LE MOULIN DIGITAL

CAFÉ OUTIL #48

Jean-Philippe Falavel - nov 2020







VOUS AIDER

à découvrir à faire à innover à travailler

TROIS PHRASES

ENTENDUES

récemment







ANTOINE

JE REGARDE LE PROFIL LINKEDIN POUR
ADAPTER CE QUE JE VAIS DIRE ET CE QUE JE
PREVOIS COMME QUESTIONS



IL ÉTAIT UNE FOIS



LINKEDIN

2003 Californie

Microsoft 2016

720 millions

1 sur deux actif



EN FRANCE



LINKEDIN

France 2008

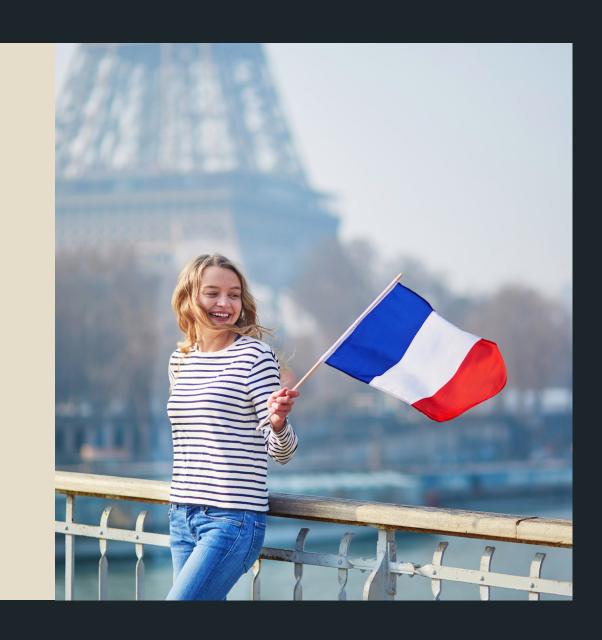
21 M (70% pop active)

8 M actifs / mois (2 M smartphone)

3 M / jour

75 salariés

Source: audreytips.com





LE PLUS GRAND RESEAU SOCIAL PROFESSIONNEL DU MONDE

JOB RESEAU CONTENU

RENDEZ-VOUS

LE FACEBOOK

DES PROS

PROFIL

PAGE

FIL D'ACTUALITE

GROUPES

MESSAGERIE



Profil Réseau Activité

COMME FACEBOOK

UN ALGORITHME QUI

filtre

retient

pousse



A LA DIFFERENCE DE FACEBOOK

PAS BESOIN

de payer pour être visible





Visibilité







PROFIL

Etre trouvé

ACTIVITE

Contenu / Interactions

RESEAU

Recherches

Invitations

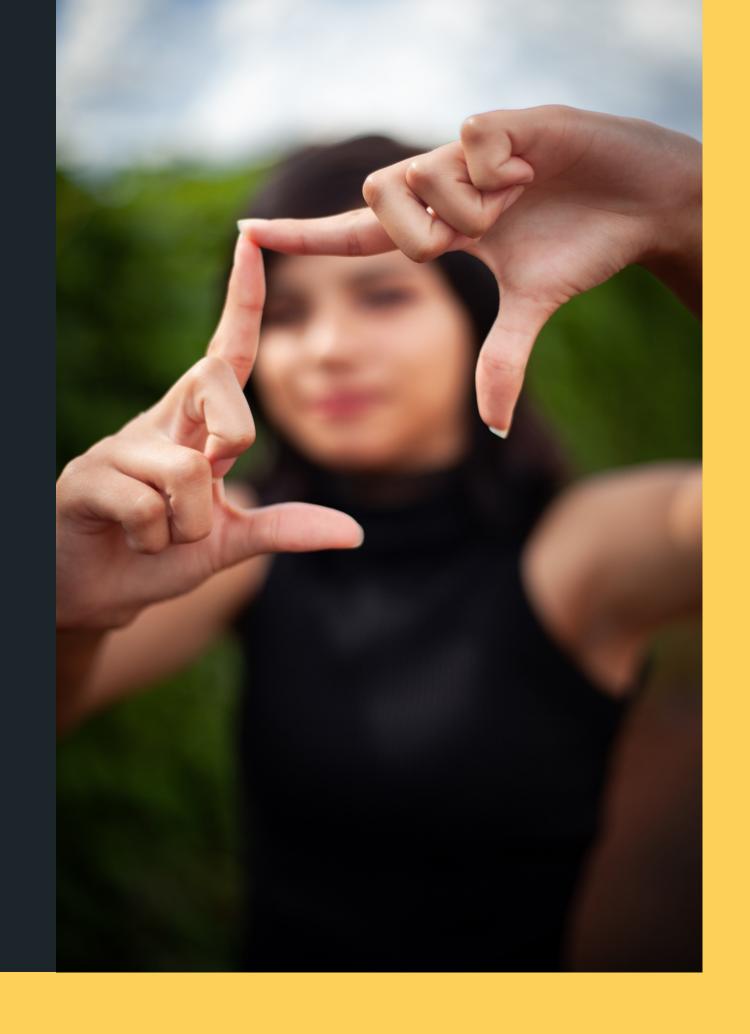
Algorithme

FOCUS

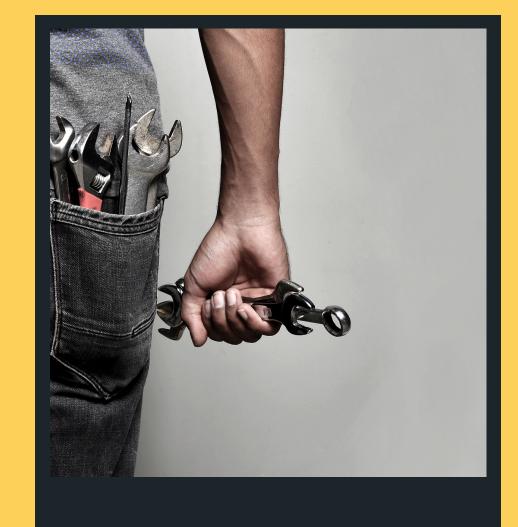
VISIBILITE PUBLICATIONS

Fil d'actualité d'autres personnes

Linkedin => contenu pertinent

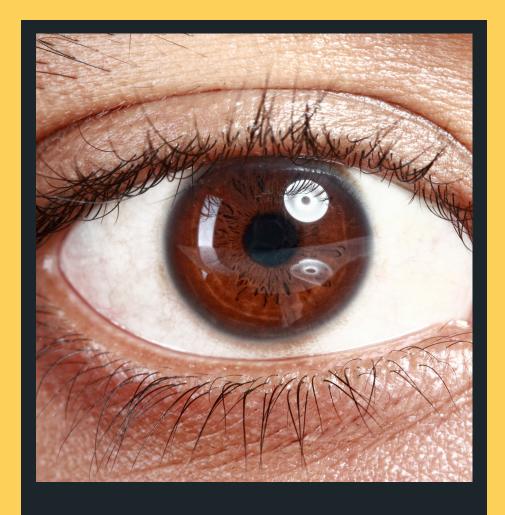






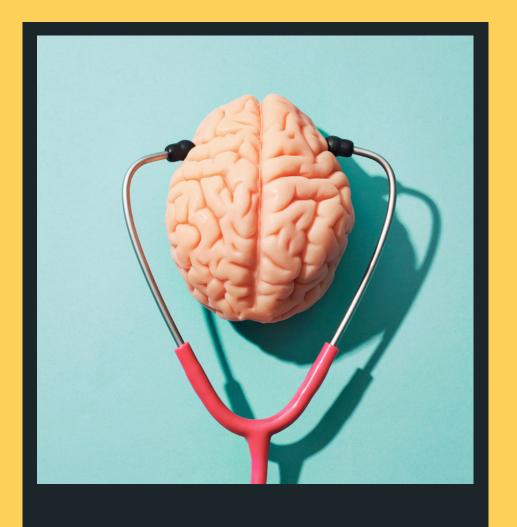
TECHNIQUE

Algorithme



VISUEL

Différencier



PSYCHOLOGIE

Perception

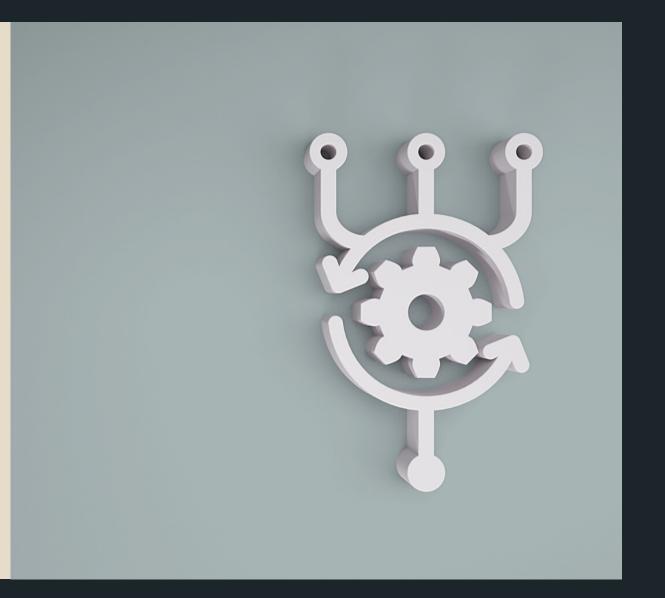
W **LENEZIS**

ALGORITHME



LOGICIEL CONTRE PROBLEME

- 1. Evaluation
- 2. Analyse
- 3. Prédiction



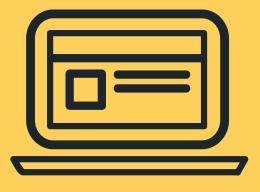
1 - L'ÉVALUATION

QUI? ET SURTOUT QUOI?



VOTRE SOCIAL SELLING INDEX (SSI)

LINKEDIN.COM/ SALES/SSI



CONSTRUIRE SA MARQUE PROFESSIONNELLE

TROUVER LES BONNES PERSONNES

ECHANGER DES INFORMATIONS

ETABLIR DES RELATIONS

Objectif 75 - 80



EXPERT ABSOLU

Complétude / vie du profil



LE CONTENT QUALITY SCORE (SPAM?)



AVANT VISIBILITE

Aucun utilisateur

CONTENU

Mots



Orthographe / grammaire

FORMAT

Texte court-long / Images / Carousels / Pdf / Vidéos / Liens

2 - L'ANALYSE DES SIGNAUX POSITIFS

LE COEFFICIENT DE VIRALITE

J'aime +1

Commentaire +2

Partage +3

Rapidité d'interaction +5

Clics

Durée d'interaction

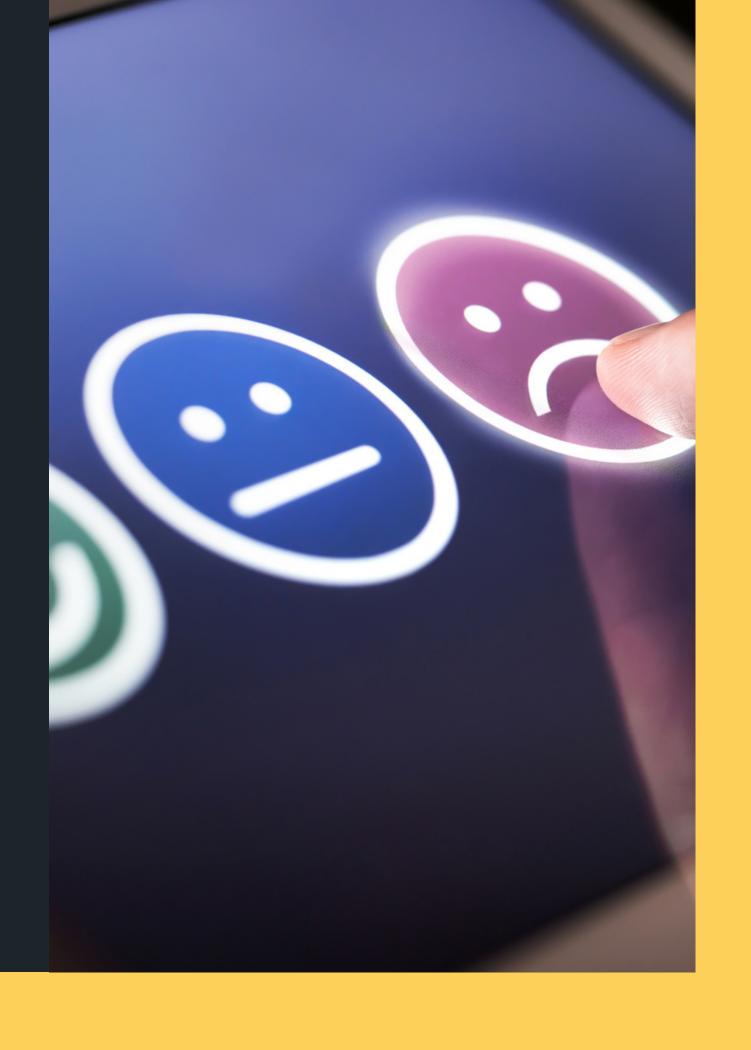


SANS OUBLIER LES NÉGATIFS

Masquer ce post

Ne plus suivre

Signaler

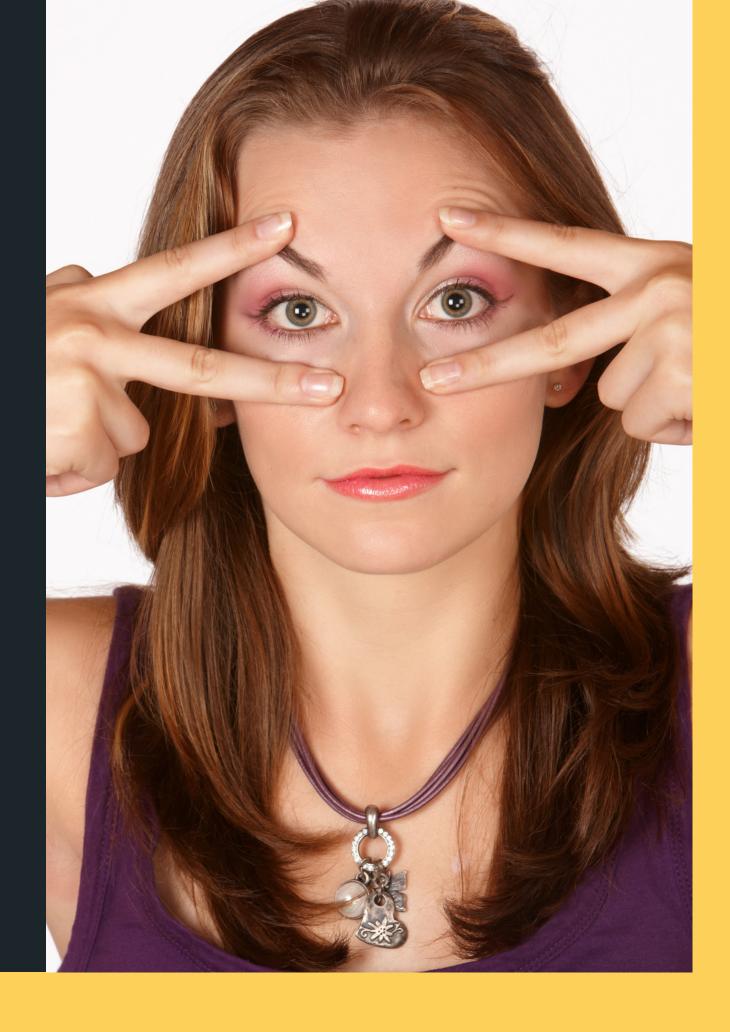


PUIS EXTENSION

Ou pas

Résultats

Réévalués en permanence



3 - LE RÔLE DE L'HUMAIN

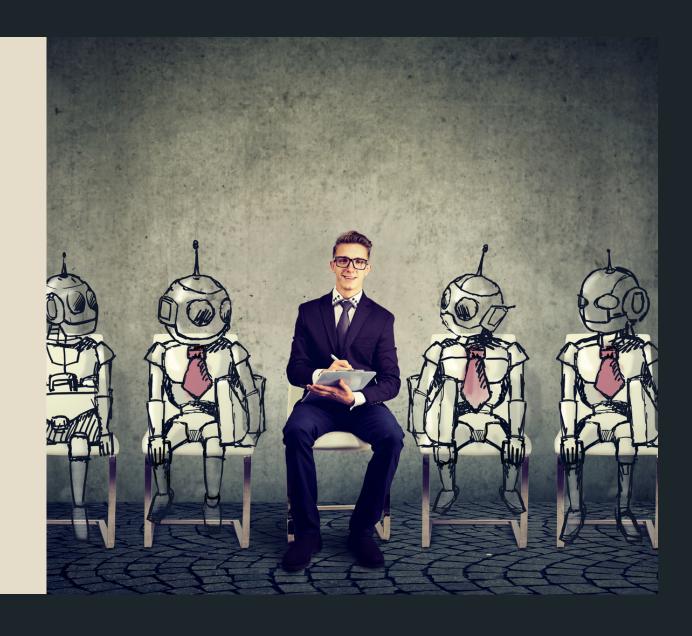


QUALITY SCORE TEAM LINKEDIN

Réduire (signaux -)

OU

Accélérer (signaux +)

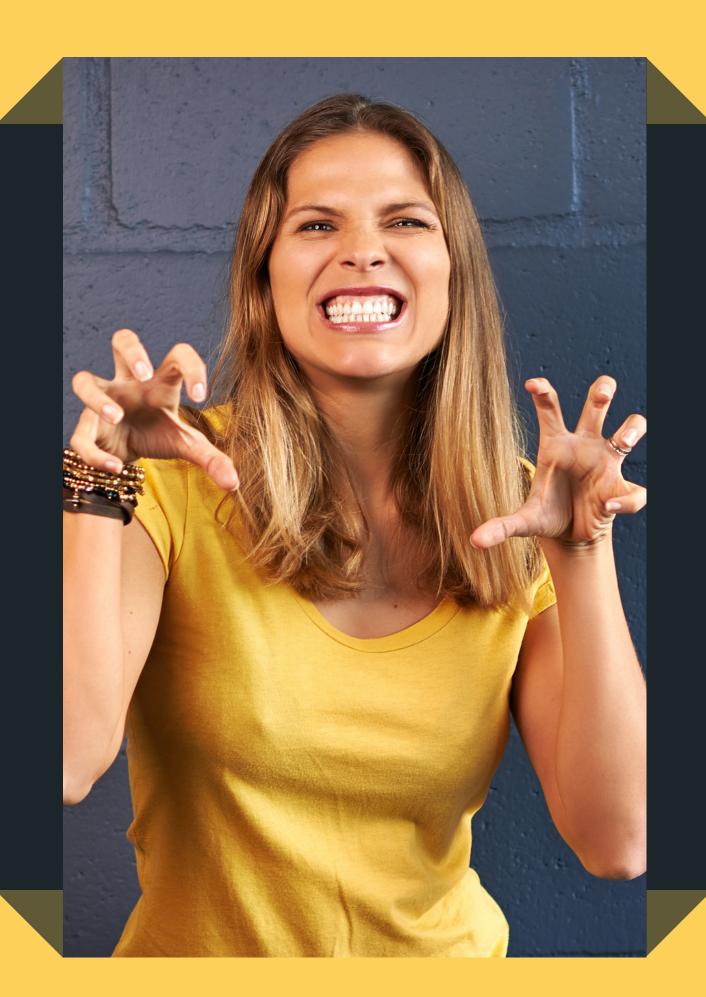


20 000 vues sur un post de profil 5 000 vues sur un post de page

HORS PARTAGE
AVANT INTERACTIONS HUMAINES LINKEDIN
HORS PUBLICITES

DOMPTER

LE NOUVEL ALGORITHME DE 2020



POURQUOI UN NOUVEL ALGORITHME



En France, moins de 100 000 hebdomadaire

10% ENGAGENT

Like et commentaire

90% CONSOMMENT

Sans interagir



Comment arriver à mieux comprendre ces 90%?

POURQUOI UN NOUVEL ALGORITHME

COMPTAGE DE L'INTERACTION

1 like = 1 like

1 commentaire = commentaire

LIMITER LE ROLE DES PODS

Engagements artificiels



CE QUI CHANGE

QUELLES SONT

les nouvelles règles du jeu

POUR CONSERVER / AUGMENTER

la portée de ses publications (reach)



CHAN

SIGNAUX POSITIFS 2020 NOMBRE
Réactions (like, love etc.)
Partages
Commentaires
Clics (Voir plus, carrousel)

Le NOMBRE d'interactions n'est plus pris en compte directement



AVANT

APRÈS

SIGNAUX POSITIFS

Ce qui compte désormais

LE TEMPS PASSÉ À INTERAGIR

Dwell Time

TEMPS D'INTERACTION

Temps minimum d'intérêt possible pour un post.

Si temps passé sur un post < à temps mini

=> pas d'intérêt



Linkedin en 2020







PERTINENCE

Contenu



REACTIONS

Signaux visibles



Temps d'interaction



L'ENJEU Réfléchir comment



ENGAGER

la communauté



FAIRE REMARQUER

vos publications



AUGMENTER

le temps d'interaction



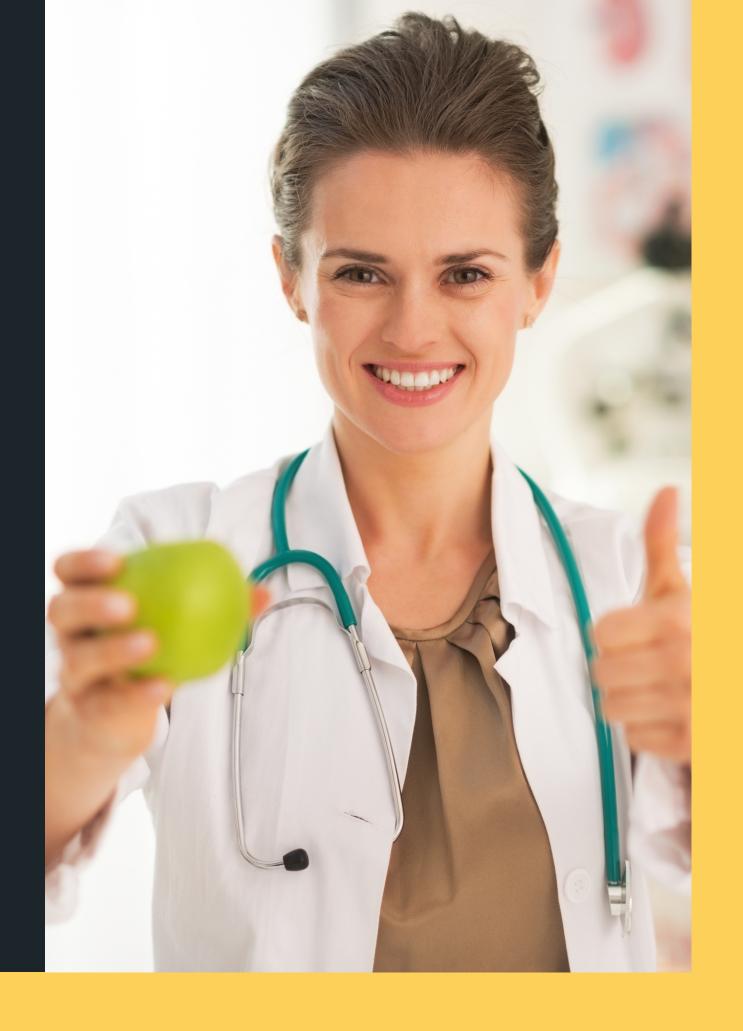
BONNES PRATIQUES

Golden hour

Réseau: Qualité vs Quantité?

Votre capital réactionnel

Réponses / Merci



LE CONTENU QUI CAPTE L'ATTENTION



IMAGES

Réactions / rapidité Qualité / carré

TEXTE

L'importance du début (...voir plus)

Articles vs Posts

VIDEOS

Natives

STYLE EDITORIAL

Couleurs / Typos / Capsules / Accroche / Emojis

VOTRE STYLE

Templates

Cohérence

LE CONTENU QUI ENGAGE VOTRE COMMUNAUTÉ



MENTIONNER

Votre environnement

DONNER

Expertise

Partage => légimité

HUMANISER

Réseau social 😂

Authenticité

Humour

S'INTERESSER A

Question

Sondage

SURFER / DETOURNER

Grands journaux
Google Trends
Les actus dans votre métier

Une actualité

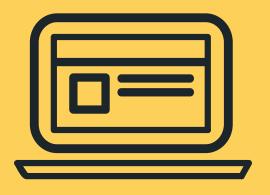
POSITIVE



A EVITER

LES LIENS EXTERNES

Notamment les "secs" (sans explication)



TEMPS D'INTERACTION

LE FOND ET LA FORME

JONGLER

ENTRE DESIGN CAPTIVANT
&
SUJET INTERESSANT

SOYEZ RÉGULIER

RENDEZ-VOUS ?
TROUVEZ VOTRE FREQUENCE
NI TROP, NI PAS ASSEZ



LE CRÉDIT DE PUBLICATION

MIS A ZERO TOUS LES JOURS

La première publication cannibalise les autres (groupes / profil)

Ne pas publier plusieurs fois par jour

Publier plutôt le matin (Golden Hour)

Partager ensuite

Mais pas l'inverse



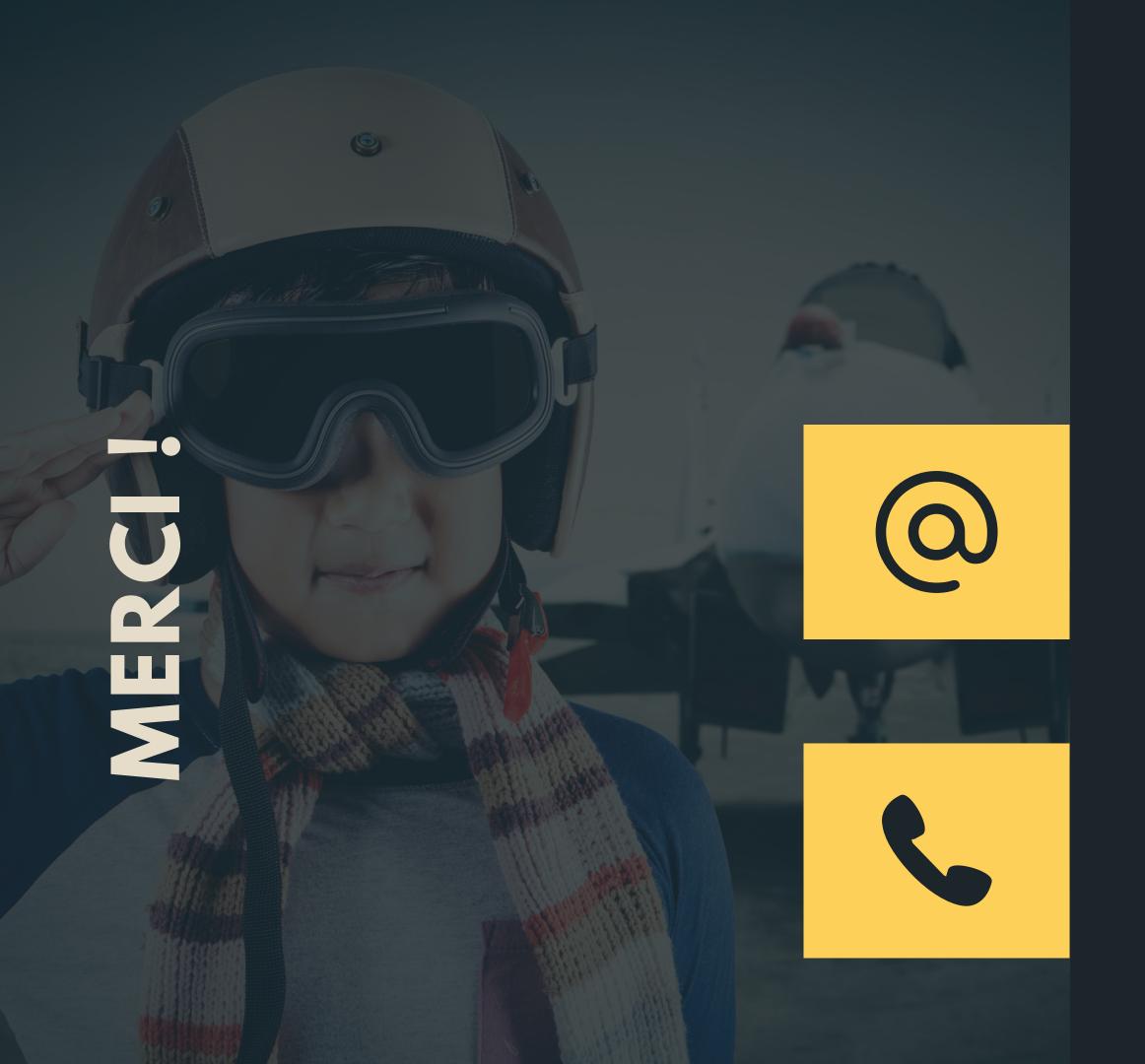


LA PUISSANCE DU PARTAGE

de vos publications

#portée #durée #viralité





EMAIL ADDRESS

jpfalavel@lemoulindigital.fr

MOBILE

06.34.55.49.90