

Étude de cas de formateur

Selena Rezvani



Réussir son marketing en tant que formateur LinkedIn : Les avantages de publier régulièrement, d'utiliser des hashtags pertinents et d'expérimenter avant tout le monde.

Selena Rezvani est une conférencière sur le leadership des femmes et consultante de renommée internationale spécialisée dans le développement du leadership, la culture d'entreprise et l'égalité des genres. Elle est formatrice LinkedIn depuis 2019. Ses cours "Complete Confidence in Minutes" et "Mastering Self-Motivation" sont parmi les plus populaires sur LinkedIn Learning. Nous avons interrogé Selena sur ses activités marketing pour promouvoir ses cours.

Quel problème avez-vous rencontré en tant que formatrice et comment l'avez-vous résolu ?

- **N'imaginez pas que vous devez faire cavalier seul !** Un de mes plus grands obstacles est probablement partagé par de nombreux formateurs. Pour moi, il était primordial de publier très régulièrement sur LinkedIn et d'interagir avec d'autres membres, mais je n'avais pas le temps de le faire aussi souvent que je le souhaitais. Ce n'est que lorsque j'ai fait appel à une partenaire de réflexion, Eva Janotta, pour m'assister, que j'ai pu améliorer l'organisation de mes posts, en élaborant à l'avance mes posts non éphémères et en ayant recours à des outils tiers pour publier automatiquement ces posts. Ceci m'a permis d'interagir de façon spontanée avec les apprenants et les abonnés.
- **Faire appel à une aide extérieure, c'est un peu comme avoir un entraîneur personnel.** Cela vous donne un sentiment de responsabilité, vous aide à agir de manière cohérente, et mieux encore, cela produit des résultats. Il suffit parfois d'un coup de main, et j'aurais aimé avoir bénéficié de cette aide plus tôt.
- **Publiez davantage et régulièrement !** Je suis passée d'une publication par mois à 4 à 6 par semaine. Je partage mes cours LinkedIn Learning et mes séries de vidéos live, ainsi que des ressources créées par d'autres spécialistes de mon domaine que je souhaite faire connaître. Le nombre de mes abonnés a augmenté de plus de 250% depuis que j'ai commencé à publier régulièrement. Les vues mensuelles de mon profil ont également augmenté de plus de 500%.

Vous avez gagné beaucoup d'abonnés cette année. Quelles activités ont contribué à cette augmentation ?

- L'élément le plus important a été de publier du contenu régulièrement et d'utiliser des hashtags pertinents pour étendre ma portée. Mon équipe et moi-même utilisons un outil appelé Meet Edgar, qui nous permet de classer, d'organiser et de planifier mes posts sur LinkedIn, mais je ne pense pas que des contenus pré-publiés soit suffisant. Il est important de varier mes interactions, en commentant les posts d'autres personnes et en répondant aux commentaires de ma communauté sur mes posts.
- Je m'efforce également d'être parmi les premières à utiliser les nombreux outils LinkedIn. Je constate que la communauté LinkedIn aime vraiment interagir avec les nouvelles offres de LinkedIn (Stories, LinkedIn Live et newsletters) et qu'elle aime les contenus originaux. Publier de nouveaux contenus régulièrement à l'aide de LinkedIn Live et des newsletters LinkedIn a attiré nombre de nouveaux abonnés et a généré des interactions.
- Je veille à mentionner les auteurs, les experts et les collègues lorsque je partage des contenus qu'ils ont écrit ou dans lequel ils apparaissent. Cela permet d'entretenir mes relations avec eux et de leur faire savoir que j'apprécie leur travail et que j'y attache de l'importance.

Comment mesurez-vous votre réussite ? Fixez-vous des objectifs trimestriels/mensuels ? Quels sont-ils ?

- Pour moi, la réussite signifie être reconnue comme Top Voice LinkedIn. C'est mon objectif !
- C'est pourquoi mon équipe et moi-même examinons chaque mois des indicateurs tels que la popularité des posts, les posts les plus commentés, les taux d'abonnement aux newsletters et les clics sur celles-ci. Nous essayons constamment de déterminer quel contenu, et même quel objet d'e-mail, trouve le plus d'écho auprès de l'audience.

- Nous organisons également des audits trimestriels qui nous permettent d'examiner plus attentivement nos indicateurs en tant qu'équipe, de réfléchir à ce qui a été bien accueilli et aux aspects qui pourraient être améliorés. Au cours de ces audits, nous analysons également l'actualité afin de vérifier que les contenus que nous fournissons sont pertinents et d'affiner les sujets que nous traitons si nécessaire.

Utilisez-vous LinkedIn Live ? Avez-vous obtenu de bons résultats ?

- J'ai organisé plus de 40 émissions LinkedIn Live au cours de l'année passée et je trouve que c'est extrêmement utile pour communiquer avec les abonnés, actuels ou nouveaux. Pour moi, ceci a largement contribué à accroître le nombre d'abonnés et à encourager les apprenants de mes cours à s'impliquer.
- Selon moi, l'une des raisons du succès du live est son branding unique. J'ai baptisé mon émission "Women + Work Culture". Elle a pour objectif d'aider les femmes à évoluer dans le monde du travail, de promouvoir la justice sociale et de faire changer la culture d'entreprise. J'ai engagé un graphiste pour développer une vidéo d'introduction et une vidéo de clôture. J'adore aussi utiliser les outils live qui me permettent de mettre en avant les questions et les commentaires des spectateurs afin que tout le monde puisse y répondre.
- Je vous recommande de nommer votre émission de façon à vous "approprier" le hashtag associé. Pour moi, il s'agit de #WomenAndWorkCulture. Les personnes qui regardent une émission peuvent ainsi consulter rapidement les autres émissions que j'ai réalisées.
- J'essaie autant que possible de proposer des émissions live le jeudi à 13 heures pour que ma communauté puisse participer !

Créez-vous des newsletters ? Avez-vous obtenu de bons résultats ?

- J'adore l'outil Newsletter de LinkedIn ! J'ai lancé une newsletter hebdomadaire intitulée "Quick Confidence" en janvier 2021. Celle-ci a attiré plus de 10 000 abonnés au cours des huit premières semaines. J'ai tiré une grande satisfaction à écrire sur un sujet que j'aime enseigner, mais surtout, l'audience s'est montrée immédiatement réactive, elle a beaucoup participé en engageant un dialogue constructif. En ce qui me concerne, j'ai dû faire preuve d'authenticité en évoquant mes efforts pour gagner en assurance, notamment mes apprentissages, mes échecs et mes faux pas !
- Pour ce qui est de la forme, je préfère de loin les newsletters concises. J'ai donc essayé de faire en sorte que celles-ci soient organisées, faciles à assimiler et surtout, qu'elles offrent des conseils pratiques. Il est préférable de les publier toujours le même jour (voire à la même heure), afin de créer une routine chez les lecteurs.
- Enfin, pensez à consigner vos témoignages ! Beaucoup de personnes ont des anecdotes extraordinaires sur leur vie quotidienne, mais elles ne les notent pas forcément quelque part. Ceci facilite la rédaction d'une newsletter. Vous pouvez ajouter un tag à vos stories pour les retrouver facilement plus tard, par exemple avec les termes "prise de risques" ou "motivation" ou encore "réparer une erreur".

Quelles autres activités avez-vous trouvées efficaces pour amener les apprenants à suivre vos cours ?

- Je prononce environ 60 discours par an et j'en profite à chaque fois pour faire la promotion de mes cours ! J'en fais également la promotion sur mon site web, sur Twitter et sur LinkedIn.
- J'utilise l'outil "Sélection" sur mon profil pour mettre en avant des cours. Je trouve que le fait de consacrer une page entière de mon site web personnel à la promotion de mes cours LinkedIn Learning favorise la participation des apprenants. Je publie également des informations sur mes cours chaque semaine sur LinkedIn, en expliquant aux membres ce qu'ils peuvent en tirer !

Quelle est votre approche pour que vos cours soient efficaces ?

- Mes productrices Kelly Ruda et Starshine Roshell ont été des partenaires formidables. J'essaie de raconter des histoires tirées de mes faux pas, de mes victoires et de mes révélations, et je commence souvent mes vidéos par ça. Tout de suite après avoir exposé un problème concret ou une opportunité, je présente des conseils pratiques que les apprenants peuvent mettre en œuvre immédiatement.
- J'adore ajouter un message d'encouragement à la fin de mes vidéos pour rassurer les personnes qui m'écoutent en leur disant qu'elles peuvent y arriver. Je crois beaucoup à la volonté de progresser. Tout le monde peut devenir un meilleur leader plein d'assurance, sans avoir toutes les clés dès le départ.

Souhaitez-vous ajouter autre chose ?

- LinkedIn n'est pas un réseau social parmi d'autres, c'est LE réseau social à mes yeux. C'est un véritable forum d'apprentissage, où les membres peuvent avoir accès à des informations en temps réel sur des carrières et sur le marché du travail, et où chacun peut exprimer des opinions divergentes tout en restant courtois. Je prédis que les utilisateurs continueront à compter sur LinkedIn pour trouver des réponses à leurs questions d'ordre professionnel.

