

GUIDE PRATIQUE

MARGAUX SLOVE
NATHALIE TRAN

COMMENT DÉVELOPPER SON ASSOCIATION SUR LINKEDIN ?

LinkedIn



LinkedIn

en quelques chiffres



1

Nombre
d'utilisateurs
dans le monde
en 2015

2

Nombre
d'utilisateurs en
France dans
2015

3

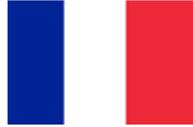
Nombre de
membres actifs
mensuels en
2015

4

Nombre de
mentions
"j'aime" sur la
page Facebook

Les principaux concurrents de LinkedIn : des réseaux sociaux professionnels intéressants pour les associations

LinkedIn est le premier réseau social professionnel au monde.
Il existe cependant d'autres réseaux sociaux professionnels intéressants comme :

viadeo  

+ 65 millions d'utilisateurs
dans le monde en 2015

dont 10 millions en France

XING 



+15 millions d'utilisateurs
dans le monde en 2015

dont 3/4 dans la zone
Allemagne/Suisse/Autriche

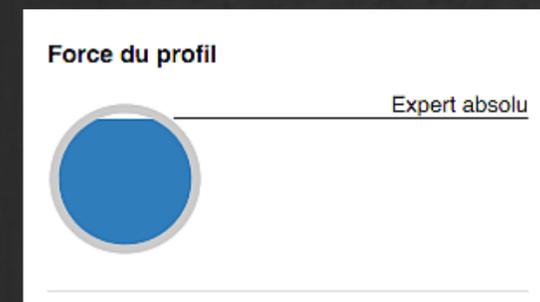
1. Créer un profil LinkedIn personnel

Si vous ne l'avez pas encore fait, le pré-requis avant de pouvoir créer une page d'entreprise sur LinkedIn est d'avoir un profil personnel.

1. Remplissez votre profil en mettant une photo professionnelle et en complétant les informations demandées notamment dans chaque case. Déplacez vos informations en les classant du plus important au moins important. En tant que membre d'une l'association, il est important de développer la partie "causes qui vous importent" et "bénévolat" pour que les gens sachent ce que vous défendez.

2. Commencez à ajouter des relations (des personnes que vous connaissez et qui ont un profil LinkedIn) à partir de votre adresse mail et/ou en tapant leur nom dans la barre de recherches. Une fois le profil rempli complètement, et au fur et à mesure que vous aurez des relations, et que celles-ci recommanderont vos compétences, votre "force du profil" augmentera.

3. Les autres employés de l'associations sont invités à s'inscrire sur LinkedIn. Cela permet, une fois que la page entreprise sera créée, aux internautes de voir sur la page de l'entreprise les différents membres de l'association.



2. Créer sa page entreprise

Une page d'entreprise est un espace public destiné à promouvoir les activités d'une entreprise, son actualité et de manière plus globale sa culture auprès de la communauté LinkedIn et des internautes qui cherchent des informations sur l'association.

La page entreprise permet :

D'améliorer son référencement naturel - De développer sa e-reputation - De promouvoir son association
- D'informer - D'avoir un carnet d'adresses en ligne - De développer son réseau -
De publier des offres d'emploi/bénévolat - De trouver des soutiens

Description :

Mettez une description claire et brève de votre organisation sans omettre de mettre le logo de l'association en photo de profil et une photo de couverture

Choisissez votre secteur :

Pour les associations il s'agira d'"organisation à but non lucratif"

Mots clés :

Comme avec les profils personnels, les mots clés sont essentiels si vous voulez être facilement retrouvé: insérez-les dans votre présentation et dans votre fil d'actualité

Exemple d'une page entreprise pour une association



ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE CINÉMA - APC

Industrie du cinéma
1-10 employés

Accueil

APC is a major film producers' guild in France. Established in April 2007 from the original membership of the Chambre Syndicale des Producteurs de Films (an organization dating from 1945 whose founding fathers created the Cannes Film Festival, The Cannes Movie Market, UNIFRANCE...). It brings together 120 of the most dynamic and prestigious producing companies of the French film industry including Mandarin Cinéma, Les Productions du Trésor, La Petite Reine, Fidélité, Galatée Films, Wild Bunch, Pan-Européenne, Alicéléo, Rezo Production, Epithète Films, Produire à Paris...

APC acts as a spokes person for all the others arts (writers, directors, actors, distributors, crew...) as well as the CNC and local & regional funding . It is also an active member of the BLOC (Communication Board of the Cinema Associations) which he chaired in 2009.

APC is governed by a Board of 40 members who meet every 3 weeks. Several committees also meet regularly regarding the main strategic subjects of the film industry.

Site web

<http://www.producteurscinema.fr>

Secteur

Industrie du cinéma

Type

Non lucratif

Siège social

75001 France

Taille de l'entreprise

1-10 employés

Toutes les informations sont détaillées.
Le logo est apparent mais il manque juste une photo de couverture.

1. Nom de l'entreprise
2. Descriptif de l'entreprise (250 à 2000 caractères)
3. Spécialisations de l'entreprise (jusqu'à 20)
4. Type d'entreprise (menu déroulant)
5. Taille de l'entreprise (menu déroulant)
6. Adresse du site web de l'entreprise
7. Secteur d'activité principal de l'entreprise (menu déroulant)
8. Statut d'exploitation de l'entreprise (menu déroulant)
9. Année de création

3. Animer la page et mesurer les audiences

1. Développez votre fil d'actualité

Vous pouvez ajouter d'autres administrateurs de la page parmi les membres de votre association qui ont une page personnelle LinkedIn afin d'être plusieurs à publier du contenu sur votre fil d'actualité.

Vous pouvez relayer les informations de votre blog/site ou publier des informations directement sur LinkedIn. Dans ce cas là, définissez un objectif par publication (appelée "nouvelle").

Privilégiez une écriture simple et efficace, mettez des photos et vidéos pour donner du dynamisme à votre page.

Susciter l'intérêt

En postant des nouvelles de l'entreprise quotidiennement, vous multipliez les opportunités d'amorcer le dialogue et de faire passer le mot sur votre activité. [Lire des conseils](#) ▶

Partager une nouvelle



Partager avec : **Tous les abonnés**



Partager

2. Mesurez votre audience:

Sur la page d'accueil de la page d'entreprise de LinkedIn, il est possible de mesurer les statistiques de chaque publication postée.

- Nombre d'engagements : clics, partages et commentaires des internautes LinkedIn
- Portée des publications : impressions
- Suivre l'acquisition d'abonnés
- Connaître les données qualitatives des followers
- Comparer le nombre de followers de sa page à celui des concurrents

Pouvoir analyser ses publications permet de savoir quelles publications sont pertinentes ou non pour les internautes et pouvoir améliorer les prochaines.

Audience	Sponsorisé	Impressions	Clics	Interactions	Abonnés acquis	Interactions
All followers	3 campaigns	500	10	2	0	1.20%
All followers	-	100	4	1	-	2.00%
All followers	2 campaigns	200	4	1	0	1.00%
All followers	-	400	10	10	-	1.00%
All followers	-	200	4	4	-	2.00%
All followers	-	300	3	20	-	6.67%
All followers	-	200	0	0	-	1.00%
All followers	-	200	0	0	-	0.00%

4. Rejoindre des groupes LinkedIn

Les « groupes » sur LinkedIn permettent de rentrer en contact avec les personnes qui partagent vos centres d'intérêt. Les groupes de discussion se forment autour d'un sujet qui intéresse les membres.

Pour information, il y a actuellement plus de 87 000 groupes à but non lucratif sur LinkedIn.

Ces groupes ne vous permettent pas seulement de créer des liens avec d'autres personnes de votre secteur mais aussi d'en suivre l'actualité et de partager. Il vous faudra donc rechercher des groupes qui sont en lien avec votre fonction au sein de l'association ou la cause que défend celle-ci. Voici quelques exemples de groupes dans le secteur associatif que vous pouvez trouver sur LinkedIn :

- **Social Media for Nonprofit Organizations** : cette page (en anglais) concerne tous ceux qui s'intéressent à l'utilisation des médias sociaux par le secteur associatif. Les membres de ce groupe peuvent poster des ressources, partager des informations ou demander un conseil.
- **Association Française des Fundraisers** : groupe international de l'organisation du même nom. Échange de bonnes pratiques.
- **Nonprofit Marketing and Fundraising Tips** : cette page (en anglais) permet de partager des contacts, trouver de nouveaux donateurs, des outils marketing et de communication.
 - **ESS** : permet de se tenir au courant de l'actualité sociale et solidaire en France.

5. Établir des connexions : les relations du secteur associatif

Afin de retrouver des donateurs ou des supporters potentiels LinkedIn met à votre disposition de très bons outils de recherche.

Votre recherche peut s'effectuer par région, postes, entreprises, etc... Néanmoins, ces recherches doivent être ciblées et compléter votre stratégie existante.

Par exemple : utilisez le moteur de recherche LinkedIn pour trouver des personnes influentes dans votre région, ou des personnes qui s'intéressent à votre cause, et envoyez leur un message.

6. Suivez l'actualité

LinkedIn permet de garder un œil sur toute l'actualité du secteur associatif. **LinkedIn Today** montre les derniers articles partagés sur LinkedIn et Twitter par les personnes de votre réseau. Les groupes LinkedIn discutent des thèmes de l'actualité du secteur et l'outil "réponse" vous permet de contacter les experts du secteur.

LINKEDIN TODAY · MAR 13

The most shared news on LinkedIn [Take the tour »](#)

Powered by +

FRONT PAGE

PHARMACEUTIC...

INTERNET

IT

ONLINE MEDIA

MARKETING &...

COMPUTER...

BROWSE ALL

SAVED (0)

Apple iPad 2 Draws Early Crowds on First Day

Search any topic



online.wsj.com

Share

Save

The Apple Inc. faithful—and enterprising individuals—lined up early Friday in anticipation of the iPad 2 tablet.



12 »

TOP SOURCES

online.wsj.com »

Follow

money.cnn.com »

Follow

npr.org »

Follow

3 bloomberg.com »

Follow

hbr.org »

Follow