GUIDE COMPLET

LE SOCIAL SELLING INDEX LINKEDIN

Comprendre, mesurer et ameliorer votre score SSI pour generer du business en B2B

77 / 100

VOTRE OBJECTIF EN 30 JOURS



Fabien Peduzzi
Fondateur de CopyLinker | Agence LinkedIn

LE GUIDE COMPLET DU

SOCIAL SELLING INDEX SUR LINKEDIN

Comprendre, mesurer et améliorer votre score SSI pour générer du business sur Linkedin

Fabien Peduzzi

Fondateur de CopyLinker

L'agence marketing LinkedIn-First pour les dirigeants B2B

Table des matières

Introduction : Le score que 95% des dirigeants ignorent

Chapitre 1 : Construire sa marque professionnelle (Pilier 1)

Chapitre 2 : Trouver les bonnes personnes (Pilier 2)

Chapitre 3 : S'engager avec du contenu pertinent (Pilier 3)

Chapitre 4 : Développer ses relations (Pilier 4)

Chapitre 5 : Plan d'action 30 jours

Chapitre 6 : Les erreurs qui plombent votre SSI

Conclusion : Votre SSI est un thermomètre, pas un objectif

Introduction

Le score que 95% des dirigeants ignorent

Il existe un score, accessible gratuitement, que LinkedIn attribue à chaque utilisateur. Un chiffre entre 0 et 100 qui mesure votre capacité à générer du business via la plateforme. Ce score s'appelle le Social Selling Index. Et la grande majorité des dirigeants n'en ont jamais entendu parler.

C'est un problème. Parce que ce score n'est pas juste un gadget. Les chiffres de LinkedIn sont clairs : les professionnels avec un SSI élevé génèrent 45% d'opportunités en plus que ceux avec un score faible. Ils ont 51% de chances supplémentaires d'atteindre leurs objectifs commerciaux. Et 78% des professionnels qui utilisent le social selling surperforment ceux qui ne le font pas.

Ces chiffres ne sortent pas d'une étude académique poussiéreuse. C'est LinkedIn lui-même qui les publie, après avoir analysé plus de 150 000 professionnels. Le SSI est leur manière de vous dire : voici comment vous vous débrouillez.

Chez CopyLinker, j'accompagne plus de 40 dirigeants sur LinkedIn. Chaque mois, je regarde leur SSI évoluer. Et je constate une corrélation directe entre la progression du score et le nombre de demandes entrantes qu'ils reçoivent. Ce n'est pas magique. C'est logique : le SSI mesure exactement les comportements qui génèrent de la visibilité et de la confiance.

Comment accéder à votre SSI

Rendez-vous sur **linkedin.com/sales/ssi**. Connectez-vous avec votre compte LinkedIn. Votre score apparaît immédiatement. Pas besoin de Sales Navigator, pas besoin d'abonnement premium. C'est gratuit et accessible à tous.

Vous verrez quatre barres horizontales. Chacune représente un pilier, noté sur 25 points. Le total donne votre score sur 100. Vous verrez aussi comment vous vous situez par rapport à votre secteur et à votre réseau.

Ce que votre score signifie

Score	Niveau	Ce que ça signifie
Moins de 40	Faible	Profil incomplet, réseau peu actif, quasi invisible
40 à 60	Moyen	Activité irrégulière, potentiel inexploité
60 à 75	Bon	Présence consistante, leads réguliers
75 et plus	Excellent	Top 1%, autorité établie, opportunités entrantes

La moyenne générale sur LinkedIn tourne autour de 40. Si vous êtes dirigeant B2B et que vous publiez régulièrement, vous êtes probablement entre 50 et 65. L'objectif réaliste : atteindre 70+ en 30 jours de travail ciblé.

Comment le SSI est calculé

Le score se met à jour quotidiennement et reflète vos 90 derniers jours d'activité. Ce n'est pas une photo figée. C'est un indicateur dynamique. Si vous arrêtez de publier pendant 3 semaines, votre score baisse. Si vous lancez une routine d'engagement régulière, il monte.

Quatre piliers, 25 points chacun, 100 points au total. Chaque pilier mesure un aspect différent de votre utilisation de LinkedIn. En comprenant ce que chaque pilier mesure, vous savez exactement quoi faire pour progresser.

Les quatre piliers :

- Pilier 1 : Construire sa marque professionnelle
- Pilier 2 : Trouver les bonnes personnes
- Pilier 3 : S'engager avec du contenu pertinent
- Pilier 4 : Développer ses relations

Voyons chacun en détail.

Chapitre 1

Construire sa marque professionnelle (Pilier 1)

Ce pilier mesure deux choses : la qualité de votre profil et la régularité de votre contenu. C'est la fondation. Sans un profil optimisé, tout le reste est du bruit. Sans contenu régulier, votre profil reste une page statique que personne ne visite.

LinkedIn regarde si votre profil est complet. Pas juste rempli. Complet au sens stratégique : une photo professionnelle, une bannière qui communique votre proposition de valeur, un titre qui parle à votre cible (pas juste votre poste), une section À propos qui donne envie de vous contacter, des expériences détaillées avec des résultats concrets.

Le profil : votre page de vente permanente

Votre profil LinkedIn est visité à chaque interaction. Quelqu'un voit votre post, il clique sur votre nom. Quelqu'un reçoit votre demande de connexion, il va voir qui vous êtes. Quelqu'un vous recommande, l'autre vérifie votre profil avant de vous contacter.

Chaque élément de votre profil a un rôle précis :

- **Photo professionnelle.** Pas un selfie, ni une photo de vacances recadrée. Une photo où on voit votre visage clairement, sur un fond neutre ou professionnel. Les profils avec photo reçoivent 21 fois plus de visites.
- **Bannière.** L'espace le plus sous-exploité de LinkedIn. Votre bannière doit communiquer en un coup d'œil ce que vous faites et pour qui. Incluez votre proposition de valeur et le nom de votre entreprise.
- **Titre (headline).** Vous avez 220 caractères. N'écrivez pas juste "CEO de [entreprise]". Écrivez ce que vous apportez à vos clients. Exemple : "J'aide les dirigeants B2B à générer des leads qualifiés via LinkedIn | Fondateur CopyLinker".
- **Section À propos.** C'est votre pitch. 2 600 caractères pour convaincre. Structurez-la comme une page de vente : problème, solution, preuve, appel à l'action. Des paragraphes courts, aérés, qui donnent envie de lire.

- **Sélection.** Épinglez vos meilleurs contenus : un post qui a bien marché, un article de blog, une étude de cas, un lead magnet. C'est votre vitrine.

Le contenu : la machine à visibilité

LinkedIn ne regarde pas juste si vous avez un beau profil. Il regarde si vous publiez. Et si votre contenu génère de l'engagement. Un profil parfait sans contenu, c'est un magasin magnifique dans une rue déserte.

Ce que LinkedIn mesure pour ce pilier :

- La fréquence de vos publications (minimum 2 par semaine pour un impact réel)
- L'engagement généré par vos posts (likes, commentaires, partages)
- Le nombre de vues de votre profil (conséquence directe de votre contenu)
- La diversité de vos formats (texte, carrousel, vidéo, sondage)

Actions concrètes pour passer de 8 à 22 sur ce pilier

1. Complétez votre profil à 100%. Chaque section vide est un point en moins. Remplissez tout : expériences, formations, compétences, recommandations.

2. Publiez au minimum 2 fois par semaine. La régularité compte plus que la perfection. Un post correct publié chaque mardi et jeudi vaut mieux qu'un chef-d'œuvre publié une fois par mois.

3. Variez les formats. Un post texte le mardi, un carrousel le jeudi. LinkedIn récompense la diversité.

4. Optimisez vos accroches. Les deux premières lignes décident si les gens cliquent sur "voir plus". Une bonne accroche peut multiplier votre engagement par 3.

5. Activez le mode Créateur si ce n'est pas fait. C'est gratuit et ça débloque des fonctionnalités (newsletter, live, lien dans le profil).

À RETENIR

Le Pilier 1 est le plus facile à améliorer rapidement. Un profil complètement optimisé + 2 publications par semaine peuvent faire passer ce pilier de 10 à 20 en moins de 3 semaines.

Chapitre 2

Trouver les bonnes personnes (Pilier 2)

Ce pilier mesure votre capacité à identifier et vous connecter avec les bonnes personnes. Pas n'importe qui. Les décideurs, les prospects, les partenaires stratégiques qui correspondent à votre cible.

LinkedIn regarde si vous utilisez les outils de recherche de la plateforme. Si vous consultez des profils. Si vous envoyez des demandes de connexion ciblées. Et surtout : si ces demandes sont acceptées. Le taux d'acceptation est un signal majeur pour ce pilier.

Le ciblage : la différence entre spam et stratégie

L'erreur la plus fréquente : envoyer des centaines de demandes de connexion à n'importe qui. C'est la meilleure façon de tuer ce pilier. LinkedIn pénalise les demandes de connexion non acceptées. Si vous envoyez 100 demandes et que 15 sont acceptées, votre score chute. Si vous en envoyez 30 et que 25 sont acceptées, il monte.

La qualité prime sur la quantité. Toujours.

Définir votre ICP (Ideal Customer Profile)

Avant d'ajouter qui que ce soit, vous devez savoir qui vous cherchez. Votre ICP, c'est le portrait-robot de votre client idéal. Posez-vous ces questions :

- Quel poste occupe votre client idéal ? (DG, DAF, DRH, Directeur Commercial...)
- Dans quel secteur ? (BTP, SaaS, Finance, E-commerce...)
- Quelle taille d'entreprise ? (TPE, PME, ETI, Grand groupe...)
- Quelle zone géographique ?
- Quel problème principal essaie-t-il de résoudre ?

Une fois votre ICP défini, chaque action sur LinkedIn devient ciblée. Vous ne commentez pas n'importe quel post. Vous ne vous connectez pas avec n'importe qui. Vous investissez votre temps là où il rapporte.

Utiliser la recherche avancée

LinkedIn offre des filtres de recherche gratuits : titre de poste, entreprise, localisation, secteur. Utilisez-les. Chaque semaine, faites une session de 20 minutes de recherche ciblée. Identifiez 10 à 15 profils qui correspondent à votre ICP. Consultez leurs profils. Regardez ce qu'ils publient. Commentez leurs posts avant d'envoyer une demande de connexion.

Si vous avez Sales Navigator, c'est encore mieux. Les filtres sont plus précis, les recherches sauvegardables, et vous accédez à des prospects hors de votre réseau. Mais Sales Navigator n'est pas indispensable pour avoir un bon score sur ce pilier. La recherche gratuite suffit si vous l'utilisez stratégiquement.

Actions concrètes pour améliorer le Pilier 2

1. Envoyez 5 à 10 demandes de connexion ciblées par jour. Pas 50. Ciblées.

2. Personnalisez chaque demande. Un message de 2 lignes qui explique pourquoi vous voulez vous connecter. Le taux d'acceptation double avec un message personnalisé.

3. Consultez 15 à 20 profils par jour dans votre cible. LinkedIn mesure cette activité de recherche.

4. Utilisez les alertes de recherche pour être notifié quand de nouveaux profils correspondent à vos critères.

5. Nettoyez votre réseau. Retirez les connexions sans rapport avec votre activité. Un réseau de 2 000 connexions pertinentes vaut mieux que 10 000 connexions aléatoires.

À RETENIR

Le Pilier 2, c'est la précision chirurgicale. Visez moins, visez mieux. Votre taux d'acceptation des demandes de connexion est le KPI clé de ce pilier. Objectif : 60% minimum.

Chapitre 3

S'engager avec du contenu pertinent (Pilier 3)

C'est le pilier où la majorité des utilisateurs ont le score le plus faible. La raison est simple : la plupart des gens consomment LinkedIn passivement. Ils scrollent, ils lisent, mais ils n'interagissent pas. Or LinkedIn mesure précisément votre niveau d'interaction.

Ce pilier ne mesure pas seulement si vous publiez. Il mesure si vous participez aux conversations. Si vous partagez du contenu pertinent. Si vous commentez les posts des autres. Si vous êtes un membre actif de l'écosystème, pas juste un spectateur.

L'engagement : la monnaie de LinkedIn

Sur LinkedIn, l'engagement est la devise principale. Chaque commentaire que vous laissez sur le post d'un autre vous rend visible auprès de son audience. Chaque like signale à l'algorithme que vous êtes actif. Chaque partage avec un commentaire pertinent positionne votre expertise.

Ce que LinkedIn mesure pour ce pilier :

- Le nombre de commentaires que vous laissez chaque jour
- La qualité de ces commentaires (longueur, engagement généré en retour)
- Le partage de contenus pertinents avec votre point de vue
- Votre participation à des conversations dans votre domaine
- L'utilisation de LinkedIn Pulse (articles longs) et des newsletters

La routine d'engagement quotidienne

Voici la routine que je recommande à tous mes clients chez CopyLinker. Elle prend 15 minutes par jour et peut faire gagner 8 à 12 points sur ce pilier en 30 jours.

- **Les 5 premières minutes :** ouvrez LinkedIn. Scrollez votre feed. Identifiez 3 à 5 posts de personnes dans votre cible ou votre secteur.
- **Les 7 minutes suivantes :** commentez ces posts. On oublie les commentaires dy type "Super post !". Un vrai commentaire de 3 à 5

lignes qui apporte de la valeur. Partagez votre point de vue, posez une question, ajoutez un exemple concret.
- **Les 3 dernières minutes :** répondez à tous les commentaires sur vos propres posts. Chaque réponse relance la visibilité de votre publication dans l'algorithme.

L'art du commentaire stratégique

Un bon commentaire LinkedIn, c'est un mini-post. Il a une structure, une opinion, de la valeur. Voici ce qui distingue un commentaire utile d'un commentaire inutile :

- **Inutile :** "Super article, merci pour le partage !"
- **Moyen :** "Je suis d'accord, l'IA va transformer le recrutement."
- **Excellent :** "Ton point sur l'IA dans le recrutement me rappelle ce qu'on observe chez nos clients. Un DRH dans le BTP m'a dit que depuis qu'il utilise l'IA pour le pré-screening, il a réduit son temps de recrutement de 40%. Par contre, il insiste sur un point : l'entretien final reste 100% humain."

Le troisième type de commentaire fait trois choses : il montre votre expertise, il apporte de la valeur au lecteur, et il donne envie de cliquer sur votre profil.

Actions concrètes pour améliorer le Pilier 3

1. 15 minutes d'engagement par jour, non négociable. Mettez un rappel dans votre agenda.

2. Commentez 3 à 5 posts par jour avec des commentaires de qualité (3-5 lignes minimum).

3. Répondez à chaque commentaire sur vos propres posts dans les 2 heures.

4. Partagez 1 contenu externe par semaine (article, étude, podcast) avec votre analyse personnelle.

5. Suivez les hashtags clés de votre secteur pour découvrir du contenu pertinent à commenter.

À RETENIR

Le Pilier 3 est le quick win le plus sous-estimé. 15 minutes par jour de commentaires stratégiques peuvent ajouter 8 à 12 points en un mois. C'est le meilleur ratio effort/résultat des quatre piliers.

Chapitre 4

Développer ses relations (Pilier 4)

Ce dernier pilier mesure la profondeur de vos relations sur LinkedIn. Pas le nombre de connexions. La qualité de vos interactions. LinkedIn veut savoir si vous êtes un networker ou un collectionneur de contacts.

La différence est fondamentale. Un collectionneur ajoute tout le monde et n'interagit avec personne. Un networker construit des relations : il échange en message privé, il répond rapidement, il entretient le lien dans la durée.

Ce que LinkedIn mesure

- Le nombre de conversations en message privé que vous initiez et entretenez
- Votre temps de réponse aux messages (plus c'est rapide, mieux c'est)
- Le nombre de connexions avec des décideurs (C-level, directeurs, managers)
- La réciprocité de vos interactions (est-ce que vos connexions interagissent aussi avec vous ?)
- L'évolution de votre réseau dans le temps (croissance régulière vs stagnation)

La messagerie : l'arme secrète du SSI

La plupart des dirigeants négligent complètement leur messagerie LinkedIn. Ils ont des dizaines de messages non lus, des demandes de connexion ignorées, des conversations laissées en suspens. Chaque message ignoré est un point en moins sur ce pilier.

La règle est simple : répondez à tous vos messages dans les 24 heures. Même si c'est pour dire non. Même si c'est pour rediriger. Le signal que vous envoyez à LinkedIn, c'est : cette personne est active, engagée et accessible.

Construire des relations, pas des listes

Voici la méthode que j'utilise avec mes clients pour développer ce pilier de manière authentique :

- **Après chaque nouvelle connexion acceptée :** envoyez un message de bienvenue. Un message humain : "Content qu'on soit connectés. J'ai vu que vous étiez dans [secteur], c'est un domaine que je suis de près. Au plaisir d'échanger."
- **Une fois par semaine :** identifiez 3 connexions avec lesquelles vous n'avez pas échangé depuis longtemps. Envoyez-leur un message personnel. Félicitez-les pour une promotion, commentez leur dernier post, partagez un article pertinent.
- **Après chaque événement professionnel :** suivez les personnes rencontrées. Envoyez un message de suivi dans les 48 heures. La connexion en ligne prolonge la relation en personne.

Actions concrètes pour améliorer le Pilier 4

1. Répondez à 100% de vos messages dans les 24 heures. Zéro message non lu.

2. Envoyez un message de bienvenue à chaque nouvelle connexion.

3. Contactez 3 connexions existantes par semaine pour entretenir la relation.

4. Privilégiez les connexions avec des décideurs de votre secteur.

5. Utilisez les notes vocales. Elles sont encore rares sur LinkedIn et créent un lien beaucoup plus fort qu'un message texte.

À RETENIR

Le Pilier 4 se résume en un mot : réciprocité. LinkedIn récompense les utilisateurs qui construisent de vraies relations, pas ceux qui collectionnent des contacts. Répondez vite, échangez souvent, soyez humain.

Chapitre 5

Plan d'action 30 jours

Assez de théorie. Voici le plan semaine par semaine pour passer de votre score actuel à 70+. Chaque semaine a un objectif clair et des actions quotidiennes précises.

Semaine 1 : Les fondations

Objectif : Pilier 1 et Pilier 2

- **Jour 1-2 :** Optimisation complète du profil. Photo, bannière, titre, section À propos, expériences, compétences, Sélection, Service. Ne passez pas à la suite tant que chaque élément n'est pas optimisé.
- **Jour 3 :** Définition de votre ICP. Créez un document avec le portrait-robot de vos 2-3 personas cibles. Poste, secteur, taille d'entreprise, problèmes clés.
- **Jour 4-5 :** Première session de recherche ciblée. Identifiez 50 profils correspondant à votre ICP. Envoyez 10 demandes de connexion personnalisées par jour.
- **Jour 6-7 :** Publiez votre premier post de la semaine. Préparez le calendrier éditorial des 3 prochaines semaines (2 posts par semaine minimum).

Pour l'optimisation de votre profil, vous pouvez regarder ma vidéo sur le sujet en cliquant juste ici : https://optimisationprofillk.lovable.app

Score attendu en fin de semaine : +5 à +10 points

Semaine 2 : L'engagement

Objectif : Pilier 3

- **Chaque jour :** 15 minutes d'engagement (3-5 commentaires stratégiques).
- **Lundi et jeudi :** Publication d'un post (texte ou carrousel).
- **Mercredi :** Partage d'un contenu externe avec votre analyse.
- **Vendredi :** Réponse à tous les messages en attente + relance de 3 conversations.

- **Chaque jour :** 5-10 nouvelles demandes de connexion ciblées.

Score attendu en fin de semaine : +5 à +8 points supplémentaires

Semaine 3 : Les relations

Objectif : Pilier 4

- **Chaque jour :** Maintenez la routine d'engagement (15 min/jour).
- **Chaque jour :** Répondez à tous les messages dans les 24h.
- **Lundi :** Envoyez un message personnalisé à 5 connexions récentes.
- **Mercredi :** Identifiez 3 connexions dormantes et relancez la conversation.
- **2 publications** dans la semaine + réponse à chaque commentaire.

Score attendu en fin de semaine : +5 à +8 points supplémentaires

Semaine 4 : L'optimisation

Objectif : Consolider les 4 piliers

- **Lundi :** Vérifiez votre SSI. Identifiez le pilier le plus faible. Concentrez vos efforts dessus cette semaine.
- **Chaque jour :** Routine complète (engagement + connexions + messages + publication).
- **Mercredi :** Analysez vos 4 derniers posts. Quel format a le mieux marché ? Doublez dessus.
- **Vendredi :** Vérifiez votre SSI final. Comparez avec le score du Jour 1.
- **Dimanche :** Planifiez le mois suivant. Le SSI se maintient avec la régularité.

Score attendu en fin de mois : entre 65 et 80, selon votre point de départ

Chapitre 6

Les erreurs qui plombent votre SSI

Certains comportements font baisser votre SSI sans que vous le sachiez. Voici les plus fréquents et comment les éviter.

Erreur #1 : Le spam de connexions

Envoyer 100 demandes par jour sans personnalisation. Résultat : taux d'acceptation de 10-15%, signalements potentiels, et score Pilier 2 en chute libre. Pire, LinkedIn peut restreindre votre capacité à envoyer des demandes si trop sont refusées ou ignorées.

La correction : Maximum 10-15 demandes ciblées par jour, toujours avec un message personnalisé.

Erreur #2 : Publier puis disparaître

Publier un post, ne pas répondre aux commentaires, et ne pas se reconnecter avant le prochain post. LinkedIn interprète ça comme du broadcasting, pas du social selling. Votre Pilier 3 stagne et votre engagement baisse post après post.

La correction : Répondez à chaque commentaire dans les 2 heures suivant la publication. Revenez sur le post 24h après pour relancer les conversations.

Erreur #3 : Ignorer sa messagerie

Des dizaines de messages non lus, des invitations sans réponse. Votre Pilier 4 s'effondre. Et au-delà du score, chaque message ignoré est potentiellement une opportunité business ratée.

La correction : Dédiez 5 minutes chaque matin à vider votre messagerie. Répondez à tout, même si c'est un "merci, mais ce n'est pas pour moi".

Erreur #4 : L'engagement superficiel

Liker 50 posts par jour sans jamais commenter. Les likes ont un impact minimal sur le SSI. C'est l'équivalent de hocher la tête dans

une conversation sans jamais parler. LinkedIn veut des interactions, pas des clics.

La correction : Remplacez 80% de vos likes par des commentaires. Mieux vaut 5 commentaires de qualité que 50 likes.

Erreur #5 : Un réseau hors cible

Accepter toutes les demandes de connexion, même les profils sans rapport avec votre activité. Résultat : un réseau dilué qui ne correspond pas à votre ICP. Votre contenu est montré aux mauvaises personnes, l'engagement baisse, et le cycle négatif s'installe.

La correction : Soyez sélectif. Refusez les demandes de connexion qui n'ont aucun rapport avec votre activité. La qualité de votre réseau détermine la qualité de votre reach.

Erreur #6 : L'irrégularité

Trois posts cette semaine, zéro pendant deux semaines, puis un post. Le SSI mesure vos 90 derniers jours. L'irrégularité est le pire ennemi de votre score. LinkedIn récompense la consistance, pas les coups d'éclat.

La correction : Deux posts par semaine, tous les mardis et jeudis. Bloquez 30 minutes le dimanche soir pour préparer vos posts de la semaine. La régularité bat la perfection.

Conclusion

Votre SSI est un thermomètre, pas un objectif

Avant de refermer ce guide, une précision importante : le SSI n'est pas une fin en soi. C'est un indicateur. Un thermomètre qui mesure si vous faites les bonnes choses sur LinkedIn.

L'objectif n'est pas d'avoir un score de 90 pour pouvoir l'afficher. L'objectif, c'est de générer du business. De recevoir des demandes de rendez-vous. De transformer votre présence LinkedIn en canal d'acquisition mesurable. Le SSI vous dit si vous êtes sur la bonne voie. Il ne remplace pas les résultats.

Ce que j'observe chez mes 40+ clients chez CopyLinker : les dirigeants avec un SSI supérieur à 70 reçoivent systématiquement plus de demandes entrantes que ceux en dessous de 50. Pas parce que LinkedIn récompense directement le score. Mais parce que les comportements qui font monter le SSI sont exactement ceux qui génèrent de la visibilité, de la confiance et des opportunités.

Récapitulons les 4 piliers et leurs leviers clés :

- **Pilier 1 (Marque professionnelle) :** Profil optimisé + 2 publications par semaine
- **Pilier 2 (Trouver les bonnes personnes) :** Connexions ciblées + taux d'acceptation élevé
- **Pilier 3 (Engagement) :** 15 min/jour de commentaires stratégiques
- **Pilier 4 (Relations) :** Messagerie réactive + conversations authentiques

Si vous appliquez le plan d'action de 30 jours détaillé dans le chapitre 5, vous verrez votre score progresser. Et avec lui, votre visibilité, votre crédibilité et vos opportunités business.

Le SSI est un outil. Utilisez-le comme tel. Vérifiez-le une fois par semaine, identifiez votre pilier le plus faible, concentrez vos efforts dessus. En 30 jours, vous serez dans le top 5% de votre secteur. En 90 jours, vous ne reconnaîtrez plus votre présence LinkedIn.

VOUS VOULEZ ALLER PLUS LOIN ?

CopyLinker accompagne plus de 20 dirigeants B2B sur LinkedIn avec une équipe de ghostwriters spécialisés. Stratégie, rédaction, optimisation : on s'occupe de tout.

Réservez un appel stratégique gratuit : copylinker.fr

À propos de l'auteur

Fabien Peduzzi est le fondateur de CopyLinker, l'agence marketing LinkedIn-First pour les dirigeants B2B. Fort d'un double parcours en expertise comptable (DCG/DSCG) et en copywriting (CopyHouse), il accompagne plus de 40 dirigeants avec une équipe de 4+ ghostwriters. Plus de 1 500 posts rédigés, 20 millions d'impressions générées, 95% de taux de renouvellement.

LinkedIn : linkedin.com/in/fabienpeduzzi

Site : copylinker.fr