



GUIDE PRATIQUE

Maîtriser LinkedIn pour le Business

Transformer votre profil en tunnel de vente et attirer des clients
qualifiés sans dépenser en publicité

Développez votre réseau professionnel, rayonnez sur votre
marché et attirez de nouveaux clients. Passez d'un CV en
ligne passif à une page de vente active et percutante.

Propulsé par LM Nexora Consulting

DAKAR, SÉNÉGAL · ÉDITION 2026

Le Trio Visuel d'Impact

Avant de lire un seul mot de vos posts, les utilisateurs jugent votre univers visuel en moins de 3 secondes.

LA PHOTO DE PROFIL

Un portrait professionnel, lumineux, où vous souriez. Évitez les fonds encombrés, privilégiez un fond uni ou subtilement flouté.

LA BANNIÈRE (COUVERTURE)

C'est votre panneau publicitaire gratuit. Elle doit afficher clairement votre promesse, votre univers graphique et, si possible, un appel à l'action discret (ex : l'adresse de votre site ou votre slogan).

LE TITRE PROFESSIONNEL

Ne commettez plus l'erreur d'écrire uniquement votre poste (ex : « Consultant »). Utilisez la formule orientée bénéfice client : « J'aide [Votre Cible] à [Résultat Recherché] grâce à [Votre Expertise]. »

Les Sections « Infos » et « Ma Sélection »

La section Infos (Résumé) : c'est votre lettre de vente. Rédigez-la à la première personne (« Je »). Divisez-la en 3 étapes :

- 1 L'accroche :** soulevez le problème principal de votre client idéal.
- 2 La solution :** expliquez brièvement votre méthodologie et votre valeur ajoutée.
- 3 L'appel à l'action (CTA) :** indiquez clairement comment vous contacter (ex : « Envoyez-moi un message privé ou réservez un créneau via mon lien de calendrier »).

LA SECTION « MA SÉLECTION »

Mettez-y en valeur vos meilleurs éléments : votre post LinkedIn le plus populaire, un lien vers votre site internet, ou un témoignage client marquant.

Comprendre l'Algorithme LinkedIn

Pour que vos messages soient vus, vous devez jouer selon les règles de la plateforme.

LE « DWELL TIME »

L'algorithme mesure le temps que les utilisateurs passent à lire votre publication. Un texte aéré et captivant retient l'audience plus longtemps.

LA RÈGLE DES 90 MINUTES

Les interactions (commentaires et likes) reçues dans l'heure et demie suivant la publication de votre post déterminent sa portée globale.

LES LIENS EXTERNES

LinkedIn n'aime pas que les utilisateurs quittent sa plateforme. Ne mettez jamais de lien sortant directement dans le corps de votre post ; insérez-le plutôt dans le premier commentaire en l'indiquant à la fin de votre texte.

La Structure d'un Post Performant (Formule AIDA)

Un bon post LinkedIn respecte une architecture stricte pour maximiser l'engagement :

- A Attention (l'accroche) :** la première ligne est capitale. Elle doit piquer la curiosité ou briser une idée reçue pour pousser l'utilisateur à cliquer sur « ...voir plus ».
- I Intérêt :** introduisez le contexte, une histoire personnelle ou un problème concret.
- D Désir :** apportez 3 à 4 conseils actionnables, des solutions claires ou des leçons apprises.
- A Action (le CTA) :** terminez toujours par une question ouverte pour inciter à commenter (ex : « Et vous, quelle est votre stratégie sur ce point ? »).

Les 3 Types de Contenus à Alternier

Pour bâtir une autorité complète, variez vos angles d'attaque chaque semaine :

Le Contenu d'Autorité (Expertise)

Partagez des guides, des astuces techniques, des études de cas ou des analyses de votre secteur.

Le Contenu Humain (Storytelling)

Racontez vos coulisses, vos échecs, vos victoires ou les leçons tirées d'une expérience professionnelle. Les gens achètent à des gens.

Le Contenu de Preuve Sociale (Validation)

Partagez les résultats de vos clients, des captures d'écran de messages de remerciement ou des études de cas avant/après votre intervention.

Utiliser les Filtres de Recherche Avancés

Pas besoin d'avoir un abonnement payant (Sales Navigator) pour trouver vos premiers clients. Utilisez la barre de recherche gratuite intelligemment :

FILTRE PAR RELATIONS

Ciblez les relations de « 2ème niveau » (les amis de vos amis) pour faciliter l'approche.

FILTRE PAR TITRE ET ZONE GÉOGRAPHIQUE

Saisissez des mots-clés précis (ex : « Directeur Commercial ») et restreignez la recherche à votre zone géographique cible pour un impact de proximité.

FILTRE PAR ACTIVITÉ

Repérez les personnes qui ont commenté le post d'un concurrent ou d'un influenceur de votre secteur : ce sont des prospects actifs.

L'Approche « Social Selling » (Pas de Spam)

La pire erreur est de vendre votre produit ou service dès le message de connexion. Privilégiez une approche relationnelle en deux temps.

- 1 La connexion invisible :** avant d'envoyer une invitation, allez sur le profil de votre prospect. Lisez son dernier post, aimez-le et laissez un commentaire pertinent de forte valeur ajoutée.

ÉTAPE 2 — L'INVITATION PERSONNALISÉE

« Bonjour [Prénom], j'ai beaucoup apprécié votre récent commentaire sur le sujet de [Sujet]. Au plaisir d'échanger avec vous ici ! »

Convertir la Discussion Privée (Messagerie DM)

Une fois que le prospect a accepté votre invitation, entretenez la relation dans la messagerie privée.

LA MÉTHODE DU DIAGNOSTIC

Ne présentez pas vos offres. Posez des questions ouvertes sur ses défis actuels liés à votre expertise (ex : « Quels sont vos plus grands challenges cette année sur [Thématique] ? »).

LA TRANSITION TÉLÉPHONIQUE

« C'est un défi très courant. Ce serait plus simple d'en parler de vive voix. Que diriez-vous d'un appel de 15 minutes mardi prochain à 10h ? »

La Routine LinkedIn des « 20 Minutes par Jour »

La régularité sur LinkedIn surpasse toujours l'intensité ponctuelle. Suivez ce plan quotidien pour garantir votre croissance :

Minute 1 à 5 L'engagement externe. Commentez les publications de 5 prospects cibles ou partenaires stratégiques pour vous rendre visible auprès de leur propre réseau.

Minute 5 à 15 La publication. Publiez votre contenu du jour et restez connecté les 10 minutes suivantes pour répondre instantanément aux premiers commentaires reçus.

Minute 15 à 20 Traitement du réseau. Répondez à vos messages privés (DMs) et traitez les demandes de connexion entrantes.

Envie de structurer votre présence LinkedIn ?

LM Nexora Consulting peut auditer votre profil, construire votre ligne éditoriale et former votre équipe commerciale au social selling.

Bénéficiez de votre Diagnostic Stratégique Offert (30 minutes)

🌐 Site Web : www.lmnexoraconsulting.com

✉ E-mail : contact@lmnexoraconsulting.com

📍 Dakar, Sénégal — Co-pilote de votre croissance durable.