



STRATEGIE ET CREATION PAGE ENTREPRISE LINKEDIN

Par Christophe Subilia pour AM SQUAD

Résumé

Ce document présente une stratégie réalisée pour créer une audience sur une page entreprise sans budget de janvier à mi-février 2021

Christophe Subilia
Christophe.subilia@gmail.com

Table des matières

1. Contexte	2
1.1. Objectif	2
2. Stratégie	2
2.1. Mélange des comptes profil Linkedin et page entreprise	2
2.2. Stratégie de contenu	3
2.3. Audience générale récoltée après 1 mois et demi (01.01.21 – 11.02.21)	3
2.3.1. Page entreprise AM SQUAD	3
2.3.2. Profil Christophe Subilia	4
2.3.3. Profil Lenin Arulchelvam.....	4
2.3.4. Audience totale	4
2.3.5. Communauté page AM SQUAD	5
2.3.6. Secteurs impactés et intéressés par la page	5
2.3.7. Audience organique par rapport aux posts envoyés sur la page	5
2.3.8. Acquisition de nouveaux abonnés.....	6
3. Méthodes utilisées pour s'assurer une visibilité minimum.....	6
4. Effets de ricochets positifs	7
5. Aller plus loin avec la Masterclass.....	7
6. Remerciement	7

1. Contexte

Arrivé chez AM SQUAD le 1^{er} janvier 2021, la page avait 31 abonnés inactifs et invités par le fondateur Lenin Arulchelvam. Elle ne disposait d'aucun contenu et aucun engagement.

1.1. Objectif

Le but principal de cette stratégie a été de

- Augmenter l'awarness (prise de conscience de l'existence) de la page et de l'entreprise AM SQUAD
- Augmenter l'empathie et la situation compliquée que vivent les entreprises culturelles en suisse romande.
- Faire connaître les secteurs et activités de l'entreprise
- Réaliser toute la stratégie avec un minimum de budget et un maximum de créativité

2. Stratégie

2.1. Mélange des comptes profil Linkedin et page entreprise

Introduction

- Le trafic organique (non sponsorisé) est très faible sur les pages entreprises.
- Il n'est pas possible de sponsoriser le contenu envoyé via les profils Linkedin.
- Le trafic organique des profils personnels LinkedIn reste encore en 2021 assez élevé.

A disposition nous avons utilisé les deux profils des employés de AM SQUAD

- Lenin Arulchelvam : <https://www.linkedin.com/in/leninarulchelvam/>
 - Un compte peu actif mais avec un nombre d'abonnés à environ 500 vues par post
- Christophe Subilia : <https://www.linkedin.com/in/christophesubilia/>
 - Un compte actif et avec une audience récurrente à moyenne de 2000 vues par post

Et la page entreprise

- AM SQUAD : <https://www.linkedin.com/company/amsquad/>

2.2. Stratégie de contenu

Fréquence de post

Tous les mardi et jeudi à 9h00 sauf exception pour les 3 entités citées plus haut

Type de contenu

- Pour les profils personnels
 - Partage d'expérience
 - Format texte
- Pour la page
 - Mélange entre présentation des activités et de la vie de l'entreprise (ainsi que ses problématiques)
 - Comment organiser un event en temps de covid
 - Présentation de la programmation 2021 de AM SQUAD
 - Explication d'un concept sanitaire événementiel en vue d'une future reprise
 - Mise en avant d'un artiste géré par AM SQUAD (article de presse)
 - Présentation d'une aide financière pour la culture du canton de Vaud
 - Remémoration d'un souvenir marquant
 - Présentation d'une enquête du public culturel suisse
 - Création d'un article : Production de spectacle : Pourquoi continuer à programmer des spectacles en 2021 ?
 - Présentation d'un Youtuber gérer par AM SQUAD

2.3. Audience générale récoltée après 1 mois et demi (01.01.21 – 11.02.21)

2.3.1. Page entreprise AM SQUAD

7900 Nombre d'impressions organiques totales

12% Taux d'engagement organique moyen

2.3.2. Profil Christophe Subilia

41'500 Nombre d'impressions organiques totales

L'audience correspondait à nos objectifs.

Exemple d'un tableau d'une des audiences

Le réseau c'est Linkedin, le réseau c'est des cartes de visites, mais le réseau c'est avant tout l'hi...
152 réactions · 38 commentaires



2.3.3. Profil Lenin Arulchelvam

16'700 Nombre d'impressions organiques totales

2.3.4. Audience totale

66'100

2.3.5. Communauté page AM SQUAD

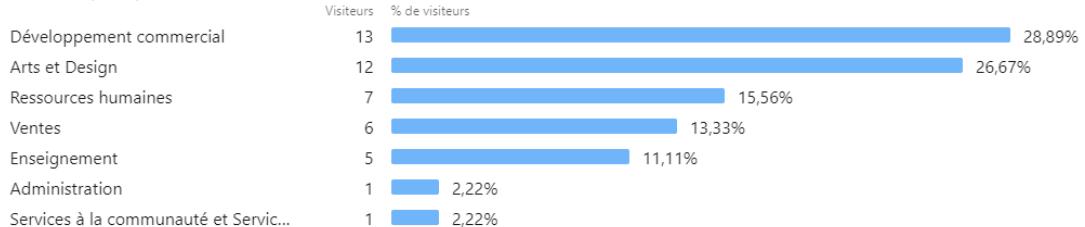
Statut des derniers 30 jours au 11.02.2021



2.3.6. Secteurs impactés et intéressés par la page

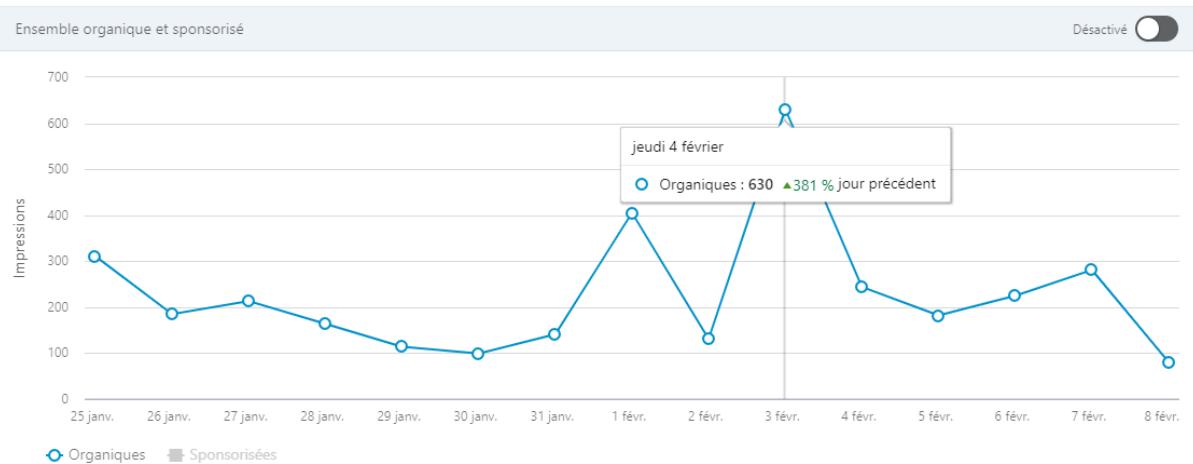
Données démographiques des visiteurs ⓘ | Période : 25 janv. 2021 - 8 févr. 2021 ▾ | Données : fonction ▾

Fonctions principales

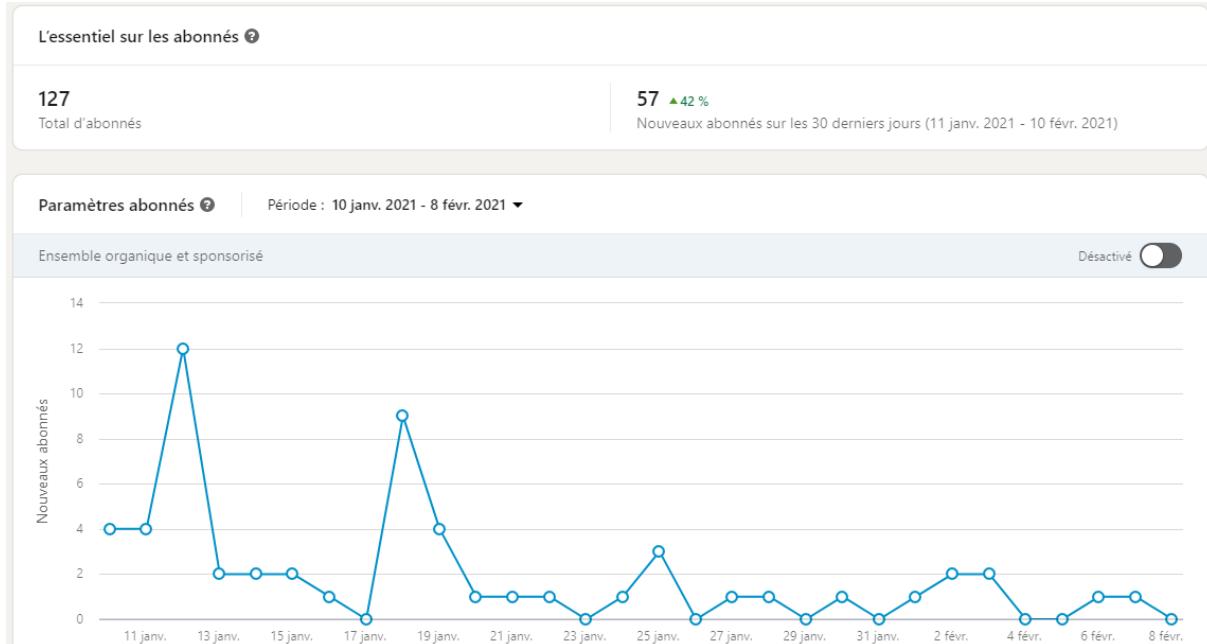


2.3.7. Audience organique par rapport aux posts envoyés sur la page

Statistiques des nouvelles ⓘ | Période : 25 janv. 2021 - 8 févr. 2021 ▾ | Statistiques : impressions ▾



2.3.8. Acquisition de nouveaux abonnés



L'effet des communications du début à permis de gagner beaucoup d'abonnés au départ.

Ensuite on est passé à un rythme de croisière de 2 à 4 abonné qualifié par jour.

3. Méthodes utilisées pour s'assurer une visibilité minimum

- Lorsque qu'un post est envoyé sur le réseau, la première heure est déterminante.
 - Nous partageons à certaines personnes de notre réseau pour qu'elles découvrent le poste et augmentent l'engagement au départ par un like ou un commentaire
- Nous utilisons l'authenticité et l'émotion dans les récits
 - Plus une histoire est authentifiée comme vérifique plus le post va avoir du succès
- Aération du texte et respect des normes implicites régies pour créer un bon post.
 - Un bon post sur linkedin doit respecter une écriture fluide qui va à l'essentiel.
 - Cela doit être facile à lire et à retenir
- Création d'appel à l'action à la fin de chaque post.
 - Afin de créer de l'engagement et à la fin des posts des questions étaient souvent posées.
- Expérience de communauté
 - Chaque commentaire une réponse personnalisée avec le prénom de la personne
 - Remerciement pour les partages
 - Citer d'autres pages entreprises lorsque le contenu les concernent.

4. Effets de ricochets positifs

Au-delà de l'audience qui a augmenté,

De nombreuses synergies et des rencontres (non calculées et non prévues), on permis de renforcer la crédibilité et l'image de Lenin et de son entreprise en tant que leader sur le marché suisse romand de producteur de spectacle en Suisse romande.

5. Aller plus loin avec la Masterclass

Une formation pour communiquer en temps de crise dans le secteur événementiel et continuer à grandir sur Linkedin est sur le point de voir le jour.

Si vous êtes intéressé, prendre contact par Linkedin :

- <https://www.linkedin.com/in/leninarulchelvam/>
- lenin@amsquad.ch

6. Remerciement

Lenin, merci de m'avoir accueilli dans ton environnement et de m'avoir laissé carte blanche pour augmenter la visibilité de ton entreprise sur Linkedin.

J'ai compris que la survie de la culture est essentiel et qu'il doit s'agir d'une prise de conscience collective.

Ce PDF a été rédigé avec le cœur par Christophe Subilia.

Il est totalement gratuit et libre de droit mais si vous souhaitez remercier d'une façon ou d'une autre, il suffit de suivre les activités d'AM SQUAD sur Linkedin et de donner de la force aux projets :

- <https://www.linkedin.com/company/amsquad/>

Si vous souhaitez vous faire accompagner pour votre stratégie de communication comme je l'ai fait avec Lenin, n'hésitez pas à me contacter.

- <https://www.linkedin.com/in/christophesubilia/>