CLASSE 7

FICHE CONSEIL

DIGITAL

Comment **contribuer à la communication du cabinet** grâce à votre profil LinkedIn ?



Sur LinkedIn, la communication du cabinet ne repose pas uniquement sur sa page entreprise. Les profils des collaborateurs permettent de faire connaître ses publications auprès de nouveaux réseaux, de valoriser ses expertises et de montrer les visages qui se trouvent derrière le cabinet.

Vous n'avez pas besoin d'être spécialiste de la communication pour participer. Un commentaire, une republication personnalisée ou une idée peut déjà avoir un véritable impact.

Dans cette fiche conseil, découvrez des actions simples pour **contribuer à la visibilité du cabinet depuis votre profil, tout en conservant votre personnalité.**

On vous dit tout !

Votre profil vous appartient : l'objectif est de vous aider à prendre la parole librement lorsque vous le souhaitez.

01. Reliez votre profil à la page du cabinet

Commencez par vérifier que votre expérience professionnelle est associée à la bonne page LinkedIn.

Dans la rubrique "Expérience" :

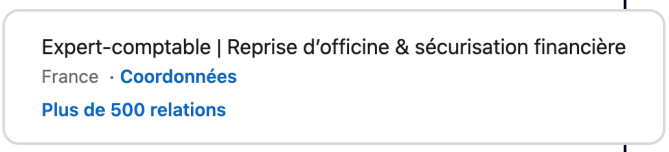
- **Renseignez** votre fonction actuelle
- **Recherchez** le nom exact du cabinet
- **Sélectionnez** la page officielle
- **Vérifiez** que le logo apparaît à côté de votre poste
- **Décrivez** vos principales missions



Cette association crée un lien direct entre votre profil et la page du cabinet. Elle permet également aux visiteurs de mieux comprendre votre environnement professionnel.

Vous pouvez compléter votre profil avec :

- **Une photo** récente et professionnelle
- **Une bannière cohérente** avec l'identité du cabinet
- **Un titre** précisant votre métier et votre spécialité
- **Un résumé** présentant votre parcours et votre approche



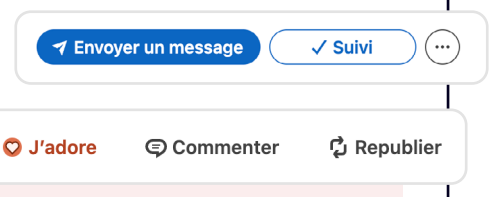
Exemple de titre : « Collaboratrice comptable chez [Nom du cabinet] Accompagnement des TPE et des créateurs d'entreprise »

02. Suivez et consultez régulièrement la page

Pour contribuer à la communication du cabinet, commencez par suivre sa page. Vous retrouverez plus facilement ses actualités dans votre fil LinkedIn.

Prenez quelques minutes chaque semaine pour consulter les dernières publications.

Vous pouvez ainsi réagir aux posts.



ASTUCE

Activez les notifications de la page si vous souhaitez être informé de ses nouvelles publications. Vous restez libre de choisir les contenus avec lesquels vous souhaitez interagir.

03. Commentez en apportant votre expertise

Un commentaire ne doit pas nécessairement être long. Quelques lignes suffisent pour compléter la publication et engager la conversation.

Vous pouvez :

- **Ajouter** une précision métier
- **Partager** une observation issue du terrain
- **Expliquer** pourquoi le sujet est important
- **Donner** un conseil supplémentaire
- **Remercier** une équipe pour un projet collectif

Évitez les commentaires trop génériques comme « Bravo », « Très intéressant » ou « Merci pour ce partage » lorsqu'ils n'apportent aucun contexte.

Par exemple, sous une publication consacrée à la facture électronique :

« Un point important pour les dirigeants sera d'anticiper l'adaptation de leurs processus internes. Attendre la dernière échéance risque de compliquer la transition. »

Votre commentaire valorise à la fois la publication du cabinet et votre propre expertise.

Exprimez-vous avec vos mots. Des commentaires différents et sincères sont plus intéressants qu'un même message reproduit par toute l'équipe.

04. Republiez les contenus qui parlent à votre réseau

Vous pouvez relayer les publications du cabinet pour les rendre visibles auprès de vos propres relations.

Privilégiez la fonction « Republier avec votre avis ». Ajoutez une courte introduction pour expliquer pourquoi vous partagez ce contenu.

Vous pouvez vous appuyer sur cette structure :

- Ce qui **vous interpelle**
- Ce que **votre réseau doit retenir**
- Votre **expérience** ou votre **conseil**
- Une invitation à **consulter la publication**

> **Exemple :** « La trésorerie reste l'un des principaux sujets de vigilance pour les jeunes entreprises que j'accompagne. Cette publication présente plusieurs réflexes utiles pour anticiper les tensions plutôt que de les subir. »

Vous pouvez notamment partager :

- Un conseil directement utile à vos clients
- Un sujet lié à votre spécialité
- Une actualité à fort impact
- Une initiative dont vous êtes partie prenante
- Une offre d'emploi pertinente pour votre réseau



Point important : vous n'avez pas besoin de republier tous les contenus. Une sélection personnelle et cohérente sera plus crédible.

05. Créez vos propres publications

Votre expérience professionnelle constitue une source précieuse de sujets.

Une situation fréquente, une question posée par un client ou un apprentissage récent peut devenir une publication utile.

Quelques idées adaptées aux équipes d'un cabinet :

- « Les trois documents à préparer avant son rendez-vous comptable »
- « Ce que j'aurais aimé savoir en débutant en cabinet »
- « Une journée dans le métier de gestionnaire de paie »
- « Pourquoi suivre sa trésorerie chaque mois ? »
- « Les coulisses de notre séminaire d'équipe »
- « Ce que cette formation va changer dans mes missions »
- « Pourquoi j'ai choisi de rejoindre ce cabinet »

Pour faciliter la lecture :

- **Traitez** un seul sujet par publication
- **Commencez** par une phrase qui pose le contexte
- **Utilisez** des paragraphes courts
- **Donnez** un conseil concret
- **Terminez** par une question ou une ouverture
- **Identifiez** la page du cabinet lorsque cela est pertinent

Votre publication n'a pas besoin d'être parfaite. **Elle doit surtout être claire, utile et fidèle à votre expérience.**

06. Faites remonter des idées à l'équipe communication

Contribuer ne signifie pas nécessairement publier soi-même. Vous pouvez aussi aider l'équipe chargée de la communication à identifier de bons sujets.

Pensez à lui signaler :

- **Une question** régulièrement posée par les clients
- **Une évolution** qui mérite d'être expliquée
- **Une réussite** collective
- **Un événement** interne
- **L'arrivée ou l'évolution** d'un collaborateur
- **Une formation** suivie par l'équipe
- **Une initiative** locale ou solidaire
- **Une idée reçue** à corriger sur votre métier

07. Respectez quelques réflexes de prudence

Votre contribution doit préserver la confiance accordée au cabinet.

Avant de publier, vérifiez que votre contenu ne révèle pas :

- **Le nom d'un client** sans son autorisation
- **Des données** comptables, fiscales, sociales ou financières
- **Une information** concernant une mission en cours
- **Un échange** interne ou un document de travail
- **Une information personnelle** sur un collègue
- Un élément couvert par **le secret professionnel**

Demandez également l'accord des personnes identifiables avant de publier leur photo. Examinez attentivement l'arrière-plan : un écran, un dossier ou un tableau peut contenir des informations confidentielles.

Pour les actualités réglementaires, utilisez des sources fiables et vérifiez la date des informations. **En cas de doute, sollicitez la personne référente au sein du cabinet avant de publier.**

NOTRE TIPS

Adoptez la routine des 15 minutes :

- 5 minutes pour **consulter** les publications du cabinet
- 5 minutes pour **commenter** un contenu lié à votre expertise
- 5 minutes pour **noter une idée** de sujet ou préparer une republication

Une courte routine régulière suffit pour contribuer sans alourdir votre emploi du temps.

Pour conclure

Chaque collaborateur peut **participer à la communication du cabinet à son niveau.**

Suivre la page, commenter une publication, partager un conseil ou transmettre une idée sont autant d'actions utiles.

En prenant la parole avec vos propres mots, vous valorisez votre expertise, développez votre réseau et donnez un visage plus humain au cabinet.
La communication collective devient alors le reflet de celles et ceux qui font vivre le cabinet au quotidien.

Classe 7 est à vos côtés pour vous accompagner dans la mise en place et l'optimisation de votre stratégie digitale.

↓

N'attendez plus !
Contactez-nous pour propulser la visibilité de votre cabinet !

CLASSE 7.FR