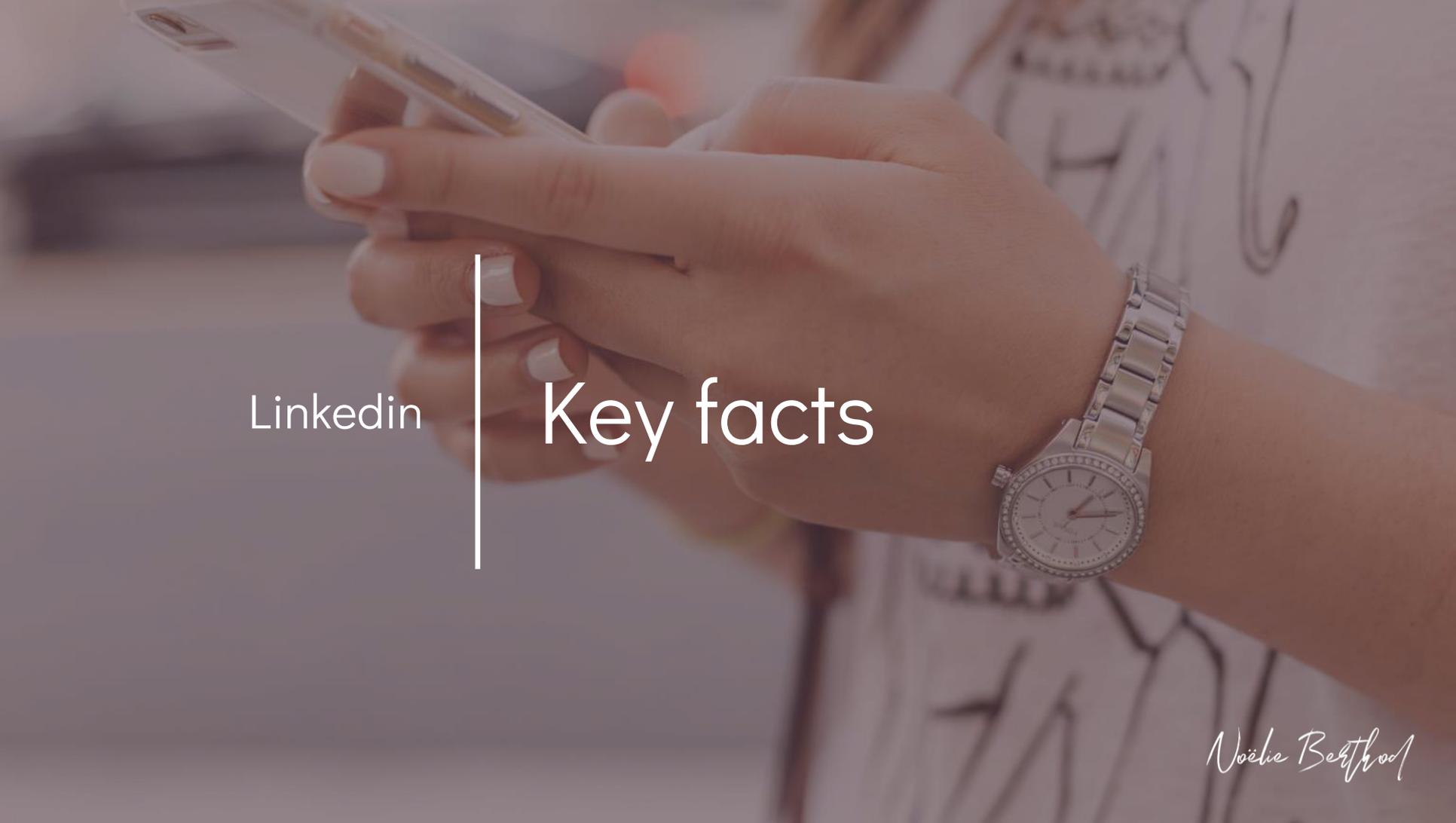


Noëlie Berthod

spécialiste en marketing digital
& formatrice d'adultes

LinkedIn 360°:
développez une
présence impactante
pour votre entreprise





LinkedIn

Key facts

Noëlie Berthod

JAN
2023

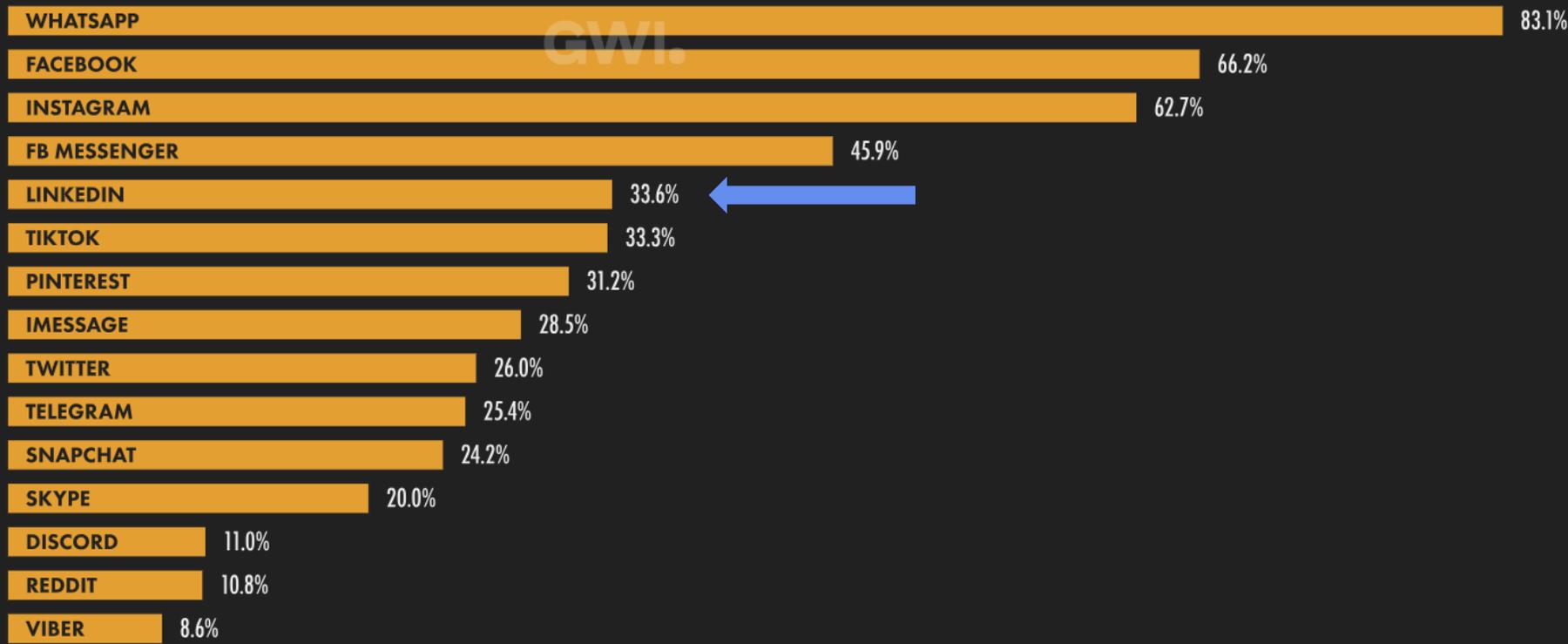
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



SWITZERLAND



SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

JAN
2023

LINKEDIN: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON LINKEDIN

NOTE: PLEASE REFER TO THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



SWITZERLAND

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON LINKEDIN



3.90
MILLION

LINKEDIN AD REACH
vs. TOTAL POPULATION



44.5%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN REPORTED LINKEDIN AD REACH



+2.6%
+100 THOUSAND

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
REPORTED LINKEDIN AD REACH



+11.4%
+400 THOUSAND

LINKEDIN AD REACH
vs. TOTAL INTERNET USERS



45.2%

LINKEDIN AD REACH
vs. POPULATION AGED 18+



54.2%

FEMALE LINKEDIN AD REACH
vs. TOTAL LINKEDIN AD REACH



42.9%

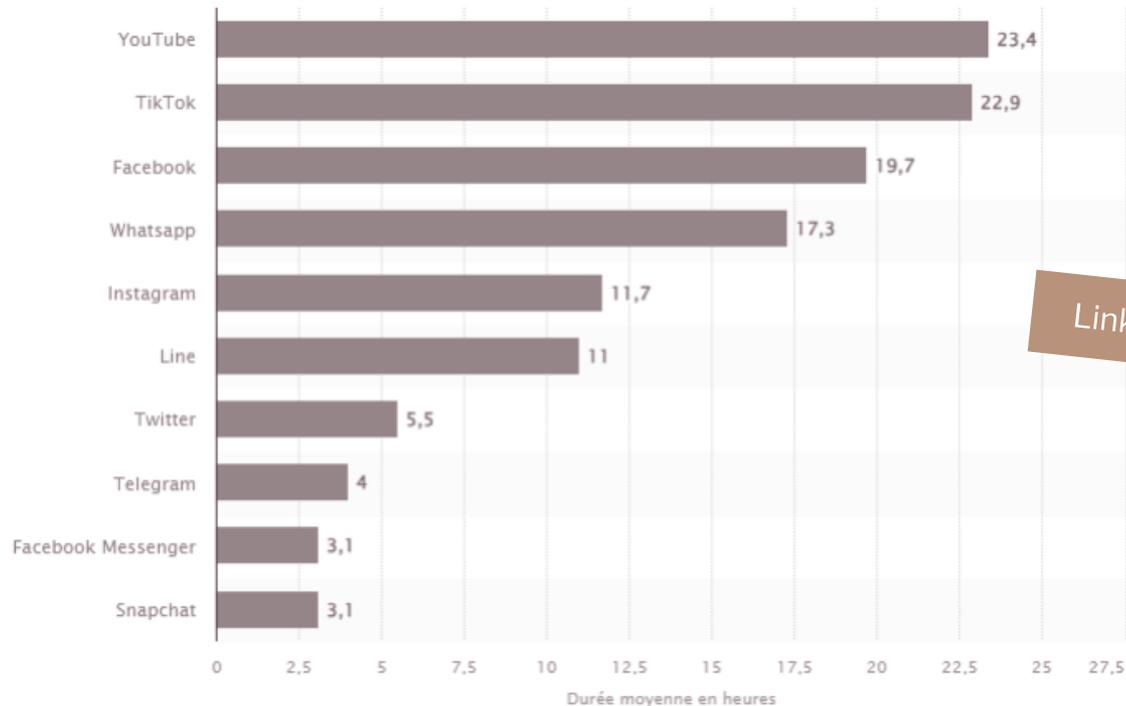
MALE LINKEDIN AD REACH
vs. TOTAL LINKEDIN AD REACH



57.1%

SOURCES: LINKEDIN'S ADVERTISING RESOURCES; KEPIOS ANALYSIS. **NOTES:** VALUES ARE BASED ON TOTAL REGISTERED MEMBERS, SO ARE NOT COMPARABLE WITH OTHER PLATFORMS IN THIS REPORT. GENDER DATA ARE ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE". **ADVISORY:** REACH FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, OR MATCH THE TOTAL ACTIVE USER OR REGISTERED MEMBER BASE. VALUES FOR REACH vs. POPULATION AND REACH vs. INTERNET USERS MAY EXCEED 100% DUE TO DUPLICATE AND FAKE ACCOUNTS, DIFFERENT RESEARCH DATES, AND DIFFERENCES IN CENSUS DATA vs. RESIDENT POPULATIONS. SOURCE DATA REVISIONS MAY DISTORT VALUES FOR CHANGE OVER TIME. **COMPARABILITY:** SOURCE DATA REVISIONS. VALUES MAY NOT BE COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

Durée mensuelle moyenne passée sur les applications Android de réseaux sociaux



Source: Statista 2023

Noëlie Berthod

LinkedIn

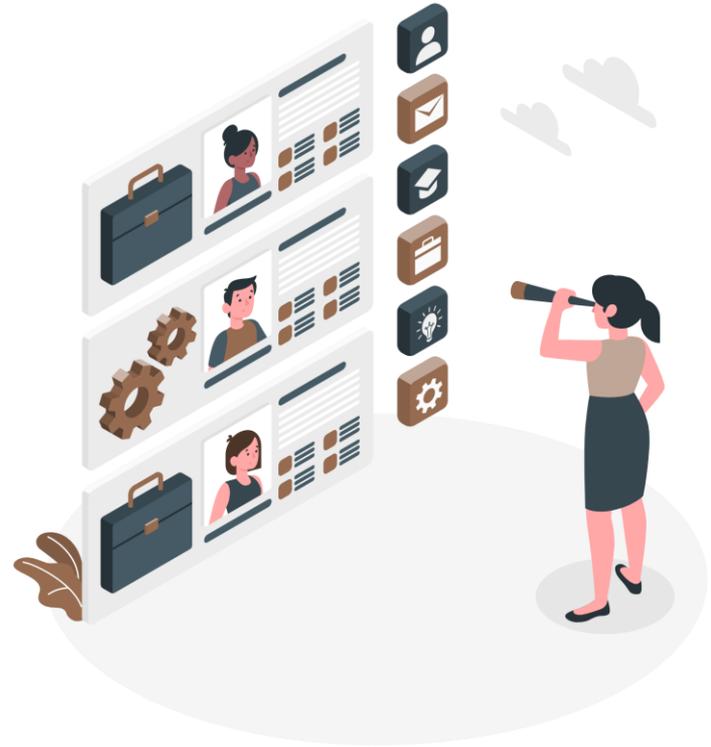
L'ADN de ce réseau

Noëlle Berthod

Mission de LinkedIn

Permettre de partager du contenu et mettre en relation les utilisateurs avec d'autres professionnels:

- Collègues
- Employeurs potentiels
- Partenaires
- Futurs employés

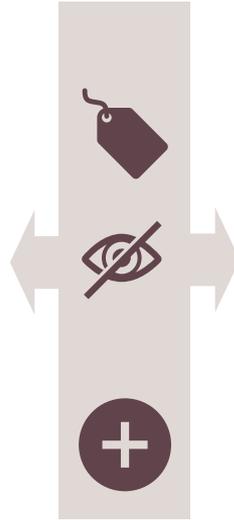


Noëlie Berthod

Page vs Profil: quelles différences fondamentales ?

Profil personnel

- Marque personnelle, génération de prospects
- Visibilité de toutes vos actions sur le réseau (like / commentaires)
- Portée organique élevée et bon référencement naturel



Page entreprise

- Marque employeur & vitrine
- Peu de visibilité (hors sponsoring des posts)...
- Favorise l'image de marque et l'attractivité



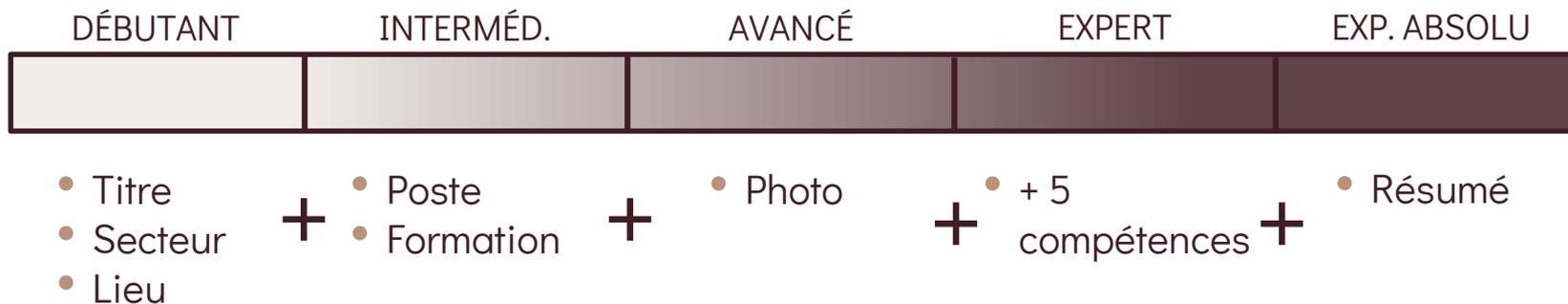
LinkedIn

Optimiser son profil

Noëlle Berthod

Les 5 niveaux de profils sur LinkedIn

Les prérequis au statut d'Expert Absolu:



Le statut d'Expert Absolu n'atteste pas de votre expertise de la plateforme mais de la complétude de votre profil.

Pourquoi atteindre le niveau Expert Absolu ?

Les utilisateurs ayant des profils complets sont **40 X** plus susceptibles de recevoir des opportunités grâce à LinkedIn*.

* Source: LinkedIn

Noëlie Berthod

LinkedIn

Votre *personal branding*

Noëlie Berthod

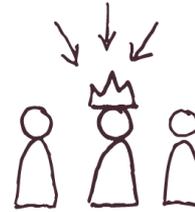
Le *personal branding*



Démontrer sa
valeur ajoutée



Renforcer sa
crédibilité



Se démarquer
des concurrents



Se positionner
(vous êtes
unique !)

Le titre: votre slogan !

- Plus qu'un slogan, c'est votre identité et ce que vous voulez véhiculer pour votre marque
- Ces éléments apparaissent lorsque l'on fait une recherche.
- Pensez aux mots clés...
- Max. 120 caractères !



Le titre: quelques exemples

- **Percutant:** « Expert en Prospection | +31 % ROI à [Nom de l'entreprise actuelle], vous voulez savoir comment ? 🤖 »
- **Sobre:** « À votre écoute pour vos projets d' #infrastructure, de #stockage et de #sauvegarde. »
- **Grande expertise:** « Gestionnaire des Ressources Humaines de [Nom de l'entreprise] | Certification SHRM | 15 ans et plus de gestion d'équipes. »
- **Concis:** « Je conseille les entreprises dans leur transformation digitale et l'évolution de leur infrastructure IT #digital. »

Personnalisez l'URL de votre profil public

J'aide les PME à apprivoiser le marketing digital
formation d'adultes | marketing digital

Noëlie Berthod-Brand
Spécialiste en marketing digital freelance | formatrice (en présentiel ou à distance)
Sion, Valais, Suisse · Coordonnées
noelieberthod.ch
543 abonnés · 475 relations

Mes objectifs Ajouter une section au profil Plus

Services offerts
Conseil marketing, Marketing sur les...
Afficher les détails

Indiquez que vous recrutez et attirez des candidats qualifiés.
Commencer

Langue du profil
Français

Public profile & URL
www.linkedin.com/in/noelieberthod

Sponsorisé

- 80% lower cost per lead
Find out how Rohde & Schwarz achieved it
- FouAnalytics
Advanced digital media analytics -- so you can "see Fou yourself"
- Simplify CSS Experience
The Number 1 White Label Google CSS Premium Partner

Autres profils consultés

- Sarah Fischer · 1er
Marketing et communication

Noëlie Berthod

Votre image de couverture = votre message

Zone
d'expression
gratuite !



Challenge
**DIGITAL
START**

5 JOURS POUR LANCER TON PREMIER PRODUIT DIGITAL

ABONNE-TOI

Yasmine Moura (Euphoriste) · 1er

5 jours pour lancer ton premier produit digital | Crée ton business en ligne euphoriste.com

Sujets de prédilection : #reseauxsociaux, #entrepreneuriat, #marketingdigital et #developpementpersonnel

Lausanne, Vaud, Suisse · Coordonnées

→ CHALLENGE DIGITAL START

1174 abonnés · Plus de 500 relations

Sarah Fischer, Philippe Barman et 63 relations en commun

Message Plus

Noëlie Berthod

LinkedIn

Publier sur LinkedIn

DEQ
CORPORATION

Noëlie Berthod

5 règles fondamentales pour prendre la parole sur LinkedIn

1. Soyez prudent quant à l'image que vous donnez
2. Respectez vos contacts
3. Respectez la confidentialité
4. Soyez vigilant quant au cadre légal
5. Respectez le principe de loyauté vis-à-vis de votre employeur



Noëlie Berthod



Des valeurs



Des histoires (vraies, si possible)



De l'inspiration

Noëlle Berthod

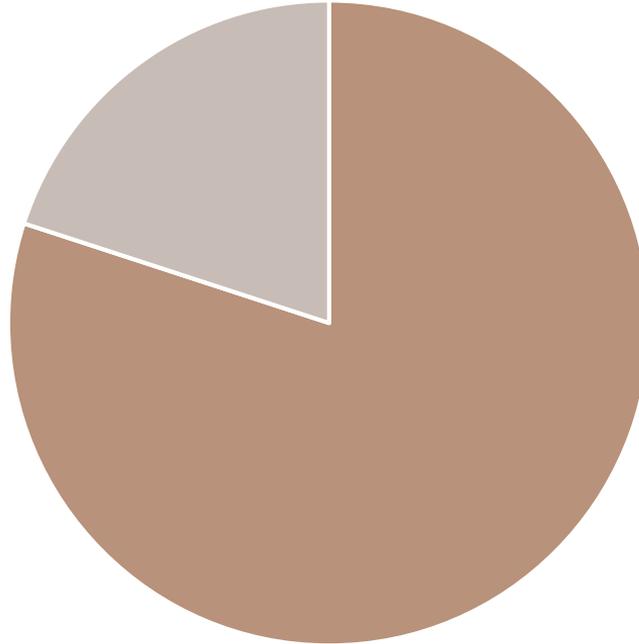
“



If your stories are all about your products and services, that's not storytelling. It's a brochure. Give yourself permission to make the story bigger.»

— Jay Baer

De quoi parler ?



- Contenus purement informatifs
- Messages promotionnels

Utiliser l'IA



Je suis community manager de l'hôtel Moxy à Sion. Aide-moi à créer un post LinkedIn pour la page entreprise de notre établissement qui communiquerait de manière plutôt informelle l'obtention de notre certification "Sustainable Living" décernée par HotellerieSuisse



Bien sûr, voici une suggestion de post LinkedIn informel pour annoncer l'obtention de la certification "Sustainable Living" décernée par HotellerieSuisse pour l'hôtel Moxy à Sion :



🌿🏠 Super nouvelles de notre côté ! Nous sommes ravis de vous annoncer que l'hôtel Moxy Sion a décroché la certification "Sustainable Living" décernée par HotellerieSuisse. 🌍
♻️

C'est un pas de géant vers notre engagement envers la durabilité et la protection de notre belle planète. En tant que Moxy, nous croyons fermement en la responsabilité environnementale, et cette certification est la reconnaissance de nos efforts en faveur d'un avenir plus vert. 🌱

Mais attendez, il y a plus ! Nous ne faisons pas que sauver la planète, nous rendons également votre séjour encore plus agréable. Des initiatives durables signifient des économies pour vous et des expériences de voyage plus éco-conscientes. 🌟

Merci à toute notre incroyable équipe pour son travail acharné et à nos clients pour leur soutien. Nous continuons à avancer et à redéfinir ce que signifie être un hôtel responsable tout en gardant le fun au cœur de notre ADN. 🎉

🔄 Regenerate

#Durabilité #SustainableLiving #Certification #Hôtellerie #Sion #MoxyMagic

Noëlie Berthod

Astuces pour tenir compte de l'algorithme

Pour enclencher la viralité, poster à plusieurs et **commenter les posts** importants dans l'heure qui suit.

Citer (taguer) des personnes et des organisations (@)

Eviter les liens sortants : plutôt poster un lien et les informations dans le 1^{er} commentaire et le liker.

Noëlle Berthod

A photograph of two women sitting at a table in what appears to be a cafe or office setting. The woman on the left is holding a smartphone and looking at it with a smile. The woman on the right is looking at the phone as well. There are white mugs on the table. The background is a window with a view of greenery and a car.

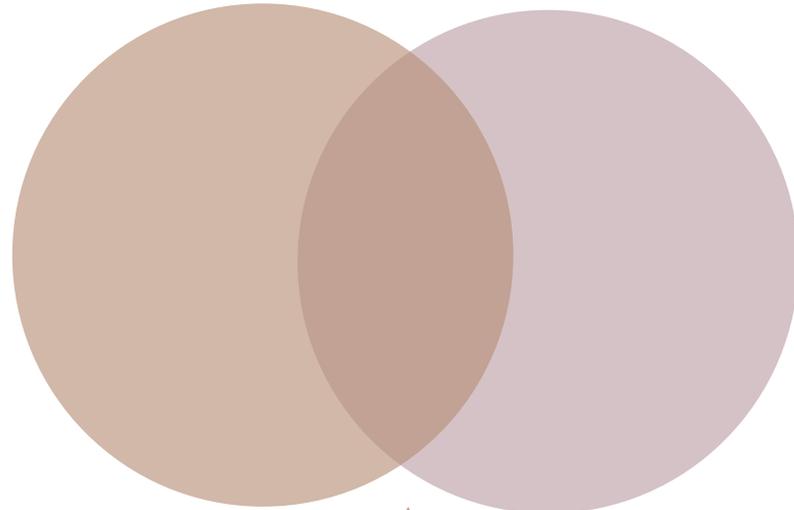
LinkedIn

Quelle présence pour un(e)
chef(fe) d'entreprise ?

Noëlle Berthod

Définition de votre « marque » en tant qu'individu

Vos
valeurs



Votre zone
d'expertise /
cœur de
métier

↑
Votre
marque

Noëlie Besthof

4 bonnes pratiques en tant que chef(fe) d'entreprise



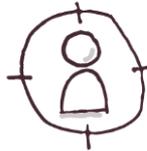
Echangez avec votre audience



Partagez et commentez l'actu liée à votre activité



Positionnez-vous en expert de votre domaine



Personnalisez l'accueil de nouveaux contacts

Résumé des bonnes pratiques sur LinkedIn

1

Profil complet et soigné,
page d'entreprise optimisée

2

Définir son positionnement
et sa ligne éditoriale

3

Echanger, partager,
commenter

4

Publier de manière native

5

Eviter d'être trop auto-
centré

Merci !



Noëlie Berthod-Brand
Spécialiste en marketing digital
et formatrice

