

Développer sa marque personnelle

La promesse de valeur :

« Mieux se connaître pour mieux communiquer en étant impactant »

Le digital a d'abord bouleversé les entreprises. Alors que les canaux des réseaux sociaux se multiplient, rien n'est plus indispensable aujourd'hui que de créer du lien et générer de la confiance. L'impact de la crise sanitaire et économique vient amplifier ce phénomène.

Les enjeux sont donc nombreux pour les entreprises et pour le dirigeant :

- Remobiliser les équipes
- Refaire démarrer l'activité et trouver de nouveaux clients
- Nouer de nouveaux partenariats et construire un avenir.

Dans ce contexte, le dirigeant devra remobiliser tout son écosystème : être l'ambassadeur-fédérateur de son entreprise.

Une des solutions extrêmement efficace qui s'offre à lui est le Personal Branding.

Cette méthode, longtemps été réservée à des personnalités publiques, politiques, artistes regroupe l'ensemble des techniques qui permettent d'identifier et de promouvoir sa Marque Personnelle.

Depuis toujours, les entreprises cultivent leur marque, travaillent leur branding. Le dirigeant doit pouvoir travailler sa marque personnelle puisqu'il porte les valeurs de son entreprise. La méthode du Personal Branding est une démarche très puissante, puisqu'elle permet au dirigeant de (re) prendre conscience de sa marque personnelle pour fédérer et rayonner.

Les 3 bénéfices de cet processus :

- o Communiquer avec impact
- o Renforcer son leadership
- o Mesurer son influence et rayonnement

Les avantages de cette méthode REACH PERSONAL BRANDING :

- Une approche structurée (méthode d'origine née aux US en 1997) avec un consultant certifié Personal Branding Strategist
- Une offre sur mesure qui s'adapte au dirigeant
- Une méthode positive

Les 5 phases successives et progressives de l'accompagnement :

1. Phase Starter : 2 séances

- Création du parcours personnalisé du dirigeant en fonction de ses objectifs et de ses cibles



- Co-construction et lancement du 360 brand Evolution Personnalisé avec le dirigeant. Cette démarche permettrait aussi de recueillir une perception extérieure entre la vision de l'entreprise et la façon dont le dirigeant la porte.

2. Phase Interne = Activation : 2 séances

Découvrir sa marque personnelle : cette étape est la plus importante, indispensable car elle révèle le cœur d'une marque personnelle, ses fondations, ses valeurs et sa vision.

3. Phase Externe = Miroir : 3 séances

Mesurer l'influence de sa marque personnelle

- Débrief du 360 Brand Évolution :
- Mise en place d'un plan d'action

4. Phase Communication : 2 séances

Faire rayonner sa marque personnelle qui répondra aux 3 « C »

- Claire
- Cohérente
- Constante

Mais PAS surfaite, une marque personnelle est une démarche authentique, pas du marketing.

- Définir son profil de marque : rédiger et valider le Personal Brand Statement
- Définir les actions de communication prioritaires pour développer ce rayonnement de marque personnelle

5. Training (option) : 2 séances

- *Pitch à construire*
- *Pitch à finaliser et entraînement*

9 séances (sans le Training)

Les livrables

- Le 360 BRAND Evolution Personnalisé et son analyse (perception extérieure)
- Le Memo Brand : quelle est sa marque personnelle, ses actions à mettre en place
- (en option) le Pitch Brand

Organisation

- Séances de 2h espacées qui s'intégreront dans l'agenda du dirigeant
- 9 séances comprenant : la préparation des séances, la séance en elle-même et le compte-rendu
- Possibilité de faire des séances en distanciel (sauf la 1ere en présentiel)
- Budget : 3600 € HT