HIND ESSERHANI

MODULE 5 · PROFIL LINKEDIN

Le profil LinkedIn qui attire

Réglages, modèles de titres et de résumés, messages pour développer son réseau et plan de visibilité en 4 semaines.

FORMATION GRATUITE

Hind Esserhani
Consultante RH

hindesserhani.netlify.app
Instagram @bestbrain2b

AU PROGRAMME

Sommaire

01 Pourquoi votre profil LinkedIn compte

02 Les fondations : photo, bannière, URL, réglages

03 Le titre

04 La section « Infos »

05 Expériences et formation

06 Compétences, recommandations et section « Sélection »

07 Développer un réseau utile

08 Être visible : commenter et publier

09 Cas particuliers : étudiant, recherche discrète, reconversion

10 La checklist et le plan en 4 semaines

CHAPITRE 1

01 Pourquoi votre profil LinkedIn compte

LinkedIn n'est pas un CV en ligne qu'on remplit une fois : c'est un outil que les recruteurs utilisent chaque jour.

Un moteur de recherche

Les recruteurs y cherchent des profils avec des mots-clés : intitulé de poste, compétence, ville.

Une vitrine

Avant un entretien, le recruteur consulte presque toujours votre profil.

Un réseau

Il ouvre l'accès au marché caché : les postes pourvus par recommandation ou approche directe.

Un atout durable

Un profil soigné vous apporte des opportunités, même quand vous ne cherchez pas.

Ce que regarde un recruteur, dans l'ordre

1. La **photo** et le **titre**, dans les résultats de recherche.
2. La **bannière** et les premières lignes de la section **Infos**.
3. Le **poste actuel** et les dernières expériences.
4. Les **compétences**, les **recommandations** et l'**activité** récente.

ASTUCE DE RECRUTEUSE

Votre profil LinkedIn et votre CV doivent raconter la même histoire : mêmes intitulés, mêmes dates. Le recruteur compare toujours les deux.

CHAPITRE 2

02 Les fondations : photo, bannière, URL, réglages

Cinq réglages, moins de 30 minutes, et votre profil change déjà d'allure.

Élément	À faire	À éviter
Photo	Visage bien cadré, regard vers l'objectif, sourire, fond neutre, lumière de face, tenue de votre métier	Photo de groupe recadrée, lunettes de soleil, selfie, photo floue ou ancienne
Bannière	Image liée à votre métier, ou votre spécialité et une phrase (Canva, 1584 × 396 px)	Le fond gris par défaut, une image sans rapport
URL	linkedin.com/in/prenom-nom, via « Modifier le profil public et l'URL »	L'URL par défaut avec une suite de chiffres
Coordonnées	E-mail professionnel, ville, secteur	Adresse fantaisiste, ville absente
Open to work	Postes visés, lieux, type de contrat ; visible par tous ou par les recruteurs seulement	Des intitulés vagues ou trop nombreux

Vous êtes en poste ?

Avant de retravailler votre profil, désactivez le **partage des modifications du profil** avec votre réseau dans les paramètres de visibilité. Et pour « Open to work », choisissez la visibilité **recruteurs uniquement**.

CHAPITRE 3

03 Le titre

La ligne la plus lue de votre profil : elle apparaît dans les recherches, sous vos commentaires et dans vos invitations.

La formule

Métier + **spécialité ou secteur** + **preuve ou objectif** + **2 ou 3 compétences clés**, séparés par « | ». Jusqu'à 220 caractères.

Banque de titres par profil

Profil	Exemple de titre
Étudiant en recherche de stage	Étudiant ingénieur en génie industriel | Recherche stage PFE à partir de février 2027 | Lean, Excel, gestion de production
Jeune diplômée	Diplômée en marketing digital | Social media, création de contenu, Meta Ads | Disponible – Casablanca
Salariée en poste	Chargée de recrutement IT | 4 ans en cabinet | Sourcing, approche directe, entretiens techniques
Technicien	Technicien de maintenance industrielle | Électricité et automatismes | Habilitation électrique – Tanger
Comptable	Comptable | 3 ans en cabinet | Fiscalité, clôtures, Sage | À l'écoute d'opportunités
Indépendant	Comptable indépendant pour TPE | Fiscalité, paie, déclarations | Casablanca et à distance
Reconversion	Développeuse web junior | JavaScript, React | Ex-gestionnaire de stock, 5 ans en logistique
Manager	Responsable commercial B2B | Équipe de 8 commerciaux | Distribution médicale, développement grands comptes

ASTUCE DE RECRUTEUSE

Utilisez les intitulés que les recruteurs recherchent vraiment. Un titre original mais sans mots-clés (« magicien des chiffres ») ne vous fera pas apparaître dans les recherches.

CHAPITRE 4

04 La section « Infos »

Votre résumé. Seules les premières lignes sont visibles avant le « voir plus » : elles doivent accrocher.

La structure en 3 paragraphes

1. **Qui vous êtes et ce que vous savez faire** : votre métier, votre spécialité, pour qui vous travaillez.
2. **Vos réalisations et ce qui vous distingue** : 2 ou 3 résultats concrets, chiffrés si possible.
3. **Ce que vous recherchez et comment vous contacter** : votre objectif et votre e-mail.

Exemple complet

Section « Infos » — chargée de recrutement

J'aide les PME industrielles à recruter leurs techniciens et ingénieurs. Depuis quatre ans en cabinet, je gère des recrutements de bout en bout : définition du besoin, sourcing, entretiens et intégration.

J'ai accompagné plus de 120 recrutements, avec 90 % de réussite à la fin de la période d'essai. J'ai aussi mis en place une grille d'entretien structuré, adoptée par toute l'équipe du cabinet.

Je souhaite aujourd'hui rejoindre une entreprise industrielle en tant que chargée de recrutement interne. Écrivez-moi pour échanger : salma.benali@email.com

Les règles

- À la **première personne**, simplement, comme si vous vous présentiez.
- Des paragraphes **courts**, faciles à lire sur téléphone.
- Vos **mots-clés** intégrés naturellement.
- Un **appel à l'action** final avec votre e-mail.
- Pas de liste de qualités sans preuve (« dynamique, rigoureux, motivé »).

CHAPITRE 5

05 Expériences et formation

Le titre attire, les expériences convainquent.

Pour chaque expérience

- [ ] Un intitulé de poste **clair et courant**, l'entreprise, les dates, le lieu.
- [ ] Une ligne de **contexte** : taille de l'entreprise, périmètre, équipe.
- [ ] **3 à 5 réalisations** : verbe d'action + ce que vous avez fait + résultat chiffré.
- [ ] Des **médias** si possible : présentation, article, photo d'un projet.
- [ ] Les **compétences** utilisées, reliées à l'expérience.

AVANT

Responsable des réseaux sociaux.

APRÈS

Communication digitale d'une marque de cosmétiques (20 salariés). Animé Instagram et Facebook : communauté passée de 5 000 à 22 000 abonnés en 18 mois. Lancé une campagne avec des influenceuses locales : 1 200 commandes en un mois.

Formation, stages et engagements

Indiquez vos diplômes avec la spécialité, et pour les étudiants, les projets et matières utiles au poste. Ajoutez vos **stages** comme des expériences à part entière, et vos **engagements associatifs** dans la section « Bénévolat » : ils montrent des compétences réelles.

ASTUCE DE RECRUTEUSE

Mêmes intitulés, mêmes dates que sur votre CV. Une incohérence entre les deux est un signal d'alerte pour le recruteur.

CHAPITRE 6

06 Compétences, recommandations et section « Sélection »

Ce que vous savez faire, ce que les autres disent de vous, et la preuve par l'exemple.

Les compétences

- Ajoutez celles des **offres que vous visez**, en priorité les compétences techniques, outils et méthodes.
- Mettez vos **principales compétences** en haut de la section : ce sont celles vues en premier.
- Reliez chaque compétence aux **expériences** où vous l'avez utilisée.
- Ajoutez vos **certifications** dans la section dédiée, avec l'organisme et la date.

Les recommandations

Des témoignages de managers, collègues, clients ou professeurs. Visez **au moins 2 ou 3 recommandations récentes**.

Modèle de demande de recommandation

« Bonjour Karim, j'espère que tu vas bien. J'ai beaucoup apprécié travailler avec toi sur le projet de digitalisation des congés. Accepterais-tu de m'écrire une courte recommandation sur LinkedIn, en évoquant par exemple la formation que j'ai assurée auprès des équipes ? Je serais ravie d'en écrire une pour toi en retour. Merci d'avance ! »

La section « Sélection »

Juste sous votre résumé, épinglez **2 à 4 éléments** qui prouvent ce que vous savez faire : une publication, un article, un projet, un portfolio, une certification, votre CV en PDF.

CHAPITRE 7

07 Développer un réseau utile

Un réseau pertinent rend votre profil plus visible dans les recherches et vous ouvre le marché caché.

Cercle	Qui	Comment
1 — Les proches	Collègues, anciens camarades, professeurs, amis, famille	Importer ses contacts, chercher son école et ses anciennes entreprises
2 — Le secteur	Professionnels du métier, recruteurs spécialisés, managers des entreprises visées	Invitation avec note personnalisée
3 — L'inspiration	Experts et personnes influentes du domaine	Les suivre et commenter leurs publications

Modèle de note d'invitation

« Bonjour Madame Alaoui, j'ai lu avec intérêt votre publication sur le recrutement des profils industriels. Étudiante en GRH, ce sujet me passionne : je serais ravie de suivre vos publications. »

Modèle de demande d'échange (après connexion)

« Bonjour Monsieur Tazi, merci d'avoir accepté mon invitation. Votre parcours dans le contrôle de gestion m'inspire beaucoup. Accepteriez-vous de m'accorder 15 minutes, au téléphone ou en visio, pour me donner vos conseils sur ce métier ? Je m'adapte à vos disponibilités. »

À éviter

- Envoyer son CV dès l'acceptation d'une invitation.
- Les messages copiés-collés et les relances répétées.
- Demander directement un emploi à une personne que l'on ne connaît pas.
- Accepter toutes les invitations sans regarder les profils.

ASTUCE DE RECRUTEUSE

Les comptes gratuits disposent d'un nombre limité de notes d'invitation personnalisées par mois : réservez-les aux contacts qui comptent vraiment.

CHAPITRE 8

08 Être visible : commenter et publier

Pas besoin d'être expert ni de publier tous les jours. La régularité compte plus que la fréquence.

Commencer par commenter

AVANT

« Bravo ! »

« Très intéressant. »

APRÈS

« Merci pour ce partage. Dans mon stage, nous avons testé cette méthode sur le tri des CV : le délai de présélection est passé de 10 à 4 jours. Avez-vous constaté le même effet sur la qualité des candidats ? »

10 idées de publications

Idée	Exemple de première ligne
Ce que j'ai appris	« 6 mois de stage en audit : les 3 leçons que je n'avais pas apprises à l'école. »
Un projet et son résultat	« Notre équipe a réduit les délais de livraison de 30 %. Voici comment. »
Une certification	« Je viens d'obtenir ma certification Google Analytics. Ce qu'elle m'a vraiment appris : »
Une actualité du secteur	« La nouvelle réglementation sur… va changer notre métier. Mon analyse : »
Un conseil pratique	« Le réflexe Excel qui me fait gagner une heure par semaine : »
Une erreur et sa leçon	« Mon premier entretien en anglais a été un échec. Ce que j'ai changé : »
Un événement	« J'étais au forum emploi de mon école hier. Ce que les recruteurs nous ont dit : »
Un livre ou une formation	« Le livre qui a changé ma façon de gérer mon temps : »
Une question au réseau	« Comment préparez-vous vos entretiens annuels ? Je cherche de bonnes pratiques. »
Un remerciement	« Merci à mon tuteur de stage, qui m'a appris… »

La structure d'une publication

1. Une **première ligne** qui accroche (seules les premières lignes sont visibles).
2. Votre histoire ou votre conseil en **paragraphes courts**.
3. Une **question** à la fin pour inviter aux commentaires.
4. Une image ou un document si utile, et **2 ou 3 hashtags** pertinents.

À ne jamais publier

- Des informations confidentielles sur votre employeur ou vos clients.
- Des critiques de vos anciens collègues ou employeurs.
- Des sujets polémiques sans lien avec votre métier.

Mesurer

Suivez les **vues de votre profil**, les **apparitions dans les recherches** (si elles augmentent, vos mots-clés fonctionnent) et les **vues de vos publications**. Le meilleur indicateur reste le nombre de **messages et d'opportunités** reçus.

CHAPITRE 9

09 Cas particuliers : étudiant, recherche discrète, reconversion

Quelques ajustements selon votre situation.

Étudiant ou jeune diplômé

Titre : formation + type de stage ou de poste recherché + dates. Stages, projets et associations en expériences. Rejoindre le groupe des anciens de votre école.

Recherche discrète (en poste)

Partage des modifications désactivé, « Open to work » visible des recruteurs uniquement, titre centré sur votre expertise plutôt que sur la recherche.

Reconversion

Titre : le nouveau métier, et l'ancien en appui. Section Infos qui relie les deux parcours. Formations, projets et compétences transférables en avant.

Dirigeant ou indépendant

Titre : ce que vous apportez et à qui. Section Sélection avec vos réalisations clients. Publications régulières sur votre expertise.

CHAPITRE 10

10 La checklist et le plan en 4 semaines

Cochez chaque point, puis installez une routine simple.

- [ ] Photo professionnelle et bannière personnalisée.
- [ ] URL personnalisée (linkedin.com/in/prenom-nom).
- [ ] Ville, secteur et coordonnées à jour.
- [ ] Titre avec métier, spécialité et mots-clés.
- [ ] Section « Infos » en 3 paragraphes, avec appel à l'action.
- [ ] Expériences avec réalisations chiffrées, cohérentes avec le CV.
- [ ] Compétences alignées sur les offres visées, principales en haut.
- [ ] Au moins 2 recommandations récentes.
- [ ] Section « Sélection » avec 2 à 4 éléments.
- [ ] « Open to work » réglé selon votre situation.
- [ ] Réseau de plus de 100 contacts pertinents.
- [ ] Une activité régulière (commentaires, publications).

Semaine	Objectifs
Semaine 1 — Fondations	Photo, bannière, URL, coordonnées, « Open to work » ; titre et section Infos réécrits
Semaine 2 — Preuves	Expériences réécrites avec réalisations ; compétences triées ; 2 demandes de recommandation ; section Sélection
Semaine 3 — Réseau	20 invitations au premier cercle, 5 au secteur avec note ; 2 groupes rejoints ; entreprises ciblées suivies
Semaine 4 — Visibilité	3 sessions de commentaires ; première publication ; bilan des statistiques du profil

> *Un bon profil LinkedIn ne se contente pas de décrire votre parcours : il donne envie de vous contacter.*

HIND ESSERHANI

Envie d'aller plus loin ?

Ce contenu fait partie des **formations RH gratuites** de Hind Esserhani : CV, recherche d'emploi et de stage, entretien, recrutement, LinkedIn.

Retrouvez toutes les vidéos, carrousels et guides sur la page formations, et partagez-les avec ceux qui en ont besoin.

FORMATIONS GRATUITES
hindesserhani.netlify.app/formations/

INSTAGRAM
@bestbrain2b

FACEBOOK
BestBrain

YOUTUBE
Hind Esserhani — Formations RH