FICHE CONSEIL

DIGITAL

Photo, bannière, résumé : **les éléments clés d'un bon profil LinkedIn**



Avant de lire une publication ou d'accepter une invitation, vos interlocuteurs consultent souvent votre profil LinkedIn. En quelques secondes, ils se font une première impression sur votre expertise, votre positionnement et votre cabinet.

Un profil clair et soigné contribue à rassurer les dirigeants, à développer votre réseau et à renforcer votre crédibilité. Il peut également soutenir votre marque employeur auprès de futurs collaborateurs.

Dans cette fiche conseil, découvrez comment optimiser les éléments les plus visibles de votre profil pour **présenter efficacement votre valeur ajoutée.**

On vous dit tout !

Un bon profil LinkedIn doit permettre de comprendre rapidement qui vous êtes, ce que vous faites et à qui vous vous adressez.

01. Choisissez une photo professionnelle et naturelle

Votre photo est l'un des premiers éléments observés. Elle permet de vous identifier mais aussi d'humaniser votre prise de parole.

Privilégiez une photo :

- **Récente et fidèle** à votre apparence
- **Cadrée** sur le visage et le haut des épaules
- **Prise avec une lumière** naturelle ou homogène
- **Nette,** avec un arrière-plan sobre
- **Souriante et cohérente** avec votre posture professionnelle



Une tenue professionnelle est recommandée, sans nécessairement adopter un style trop formel. L'essentiel est de **renvoyer une image à la fois sérieuse, accessible et authentique.**

Évitez les photos de vacances, les selfies mal cadrés, les images de groupe ou le logo du cabinet. Sur un profil personnel, la photo doit représenter la personne.

02. Utilisez la bannière pour affirmer votre positionnement

La bannière, aussi appelée photo d'arrière-plan, occupe une place importante en haut du profil. Pourtant, elle reste souvent vide ou se limite à une image décorative.

Elle peut devenir **un véritable support de communication** pour votre cabinet. Vous pouvez y faire apparaître :

- **Le logo et l'identité** visuelle du cabinet
- **Votre promesse** ou votre spécialité
- **Les secteurs** que vous accompagnez
- **Une mission** différenciante
- **L'url** du site Internet

Exemple : « Aux côtés des dirigeants à chaque étape de leur développement » ou « Expertise comptable, conseil et pilotage pour les entreprises du BTP ».

Veillez à conserver un visuel aéré avec peu de texte. Sur mobile, une partie de la bannière peut être masquée par la photo de profil : **placez donc les informations essentielles au centre ou sur la droite.**

NOTRE TIPS :
Le format recommandé par LinkedIn est de **1584×396 pixels, en JPG ou PNG.**



03. Rédigez un titre qui explique votre valeur ajoutée

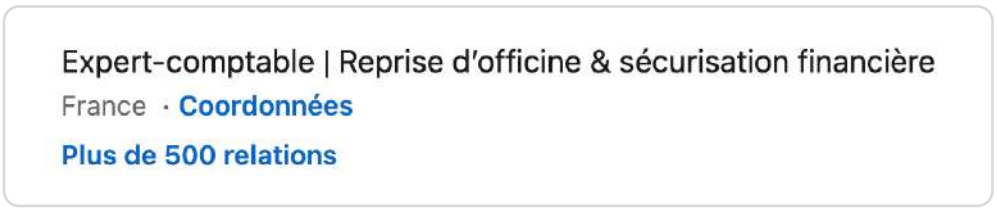
Le titre professionnel apparaît sous votre nom, mais aussi dans les résultats de recherche, les commentaires et les invitations. Il ne doit pas seulement reprendre votre fonction.

Au lieu de vous limiter à « Expert-comptable » ou « Associé », précisez ce que vous apportez et, si cela est pertinent, à quel public.

Vous pouvez suivre cette structure :
Fonction + spécialité + cible ou bénéfice

Quelques exemples :

- Expert-comptable | J'accompagne les dirigeants de TPE-PME dans le pilotage de leur activité
- Expert-comptable | Conseil, gestion et transmission d'entreprise
- Expert-comptable spécialisé dans l'accompagnement des professions libérales



Utilisez des mots simples et précis, susceptibles d'être recherchés par vos interlocuteurs

Point important : le titre LinkedIn peut être différent de l'intitulé exact de votre poste
Profitez de cet espace pour rendre votre rôle immédiatement compréhensible.

04. Construisez un résumé clair et orienté client

La rubrique « Infos », souvent appelée résumé, vous permet de raconter votre parcours, d'expliquer votre approche et de présenter la valeur ajoutée de votre accompagnement.

Rédigez-la à la première personne pour créer une relation plus directe. Les premières lignes doivent donner envie de poursuivre la lecture.

Votre résumé peut suivre quatre étapes :

- **Votre rôle :** qui êtes-vous et quelle est votre fonction au sein du cabinet ?
- **Vos interlocuteurs :** quels profils de dirigeants ou quelles entreprises accompagnez-vous ?
- **Votre valeur ajoutée :** sur quels sujets intervenez-vous et avec quelle approche ?
- **L'ouverture :** comment peut-on vous contacter ou échanger avec vous ?

Pensez à aérer le texte avec des paragraphes courts. Vous pouvez également intégrer quelques mots-clés liés à vos missions. Exemples : pilotage, création d'entreprise, fiscalité, paie, transmission ou accompagnement des dirigeants …

ASTUCE

Relisez votre résumé en vous plaçant du point de vue d'un prospect.
Comprend-il rapidement comment vous pouvez l'aider ?

05. Vérifiez la cohérence de l'ensemble du profil

Chaque élément doit raconter la même histoire. Une bannière consacrée au conseil des dirigeants, par exemple, gagnera en efficacité si votre titre et votre résumé mettent eux aussi en avant cet accompagnement.

Avant de finaliser votre profil, vérifiez que :

- **La photo** correspond à votre image professionnelle actuelle
- **La bannière** respecte l'identité visuelle du cabinet
- **Le titre** précise votre expertise ou votre bénéfice client
- **Le résumé** reste cohérent avec vos missions réelles
- **Votre poste actuel** et le nom du cabinet sont correctement renseignés
- **Vos coordonnées** et le lien vers le site du cabinet sont à jour
- **L'affichage** reste lisible sur ordinateur comme sur mobile



Votre profil personnel doit compléter la page du cabinet. La page présente la structure et ses offres ; votre profil incarne son expertise et la relation de confiance.

NOTRE TIPS :

Demandez à un proche de relire votre profil et de répondre à cette question : ***« Quelle est, selon vous, ma principale valeur ajoutée ? ».*** Si sa réponse ne correspond pas au message que vous souhaitez transmettre, ajustez votre titre et les premières lignes de votre résumé.

Pour conclure

Votre profil LinkedIn est une vitrine professionnelle elle permet d'incarner votre cabinet, de valoriser votre expertise et de rassurer vos futurs clients, partenaires ou collaborateurs.

En quelques secondes, votre profil doit transmettre un message clair : vous êtes la bonne personne pour comprendre et accompagner les enjeux de vos interlocuteurs.

Classe 7 est à vos côtés pour faire de votre communication un véritable atout.

→

Contactez-nous
pour découvrir nos solutions spécialement conçues pour les créateurs de cabinet !

CLASSE 7.FR