



MODULE 6 – Réseaux sociaux : développer sa visibilité avec LinkedIn et Instagram

Cours

Table des matières

1. COMPRENDRE LE RÔLE DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE.....	2
1.1 Réseaux sociaux et site internet : des rôles complémentaires.....	2
1.2 Choisir les réseaux adaptés à son activité.....	2
1.3 Définir ses objectifs avant de publier.....	3
2. LINKEDIN – CONSTRUIRE UNE PRÉSENCE PROFESSIONNELLE.....	3
2.1 Profil personnel et page professionnelle.....	3
2.2 Accéder à son profil LinkedIn.....	3
2.3 Modifier la photo de profil.....	4
2.4 Modifier le titre professionnel.....	4
2.5 Rédiger le résumé (section « À propos »).....	4
2.6 Publier un post LinkedIn.....	5
2.7 Interagir pour gagner en visibilité.....	5
3. INSTAGRAM – VISIBILITÉ VISUELLE ET PROXIMITÉ.....	6
3.1 Compte professionnel Instagram.....	6
3.2 Modifier le profil Instagram.....	6
3.3 Publier une publication.....	6
3.4 Publier une story.....	7
3.5 Comprendre les formats Instagram.....	7
4. CRÉER DU LIEN ENTRE LE SITE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX.....	8
4.1 Ajouter le lien du site.....	8
4.2 Relayer le contenu du site.....	8
4.3 Cohérence des informations.....	8
5. ORGANISATION ET RÉGULARITÉ.....	8
Choisir un rythme réaliste.....	8
6. Bilan.....	9
Utiliser les réseaux comme relais, pas comme dépendance.....	9
Éviter la dispersion.....	9
Rester professionnel.....	9
Ne pas chercher la perfection.....	9



1. COMPRENDRE LE RÔLE DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS UNE ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

1.1 Réseaux sociaux et site internet : des rôles complémentaires

Les réseaux sociaux ne remplacent pas un site internet professionnel. Ils en sont un **prolongement**.

Le site internet :

- centralise toutes les informations
- appartient entièrement au professionnel
- constitue une base stable et durable
- regroupe les contenus de référence (services, articles, contact)

Les réseaux sociaux permettent :

- d'augmenter la visibilité
- de diffuser des messages courts et réguliers
- de créer une relation avec une audience
- de diriger les visiteurs vers le site

👍 Le site est le socle, les réseaux sont des leviers.

1.2 Choisir les réseaux adaptés à son activité

Il n'est ni utile ni efficace d'être présent sur tous les réseaux.

Le choix dépend :

- de l'activité
- de la cible
- du temps disponible
- du type de contenu que l'on peut produire

LinkedIn et Instagram sont souvent complémentaires :

- **LinkedIn** : expertise, crédibilité, réseau professionnel, B2B
- **Instagram** : image, proximité, narration visuelle, B2C



1.3 Définir ses objectifs avant de publier

Avant toute publication, il est essentiel de répondre à la question :
Pourquoi utiliser ce réseau ?

Objectifs possibles :

- se faire connaître
- valoriser son savoir-faire
- créer de la confiance
- attirer des prospects
- diriger vers le site internet

Chaque publication doit servir au moins un objectif.

2. LINKEDIN – CONSTRUIRE UNE PRÉSENCE PROFESSIONNELLE

2.1 Profil personnel et page professionnelle

LinkedIn distingue :

- **le profil personnel** (individu)
- **la page professionnelle** (entreprise)

Le profil personnel :

- est souvent plus visible
- permet des échanges directs
- est recommandé pour démarrer

👉 Dans ce module, le travail se concentre sur le **profil personnel**.

2.2 Accéder à son profil LinkedIn

Chemin :

1. Aller sur <https://www.linkedin.com>
2. Se connecter
3. Menu supérieur → **Moi**
4. Cliquer sur **Voir le profil**



2.3 Modifier la photo de profil

1. Sur le profil → cliquer sur la photo
2. Cliquer sur **Ajouter une photo** ou **Modifier**
3. Importer une image (portrait, fond neutre)
4. Ajuster le cadrage
5. Cliquer sur **Enregistrer**

Bonnes pratiques :

- photo récente
- visage visible
- cadrage serré
- image professionnelle

2.4 Modifier le titre professionnel

Le titre apparaît :

- sous le nom
- dans les recherches
- dans les commentaires

Chemin :

1. Profil → icône crayon à droite du titre
2. Modifier le champ **Titre**
3. Cliquer sur **Enregistrer**

Un bon titre explique :

- ce que vous faites
- pour qui
- avec quelle valeur ajoutée

2.5 Rédiger le résumé (section « À propos »)

Chemin :

1. Profil → section **À propos**
2. Cliquer sur l'icône crayon



3. Rédiger le texte
4. Cliquer sur **Enregistrer**

Structure recommandée :

- qui vous êtes
- ce que vous proposez
- à qui vous vous adressez
- comment vous contactez

2.6 Publier un post LinkedIn

Chemin :

1. Page d'accueil LinkedIn
2. Zone **Commencer un post**
3. Rédiger le texte
4. Ajouter un lien vers le site si nécessaire
5. Ajouter une image si souhaité
6. Cliquer sur **Publier**

Bonnes pratiques :

- texte aéré
- phrases courtes
- message clair
- appel à l'action simple

2.7 Interagir pour gagner en visibilité

Actions recommandées :

- commenter des publications
- réagir aux contenus pertinents
- répondre aux commentaires reçus

👉 L'algorithme favorise l'interaction.



3. INSTAGRAM – VISIBILITÉ VISUELLE ET PROXIMITÉ

3.1 Compte professionnel Instagram

Un compte professionnel permet :

- d'ajouter des informations de contact
- d'accéder aux statistiques
- de renforcer la crédibilité

Chemin pour vérifier :

1. Profil → menu ≡
2. **Paramètres et confidentialité**
3. **Type de compte et outils**
4. Vérifier que le compte est **Professionnel**

3.2 Modifier le profil Instagram

Chemin :

1. Profil → **Modifier le profil**

Champs essentiels :

- **Photo de profil** (logo ou portrait)
- **Nom**
- **Nom d'utilisateur**
- **Bio**
- **Site web** (lien vers WordPress)

La bio doit permettre de comprendre immédiatement :

- votre activité
- votre valeur
- ce que vous proposez

3.3 Publier une publication

Chemin :

1. Appuyer sur le **+**
2. Choisir **Publication**



3. Sélectionner photo ou vidéo
4. Ajouter une légende
5. Cliquer sur **Partager**

La légende peut contenir :

- une information
- une histoire
- un conseil
- une invitation à visiter le site

3.4 Publier une story

Chemin :

1. Appuyer sur la photo de profil
2. Prendre une photo ou choisir un média
3. Ajouter texte ou sticker
4. Cliquer sur **Votre story**

Les stories permettent :

- de montrer les coulisses
- de créer un lien
- d'être visible régulièrement

3.5 Comprendre les formats Instagram

Formats principaux :

- publication simple
- carrousel
- story
- reel

Chaque format a un objectif différent.
Il n'est pas nécessaire de tous les utiliser.



4. CRÉER DU LIEN ENTRE LE SITE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

4.1 Ajouter le lien du site

Sur Instagram :

- Profil → Modifier le profil → champ **Site web**

Sur LinkedIn :

- Profil → Coordonnées → Ajouter l'URL du site

4.2 Relayer le contenu du site

Exemples :

- partager un article
- annoncer une nouvelle page
- présenter un service

👉 Le site reste la destination finale.

4.3 Cohérence des informations

Les informations doivent être identiques sur :

- le site
- LinkedIn
- Instagram

Cela renforce :

- la crédibilité
- la confiance
- la reconnaissance de la marque

5. ORGANISATION ET RÉGULARITÉ

Choisir un rythme réaliste

Il vaut mieux :

- publier peu
- mais régulièrement

Exemples :



- 1 post LinkedIn par semaine
 - 1 à 2 publications Instagram par semaine
-

6. Bilan

Utiliser les réseaux comme relais, pas comme dépendance

Les réseaux sociaux peuvent évoluer, changer ou disparaître.

Le site reste l'outil principal.

👉 Les réseaux sont des leviers, pas des fondations.

Éviter la dispersion

- un ou deux réseaux bien utilisés
- une communication cohérente

Rester professionnel

Même dans un ton accessible :

- respecter son image
- éviter les polémiques
- rester cohérent avec son activité

Tout contenu publié contribue à l'image professionnelle.

Ne pas chercher la perfection

L'important est :

- d'oser publier
 - d'être régulier
 - d'être sincère
-