

Page perso ou page entreprise : faut-il choisir ?

Lorsqu'on commence à communiquer sur LinkedIn, une question revient souvent :

“Dois-je publier sur la page entreprise ou sur mon profil personnel ?”

La réponse est simple : **les deux sont utiles, mais pas pour les mêmes raisons.**

La différence fondamentale

La page entreprise : c'est la vitrine officielle

Elle sert à :

- Présenter le **cabinet** : services, équipe, spécialités, actualité
- Partager des contenus plus “institutionnels”
- Renforcer la **crédibilité** de la structure
- Créer une **cohérence de marque** quand plusieurs personnes publient

Mais elle reste une page froide, impersonnelle... sauf si vous l'animez avec constance.

Le profil personnel : c'est la voix du professionnel

Il permet de :

- Partager votre **vision** du métier
- Créer une **relation humaine** avec votre audience
- Être plus libre dans vos formats (posts narratifs, anecdotes, points de vue)
- Engager la conversation directement avec vos prospects ou vos pairs

C'est sur votre profil perso que l'on vous découvre. Que l'on vous lit. Que l'on vous suit.

Une stratégie efficace combine les deux

Votre **page entreprise** est un **point d'ancrage professionnel** :

- Elle rassure, donne du cadre.
- Elle centralise les informations sur votre cabinet.
- Elle est indispensable si vous avez plusieurs collaborateurs ou une marque à développer.

Mais c'est **votre page personnelle** qui fait **vivre la relation**, qui **humanise** votre cabinet, qui **crée l'engagement**.

Ce que disent les chiffres

Les publications postées depuis un **profil personnel** génèrent en moyenne **6 à 8 fois plus d'interactions** que celles postées par une page entreprise.

Pourquoi ? Parce qu'on préfère interagir avec une personne qu'avec un logo.

Et ce sont ces posts personnels qui amènent naturellement **du trafic qualifié** vers votre page entreprise.

L'expert-comptable : un visage, une voix

Vous êtes dirigeant de cabinet ? Associé·e ? Collaborateur·trice en lien avec les clients ?

Vous êtes le meilleur ambassadeur de votre entreprise.

C'est en parlant de :

- votre vision du métier,
- de vos clients,
- de vos déclics,
- de vos valeurs,

... que vous ferez la différence. Car vous incarnez ce que le cabinet promet.

Quelques idées pour bien utiliser les deux :

Profil personnel	Page entreprise
Mon point de vue sur un sujet d'actu	Les chiffres-clés ou réalisations du cabinet
Une anecdote client marquante	Un nouveau service ou recrutement
Une astuce que je donne souvent à mes clients	Un événement ou une prise de parole
Ce qui m'anime dans mon métier	Les valeurs du cabinet (présentées en équipe)

En résumé

Votre profil personnel crée le lien.

Votre page entreprise pose le cadre.

Les deux sont complémentaires. Mais si vous devez commencer quelque part : commencez **par vous présenter.**

Parce que sur LinkedIn, **ce n'est pas votre cabinet qu'on suit d'abord...**

c'est vous.