



Plan Stratégie de Personal Branding

1. Autodiagnostic ou la Connaissance de Soi :

- **Qui suis-je ?**

Je prends le temps de réfléchir à qui je suis ; mes valeurs, passions, compétences et objectifs.

J'identifie ce qui me rend unique et ce que je souhaite communiquer aux autres.

2. Identité Visuelle :

- **Quels sont nos éléments visuels clés ?**

Afin de développer mon identité visuelle, j'aurais besoin de :

a. Choisir un nom professionnel, ou le mien si cela correspond à mes objectifs.

b. Créer un logo simple, mais représentatif de mon identité.

c. Choisir une charte graphique (palette de couleurs et polices) qui reflète ma personnalité et mon style.

3. Présence en ligne :

Une fois l'entité définie, sa présence en ligne doit être construite.

Pour ce faire, il faut :



- a. Créer des profils sur les réseaux sociaux pertinents pour le domaine choisi (LinkedIn, Twitter, Instagram, etc.).

.....

.....

.....

- b. Utiliser une photo de profil professionnelle et cohérente sur tous les comptes.

.....

.....

.....

- c. Rédiger des biographies concises et percutantes décrivant qui je suis et ce que je fais ou offre.

.....

.....

.....

4. Contenu et E-Réputation :

L'e-réputation correspond à l'image de la personne ou l'entité. Cette image se construit à travers le contenu proposé, les activités et les interactions sur les réseaux sociaux, les contributions en ligne et, bien sûr, les opinions exprimées au sujet de l'entité par les autres.

Pour une e-réputation correcte, il est préconisé de :

- a. **Construire une présence en ligne cohérente** : Créer des profils professionnels sur les réseaux sociaux pertinents et s'assurer que votre nom, votre photo de profil et votre biographie sont cohérents sur toutes les plateformes.

- Je choisis mon nom, les réseaux sociaux qui correspondent à ma marque et ma bio :

.....

.....

.....

.....

.....

- b. **Partager du contenu de valeur** : Publier régulièrement du contenu de qualité qui démontre votre expertise dans votre domaine. Cela peut inclure des articles de blog, des vidéos, des podcasts, etc.

- Le contenu qui représentera le mieux ma marque c'est :

.....

.....

.....

.....



c. **Interagir avec votre audience** : Répondre aux commentaires et aux messages de manière professionnelle et engageante. S'impliquer dans des discussions pertinentes et partager vos connaissances avec les autres.

- Les types de sujets que je peux aborder avec mon audience sont :

d. **Être authentique** : Rester fidèle à soi-même et à ses valeurs. Éviter les comportements controversés ou inappropriés qui pourraient nuire à sa réputation en ligne.

- Quels sont les comportements et les prises de position qui peuvent nuire à mon image de marque ?

e. **Gérer les avis et les commentaires** : Surveiller ce qui se dit à votre sujet en ligne et répondre de manière appropriée aux avis et commentaires, qu'ils soient positifs ou négatifs.

- Quelle est ma stratégie pour faire face aux avis négatifs ?

f. **Développer votre réseau** : Établir des relations professionnelles avec d'autres experts de votre domaine et collaborer avec eux lorsque cela est pertinent.

- Quelles sont les personnalités clés de mon domaine avec qui j'aimerais collaborer un jour ?



- g. **Faire preuve de professionnalisme** : S'assurer que tout ce que vous partagez en ligne est professionnel et aligné avec votre image personnelle et vos objectifs de carrière.
 - Quelles sont les normes éthiques et professionnelles de mon domaine d'activité ?

.....

.....

.....

.....

5. Exécution :

Le contenu que vous partagez doit mettre en valeur votre expertise, votre personnalité et vos valeurs.

Voici quelques types de posts et les canaux sur lesquels vous devriez les partager pour développer votre marque :

- **Articles de blog** : Écrivez des articles approfondis sur des sujets liés à votre domaine d'expertise. Les blogs vous permettent de démontrer votre savoir-faire et votre expérience tout en éduquant votre audience.
 - Les titres de mes premiers articles sont :

.....

.....

.....

.....

- **Vidéos** : Créez des vidéos où vous partagez des conseils, des tutoriels, des réflexions ou des histoires personnelles. Les vidéos sont un moyen puissant de montrer votre personnalité et d'engager votre audience de manière plus authentique.
 - Les sujets que je peux aborder en vidéo sont :

.....

.....

.....

.....

- **Podcasts** : Animez un podcast où vous discutez de sujets pertinents à votre domaine. Les podcasts sont idéaux pour partager des conversations informelles, des entrevues avec des experts et des réflexions approfondies.



- Quel format conviendrait le mieux à mon contenu : conversations informelles, entrevues avec des experts, réflexions approfondies ou une combinaison de ces éléments ?

- Réseaux sociaux : Utilisez les plateformes sociales telles que LinkedIn, Twitter, Instagram et Facebook pour partager du contenu pertinent et interagir avec votre audience. Publiez régulièrement des mises à jour, des conseils, des citations inspirantes et des anecdotes personnelles. Il est important de noter qu'il n'est pas nécessaire d'être présent sur toutes les plateformes de réseaux sociaux, mais de choisir celles qui correspondent le mieux à votre marque et audience.

- Quelles plateformes sociales correspondent le mieux à ma marque et à mon public cible?

- Webinaires et conférences en ligne : Organisez des webinaires ou des conférences en ligne où vous partagez vos connaissances et votre expertise avec votre audience en direct. Cela vous permet d'interagir directement avec votre audience et de répondre à leurs questions en temps réel.

- Quel est mon objectif principal en organisant des webinaires ou des conférences en ligne?

- Livres électroniques et guides : Rédigez des livres électroniques ou des guides téléchargeables qui offrent une valeur ajoutée à votre audience. Ces ressources peuvent approfondir des sujets spécifiques et renforcer votre crédibilité en tant qu'expert dans votre domaine.

- Comment puis-je structurer mes livres électroniques ou guides pour offrir une valeur ajoutée claire et tangible ?



- Témoignages et recommandations : Partagez les témoignages et les recommandations de clients ou de collègues qui ont bénéficié de votre expertise. Cela renforce votre crédibilité et votre autorité dans votre domaine.
 - Comment puis-je obtenir et utiliser ces témoignages et recommandations de manière éthique et transparente ?

En ce qui concerne les canaux, cela dépend en grande partie de votre audience cible et de vos objectifs spécifiques. Cependant, voici quelques canaux couramment utilisés pour développer son personal branding :

- LinkedIn : Plateforme professionnelle idéale pour partager du contenu pertinent et interagir avec des professionnels de votre domaine.
- Twitter : Utile pour partager des actualités, des réflexions brèves et interagir avec une communauté plus large.
- Instagram : Idéal pour partager du contenu visuel, des histoires en coulisses et des mises à jour personnelles.
- Facebook : Utile pour interagir avec une audience plus diversifiée et partager une variété de contenu, y compris des articles de blog, des vidéos et des événements en direct.
- YouTube : Parfait pour partager des vidéos éducatives, des vlogs et des témoignages qui mettent en valeur votre expertise.
 - Comment chaque canal (LinkedIn, Twitter, Instagram, Facebook, YouTube) correspond-il à mes besoins spécifiques en termes de partage de contenu et d'interaction avec mon public ?



- Quel type de contenu puis-je partager sur chaque canal pour renforcer mon personal branding et atteindre mes objectifs (contenu pertinent, actualités, contenu visuel, vidéos éducatives, etc.) ?

.....

.....

.....

.....

- Comment puis-je utiliser chaque canal de manière stratégique pour interagir avec ma communauté et renforcer mon influence dans mon domaine ?

.....

.....

.....

.....

6. Évaluation et Ajustement :

Il est important de surveiller sa performance et sa réputation en ligne à l'aide d'outils d'analyse et d'indicateurs de performance clés (nombre de followers, engagement, trafic sur le site web, etc.). Cela permet d'identifier ce qui fonctionne bien, ce qui peut être amélioré et ce qui ne fonctionne pas !

- Quels sont les indicateurs de performance clés que je devrais suivre pour évaluer ma réputation en ligne (par exemple, le nombre de followers, l'engagement, le trafic sur mon site web) ?

.....

.....

.....

.....

Une fois que c'est fait, il ne restera plus qu'à ajuster la stratégie et, bien évidemment, continuer de surveiller et d'évaluer de manière systématique pour préserver une amélioration continue et assurer la survie de la marque personnelle !

- Quels aspects de ma présence en ligne ont besoin d'amélioration, en fonction des données recueillies ?

.....

.....

.....

.....