

**LINKEDIN**  
**COMMENT PEGGY SAGE PEUT ELLE TIRER PROFIT**  
**DU RÉSEAU SOCIAL PROFESSIONNEL?**

*Peggy Sage*

# SOMMAIRE

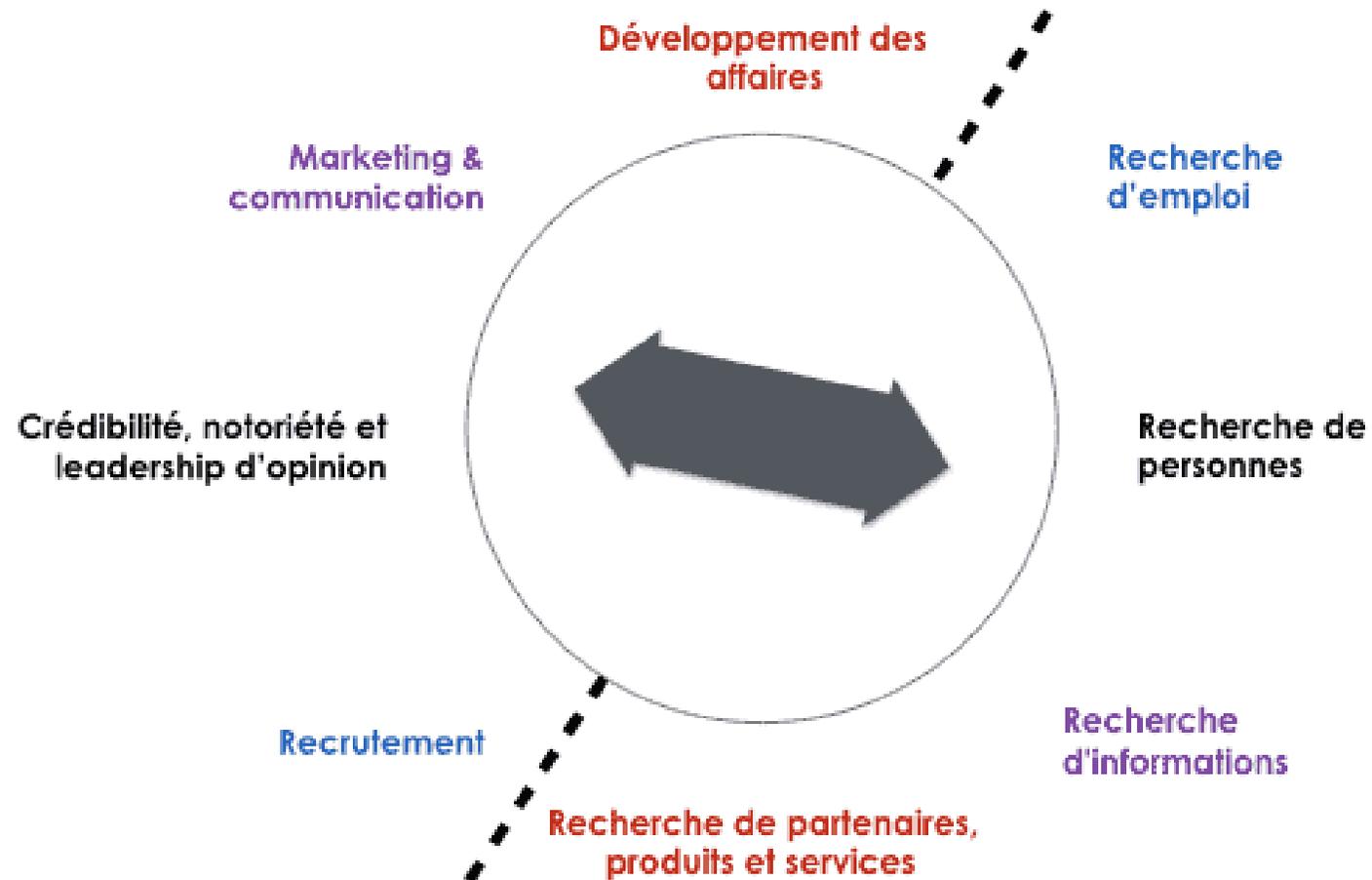
1. Présentation du réseau social LinkedIn
2. Benchmark
3. Pistes de réflexions pour Peggy Sage

# 1-PRÉSENTATION DE LINKEDIN



Linkedin est aujourd'hui le réseau social professionnel le plus populaire pour les échanges entre professionnels (BtB).

# L'éco-système de LinkedIn



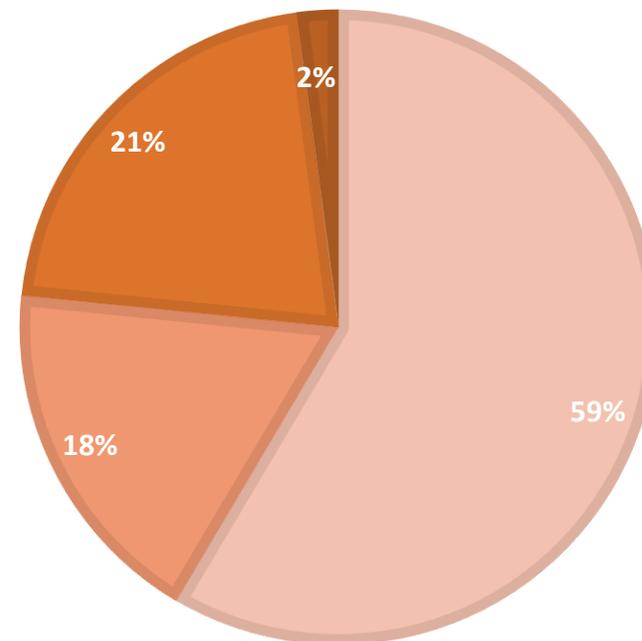
# Les cibles du réseau social

■ 25-34 ans ■ 34-54 ans ■ 18-24 ans ■ autre âge

## TOP 3 DES UTILISATEURS PAR RÉGIONS EN FRANCE

1. 23% Paris-Ile-de-France,
2. 9,5% Auvergne-Rhône Alpes,
3. 6,3% Provence-Alpes-Côte d'Azur

20% des membres identifiés ont plus de **11 ans d'expérience professionnelle**.



RÉPARTITION: TRANCHE D'ÂGE DES UTILISATEURS

# Les usages



94% des professionnels en **BtoB** utilisent LinkedIn pour **distribuer du contenu**



50% des acheteurs B2B utilisent LinkedIn pour prendre des **décisions d'achat**



45,6% des **décideurs B2B** ont découvert le **contenu qui a mené à un achat** sur LinkedIn.



60% des utilisateurs attendent des informations relatives au marché avant les actualités de l'entreprise (**53%**) ou des informations sur les nouveaux produits et services (**43%**).

# LinkedIn en chiffres

## INFO

57% DES CONNEXIONS  
SE FONT DEPUIS LE  
MOBILE  
Dans le monde

	MEMBRES	MEMBRES ACTIFS MENSUELS	MEMBRES ACTIFS JOUR	POPULARITE MONDE	POPULARITE EUROPE	POPULARITE PAYS	PROFILS D'ENTREPRISE
MONDE	722 M	303 M	124 M	8 <sup>ème</sup> Réseau social	N/I	-	+30 M
FRANCE	20 M	10,7 M	2,8 M	6 <sup>ème</sup> Réseau social	2 <sup>ème</sup> Réseau social	9 <sup>ème</sup> Réseau social	840'000
SUISSE	12 M (DACH)	2,4 M	N/I	13 <sup>ème</sup> Réseau social	7 <sup>ème</sup> Réseau social	2 <sup>ème</sup> Réseau social	52'000

# 2-BENCHMARK

# BENCHMARK: MARQUES / GROUPES

NAISINC<sup>TM</sup>  
LONDON

COCURRENT DIRECT

O·P·I

COCURRENT DIRECT

L'ORÉAL  
PARIS

PROFIL-REFERENCE  
LINKEDIN

wd

PROFIL-REFERENCE  
LINKEDIN

M·A·C

ENTREPRISE SEMI-PRO  
CIBLE PROCHE A PS

MAYBELLINE  
NEW YORK

PROFIL-REFERENCE  
LINKEDIN

COTY

LEADEUR MONDIAL  
SECTEUR PRODUITS  
BEAUTE

LVMH  
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

MEILLEURE  
ENTREPRISE FRANCE  
SELON LES CADRES

# BENCHMARK: les bonnes pratiques

## PROFIL

- Mentionner son slogan et une description courte de son activité
- Garantir une image de marque homogène
- Partager ses valeurs
- Renvoyer vers son site internet

## PUBLICATIONS

- Partager les réussites de l'entreprise
- Partager les actualités RH (recrutement / évolutions / carrières)
- Partager l'activité de l'entreprise (séminaires, formations)
- Faire connaître les métiers et les salariés

## RECRUTEMENT

Possibilité de choisir d'activer du contenu uniquement pour les comptes pour les offres d'emplois

## NOTORIETE

- Partager du contenu sur la qualité des produits et services, démontrer les bénéfices (Lieux de fabrication, composition, emballages etc)

## PERSONNEL

- Valoriser le personnel, les métiers et les projets réalisés

## DONNEES PREMIUM - Abonnement-

Possibilité d'afficher ou de masquer des informations clés

# BENCHMARK: les mauvaises pratiques

## PROFIL

- Profil incomplet / inactif
  - Manque d'identification

## PUBLICATIONS

- Manque de structure
- Manque d'homogénéité éditoriale et graphique
- Fréquence de publication irrégulière

## RECRUTEMENT

-

## NOTORIETE

-

## PERSONNEL

- Mise en avant sélective et non représentative du personnel
- Mise en avant sélective et non représentative d'un secteur

## DONNEES PREMIUM

- Informations non valorisantes

# 3-PISTES DE RÉFLEXIONS POUR PEGGY SAGE



# 1 - Objectifs

## Notoriété



Renforcer la réputation et booster la notoriété de Peggy Sage. Transmettre les informations dans le cadre professionnel. Toucher de nouvelles audiences.

## Visibilité



Créer de l'engagement, générer plus d'interactions (commentaire, partage ou un clic).

## Recrutement



Cibler les meilleurs candidats. Recruter des talents. Encourager l'audience à postuler à une offre d'emploi, sur LinkedIn ou sur le site. Augmenter l'E-réputation pour le recrutement.

## Boutiques & Formations



Mettre en valeur les centres de formation et les boutiques Peggy Sage.

## 2- Domaines de communication

### RECRUTEMENT

#### Favoriser le recrutement par :

- Embauche rapide, efficace et qualitative
- Bon rapport investissement (abonnement) → temps gagné / candidatures reçues
- Diminuer le nombre d'embauche grâce aux candidatures plus ciblées

### COMMERCE

#### Inciter l'achat par :

- La valorisation du produit
- Le développement du réseau distributeurs
- Des liens vers le site web

### MARKETING

#### Faire connaître et aimer la marque par :

- La connaissance de l'entreprise et de ses valeurs
- L'actualité de l'entreprise et de ses produits et services
- La capacité à se projeter sur les tendances et la veille

## 2-Recommandations

### PROFIL

- Slogan
- Année d'établissement
  - Valeurs exposées
- Description courte en chiffres / réussites  
Liens vers site web (formation, produits-phares, FAQ)
- Catégories en avance: recrutement + vie d'entreprise

### PUBLICATIONS

- Priorisation format vidéo
- Rubriques/catégories et graphique
- Chartes (éditoriale + graphique) adaptées à l'axe pro

### RECRUTEMENT

- Rubrique accessible seulement pour les loggés
- Catégorie mise en avant
- Offres en structure répété

### NOTORIETE

- B2B et B2C
- Expérience
- Fiable sur la durée
- Qualité des actions
- Qualité pro des produits

### PERSONNEL

- Mise en avant seulement des directeurs et responsables
- Pas de mise en avant d'une groupe, secteur

### DONNEES PREMIUM

- Afficher des données pertinentes pour créer une image de Peggy Sage forte et dynamique

# Les solutions gratuites

# PLAN D' ACTIONS éditorial – types de contenus

Marketing  
Notoriété  
Engagement



- La Saga Peggy Sage
- L'environnement de l'entreprise
- Les actualités de l'entreprise
- La presse
- Les nouvelles tendances beauté
- Les actualités liées au marché

Recrutement



- Des annonces
- La démarche du recrutement
- Les métiers/les services au sein de l'entreprise
- Les actualités liées aux métiers

Commerce  
Boutiques & Formations



- Témoignages/Interviews d'employé/collaborateur
- Témoignages/interviews des collaborateurs (les écoles, les étudiants, les pros, les instituts)

# EXEMPLES: Recrutement

## CAREER ET VALEURS

**Uber**  
787,216 followers  
1w

“As a woman in tech, I'm passionate about bringing female engineers into the company and helping them develop their careers.” – **Stephanie Romo**, Strategy Lead, Women in Engineering

Meet Stephanie—she's focused on promoting and advancing women in technology here at Uber, not only in the office, but outside of it as well.  
[ubr.to/movingforward](http://ubr.to/movingforward)

535 Likes · 18 Comments

Like Comment Share

## TEASING POUR REJOINDRE UNE EQUIPE

**Favor Delivery**  
3,804 followers  
1mo

Lots of exciting opportunities ahead! Take a tip from **Built In Austin** and join us as we take over Texas.

**ANYTHING DELIVERED**

**Dream bigger: 6 Austin tech companies where opportunity awaits**  
[builtinaustin.com](http://builtinaustin.com)

13 Likes

Like Comment Share

Be the first to comment on this

## POSSIBILITE CAREER

**Coty**  
573 060 abonnés  
5 j · 🌐

+ Suivre ...

We are happy to announce the promotion of **Stéphane Delbos** to Chief Procurement Officer, effective February 1, 2021. Stéphane brings nearly two decades of senior industry experience, including over 10 years at Coty. He will join ...voir plus

[Voir la traduction](#)

**STÉPHANE DELBOS**  
Chief Procurement Officer, Coty

Coty announces Stéphane Delbos as new Chief Procurement Officer  
[coty.com](http://coty.com) · Lecture de 4 min

886 · 146 commentaires

Best of luck... I think this is... Happy to help... Love this... >

J'aime Commenter Partager Envoyer

**L'Oréal**  
3 265 260 abonnés  
1 sem. • 🌐

**[#NoFilter, 2e épisode 🎥]**  
Aujourd'hui, venez à la rencontre de **Georges Sekias**, ingénieur packaging chez L'Oréal qui souhaitait vous partager son **#parcours** et son **#experience**



**GEORGES**  
**INGÉNIEUR MÉCANIQUE**  
**SPÉCIALITÉ GÉNIE INDUSTRIEL**  
**ET MÉGATRONIQUE**

#NoFilter, ITW n°2 – Croire en ses rêves

👍👎🗨️ 284 • 18 commentaires • 15 011 vues

Vidéo interview employé Lien :  
[https://www.linkedin.com/posts/lor%C3%A9al\\_nofilter-itw-n2-croire-en-ses-r%C3%AAs-activity-6760508742837526528-ThUh](https://www.linkedin.com/posts/lor%C3%A9al_nofilter-itw-n2-croire-en-ses-r%C3%AAs-activity-6760508742837526528-ThUh)

**SEPHORA**  
1 196 566 abonnés  
1 mois • 🌐

**+ Suivre** • ••

At Sephora, you work in an international, multicultural and inclusive environment.

Whatever is your gender, country of origin, age, style or sexual orientation, we give you the opportunity to evolve in an enjoyable, stimulating work environment that will allow you to be fully yourself.

You will be able to grow and build your professional development within a group that values the culture of difference and considers each talent as a real differentiating asset.

Boldly Authentic means being able to be in harmony with your personality and express all your talents without constraint!

**#wearesephora #theunlimitedpowerofbeauty #boldlyauthentic**



**your unique  
and winning  
spirit**

et votre envie  
de réussir.

👍👎🗨️ 387 • 6 commentaires • 5 341 vues

Vidéo Environment Lien :  
[https://www.linkedin.com/posts/sephora\\_wearesephora-theunlimitedpowerofbeauty-boldlyauthentic-activity-6744174934999752705-fm5U](https://www.linkedin.com/posts/sephora_wearesephora-theunlimitedpowerofbeauty-boldlyauthentic-activity-6744174934999752705-fm5U)

# EXEMPLES: Commerce

Voting will be open through January 29.

**MAKEUP:**  
 Best Tinted Moisturizer: COVERGIRL Clean Fresh Skin Milk Foundation  
 Best Concealer: COVERGIRL TruBlend Undercover Concealer  
 Best Mascara: COVERGIRL Lash Blast Volume Mascara  
 Best Blush: COVERGIRL TruBlend So Flushed Blush  
 Best Nail Polish: Sally Hansen Miracle Gel  
 Best Eyeshadow: KKW Beauty Classic II Eyeshadow Palette

**SKINCARE:**  
 Best Daytime Fragrance: Marc Jacobs Daisy  
 Best Nighttime Fragrance: Gucci Bloom Profumi di Fiori  
 Best Nighttime Fragrance: Tiffany Eau de Parfum

#Coty #GlamourBeautyAwards #ReadersChoice #MJDaisy #COVERGIRLMade #SallyHansen #KKWBeauty

<https://lnkd.in/eJdvG6m>

Voir la traduction



MISE EN VALEUR DU PRODUIT

**VISIPLUS academy**  
 9 210 abonnés  
 Post sponsorisé

Mastère Professionnel - Recrutement, RH et Management  
 Une formation diplômante pour monter en compétences, accélérer sa carrière à l'ère du digital & se préparer au monde de demain ! ...voir plus

**FORMATION 100% EN LIGNE**



**OPTIMISER LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT (SOURCING, PRÉSÉLECTION, SÉLECTION, RETENTION, INTÉGRATION)**

Mastère Professionnel - RECRUTEMENT, RH ET MANAGEMENT

Formation 100 % en ligne et éligible CPF [En savoir plus](#)

35 · 1 commentaire

J'aime Commenter Partager

VENTE DU PRODUIT

**Malt**  
 17 014 abonnés  
 Post sponsorisé

Vous voulez tout savoir sur les grandes tendances de la tech ? Téléchargez vite notre étude utilisant la plus grande base de données du secteur du conseil en IT en France ! Vous y retrouverez : ...voir plus

**malt**

Téléchargez l'analyse la plus complète sur le marché tech en France



Téléchargez le Malt Tech Trends  
[resources.malt.fr](https://resources.malt.fr)

[Télécharger](#)

115 · 2 commentaires

J'aime Commenter Partager

INCITATION D'ACHAT

# EXEMPLES: Marketing

## NOTORIETE PAR DES VALEURS DE LA MARQUE

### MARKETING DU PRODUIT PAR VICTOIRE

**L'Oréal**  
3 265 154 abonnés  
19 min •

L'Oréal Paris et Yves Saint Laurent Beauté ont été primées par le jury de journalistes expertes en cosmétique du Prix d'Excellence de la beauté **Marie Claire**. Ces trophées sont le résultat et la récompense du travail collectif des équipes...voir plus



**Les Prix d'Excellence de la Beauté Marie Claire 2021**

**MAYBELLINE**  
NEW YORK

**Maybelline Cosmetics**  
The World belongs us  
Cosmétiques - LONDON - 9 687 abonnés  
Voir les 413 employés sur LinkedIn

+ Suivre Voir le site web Plus

Accueil À propos Posts Offres d'emploi Personnes Vidéos

Dernière vidéo



2020 has been a challenging year, but we have to enter the 2021 with all the positivity we can! We wish you happy, healthy and prosperous New Year 2021!

LinkedIn Offres d'emploi L'Oréal Monde entier

**L'Oréal**  
Cosmétiques  
Leading in beauty and pioneering the world of beauty tech, present in 150 countries

Voir les offres d'emploi Suivre

Présentation Emplois Vie d'entreprise

À propos

Leading the world in beauty and pioneering the world of beauty tech; we are 86K employees across 150 countries on five continents.

Our 36 international brands are divided into four unique Divisions: Luxe, Consumer Products, Active Cosmetics, and Professional Products. Our 36 international brands include Kiehl's, Lancôme, Giorgio Armani Beauty, Yves Saint Laurent Beauté, Ralph Lauren, Clarisonic, Maybelline New York, Essie, Kérastase, IT Cosmetics, Prada Beauty, Biotherm, Shu Uemura, Viktor&Rolf, Maison Martin Margiela, Urban Decay, Redken, Vichy, La Roche-Posay, Diesel, Garnier, L'Oréal Paris, and more.

### MARKETING IMADE D'ENTREPRISE

**Urban Decay Cosmetics**  
133 318 abonnés  
4 mois • Modifié •

+ Suivre

We're proud to announce we've joined **Rare Beauty** in being a **StigmaFree** company! Acknowledging that mental health is a workplace priority is the first step towards promoting a healthier work environment. Join us and other beau...voir plus

Voir la traduction

*we are a*

**StigmaFree**  
Company

Rare Beauty

1 148 • 28 commentaires

# EXEMPLES: Marketing

## ÉCO RESPONSABLE

**Yves Rocher**  
71 134 abonnés  
1 sem. •

**REDUCE- REUSE - RECYCLE.** 🌱 Always More Responsible Packaging. 🧑‍🌾

At Yves Rocher, we have always been careful to develop products in an eco-responsible manner. Our motto? Sustainably develop our products while respecting biodiversity and always without compromising on quality, efficacy and customer satisfaction.

Discover our eco-design approach through our dedicated online article.  
<https://lnkd.in/dNaGXGZ>

#EcoDesign #YvesRocher #ActBeautiful

[Voir la traduction](#)



Des packagings toujours plus responsables !

yves-rocher.fr • Lecture de 1 min

767 • 7 commentaires

**SEPHORA**  
1 196 670 abonnés  
18 h •

[+ Suivre](#) ...

As a leader in the world of beauty, Sephora is committed to limiting its impact on the environment.

We have turned to eco-design to create products that use materials with lower environmental impact to preserve natural resources and reduce waste from products sold or used.

Today, we are proud to announce that 94% of the "plastic" used in Sephora Collection night masks jars is made from sugar cane.

Congratulations to the Sephora Collection teams who continue to make Sephora an ever more responsible company!

#sephora #sephorastands #sephoracollection

[Voir la traduction](#)



**94%**

**94% of the plastic in this jar is made from sugar cane residuals.**

204 • 5 commentaires

# Les solutions payantes

# SOLUTIONS PAYANTES: Abonnements

## BASIC

PROFIL GRATUIT  
OPTIONS BASIQUES

## PREMIUM CAREER

POUR TROUVER  
UN EMPLOI

## RECRUITER LITE

POUR RECRUTEMENT  
FACIL ET DE QUALITE

## SALES NAVIGATOR

POUR BOOSTER  
LES VENTES

## PREMIUM BUSINESS

POUR DEVELOPPER LE  
RESEAU PRO

Carrière	Business	Ventes	Recrutement
Faites-vous recruter et prenez une longueur d'avance	Développez et entretenez votre réseau	Créez de nouvelles opportunités commerciales	Trouvez et recrutez des talents
<ul style="list-style-type: none"> <li>Démarquez-vous et entrez en contact avec des responsables de recrutement</li> <li>Découvrez comment vous vous situez par rapport aux autres candidats</li> <li>Apprenez de nouvelles compétences et faites évoluer votre carrière</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recherchez et contactez les bonnes personnes</li> <li>Développez votre activité professionnelle</li> <li>Apprenez de nouvelles compétences et mettez en valeur votre marque professionnelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifiez les contacts et les comptes clés correspondant à votre marché cible</li> <li>Recevez les informations de vos prospects en temps réel afin de vous aider à entrer en contact au bon moment</li> <li>Développez des relations de confiance avec vos clients et prospects</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trouvez les bons candidats, plus rapidement</li> <li>Contactez directement les talents qui vous intéressent</li> <li>Établissez des relations avec des candidats potentiels</li> </ul>
Sélectionner l'abonnement	Sélectionner l'abonnement	Sélectionner l'abonnement	Sélectionner l'abonnement

## ABONNEMENTS → **Gratuit**

**GRATUIT**

Un compte Basic permet à toute personne de créer et d'entretenir un profil professionnel en ligne.

- Développer votre identité professionnelle sur le Web.
- Développer et maintenir un vaste réseau professionnel de confiance.
- Retrouver des collègues et anciens élèves, et vous connecter à eux.
- Solliciter et accorder des recommandations.
- Rechercher et consulter les profils d'autres membres de LinkedIn.
- Recevoir un nombre illimité d'InMails.
- Enregistrer jusqu'à trois recherches et recevoir des alertes hebdomadaires sur celles-ci.

# ABONNEMENTS → Premium Career

## PREMIUM CAREER

dès 30 EUR/mois

### 5 Fonctionnalités Premium Career



**3 Inmails** : contactez directement les recruteurs et auteurs d'offres



**Candidat pressenti** : Vous êtes informé lorsque le recruteur vous pré-sélectionne



Découvrez **qui visite votre profil** pour maximiser vos chances



**Info candidat** : Pour savoir où vous vous situez face à la concurrence



Accès à des **formations en ligne** pour booster vos compétences, et donc votre employabilité



# ABONNEMENTS → Business Premium

PREMIUM  
BUSINESS

dès 45 EUR/mois

5

## Fonctionnalités Premium Business



**15 Inmails** : Contactez qui que ce soit sur LinkedIn y compris les profils premium



Accédez aux **formations en ligne** proposées par LinkedIn pour améliorer vos compétences



**Infos Business** : Obtenez des infos clés sur les entreprises (*croissances, tendances*)



Découvrez qui **à visité votre profil** et comment ils vous ont trouvé. (*sur les 90 derniers jours*)



**Déblocage des vues** : Vous pouvez visiter les profils complets de toutes personnes du 1er au 3ème niveau



# ABONNEMENTS → Recruiter Lite

## RECRUITER LITE

dès 89 EUR/mois

Option idéale  
pour Peggy Sage

### Fonctionnalités Recruiter Lite



#### 30 messages InMail™

Contactez qui vous voulez et gagnez du temps en utilisant des modèles



#### Recherche avancée **MIS À JOUR**

Ciblez les meilleurs talents grâce aux filtres de recherche avancée qui vous aident dans votre recrutement



#### Suggestions judicieuses **NOUVEAU**

Utilisez les suggestions dynamiques si vous cherchez à découvrir de nouveaux talents



#### Recrutement intégré

Gérez votre vivier de candidats depuis un endroit unique



#### Qui a consulté votre profil ?

Voir les candidats potentiels qui se sont intéressés à votre profil sur les 90 derniers jours



#### Vues de profil illimitées

Vues de profil illimitées dans les résultats de recherche et les suggestions de profil, jusqu'au 3e niveau



#### Suivi automatique des candidats

Assurez un suivi des candidats et des postes à pourvoir avec les Projets



#### Design conçu pour le recrutement

L'expérience LinkedIn optimisée pour les recruteurs

Réactiver maintenant

Annulez à tout moment, quel que soit le motif  
À partir de **89,25 EUR\*** / mois si vous optez pour la facturation annuelle

# ABONNEMENT: Recruter



Idéal pour du recrutement au sein d'une entreprise (responsables des ressources humaines ou gérant).

Tarif : 89,25 €/ mois.

Une interface pour gérer plusieurs annonces, contacter les candidats qui vous intéressent, etc.

**+30 InMails gratuits par mois** avec possibilité de suivre l'évolution de chacun des candidats.

# ABONNEMENTS → Sales Navigator

## SALES NAVIGATOR

dès 62 EUR/mois

Prévisions  
pour 2022

	Sales Navigator Professional	Sales Navigator Team
Prix par mois	61,97 EUR <sup>*</sup> <a href="#">Acheter cet abonnement</a>	104,99 EUR <sup>*</sup> <a href="#">Acheter cet abonnement</a>
Prix par an	594,94 EUR <sup>*</sup> <a href="#">Acheter cet abonnement</a>	985,00 EUR <sup>*</sup> <a href="#">Acheter cet abonnement</a>
<b>Ciblez les bons utilisateurs et les bonnes entreprises</b>		
Suggestions de prospects	✓	✓
Recherche Premium avec Lead Builder	✓	✓
Filtres de recherche avancée	✓	✓
Vues de profils illimitées	✓	✓
Accès aux profils hors réseau		25
<b>Comprenez ce que les acheteurs recherchent</b>		
Qui a consulté votre profil ?	✓	✓
Prospects enregistrés	1 500	5 000
Nouvelles commerciales	✓	✓
Sales Navigator pour Gmail	✓	✓
Notes et tags	✓	✓
Synchronisation CRM et widgets		✓
<b>Contactez les acheteurs avec des messages personnalisés</b>		
Messages InMail™	20	30
Open Profile	✓	✓
TeamLink		✓
Statistiques sur l'utilisation		✓

<sup>\*</sup>Comprend la TVA en fonction des données de facturation. Vous pourrez modifier vos données sur la page suivante.

# ABONNEMENT: Sales Navigator



Ce forfait a fait parler de lui, notamment pour les entreprises qui désirent se lancer dans le **social Selling**.  
Si vous souhaitez **booster votre chiffre d'affaires**, c'est sans doute la formule à choisir.

Vous pourrez **trouver de nouveaux leads** pour un total de 59,49 euros par mois. **20 InMails mensuels**.

La **formule Sales Navigator** fonctionne comme un outil CRM: il est possible de sauvegarder les profils des prospects qui vous intéressent le plus et vous aurez ensuite accès à des stats précises concernant leur activité. Vous en apprendrez davantage au sujet de leurs compétences, leurs promotions, les changements d'entreprises.

Parfait pour pouvoir **les contacter via de bons e-mails de prospection**, au bon moment.

De plus, la plateforme précise également que les personnes utilisant ce compte ont plus de chance d'accomplir leurs objectifs commerciaux voire même, de les dépasser.

# En synthèse



**PROFIL**

- Slogan
- Année d'établissement
- Valeurs exposées
- Description courte en chiffres / réussites  
Liens vers site web (formation, produits-phares, FAQ)
- Catégories en avant : recrutement + vie d'entreprise

**PUBLICATIONS**

- actualités de l'entreprise
  - Presse
- Tendances beauté
  - Témoignages
  - Recrutements

**CONVERSIONS**

- Distributeurs B2B (dès l'abonnement à *Sales Navigator*)
- Liens vers site web Peggy Sage

**RECRUTEMENT**

- Rubrique accessible seulement pour les loggés
- Catégorie mise en avant
- Offres en structure répété

**VIDEO**

- Type de contenu à prioriser
- Courte, directe et efficace

**ABONNEMENT**

- 2021: *Recruiter Lite* (à partir de 89 EUR/mois)
- 2022: + *Sales Navigator* (à partir de 62 EUR/mois)

**NOTORIETE**

- B2B et B2C
- Expérience
- Fiable sur la durée
- Qualité des actions
- Qualité pro des produits

**OBJECTIFS**

- Renforcer la réputation
- Créer de l'engagement
- Recrutement rapide et de qualité
  - Transmettre les infos
- Valider l'image de la marque

**CHARTE**

- Adapté à l'axe pro
- Contenu par rubrique avec visualisation homogène mais caractérisée par catégorie
  - Sobre, efficace
  - structuré

**CONCURRENCE**

- Veille
- Analyse
- Adaptation du contenu pour Peggy Sage

**Yanan Wang**  
Community Manager

**Célia Gaidatzis**  
Responsable Communication - Digital

**Edvinas Gliebus**  
Assistant Web Marketing

**MERCI**

*Peggy Sage*