

CAMILLE LAUZIN

*Social media manager*

J'aide les acteurs de la **finance** et de la **tech** à transformer leur **expertise** en **visibilité** et en **clients** sur LinkedIn.

# À propos de moi

Freelance depuis 5 ans, avec une expérience de **12 ans en communication** au total, je me suis spécialisée dans le **community management** dans le **secteur financier**.

Quand j'ai commencé à travailler chez **Finance Innovation** dans la communication et les réseaux sociaux, je ne savais pas trop dans quoi je mettais les pieds : en général, **on associe rarement ces métiers avec la finance**.

Pourtant, j'y ai découvert **de nombreux acteurs aux vocations variées**, qui travaillaient sur des **projets passionnants** : technologies d'avant-garde, thématiques sociétales, outils innovants pour gérer les finances...

C'est ce qui m'a donné envie de **prolonger l'expérience côté entreprise** lorsque je me suis lancée à mon compte.

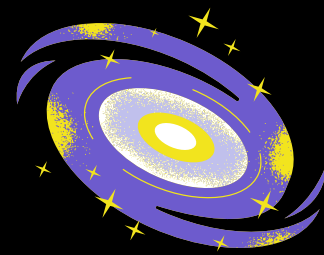


# Qu'en est votre communication ?



**Vous développez une offre solide...**

mais vous peinez à faire exister votre marque dans un écosystème dense et concurrentiel ?



**Votre expertise est réelle...**

mais difficile à valoriser auprès de vos cibles, notamment en raison de la complexité de vos sujets ou de contraintes réglementaires ?



**LinkedIn vous semble avoir du potentiel...**

mais reste avant tout envisagé comme un simple relai d'articles ou de communiqués ?

**Et surtout, malgré l'envie de bien faire, vous manquez de temps et de recul pour en faire un canal stratégique ?**

*Le community management sur LinkedIn,  
un atout à ne pas sous-estimer!*

**62%**

62% des marketeurs BtoB estiment qu'utiliser LinkedIn leur rapporte des leads.

Source : Sprout Social, avril 2025

**2x**

Une entreprise active sur LinkedIn avec une stratégie de contenu régulière peut générer 2x plus de leads qualifiés que celles qui ne communiquent pas.

Source : Hubspot, 2023

# *Une approche basée sur le thought leadership :*

*“Le thought leadership est une méthode de communication orientée B2B qui permet d’aller au-delà de la traditionnelle communication institutionnelle ou publicitaire. Il s’agit de se positionner en tant que leader de son marché mais aussi et surtout comme “influenceur” au sens corporate du terme.”*

*Harvard Business Review France, 2023*

**D’après l’étude B2B Thought Leadership Impact Report menée par Edelman et LinkedIn en 2024 :**

## **9/10**

9 décideurs sur 10 affirment qu’ils sont plus réceptifs aux propositions sales/marketing d’une entreprise qui produit un contenu thought leadership de qualité régulièrement.

## **70%**

70% de cadres décisionnaires se sont demandé s’ils devaient continuer à travailler avec leur fournisseur actuel après avoir lu des contenus thought leadership d’un concurrent.

## **25%**

25% sont passés à l’acte et ont réduit leur relation avec leur fournisseur actuel après avoir lu des contenus de qualité écrits par des concurrents.

# 4 offres pour asseoir votre expertise sur le marché :

Essai

## *Comète*

Optimisez votre présence LinkedIn avec un audit stratégique express, des idées et un premier contenu.

Stratégie

## *Pulsar*

Définissez votre cap et éclairez votre trajectoire LinkedIn avec une stratégie éditoriale sur-mesure.

Animation

## *Nova*

Passez en orbite : consolidez votre crédibilité et votre position de référence dans votre secteur avec une animation qualitative.

En option

## *Galaxie*

Étendez votre champ d'action et complétez votre dispositif avec des options ciblées pour amplifier votre visibilité et explorer de nouveaux formats.

**Essai**

# Comète

## Call préliminaire :

Pour mieux cerner vos enjeux, cibles et objectifs

## Analyse de votre présence actuelle sur LinkedIn :

Pour mieux aligner votre page et celle de votre porte-parole avec vos objectifs

## Document stratégique :

- Audit de votre présence en ligne
- 2 axes éditoriaux forts à développer
- 10 idées de posts

## 1 post rédigé sur-mesure :

- Selon la stratégie et les priorités définies
- Prêt à être publié

## Call de restitution :

Pour affiner et valider le livrable et préparer le passage à l'action

**Prix : 490 € HT**



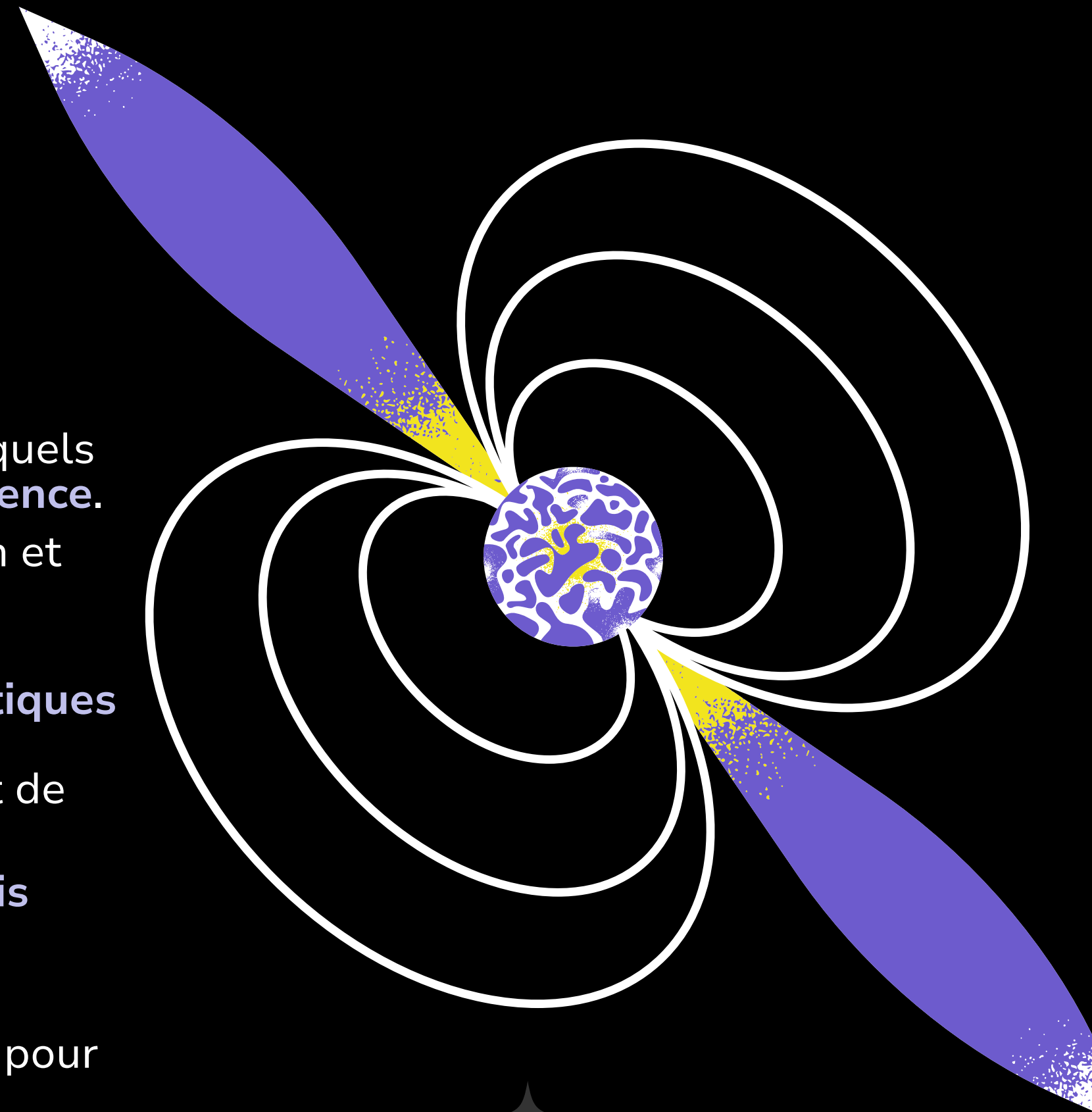
# Stratégie

## Pulsar

En quoi ça consiste ?

- **Échanges approfondis (1 heure)** en visio pour définir quels sont vos **objectifs**, votre **positionnement** et votre **audience**.
- **Audit de votre page LinkedIn**, de votre communication et **benchmark sectoriel** pour savoir où vous en êtes et **comment vous situer** dans votre écosystème.
- **Établissement d'une ligne éditoriale** avec des **thématiques piliers**, le **ton** à utiliser, les **formats**, le **rythme** de publication... avec suggestions de **modèles** de posts et de **templates**.
- **Élaboration d'un plan d'action** sur les **3 prochains mois** avec un **calendrier éditorial**.
- **Call de présentation** du livrable.
- **Calls de débrief mensuels (1h)** les trois mois suivants pour suivre l'évolution de la mise en place.

**Prix : 1590 € HT**

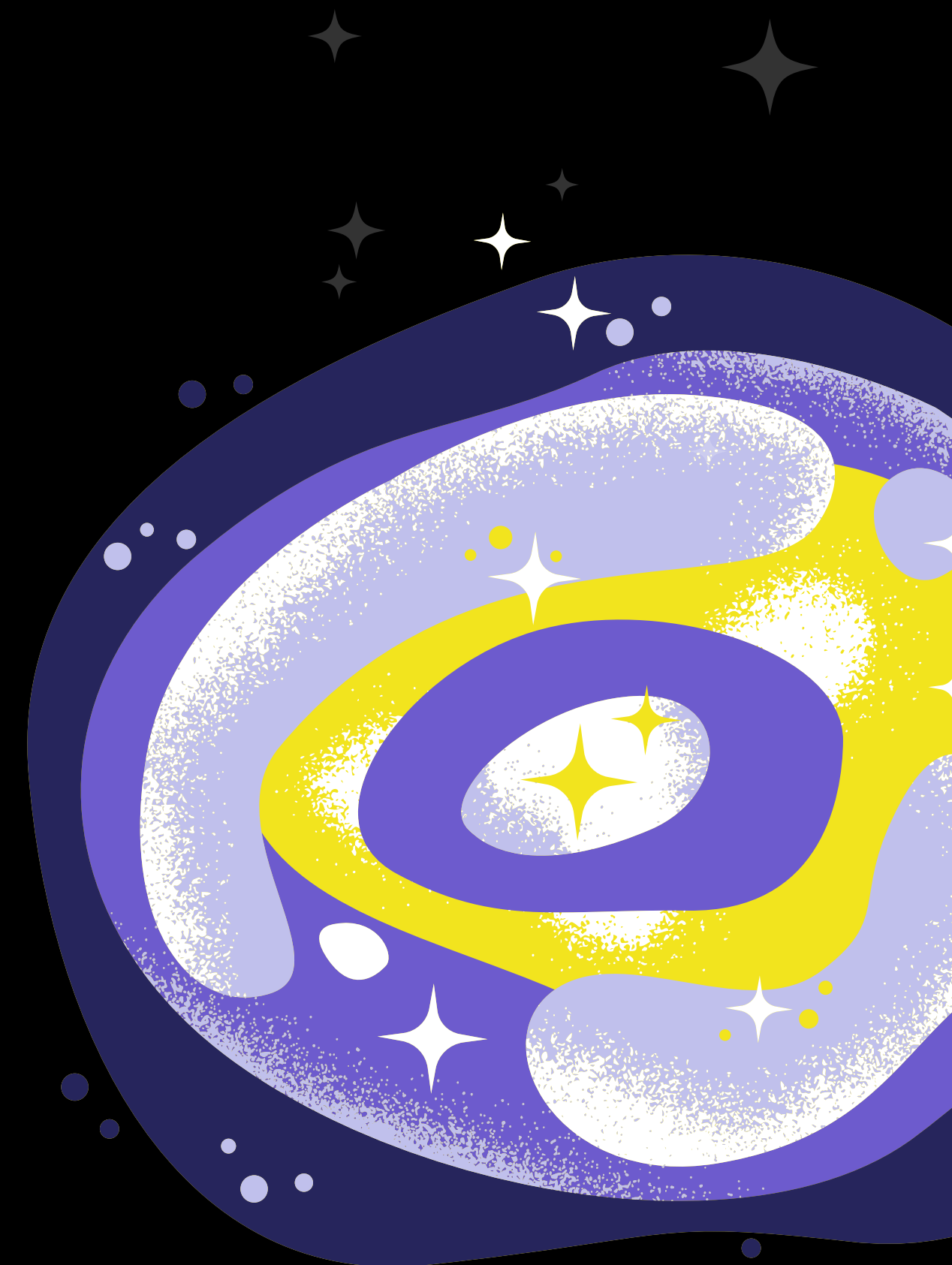


# Community management

## Nova

- **1 calendrier éditorial mensuel**  
pour une vue globale de vos prochaines publications.
- **2 posts par semaine**  
le bon équilibre pour une présence consistante sur LinkedIn, dont :
  - jusqu'à 4 posts experts selon veille sur le secteur (analyse, opinion, storytelling métier) pour crédibiliser votre positionnement et votre expertise
  - jusqu'à 6 posts classiques (événements, actualités, reprise de contenus existants...) pour communiquer sur vos actualités au jour le jour
- **Création visuelle incluse :**  
template pour carrousels, création et sous-titrage vidéo...
- **Modération et routine d'engagement :**  
suivi hebdomadaire des interactions et profils cibles, en capitalisant sur les opportunités de visibilité générées par votre réseau
- **Reporting mensuel détaillé :**  
livrable écrit, débrief en visio, et plan d'action selon ces résultats

**Prix : 1090 € HT/mois**



★ **En option 1/2**

# *Galaxie*

Un post supplémentaire par semaine :

1 post expert + 3 posts classiques pour renforcer votre crédibilité et votre présence.

**Prix : +350 € HT**

Modération et routine d'engagement approfondies : suivi de 15 à 30 profils avec lesquels la marque s'engage 5 fois chaque semaine.

**Prix : 400 € HT**

Gestion LinkedIn ads : pour booster votre visibilité. Ciblage, paramétrage, création de post sponsorisé

★ **Prix : 300 € HT (+ 150 € HT par ad supplémentaire)**



★ **En option 2/2**

# *Galaxie*

Organisation d'un webinar : pour partager votre expertise avec votre public.  
Conseils format, création de la page d'inscription, contact intervenants, posts d'annonce + post-bilan

**Prix : 750 € HT**

Conception et rédaction de newsletter LinkedIn, pour fidéliser votre audience et lui offrir un rendez-vous régulier tout en proposant des angles approfondis.

**Prix : 450 € (conception du format) puis 180 € HT/  
newsletter**



# Comment ça se passe ?

Signature du devis

Acompte

Call de lancement

1er livrable

Validation / ajustements

Animation

Call de débrief

Paiement

Essai

Comète



Stratégie

Pulsar



Animation

Nova





# Étude de cas

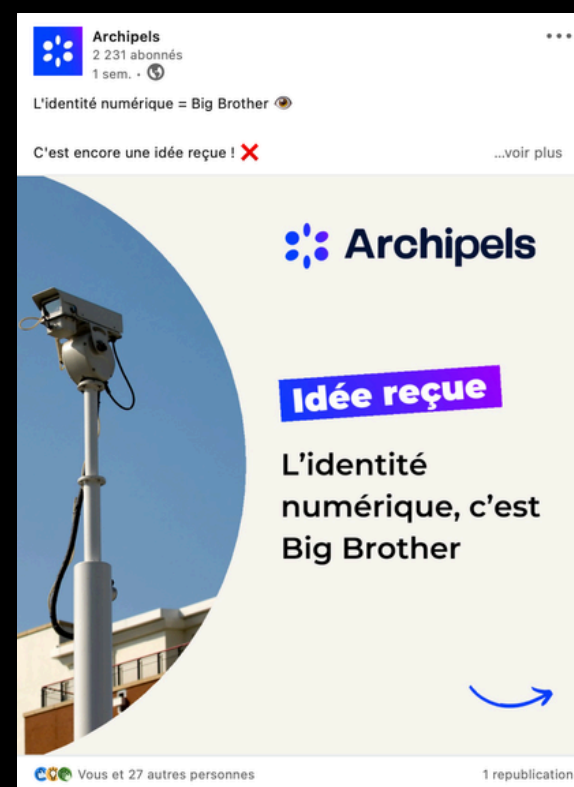
## Animation LinkedIn

Archipels était une solution de certification et d'identité numérique sur la **blockchain**, créée par un consortium de la Caisse des Dépôts, Engie, EDF, La Poste et IN Groupe.

Entre mars 2021 et mai 2024, j'ai animé les comptes LinkedIn et Twitter et élaboré les contenus à publier, en collaboration avec les équipes marketing de l'entreprise qui fixe la direction générale à adopter : d'abord positionnée web3 puis plus BtoB, orientée vers l'identité numérique à destination des professionnels.

### Résultats

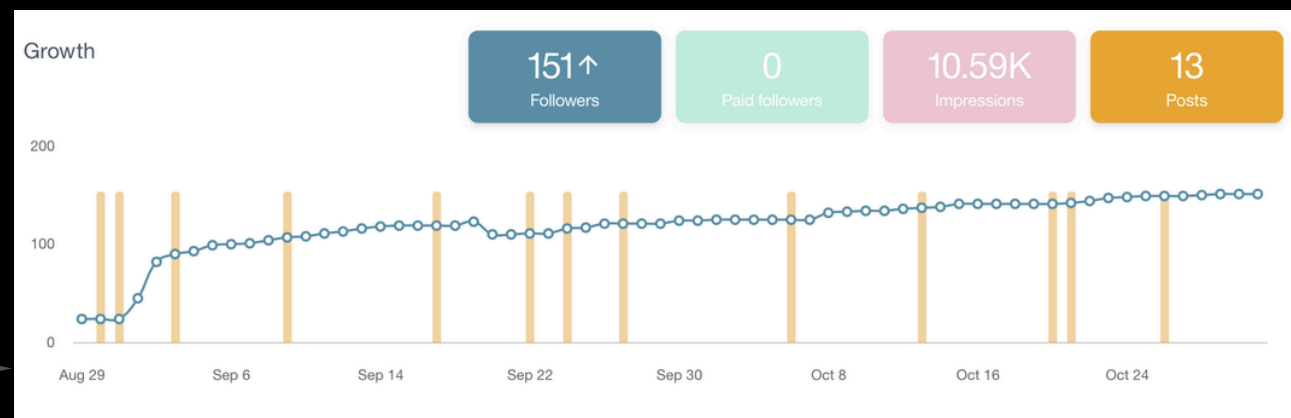
- À mon départ, le compte LinkedIn d'Archipels rassemblait plus de **2500 followers**.
- 760 s'étaient abonnés à la **newsletter LinkedIn**.
- Il a permis notamment à l'entreprise d'acquérir de **nouveaux leads en rapport avec leurs thématiques phares**.



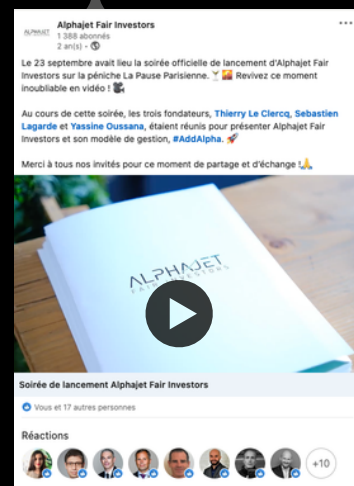


# Étude de cas

## Stratégie social media management BtoB (Linkedin)



Alphajet Fair Investors est un fonds d'investissement lancé en septembre 2021. Sa spécificité repose notamment sur son processus AddAlpha, qui constitue approche cartésienne et transparente de la gestion.



Pour le lancement, nous avons mis l'accent sur l'événement de lancement ainsi que des premiers contenus de présentation sur LinkedIn (article de presse, classement, vidéos). Les fondateurs ont également invité leurs contacts à s'abonner.

### Résultats

- La page LinkedIn d'Alphajet Fair investors, qui reste une petite structure de 3 personnes, compte plus de 2.000 followers.
- En janvier 2024, une analyse de Thierry Leclerc sur un des posts Alphajet a été reprise dans les Échos.

# GOLIATHS

# Étude de cas

## Éducation financière sur Instagram (Goliaths)



Goliaths est un jeune acteur de l'investissement qui a développé une appli de social trading. Son public cible étant peu familier tout en étant avide d'en apprendre plus sur les thématiques financières, le compte Instagram de la startup publie chaque semaine des contenus éducatifs et d'actualité sur ces sujets.

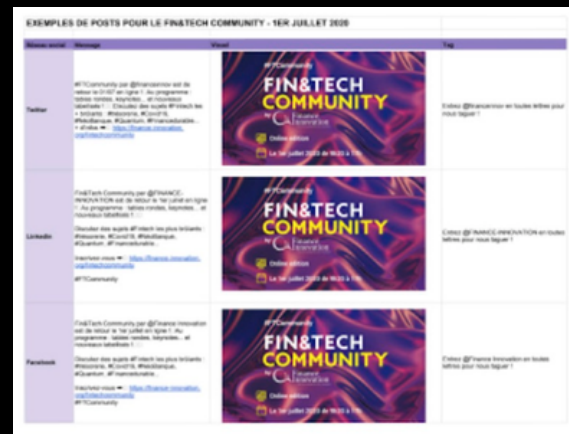
Je mets en place le calendrier éditorial en collaboration avec une CM orientée graphisme et rédige pour Goliaths des posts sur ces sujets depuis le lancement du compte en avril 2022.

### Résultats

- 11K followers sur Instagram.
- Veille sur l'actualité du secteur financier
- + 3 ans de publications continues
- Respect de la réglementation : pas d'incitations directes à investir, pas de comparaison entre jeu et l'investissement, disclaimers...

# Étude de cas

## Événementiel (Finance Innovation)



Finance Innovation organise de nombreux rendez-vous : webinars, conférences de 50 personnes environ, grands événements de 500 à 1000 personnes.

Linkedin (et Twitter par le passé) constitue une plaque tournante de la promotion de ces événements, qui s'appuie sur le réseau du pôle de **compétitivité**, comportant notamment plusieurs centaines de membres et des partenaires institutionnels issus de la Place de Paris. Chaque événement est promu en exploitant **plusieurs angles** : inscription, tables rondes, programme, partenaires, lieu, invités, jeux-concours... et en préparant des **kits de communication** que diffusent les invités et partenaires.

### Résultats

- Des événements régulièrement en Trending Topic sur Twitter
- 10K abonnés LinkedIn, 15K sur Twitter, 6% engagement



ASSOCIATION  
FRANÇAISE DES  
TIERCES  
PARTIES  
MARKETING

# Étude de cas

## Animation de workshops (AFTPM)

L'AFTPM est l'association des Tierces Parties Marketing française, chargés du développement commercial des sociétés de gestion d'actifs et de la promotion du métier de TPM. Régulièrement, l'association organise des **webinars** à destination de ses membres. Ceux-ci ont exprimé le désir d'en savoir plus sur **LinkedIn**, qu'ils maîtrisaient mal alors qu'il pouvait être utile à leur activité. Avec les dirigeants de l'association, nous avons sondé leurs attentes et sommes partis sur **deux sessions générales** pour aider les adhérents à bénéficier d'un **aperçu général** du réseau. et de ses pratiques

CAMILLE LAUZIN

AFTPM ASSOCIATION FRANÇAISE DES TIERCES PARTIES MARKETING

### 5. Tirer parti de l'algorithme

- Publiez régulièrement : entre 2 et 5 fois par semaine serait optimal.
- Concernant les plages horaires : plutôt en semaine, le matin. Mais il n'y a pas de moment idéal pour publier (les meilleurs moments théoriquement mis en avant par les études sont devenus saturés).
- Les hashtags ne sont plus utiles en 2025.
- Ne mentionnez des personnes que si vous les pensez susceptibles de rebondir.

Selon les conseils de Richard Van Der Blom, spécialiste de l'algorithme LinkedIn :

- Restez dans votre champ de spécialisation, pour que l'algorithme vous repère comme expert.
- Commentez des posts de spécialistes de votre secteur, en particulier avant et après avoir posté.
- Répondez systématiquement au commentaire et engagez des conversations à partir de vos posts.

[Plus de détails sur cet article](#)

### Résultats

- **Deux workshops d'une heure** : un dédié au **profil** et à la mise en place d'une **stratégie éditoriale**, un dédié à la **publication** et à la **prospection**.
- **Taux de satisfaction élevé**, avec notamment des refontes de profil suite au workshop.

# Témoignages



En tant que **responsable com' & réseaux sociaux** du Pôle de compétitivité **Finance Innovation** pendant plusieurs années, Camille a été **une véritable préceuseure dans l'univers fintech**. Elle a su **porter haut la voix** du pôle et de ses membres avec brio. Une réussite exemplaire !

**Joëlle Durieux**

Présidente

**Lead Tech Club101**

(ex-DG Finance Innovation)



“Camille s’est distinguée par sa **connaissance de l’écosystème web3** et sa capacité à rester en **veille constante** sur les articles et les tendances du secteur.

Elle a su **faire évoluer ses recommandations** et son contenu face aux changements d’interlocuteurs et à l’évolution de nos stratégies de communication.”

**Gatien de Béjarry**

CMO

(ex-Archipels)



“Camille nous accompagne avec **un très grand professionnalisme** depuis le premier jour.

Camille maîtrise parfaitement **les rouages des réseaux sociaux dédiés aux professionnels** pour améliorer la visibilité de nos publications. Camille est **ultra-réactive** et elle ne manque jamais d’idée pour **bonifier nos contenus**.”

**Thierry Leclercq**

Président - fondateur

**Alphajet Fair Investors**

***Merci !***



**07.80.97.50.87**



**contact@camillelauzin.com**



**www.camillelauzin.com**