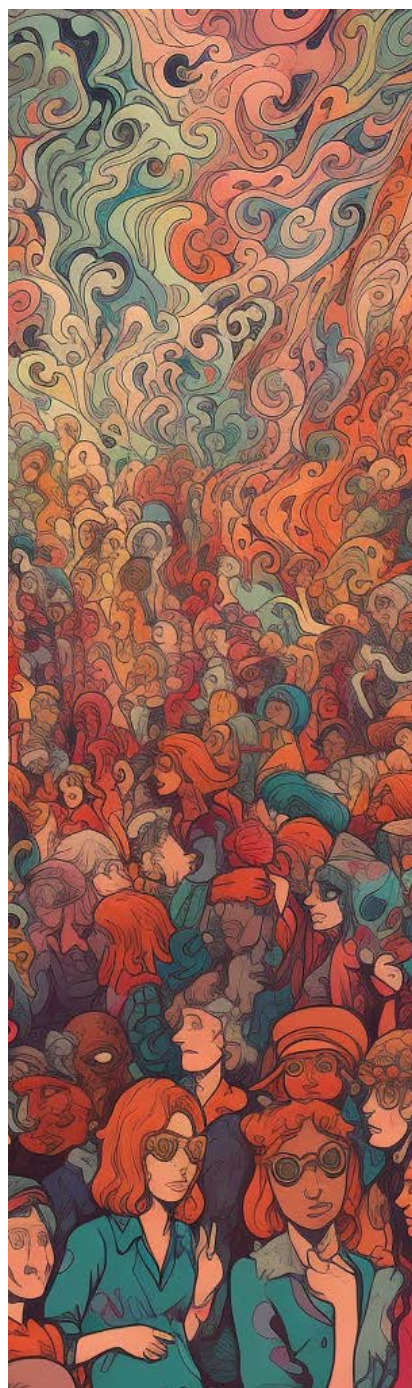


# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)



## Introduction

LinkedIn est un réseau à part. Certains le voient comme une grande CVthèque, d'autres comme un journal intime et d'autres encore comme une source inépuisable de trucs risibles.

Mais peu savent vraiment ce qu'on peut faire de ce réseau : du business, et il y a encore moins de monde qui sait COMMENT faire du business sur LinkedIn

LinkedIn, c'est 13 millions d'utilisateurs en France, c'est une énorme source potentielle de business, la première erreur (que je ne compte même pas dans les 10), c'est de ne pas y être !

Dans cet ebook, je vais vous montrer quelles sont les plus grandes erreurs que font ceux qui tentent de faire du business sur LinkedIn et surtout, que faire pour corriger ça !

Pour ma part, ça fait plus de deux ans que je suis actif sur ce réseau et 90% de mes clients viennent de LinkedIn, ce qui m'évite de prospecter (ce qui a toujours été ma hantise) et qui me permet de voir venir des clients à moi.

Et ce sont des clients qui veulent ABSOLUMENT travailler avec moi et qui sont prêts à payer avant même d'avoir essayé de leur vendre un truc !

Allez, on va voir comment on fait ça ! Tournez cette première page !

# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 01

### Communiquer sur une page entreprise

Une page entreprise sur LinkedIn ne sert (presque) à rien. À titre personnel, elle me sert à :

- Avoir le joli logo de mon entreprise dans mes expériences
- C'est tout.

Concrètement, la page entreprise à une portée quasiment nulle, si vous voulez être un peu plus diffusé, LinkedIn vous proposera gentiment de payer de la pub bien trop chère.

Globalement, les pages entreprise n'intéressent absolument personne.

Vous voulez une place sur LinkedIn ? Passez par votre page personnelle ! Les gens n'ont pas envie d'engager avec une entreprise, ils veulent parler à des humains.

Ils veulent pouvoir associer un visage et une manière de parler à votre entreprise.

Ils veulent avoir l'impression de vous connaître (et vous n'avez pas besoin d'être impudique pour ça) avant de vous acheter quoi que ce soit.

Mais quand vous commencez à faire partie de leur quotidien, vous devenez une référence dans votre domaine et vous avez beaucoup plus de chances de vendre vos produits ou services !

Alors exit la page entreprise, vous parlez en votre nom, désormais !





# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 02

### Parler Corporate



“Cher réseau, c’est avec plaisir que je vous annonce...”

Non, non, non, non, non, et non. STOP !

Plus personne n’a envie de se taper ce genre de messages !

Parlez comme un humain qui s’adresse à d’autres humains. Oubliez la notion de “Parler business”, c’est une perte de temps.

Même en B2B, vous vous adressez à des gens avec des sentiments, ne leur parlez pas comme à des robots. Alors en B2C, encore plus !

Parlez en langage courant, décontractez-vous, dites les choses comme vous les diriez à des amis.

Ce simple changement de paradigme vous rend déjà plus agréable aux yeux des gens qui ne vous connaissent pas encore.

Je n’ai aucun doute sur le fait que vous soyez agréable, mais si ça ne transparait pas dans votre façon de vous exprimer, personne ne s’en rendra compte.

Certains tutoient même leur audience (je le fais moi-même de temps en temps, mais pas toujours), vous pouvez, ne serait-ce que pour tester.

# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 03

### Utiliser les hashtags n'importe comment

Les hashtags sont faits pour que les gens qui suivent ces hashtags reçoivent des notifications quand ils sont utilisés.

Mais en réalité, sur LinkedIn, ça marche très mal, à tel point que LinkedIn semble prêt à les supprimer de la plateforme.

Il y a encore quelque temps, on recommandait d'en utiliser 2-3, pas plus, en fin de post.

Aujourd'hui, je conseille même de ne même plus les utiliser tant ils ne servent à rien.

Mais si vous y tenez, par pitié...

Ne faites plus de **#messages** comme ça avec des **#hashtags** tous les **#trois** mots, c'est **#insupportable** ! Surtout si vous **#en** mettez sur des mots **#qui** n'ont aucune **#utilité**.

Ça gêne franchement la lisibilité. Ça pollue l'esprit qui se demande pourquoi tel truc est mis en exergue et on décroche peu à peu du texte. Jusqu'à abandonner, souvent.

L'idée est d'attirer l'attention sur votre post, mais il faut aussi la garder. Et je vous assure qu'avec 50 hashtags au milieu du texte, vous avez perdu une grande majorité de gens.

Alors, on oublie les hashtags. Ou on en met 2-3 à la fin, si on y tient vraiment, mais C'EST TOUT !

**#LesHashtagsCestRelou #nofilter**





# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 04

### Poster et s'en aller

On en voit tout le temps.

Des gens qui postent un truc sympa ou intéressant. On like, on commente.

Et... rien.

Les gens ont posté leur truc et se sont barrés, ils reviendront un autre jour et feront pareil.

Ça, c'est pas possible. C'est un manque total de politesse pour les gens qui interagissent avec vous et ça ne donne envie à personne de continuer à vous suivre.

En plus, l'algorithme de LinkedIn a horreur de ça, donc il ne va clairement pas pousser votre post. Vous n'aurez donc qu'une infime visibilité.

À ce compte-là, franchement, ne faites rien, ça fera pareil et ça vous prendra moins de temps !

Quand vous postez, restez dans les parages pendant au moins 1h pour répondre aux gens qui prennent le temps de commenter.

Répondez le plus rapidement possible, échangez avec les gens, relancez le débat, posez des questions, bref... Rendez vous disponible et accessible, les gens aiment ça !



# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 05

### Ne faire que poster

Vous postez et vous répondez aux messages des gens, bravo !  
Vous faites déjà plus que beaucoup !

Mais ce n'est pas suffisant.

LinkedIn est un réseau social, et si vous ne faites que poster et répondre aux gens qui commentent chez vous, vous ne jouez pas le jeu.

Allez voir ce qu'il se passe dans votre réseau et même en dehors de votre réseau, liker et commenter les posts des autres, c'est hyper important !

Ça stimule le principe de réciprocité et les gens seront nettement plus enclins à venir interagir chez vous s'ils voient que vous faites pareil chez eux.

Ça peut paraître un peu superficiel dit comme ça, et parfois, ça l'est, mais c'est comme ça qu'un réseau social fonctionne.

Et LinkedIn n'aime pas non plus les gens qui ne jouent pas ce jeu, il poussera donc beaucoup moins vos contenus.

D'ailleurs, une stratégie qui marche plutôt bien pour certains, c'est de commencer par développer son réseau en ne faisant que commenter chez les autres et en se faisant remarquer comme ça.

Le jour où vous commencerez à poster, vous aurez déjà un petit public !





# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 06

### Ne pas être régulier

L'algorithme de LinkedIn est capricieux.

Il veut que vous produisiez du contenu et si vous ne le faites pas régulièrement, il vous punit : il ne met pas en avant vos contenus.

C'est à tel point que, parfois, il vous punit d'être parti en vacances. Pour ma part, je trouve que c'est très injuste de punir quelqu'un qui fait vivre la plateforme l'immense majorité de l'année parce qu'il s'est absenté 2-3 semaines.

Mais je ne suis pas décisionnaire chez LinkedIn, je ne peux que constater ce fait.

Alors quand je pars en vacances, je programme quelques posts et j'interagis un tout petit peu. Mais plus ça va, plus je coupe complètement.

Je sais que la portée (on dit "le reach", au fait, en langage linkedInien) sera pourrie pendant quelques jours, mais j'ai pas envie de passer mes vacances sur LinkedIn.

Au bout d'un moment, de toute façon, il vous "pardonne".

Mais clairement, si vous faites un post tous les mois, autant ne rien faire.

Pour exister un minimum sur LinkedIn, il faut poster au moins 2 fois par semaine, mais plus on en fait, mieux c'est !



# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 07

### Poster uniquement en cas d'événement

Ça rejoint un peu le point précédent, mais c'est aussi une façon de penser la création de contenu qu'on retrouve chez beaucoup de gens qui utilisent mal les réseaux sociaux.

Dire "je vais attendre d'avoir un truc à annoncer pour poster" est la pire décision à prendre. Parce qu'au moment où vous allez annoncer votre truc, tout le monde s'en foutra puisque personne ne vous connaît.

Donc, non, on n'attend pas que son super produit soit enfin sorti pour en parler, on le tease, on l'annonce, on fait monter la tension et là, on a une chance que ça ait un impact !

Donc là encore, autant ne rien faire si c'est pour faire ça.

La création de contenu sur les réseaux sociaux doit se penser sur le long terme ! Vous n'aurez pas ou peu de résultat au début et c'est normal.

À titre d'exemple, mes clients commencent à voir les bénéfices entre 1 et 4 mois après avoir commencé. Oui, ça fait une grosse fourchette, mais tous les secteurs ne se ressemblent pas.

Pour ma part, j'ai eu mon premier client dès le premier mois !

Il faut donc savoir être patient et voir sa création de contenu comme un actif qui génère des intérêts composés, plus vous vous investissez plus vous aurez de résultats !





# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 08

### Ne poster que pour vendre

Là, on entre dans le cœur du problème.

Si on ne poste que pour vendre ses trucs, c'est qu'on n'a pas de stratégie.

Si on n'a pas de stratégie, on perd son temps sur LinkedIn.

Poster sans stratégie, c'est absolument inutile.

La base d'une stratégie LinkedIn, c'est le modèle au nom le plus ridicule qui soit : **TOFU, MOFU, BOFU**.

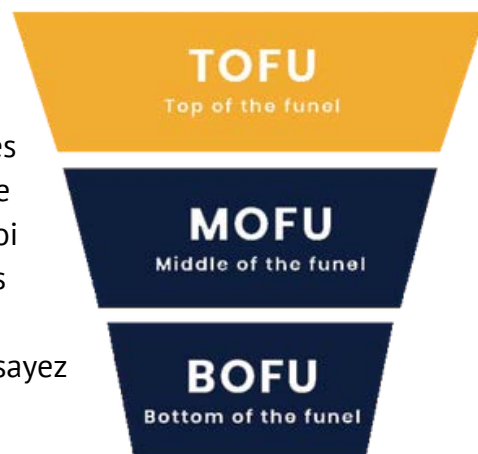
**TOFU (Top Of the Funnel)** : posts qui attirent un maximum de gens pour qu'ils entrent par le haut du tunnel d'acquisition (engagement plutôt grand)

**MOFU (Middle Of the Funnel)** : posts pour développer sa crédibilité (engagement moyen)

**BOFU (Bottom Of the Funnel)** : posts pour vendre (engagement minime)

Le principe du funnel, c'est de voir votre stratégie comme un entonnoir :

- Vous alimentez votre funnel avec des posts grand public qui attirent du monde
- Vous montrez que vous savez de quoi vous parlez pour donner envie à certains de vous acheter quelque chose
- Vous parlez de vos offres et vous essayez de vendre



# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)



Bien sûr, tout le monde ne vous achètera pas vos produits ou services, tout le monde ne descendra pas dans le funnel, certains resteront en haut, d'autres au milieu et certains ira tout en bas et achèteront.

LinkedIn, c'est 13 millions d'utilisateurs en France, avec du TOFU, il y a du monde à attirer !

Avec du contenu MOFU, vous montrez vos compétences et vous devenez une référence dans la tête des gens qui vous suivent. Ils seront donc beaucoup plus enclins à vous recommander à leurs connaissances s'ils entendent qu'ils ont besoin de vos produits ou services.

C'est comme ça qu'on active le bouche-à-oreille, en ayant une présence régulière et en alternant les posts à destination des différentes cibles du funnel.

Généralement, je recommande à mes clients de commencer avec 45% de posts TOFU, 45% de posts MOFU et 10% de posts BOFU.

Si vous ne faites que du TOFU, les gens ne savent pas ce que vous faites, ils vous suivent parce que vous êtes sympa, c'est tout.

Si vous ne faites que du MOFU, vous ne parlerez qu'à des gens déjà intéressés par votre sujet et qui font l'effort de le rechercher. Vous vous privez donc de gens qui n'avaient pas encore conscience du problème auquel répond votre offre.

Si vous ne faites que du BOFU, vous allez attirer beaucoup moins de monde et surtout, vous allez rapidement saouler les quelques personnes qui vous suivent.

Bref, l'alternance est la clef !



# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 09

### Créer trop de distance

Bien souvent, quand on crée du contenu, on a tendance à mettre en avant ses bons côtés, et rien de que ça.

On parle de ses victoires, de ses réussites et on passe sous silence ses échecs et erreurs.

Et c'est une erreur.

Vous n'êtes pas parfait, et c'est très bien comme ça. Si les gens ont l'impression que vous ne vous trompez jamais, vous n'êtes plus un humain, vous êtes un superhero.

Personne ne s'identifie à un superhero et tout le monde sait que ça n'existe pas. Donc les gens vous voient comme quelqu'un qui ne veut pas se mettre à leur portée.

En vous montrant faillible, vous permettez qu'un lien se crée entre vous et votre communauté et ce lien est précieux !

Je ne dis pas qu'il faut TOUT LE TEMPS raconter vos échecs et erreurs, juste ne pas oublier de le faire de temps en temps !



# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)

## 10

### Mal utiliser les statistiques

Se focaliser uniquement sur le nombre de vues, de likes, de commentaires ou l'intuition que "ça, ça marche bien" pour avancer dans sa création de contenu, c'est assez inutile.

En gros, se dire "waw, j'ai fait 5 millions de vues sur ce post, ch'uis une star", ça ne sert à rien. Les posts qui font le buzz ramènent rarement du business.

D'autant plus que vous pouvez buzzer avec un post, ce n'est pas pour autant que le prochain buzzera, ce n'est même quasiment jamais le cas.

Mais tenir ses stats à jours pour comprendre sur quoi votre communauté s'engage et les posts qui vous rapportent des leads, c'est nettement plus pertinent.

Si vous vous rendez compte que vos posts MOFU marchent mieux que les TOFU, faites moins de TOFU et faites plus de MOFU.

Si vos posts sur la vie sexuelle des punaises ne marchent pas, arrêtez, tentez autre chose. Si quand vous parlez d'un sujet précis, ça marche, revenez régulièrement dessus.

Vous ne pouvez pas vous en rendre compte si vous ne tenez pas des stats. Et ne comptez pas sur les stats de LinkedIn pour ça.

Personnellement, je me suis fait un outil de stats que j'utilise pour moi et aussi pour mes clients, ce qui permet de réévaluer leur stratégie tous les mois et donc de faire de mieux en mieux.

Il y a sans doute d'autres outils à trouver, mais quand on a un truc custom, on est certain d'avoir les BONNES stats !





# LES 10 ERREURS QUE FONT (PRESQUE) TOUS LES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES SUR LINKEDIN (QUE VOUS NE FEREZ PLUS !)



## Conclusion

J'espère que cet ebook, vous aura appris des choses et qu'il vous donnera envie de vous lancer sur LinkedIn !

Se lancer sur cette plateforme, ce n'est pas facile, mais ça peut vraiment valoir le coup. Il est vrai qu'elle bénéficie d'un regain d'intérêt depuis quelque temps, et elle attire tous les jours plus de monde, ce qui rend de plus en plus compliqué de se faire sa place. Mais comprenez bien que se lancer aujourd'hui sera plus facile que de vous lancer dans un mois, alors si vous voulez profiter de ce que cette plateforme peut amener à votre business, ne tardez pas !

Et si vous avez besoin d'aide pour vous lancer, vous pouvez faire appel à un professionnel, au hasard, moi, Tom Frankson !

Avant toute chose, je propose de totalement refondre, réécrire et optimiser (voire créer) votre profil lors d'un audit. À la fin de cet audit, vous aurez tous les éléments à mettre sur votre profil et une base de stratégie personnalisée qui vous permettra de vous lancer dans la création de contenu.

Je propose aussi l'accompagnement mensuel en écrivant les posts pour vous, vous aurez alors accès à mon système de planification de posts et de suivi de statistiques ainsi qu'à un accompagnement totalement personnalisé.

Mais ça, c'est dans un second temps, si vous le souhaitez.

L'audit coûte 600€, mais pour ceux qui ont lu cet ebook jusqu'au bout, il passera à 500€ si vous me dites le mot de passe "**TOHU BOHU**" (pourquoi pas ?) lorsque vous passez commande.

Vous ne pourrez pas passer commande sans qu'on ait fait une visio de découverte gratuite qui me permettra de m'assurer qu'on peut travailler ensemble ou pas.

Pour ça, cliquez sur ce lien :

<https://calendly.com/tomfrankson/30-minutes-de-decouverte>

# À BIENTÔT !



Tom Frankson

