FICHE CONSEIL

DIGITAL

Comment démarrer sur LinkedIn et paramétrer la page entreprise de votre cabinet ?



Créer une page LinkedIn permet à votre cabinet de **disposer d'une vitrine professionnelle dédiée.** Elle centralise vos informations, présente vos expertises et donne accès à vos actualités, vos offres d'emploi et vos contenus.

Pour être utile, cette page doit être **correctement paramétrée dès sa création. Une identité claire et des informations complètes** renforceront votre crédibilité.

Dans cette fiche conseil, découvrez les étapes essentielles pour créer, compléter et lancer la page LinkedIn de votre cabinet.

On vous dit tout !

Avant de publier, construisez des fondations solides : une page claire, complète et cohérente sera plus facile à trouver, à suivre et à animer.

01. Définissez le rôle de votre page LinkedIn

Commencez par identifier les objectifs prioritaires de votre présence sur LinkedIn.

La page du cabinet peut notamment servir à :

- **Développer** votre visibilité
- **Présenter** vos expertises et vos missions
- **Partager** des conseils avec les dirigeants
- **Décrypter** l'actualité comptable, fiscale ou sociale
- **Valoriser** vos équipes et votre culture
- **Diffuser** vos offres d'emploi
- **Attirer** de nouveaux clients, candidats ou partenaires

Ces objectifs guideront ensuite la description de la page, les visuels utilisés et les contenus publiés.

Déterminez également les principales audiences que vous souhaitez toucher : dirigeants de TPE-PME, créateurs d'entreprise, professions libérales, associations, candidats ou prescripteurs.

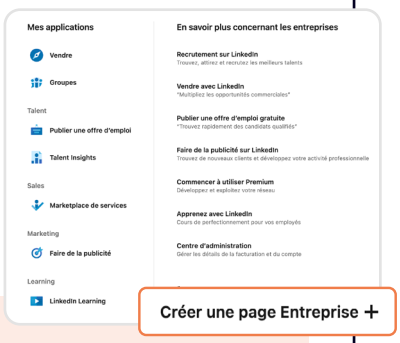
Point important : une page destinée à tout le monde risque de manquer de précision. Mieux vaut identifier quelques cibles prioritaires et répondre clairement à leurs attentes.

02. Créez la page depuis un profil personnel

La création d'une page entreprise est gratuite, mais elle nécessite de posséder un profil LinkedIn personnel.

Depuis un ordinateur :

- **Cliquez** sur l'icône *"Pour les entreprises"*
- **Sélectionnez** *"Créer une Page Entreprise +"*
- **Choisissez** le type de page *"Entreprise"*
- **Renseignez** le nom du cabinet
- **Indiquez** l'adresse de son site Internet
- **Choisissez** une URL LinkedIn publique
- **Précisez** le secteur, la taille et le type d'entreprise
- **Ajoutez** une baseline courte
- **Confirmez** que vous êtes autorisé à représenter le cabinet



Une fois la page créée, votre profil devient automatiquement "super administrateur".

Avant de créer une page, vérifiez que le cabinet n'en possède pas déjà une. Vous éviterez ainsi les doublons et la dispersion de votre audience.

À SAVOIR

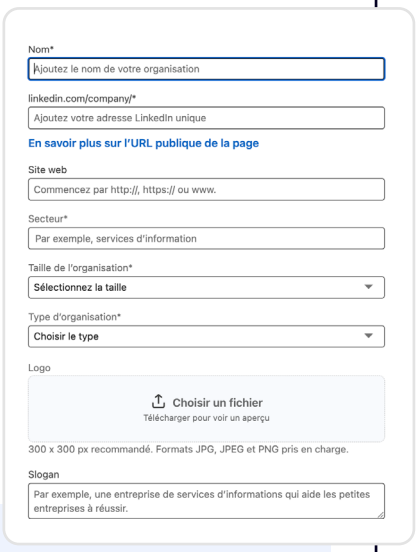
Une page LinkedIn **ne possède pas d'identifiant et de mot de passe indépendants.**
Elle est administrée depuis les profils personnels auxquels des droits ont été attribués.
Les visiteurs ne voient pas le nom des administrateurs.

03. Complétez toutes les informations essentielles

Une page complète inspire davantage confiance et facilite sa découverte. Prenez le temps de renseigner précisément les différentes rubriques.

Vérifiez notamment :

- Le nom officiel du cabinet
- L'URL publique de la page
- Le site Internet
- Le secteur d'activité
- La taille de l'entreprise
- Le type d'organisation
- Le ou les lieux d'implantation
- La description
- Les spécialités
- Les coordonnées disponibles



La description doit expliquer simplement :

- Qui vous êtes
- Quels clients vous accompagnez
- Quelles missions vous proposez
- Ce qui caractérise votre approche
- Comment vous contacter

À SAVOIR

Pour accéder à certaines fonctionnalités, comme l'invitation à suivre la page, LinkedIn demande que plusieurs informations clés soient complétées, notamment **le secteur, la taille de l'entreprise et la présentation générale.**

04. Soignez l'identité visuelle de la page

Le logo et la bannière permettent d'identifier immédiatement votre cabinet. Ils doivent être lisibles et cohérents avec votre charte graphique.



Pour le logo :

- Utilisez une version carrée
- Privilégiez un fichier net et de bonne qualité
- Vérifiez sa lisibilité en petit format
- Évitez d'ajouter une signature trop longue

Pour la bannière :

- Reprenez les couleurs du cabinet
- Ajoutez une promesse courte
- Limitez la quantité de texte
- Placez les éléments importants au centre pour anticiper les recadrages

LinkedIn recommande **un logo de 400 × 400 pixels.** Les images doivent être enregistrées **au format JPG ou PNG** et ne pas dépasser la taille maximale indiquée par la plateforme.

Pour la bannière les dimensions recommandées sont les suivantes : **4200×700 pixels.**

ASTUCE

Contrôlez toujours le rendu sur ordinateur et sur mobile. Une bannière réussie sur grand écran peut être partiellement recadrée sur un téléphone.

05. Organisez les accès administrateurs

Ne confiez pas toute la gestion de la page à une seule personne. En cas de départ, d'absence ou de changement de fonction, le cabinet doit pouvoir conserver son accès.

LinkedIn propose plusieurs niveaux de droits :

- **Le super administrateur** gère l'ensemble de la page, ses informations et ses administrateurs
- **L'administrateur** de contenu publie et anime les contenus
- **L'analyste** consulte les statistiques de performance

Attribuez les rôles en fonction des responsabilités de chacun.

Prévoyez au moins deux super administrateurs de confiance et vérifiez régulièrement la liste des personnes autorisées.

06. Préparez la page avant de la faire connaître

Évitez d'inviter immédiatement votre réseau à suivre une page vide. Publiez d'abord quelques contenus afin que les premiers visiteurs comprennent ce qu'ils trouveront en s'abonnant.

Vous pouvez commencer avec :

- **Une publication** présentant le cabinet
- **Un portrait** ou une photo de l'équipe
- **Un conseil pratique** destiné aux dirigeants
- **Un décryptage** d'actualité
- **Une présentation** de vos principales expertises
- **Un contenu** consacré à la culture du cabinet





Préparez ensuite un rythme réaliste. Une publication utile et régulière vaut mieux qu'une activité soutenue pendant quelques semaines, puis abandonnée.

Une fois la page prête :

- **Invitez** vos relations pertinentes à la suivre
- **Ajoutez** l'url de la page au site internet et aux signatures email
- **Informez** vos clients et partenaires
- **Encouragez** les collaborateurs à suivre la page
- **Répondez** aux premiers commentaires
- **Consultez** progressivement les statistiques

NOTRE TIPS :

Avant d'annoncer le lancement, préparez trois publications : une présentation du cabinet, un conseil concret et un contenu consacré à l'équipe. Votre page donnera immédiatement un aperçu équilibré de votre identité, de votre expertise et de votre dimension humaine.

Pour conclure

Pour bien démarrer sur LinkedIn il faut **définir le rôle de votre page.**



Renseigner des informations fiables, soigner son identité visuelle et organiser sa gestion dans la durée.

Une page correctement paramétrée devient une véritable vitrine pour votre cabinet. Posez les bonnes bases dès le départ : **votre communication sera ensuite plus cohérente et plus efficace.**

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