FICHE CONSEIL

DIGITAL

Comment utiliser son profil LinkedIn **pour renforcer la page entreprise ?**



Sur LinkedIn, le profil personnel et la page entreprise jouent des rôles complémentaires. **Le profil incarne une expertise et favorise les échanges,** tandis que **la page présente officiellement le cabinet, ses actualités, ses équipes et ses services.**

Pour un cabinet d'expertise comptable, les profils des associés et des collaborateurs constituent donc de précieux relais. **Leur activité peut faire connaître la page auprès de nouveaux dirigeants, candidats et partenaires,** tout en donnant un visage plus humain à la communication du cabinet.

Dans cette fiche conseil, découvrez comment utiliser votre profil personnel pour développer la visibilité, la crédibilité et la communauté de votre page entreprise.

On vous dit tout !

Le principe est simple : le profil crée la relation, puis la page consolide l'image et la présence du cabinet.

01. Associez correctement votre profil à la page du cabinet

La première étape consiste à relier votre expérience professionnelle à la bonne page LinkedIn.

Lorsque vous renseignez votre poste dans la rubrique « Expérience », sélectionnez le cabinet dans la liste proposée par LinkedIn. Son nom et son logo apparaîtront alors sur votre profil et deviendront cliquables.

Cette association permet notamment :

- **De faciliter l'accès** à la page du cabinet
- **D'afficher une identité** visuelle cohérente
- **De vous identifie**r comme membre de l'organisation
- **De contribuer** au nombre de collaborateurs associés à la page



Vérifiez également que l'intitulé de votre poste, vos dates et le nom du cabinet sont à jour.

À SAVOIR

Un administrateur ne peut pas rattacher lui-même un collaborateur à la page. **Chaque membre de l'équipe doit sélectionner la bonne organisation dans la rubrique « Expérience » de son propre profil.**

02. Faites apparaître le cabinet dès le premier regard

Votre profil ne doit pas être une copie de la page entreprise. Il doit toutefois permettre de comprendre rapidement votre lien avec le cabinet et votre rôle au sein de celui-ci.

Vous pouvez harmoniser plusieurs éléments :

- **Une bannière** respectant l'identité visuelle du cabinet
- **Un titre professionnel** qui précise votre fonction et votre expertise
- **Un résumé** qui présente votre approche et les clients accompagnés
- **Une expérience** qui détaille vos missions
- **Un lien** vers le site Internet du cabinet dans vos coordonnées



Dans votre résumé, mentionnez naturellement le cabinet, ses domaines d'intervention et sa manière d'accompagner les clients. **Votre discours doit rester personnel :** vous incarnez la promesse du cabinet à travers votre propre expertise.

POINT IMPORTANT

Recherchez la cohérence, sans uniformiser totalement les profils. **Chaque associé ou collaborateur doit conserver sa voix, son parcours et ses spécialités.**

03. Relayez les publications avec une contribution personnelle

Republier les contenus de la page permet de les exposer à votre propre réseau. Cependant, une simple republication apporte peu de contexte et peut sembler automatique.

Privilégiez l'option ***« Republier avec votre avis »*** et ajoutez quelques lignes personnelles :

- **Expliquez** pourquoi le sujet est important
- **Partagez** un conseil complémentaire
- **Illustrez** le contenu avec une situation vécue
- **Précisez** ce que le lecteur doit retenir
- **Posez** une question pour ouvrir la discussion

Vous valorisez ainsi le contenu du cabinet tout en démontrant votre propre expertise.



04. Publiez des contenus qui créent des passerelles vers la page

Sur votre profil, vous pouvez également produire vos propres contenus. Cette prise de parole personnelle complète la communication institutionnelle du cabinet.

Vous pouvez publier :

- **Un retour d'expérience** sur une mission
- **Un conseil** destiné aux dirigeants
- **Un décryptage** d'une actualité fiscale, sociale ou comptable
- **Les enseignements** tirés d'un événement professionnel
- **Une présentation** de votre métier ou de votre parcours
- **Un témoignage** sur la vie de l'équipe
- **Une offre d'emploi** accompagnée de votre regard sur le cabinet

Lorsque cela est pertinent, identifiez la page du cabinet avec la mention « @ ». Le lecteur pourra ainsi la découvrir plus facilement.

La page peut, de son côté, valoriser certaines prises de parole de collaborateurs, notamment lorsqu'elles présentent une expertise, un événement ou une initiative interne. Ce dialogue entre profils et page enrichit la ligne éditoriale du cabinet.

ASTUCE

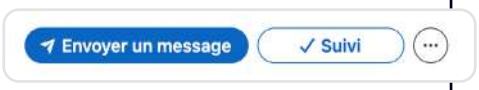
Répartissez les sujets entre les membres de l'équipe. Un responsable social peut parler de management et de paie, un expert-comptable de pilotage, et un collaborateur de son quotidien ou de son évolution professionnelle.

05. Interagissez pour développer la visibilité de la page

Les profils personnels peuvent soutenir une publication dès sa diffusion en réagissant, en commentant ou en la partageant.

Privilégiez des commentaires utiles, qui apportent une précision, une expérience ou un point de vue.





Quelques bonnes pratiques :

- **Suivez** la page du cabinet
- **Consultez régulièrement** ses nouvelles publications
- **Répondez** aux questions lorsque vous êtes concerné
- **Mentionnez** la page lorsqu'elle apporte un complément utile
- **Échangez** avec les personnes qui commentent
- **Encouragez** une participation volontaire des collaborateurs

Si vous administrez la page, vous pouvez également inviter vos relations à la suivre. **Les invitations étant envoyées en votre nom, ciblez uniquement les personnes susceptibles d'être intéressées :** clients, prospects, partenaires, prescripteurs ou candidats.

À SAVOIR

LinkedIn attribue aux pages un nombre limité de crédits d'invitation, partagé entre leurs administrateurs et renouvelé périodiquement. **Une sélection pertinente est donc préférable à un envoi massif.**

06. Installez une routine simple au sein du cabinet

Pour être efficace, la mobilisation des profils doit rester légère et régulière. L'objectif n'est pas de contraindre les équipes, mais de leur donner les moyens de participer facilement.

Vous pouvez mettre en place :

- **Un message interne** pour partager les publications
- **Une courte sélection** de posts à relayer chaque mois
- **Des exemples** de commentaires personnalisables
- **Un calendrier** répartissant les prises de parole
- **Un atelier** pour optimiser les profils et rappeler les bonnes pratiques

NOTRE TIPS

Après chaque publication importante de la page, **demandez à deux ou trois collaborateurs directement concernés par le sujet d'ajouter un commentaire personnel.** Quelques contributions sincères et complémentaires seront plus utiles qu'une mobilisation générale composée de réactions identiques.

Pour conclure

Les profils personnels sont **de véritables points d'entrée** vers la page LinkedIn du cabinet.



Correctement associés à celle-ci, actifs et cohérents, **ils permettent d'élargir la portée des contenus et de rendre la communication plus humaine.**

En créant des passerelles régulières entre la parole du cabinet et celle de ses équipes, **vous renforcez à la fois votre visibilité, votre crédibilité et votre attractivité.**

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