

E-BOOK

L'ART DU PERSONAL BRANDING

*Vendre mieux, vendre
plus, sans prospection,
grâce à une stratégie de
contenus optimale et
performante*



AU
DACE
STU
DI•

EDITO

Hello et merci d'avoir téléchargé cet ebook !

Et surtout, bravo à toi de prendre ce temps pour travailler sur ta marque, ta communication et tes contenus !

Je suis Amélie, révélatrice d'identités, passionnée par l'Humain et l'entrepreneuriat.

Experte en communication depuis plus de 15 ans, j'accompagne les entrepreneurs prêts à se démarquer, à prendre leur place, à éléver leur rayonnement et à communiquer avec plus d'impact.

Mes supers pouvoirs : les mots, la photo, savoir mettre à l'aise et capturer l'énergie des personnes que j'accompagne.

A travers cet ebook, je souhaite te montrer à quel point le personal branding est un moyen puissant pour vendre plus et mieux, et ce, sans même avoir à prospecter. Véritable outil de marketing inbound (ou marketing d'attraction), ta marque personnelle va te permettre de te démarquer, de rayonner, d'attirer et de convertir.

Mieux encore, ton personal branding va te permettre de délivrer ton message et d'incarner des valeurs.

Ce qu'il te suffit de faire ?

Oser. Etre toi-même. Etre régulier. Communiquer avec intention.

C'est ce que nous allons voir ensemble dans cet ebook. J'y partage mon expérience et le fruit de mes recherches et lectures, de mes observations chez les clients que j'accompagne, afin de te délivrer du contenu à haute valeur ajoutée.

Alors est-ce que tu es prêt.e à révéler ton leadership, communiquer avec plus d'impact et éléver ton rayonnement ?

EDITO

Avant de commencer, je me présente rapidement, si toutefois tu me découvres via cet ebook.

Photographe Spécialisée en Personal Branding, j'exerce sur Lyon et sa région depuis 2015. Avant cela, j'ai été responsable communication pendant plus de 12 ans au sein de grands groupes pharmaceutiques et cosmétiques.

Je suis également la fondatrice et la Rédactrice en Chef du magazine « il était une fois dans l'ouest », que j'ai créé en 2016.

Enfin, je travaille régulièrement comme Rédactrice web pour les clients que j'accompagne (réécriture page A propos, contenus site web, newsletters, posts Instagram). Je propose également des audits et accompagnements en stratégie de contenus.

J'ai longtemps photographié des familles & des mariages avant d'opérer un virage vers le Corporate puis le Personal Branding, où je m'épanouis à 200%.

Photo, magazine, réécriture, accompagnements : à chaque fois mon objectif est le même. **Mettre en lumière mes clients et les faire rayonner. Leur permettre de connecter avec leur audience, en créant du lien et de l'émotion.**

Chaque année, j'accompagne entre 30 et 40 solopreneurs, marques et entreprises pour créer avec eux et pour eux des contenus à fort impact.

Cet e-book condense les principales problématiques, questions et erreurs que peuvent connaître les entrepreneurs avec qui je travaille.

EDITO

Mes valeurs : authenticité, lien, rencontre, vrai, émotion.

Je crois au pouvoir des mots et au marketing d'attraction.

Et surtout, je déteste prospection.

Je suis convaincue que nos clients achètent avant tout l'énergie que l'on dégage et les émotions qu'on leur fait ressentir.

Tout part de nous.

C'est pourquoi il est si important de bâtir une marque personnelle forte et unique, grâce au Personal Branding.

C'est parti !

Bonne lecture,

Amélie



AU
DACE
STU
DI •



Il ne suffit pas d'avoir
le savoir-faire, il faut
le faire savoir.

INTRODUCTION

SI TU ES ARRIVÉ.E ICI ET QUE TU AS TÉLÉCHARGÉ CET EBOOK SUR LE PERSONAL BRANDING, J’IMAGINE QUE C’EST PARCE QUE :

- tu tournes en rond avec ta communication,
- tu ne sais pas quoi publier pour sortir du lot,
- tu te sens perdu.e sur les réseaux sociaux,
- tu es fatigué.e de perdre un temps fou à créer du contenu pour peu de résultats,
- ou peut-être même que tu ne sais plus par où commencer ?

En 2024,

- tu souhaites **travailler avec des clients qui te ressemblent** et avec qui ça matche,
- tu veux **booster ton activité (et ton CA)** grâce à une communication claire qui s’appuie sur ton expertise ET sur ta personnalité,
- tu veux avoir une **communication unique et authentique** qui te permet de te différencier et d’être mémorable,
- tu veux **fédérer une communauté** de clients qui se reconnaissent en toi et avec qui les liens sont forts,
- tu as envie de **créer tes contenus plus rapidement et plus facilement**, des contenus qui soutiennent pleinement ton message et ton activité,
- tu veux **avoir un business affirmé**, 100% vrai, 100% toi ?

Et aujourd'hui,

- tu te sens prêt.e à **prendre pleinement ta place** et te démarquer,
- tu souhaites **élever ton rayonnement** et communiquer avec plus d'impact,
- tu veux **devenir la référence dans ton domaine**,
- tu as compris qu'être entrepreneur c'est **savoir vendre et communiquer** avant tout,
- tu sais que tu dois **travailler sur ta marque** et ta communication pour atteindre tes objectifs,
- tu as entendu parler du **personal branding**, et tu souhaites en savoir plus afin de mettre en place des actions concrètes ?

Tu es au bon endroit.

L'atteinte de ces objectifs passe par la construction d'une marque personnelle forte, reconnue et identifiable.

Et c'est ce que nous allons voir ensemble dans ce livre blanc.

SOMMAIRE

09

*Comprendre le
personal
branding*

15

*Faire le choix
d'une stratégie
de marketing
d'attraction*

18

*Les piliers et
objectifs du
personal
branding*

22

*Amuse-toi et
trouve ta voix*

24

*La photo, clef
de voûte de ton
personal
branding*

26

*« Et si je n'aime
pas me montrer
/ me mettre en
avant ? »*

29

*Les principales
erreurs
commises par
la plupart des
entrepreneurs*

30

*Quelques
actions
concrètes à
mettre en place
dès maintenant*

**AU
DACE
STU
DI**•



On n'a pas deux fois
l'occasion de faire
une bonne première
impression

COMPRENDRE LE PERSONAL BRANDING - I

ALORS, C'EST QUOI LE PERSONAL BRANDING ?

C'est bien plus qu'un logo ou qu'une photo de profil !

C'est l'art de se présenter comme une marque vivante, avec une identité unique et authentique.

Le personal branding inclut (et la liste n'est pas exhaustive) :

- tes éléments de marque
- tes photos
- tes couleurs
- tes écrits
- ton « tone of voice »
- ton style vestimentaire
- tes valeurs
- ta façon d'être et de parler
- ton positionnement
- et surtout ton énergie, ta personnalité, ta vibe et ton WHY

Pour un solopreneur, il est vraiment primordial de travailler sur la construction d'une marque personnelle forte car **tu es l'unique visage de ton entreprise**. Et avoir une marque personnelle solide, identifiable et différenciante sera véritablement ton meilleur atout.

C'est grâce à ta marque que tu vas pouvoir te créer une **identité** mémorable, établissant **confiance** et **fidélité** auprès de ton audience, pour la transformer en véritable **communauté** engagée.

(et il vaut mieux avoir une petite communauté qui adore ce que tu fais et proposes qu'une grosse audience qui te suit de loin sans vraiment interagir avec toi)

Voici quelques raisons spécifiques pour lesquelles la construction d'une marque personnelle est primordiale pour un solopreneur :

- **Confiance et crédibilité** : une marque personnelle solide contribue à établir ta crédibilité et à rassurer les clients sur la qualité de tes produits ou services.
- **Différenciation** : une marque personnelle bien définie peut t'aider à te démarquer et à attirer l'attention dans un marché concurrentiel.
- **Relation Client** : une marque personnelle authentique permet de mieux te connaître en tant qu'individu (et se reconnaître en toi). Cela renforce la connexion émotionnelle avec tes clients, favorisant une relation plus solide et fidèle.
- **Visibilité** : les solopreneurs dépendent souvent des réseaux sociaux pour promouvoir leur entreprise. Une présence en ligne basée sur une marque personnelle bien pensée en amont peut augmenter ta visibilité et attirer un public plus large, afin d'aller toucher d'autres prospects en dehors de ton audience habituelle.

Le personal branding comme moyen, ta personnalité comme fil conducteur

Je le répète, le personal branding est un moyen, et pas un objectif en soi. Il est là pour soutenir et faire grandir ton business.

C'est pourquoi le succès de la démarche passe par le fait d'avoir une vision claire et alignée.

Tu peux avoir les plus beaux visuels du monde, des accroches alléchantes et un feed Instagram hyper qualitatif, si ton contenu est creux ou déjà vu et revu, si ton offre n'est pas claire, si tu n'es pas pleinement aligné.e avec ce que tu proposes, tes efforts resteront vains.

Les clefs d'un personal branding efficace sont :

- une intention derrière chaque action (et ne pas poster juste pour poster)
- une communication fluide et naturelle, qui sonne juste, qui sonne vraie, qui sonne TOI
- une attention particulière portée à la vibe et l'énergie que tu dégages
- un mindset fort : j'aime à dire qu'il faut 'penser comme un.e CEO'. Je ne suis pas que photographe, je suis une chef d'entreprise, avec une vision, une mission et un WHY fort.

COMPRENDRE LE PERSONAL BRANDING - I

Ton Personal Branding, c'est ta **réputation** qui se construit naturellement, influencée par la façon dont tu interagis avec les autres, la qualité de ton travail, et même la manière dont tu réagis face aux défis de l'entrepreneuriat.

Ton empreinte personnelle, c'est l'histoire que les autres racontent à ton sujet. C'est la somme des petites impressions que tu laisses derrière toi au fil du temps. C'est la confiance que les gens accordent à ton nom, la recommandation chaleureuse qu'ils partagent, ou même la simple pensée positive qui leur vient à l'esprit quand ils entendent parler de toi (*et encore mieux : quand ils pensent à toi pour des anecdotes du quotidien car ils commencent à bien te connaître : je ne compte plus le nombre de Memes humoristiques et Reels que je reçois sur la coriandre, car ma communauté sait que je déteste la coriandre et j'en joue beaucoup.*)

En fin de compte, ton personal branding n'est pas seulement ce que tu dis de toi-même, mais aussi la résonance que cela crée chez les autres. C'est l'**empreinte authentique et durable** qui persiste longtemps après que tu aies quitté la pièce. C'est la construction d'une réputation qui reflète qui tu es réellement.

C'est pourquoi il est important de vérifier la perception de ta marque auprès de ton audience et de t'assurer que celle-ci est bien alignée avec l'image que tu souhaites envoyer.

Décide par toi-même de ce que tu veux qu'on retienne de toi.

COMPRENDRE LE PERSONAL BRANDING - II

CE QUE N'EST PAS LE PERSONAL BRANDING

Le personal branding souffre parfois d'une mauvaise interprétation, à cause de sa traduction littérale en français.

Personal ne signifie pas « personnel, intime ».

Le personal branding, ce n'est :

- ni un concours de selfies,
- ni une course au nombre d'abonnés,
- ni une excuse pour devenir narcissique.

Ce n'est pas devenir influenceur et raconter toute sa vie, ce n'est pas obligatoirement montrer ses enfants, prendre une photo de son dernier repas ou partager ses dernières vacances (*tu peux bien sûr en parler si ça a du sens pour toi et surtout si ça soutient ton business. Par exemple, si tu es accompagnant parental ou organisateur de voyages - ou si comme moi, tu aimes insuffler des touches de ta vie personnelle pour créer du lien*).

Dans tous les cas, c'est toi qui décide où placer le curseur.

Le Personal Branding est une démarche stratégique et intentionnelle. J'insiste : c'est une **démarche choisie**. Tu ne partages que ce que tu souhaites.

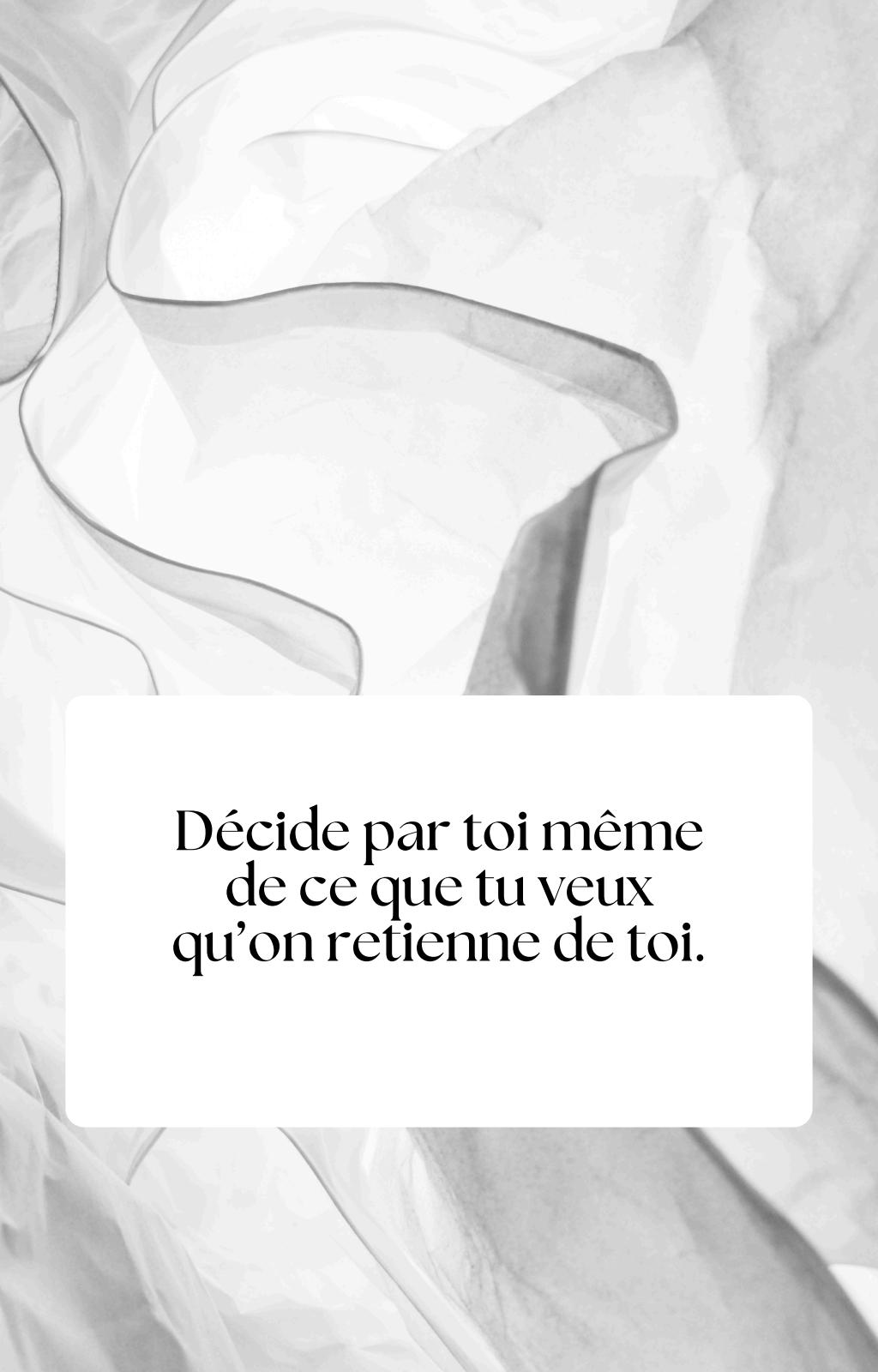
Il s'agit d'avoir une communication personnalisée et incarnée à travers des prises de paroles authentiques et personnelles, qui s'appuient sur toi, ton parcours, tes expériences, tes points de vue.

Le fil conducteur se doit d'être ta personnalité, ton énergie, tes valeurs, ta vibe, ton attitude.

COMPRENDRE LE PERSONAL BRANDING - III

POURQUOI ÇA CHANGE TOUT DE TRAVAILLER SUR SA MARQUE PERSONNELLE

Avec une marque personnelle travaillée	Sans création de marque personnelle forte et structurée
Visibilité renforcée : présence active sur les (bons) réseaux sociaux, site web professionnel, partage d'articles et de vidéos pertinents	Visibilité limitée et présence en ligne peu marquante, par manque régularité et d'investissements en temps et contenus
Confiance établie : contenus authentiques, ligne éditoriale cohérente, contenus de valeurs. Tu es perçu.e comme un.e expert.e et ton autorité s'établit naturellement.	Confiance incertaine : pas d'informations claires sur ton expertise, tes prospects te connaissent peu, tout ceci rend plus difficile leur conversion en clients
Réseautage fructueux avec d'autres professionnels qui partagent tes thématiques de prédilection : partenariats, projets, collaborations	Réseautage restreint, opportunités commerciales limitées
Demandes de devis, opportunités entrantes, grâce à une offre claire et ciblée	Des difficultés à trouver des clients et à vendre tes offres
Réputation contrôlée : témoignages clients, échanges et interactions	En cas de crise, ta réputation peut rapidement être mise à mal, en l'absence de témoignages positifs et de « capital sympathie» entretenus



Décide par toi même
de ce que tu veux
qu'on retienne de toi.

FAIRE LE CHOIX D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING D'ATTRACTION (OU MARKETING INBOUND)

Imagine un instant que ton entreprise soit une fête géniale que tu organises et que tu souhaites inviter des personnes sympas et intéressantes à se joindre à toi.

Considère alors tes actions marketing comme l'art d'inviter les bonnes personnes à la fête de manière à ce qu'elles aient envie de venir.

Dans ce contexte, le **Marketing Outbound**, ça serait de distribuer des flyers dans la rue pour inviter un max de gens à ta fête. Tu diffuses largement ton message, même à des personnes qui ne connaissent pas vraiment ton entreprise. Parfois, ça fonctionne, mais souvent, beaucoup de gens jettent les flyers sans même les lire.

Pour ce qui est du **Marketing Inbound**, imagine plutôt que les gens entendent parler de ta fête par le bouche-à-oreille. Ils ont entendu dire que c'est une fête incroyable, avec tout ce qu'ils aiment. Ils viennent donc spontanément.

C'est exactement comme ça que fonctionne le marketing d'attraction. Tu crées du contenu intéressant (comme des articles de blog, des vidéos, ou un podcast), qui attirent naturellement les gens intéressés par ce que tu proposes (*et qui en parlent ensuite entre eux*).

Maintenant, parlons du "Personal Branding" au sein du marketing inbound.

C'est comme si, en plus d'organiser une fête géniale, les gens associaient également cette fête à ta personnalité unique. Ton "Personal Branding", c'est ton style, tes valeurs, et ce que les gens aiment chez toi. C'est un peu comme devenir la personne cool à qui tout le monde veut se lier d'amitié parce qu'elle incarne quelque chose de spécial.

FAIRE LE CHOIX D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING D'ATTRACTION (OU MARKETING INBOUND)

En résumé, le marketing outbound, c'est crier dans le vide dans l'espoir que quelqu'un écoute.

Le marketing inbound, c'est organiser une fête si géniale que les gens veulent naturellement y participer.

Et le personal branding vient ajouter ta touche unique à cette fête pour la rendre encore plus mémorable et attrayante.

Comme je te le disais au début de cet ebook, personnellement, je DETESTE prospecter (et le téléphone aussi, mais ça c'est une autre histoire), c'est pourquoi j'ai fait de mon personal branding et de ma stratégie de contenus mes meilleurs alliés :

- un site web bien référencé,
- des offres claires et structurées,
- une présence régulière et cohérente sur les réseaux que j'aime (et où se trouvent mes clients),

- des interactions et des échanges avec ma communauté (beaucoup en stories et en DM),
- une touche de ma personnalité et de ce qui me rend unique,
- des anecdotes et partages sincères,
- et surtout l'envie de créer une connexion forte avec mon audience.

Je suis là depuis 2015, et mes clients arrivent chaque semaine via Instagram, Linkedin, le formulaire de contact de mon site web, et bien souvent, par le bouche-à-oreille.



Le Personal
branding, c'est ce
qu'on retient de toi
quand tu n'es plus
dans la pièce.

LES PILIERS ET OBJECTIFS DU PERSONAL BRANDING

Le premier pilier : la CLARTÉ

Ou autrement dit, savoir précisément répondre à ces trois questions à propos de ton business :

QUOI ?

À QUI ?

POURQUOI ?

Pour cela, il est primordial d'avoir en amont travaillé sur ton positionnement et ta marque, et avoir :

- Une vision claire
- Une offre claire
- Une mission claire
- Des objectifs déterminés (et motivants pour toi)
- Une cible identifiée

Le second pilier : tes CONTENUS

L'objectif est d'avoir une stratégie de contenus au service des objectifs de ton entreprise, et ce sur le long terme.

Je t'invite dans un premier temps à identifier le style de contenus que tu souhaites créer.

Est-ce que tu souhaites :

- Informer ?
- Éduquer ?
- Débattre ?
- Provoquer ?
- Divertir ?
- Inspirer ?

Cela te permettra de définir ton « Tone of voice ».

L'objectif est ensuite de **créer du contenu de valeur**.

- Ne pas être trop scolaire, ni ennuyeux.
- Toujours apporter et partager ton avis personnel sur le sujet.
- Ne pas faire du copier / coller de Google : ton audience peut faire ses propres recherches sur Internet. Ce qu'elle veut, en te suivant sur tes canaux de communication, c'est profiter de ton point de vue et de ta personnalité.
- Apporter suffisamment à ton audience pour qu'elle ait envie de revenir.

Je t'invite à définir ta **ligne éditoriale**, avec des thématiques phares (tes piliers de contenus, 3 à 4 maximum). Pour chacune de ces thématiques, tes contenus te permettront :

- d'attirer et toucher de nouvelles personnes (visibilité)
- de fédérer et créer du lien (crédibilité : confiance)
- de convertir et vendre (autorité)

Le contenu idéal, c'est celui qui touche, celui dans lequel on se reconnaît, celui qui inspire ou provoque une réaction, bref celui qui crée une véritable connexion émotionnelle.

Le contenu idéal, c'est celui qui te permet de transformer une simple audience en une communauté engagée, fidèle et « fan ».

Ton rôle ? Incarner à 100% ton message, diffuser tes valeurs et laisser parler ta personnalité.

La règle du 80/20

Petite astuce pour des contenus qui plaisent sans lasser, et qui convertissent tout en subtilité ?

Appliquer la règle du 80/20 !

- 80% de contenus qui éduquent, informent, divertissent, inspirent, témoignent, montrent les coulisses... (selon ta ligne éditoriale)
- Et 20% de contenus qui parlent de tes offres et font la promotion de tes services.

Le troisième pilier : TES PHOTOS et TES VISUELS

Et je t'en parle un peu plus loin dans l'ebook, car tes photos méritent un chapitre à elles-seules !

Le dernier pilier, et selon moi, le plus important : TA VIBE et TON ENERGIE.

Je suis convaincue, mais vraiment, que ton audience achète ta personnalité et ton énergie avant tout. Ce que tu leur fais ressentir, comment ils se sentent avec tes contenus.

C'est pourquoi il est primordial de construire ta marque sur ta personnalité. Ça en sera d'autant plus fluide et facile pour toi pour créer du contenu qui convertit. Pas de jeu de rôle, pas de décalage, pas de sensation de malaise mais au contraire, un parfait alignement avec tes valeurs et qui tu es pour des contenus qui sont 100% toi.

C'est super important de **communiquer depuis une belle énergie**, en étant pleinement connecté à son audience, en ayant envie de délivrer du contenu de valeur et le meilleur de soi-même, en misant sur l'authenticité, la bienveillance et la sincérité.

Y-a-t-il pire que de lire des contenus froids et sans âme ?

Ou de se sentir happé par une énergie négative et plombante ?

Percevoir un sentiment de peur, de manque et d'urgence à vendre derrière un écrit (et *qui nous fait fuir*) ?

De ne trouver que des contenus qui sont là pour nous vendre quelque chose ?

De sentir que la personne cherche à copier une tendance mais que ce n'est pas du tout son truc ?

LES PILIERS ET OBJECTIFS DU PERSONAL BRANDING

Les objectifs du Personal Branding

Ils sont nombreux :



Façonner ton identité et ta réputation



Augmenter ta visibilité



Asseoir ton autorité



Prouver ta crédibilité



Et donc : **booster ton activité et tes ventes, augmenter ton CA et assurer la pérennité de ton business !**



Et au passage, je vois le Personnel Branding comme un **merveilleux outil de développement personnel** car il t'oblige à mieux te connaître pour mieux communiquer, et à te confronter au monde, avoir des feedbacks et explorer l'effet-miroir.

Les clefs de la réussite

- Avoir de la clarté sur ses offres et son positionnement
- Communiquer avec intention
- Etre régulier et cohérent
- Etre convaincu pour être convaincant
- S'amuser
- Etre vrai et authentique (et parfois même vulnérable)

AMUSE-TOI ET TROUVE TA VOIX !

La liste des canaux de communication qui peuvent être utilisés est longue :

- Newsletter
- Live
- Interviews
- Vidéos et chaîne Youtube
- Podcasts
- Réseaux d'entrepreneurs
- Conférences
- Posts Instagram, LinkedIn...
- Reels
- Carrousels ...

Et j'en oublie sûrement !

Etre partout, c'est être nulle part.

Mon conseil : ne pas se disperser et ne pas chercher à être partout.

Mais plutôt favoriser 1 à 2 canaux de communication, dont idéalement :

- 1 canal à forte visibilité (*et où se trouve ta cible bien sûr*) : TikTok, Instagram, LinkedIn...
- et 1 canal personnalisé (*qui t'appartient*) pour créer de la rétention et une relation de proximité (newsletter, podcast...)

Vraiment, mieux vaut 2 canaux sur lesquels tu es régulier, visible et présent que trop de canaux que tu survoles et qui au final ne t'apporteront rien.

Mise sur ta zone de kiff pour choisir le canal qui te convient le mieux !

- Tu aimes écrire : newsletter, posts LinkedIn...
- Tu aimes parler : podcast
- Tu aimes faire des vidéos : reels, Youtube, ...
- Tu aimes les contenus visuels et graphiques : Carrousels, Infographies ...
- Tu préfères les rencontres In Real Life : réseaux d'entrepreneurs (prépare ton pitch), présentations, conférences



Ta vibe et ton
mindset sont la clef
de ton succès

LA PHOTO, CLEF DE VOÛTE DE TON PERSONAL BRANDING

Tes photos font partie intégrante de ton story telling et de ton personal branding.

Et elles sont un outil puissant.

En tant que solopreneur, tu es le visage de ta marque, de ton entreprise, de ton business.

Ne serait-ce pas étrange d'acheter auprès d'un prestataire de service sans jamais avoir vu son visage (passe encore pour des produits /créations, et encore que... je trouve ça précieux d'avoir accès aux coulisses d'une marque et savoir qui en sont les créateurs) ?

Comment inspirer confiance et gagner en crédibilité, comment rassurer et créer du lien, si ton audience n'a accès qu'à un logo ?

Personnellement, je vois ça comme un site de rencontre sur lequel on ne saurait pas à qui on parle. Et je n'aimerais pas du tout ça.

Les photos sont un atout majeur pour transmettre notre personnalité, notre énergie, notre personnalité.

Elles reflètent notre authenticité et vont permettre de renforcer notre message



L'expression est bien connue : une photo vaut mille mots.

Surtout, elle crée de la connexion, de l'émotion et de l'engagement.

L'image marque les esprits, bien davantage que les mots.

Je suis convaincue que les gens achètent avant tout notre énergie (je sais, je me répète, mais c'est vraiment mon message clef).

Ce qu'on leur fait ressentir.

Les émotions qu'on provoque en eux.

Et une marque, une personne, peut nous inspirer, nous émerveiller, nous faire rêver, nous apprendre, nous faire rire, nous botter les fesses,

C'est pourquoi il est crucial d'avoir des images vibratoires au service de ton entreprise.

Des photos pensées en amont et faites avec intention.

Des photos à l'énergie communicative.

Des images puissantes qui te permettent de te reconnecter à une belle énergie.

Des photos qui te permettent d'ancrer un nouveau statut, de célébrer une évolution (changement de statut par exemple), d'accompagner ta croissance, comme un rite de passage.

Des photos qui te permettent d'incarner pleinement ta nouvelle identité et d'avoir un business affirmé, 100% vrai, 100% toi.

Des photos qui te permettent de célébrer la CEO en toi.

Bref, des belles photos OUI ! Mais surtout des images qui ont du sens et qui soutiennent ton activité et ton message. Des images à fort impact, pour rendre ta marque personnelle mémorable. Des images qui vont te permettre de te différencier et de créer du lien avec ton audience.

Le personal Branding est un tout et ne se limite pas à une bonne accroche ou un texte alléchant.

L'image compte.

N'oublie pas que tu incarnes et que tu es le visage de ta marque.

Les images que tu utilises laissent une première impression avant même de lire ton post.

« ET SI JE N'AIME PAS ME MONTRER / ME METTRE EN AVANT ? »

« Et si parler de moi, c'est vraiment pas mon truc ? »

« Mon travail devrait suffire et parler de lui-même aux gens, non ? Je n'ai pas besoin d'en faire plus. »

Encore une fois, **le Personal Branding ne signifie pas se transformer en Influenceur.**

Personnellement, je pense qu'il est important de se montrer, même à petite dose, pour incarner pleinement le visage de sa marque.

Et plus encore, pour inspirer confiance et créer du lien.

Si toutefois tu ne souhaites pas te montrer, tu peux avoir au moins une jolie photo de profil (*allez, au moins ça*) et parler de ton activité de façon différente, tout en restant authentique, et partager par exemple :

- ton environnement de travail
- tes coulisses
- tes récentes coups de cœur (livre, paysage, podcast, personnalité)
- partager un point de vue
- relayer tes témoignages clients
- parler / écrire à propos de ton parcours, ton histoire personnelle (en lien avec ton activité)
- partager les résultats que tu as obtenus
- ou une leçon apprise dans ton parcours entrepreneurial



« ET SI JE N'AIME PAS ME MONTRER / ME METTRE EN AVANT ? »

L'objectif ici est de distiller ta touche personnelle, ton identité et ta personnalité, pour que ton audience sache à qui elle a à faire.

Il s'agit d'incarner ta marque et d'inspirer.

Certains pensent encore que le personal branding est une démarche narcissique.

Et peuvent avoir du mal à parler d'eux, à se mettre en avant, car ils ont la désagréable sensation de « se la péter », de « se la raconter ».

Il y a une énorme différence entre inspirer et se la péter.

Une énorme différence entre témoigner, partager et se la raconter.

Tout est dans l'intention et le ton employé.

Fais le point sur les comptes que tu aimes suivre sur Instagram ou LinkedIn par exemple.

Observe et analyse pourquoi tu aimes suivre ces comptes.

Je parie qu'il s'agit de personnes authentiques, qui n'ont pas peur de partager, témoigner, donner leurs points de vue, et parfois même se montrer vulnérables.

Peut-être même que ce sont des personnes hyper drôles, polarisantes, clivantes.

Dans tous les cas, ce sont des personnalités inspirantes, vraies et humaines. Et non pas des marques froides, lisses et sans âme.

C'est un bon indicateur pour toi de lister les 3-4 comptes qui t'inspirent le plus et de regarder pourquoi ils t'inspirent. Tu tiens là une information précieuse sur le type de contenus que tu peux délivrer à ton tour et le « Tone of voice » que tu peux employer.



Pour être
irremplaçable, il faut
être différent

LES PRINCIPALES ERREURS COMMISSES PAR LES SOLOPRENEURS DANS LEUR COMMUNICATION

- Anonymiser sa communication
- Ne pas se montrer alors qu'on est dans un métier d'accompagnement ou de service (*qui voudrait faire appel à un coach spécialisé en confiance en soi et qui ne se montre pas ?*)
- Ne rien partager de personnel DU TOUT (*quelle différence alors avec Google ?*)
- Employer le « nous » dans ses écrits alors qu'on est solopreneur
- Ne pas chercher à créer de connexion ni d'interaction (*ne pas répondre aux DM, ne pas commenter d'autres comptes, ne pas réseauter, ne pas poser de questions à son audience...*)
- Ne pas respecter la règle du 80/20 (et être là juste pour vendre)
- Utiliser du contenu déjà vu et boring et mainstream
- Publier sans intention claire
- Ne pas être régulière.e
- S'impatienter et se décourager (*n'oublie pas qu'une stratégie de contenus est une stratégie à long-terme*)
- Ne pas communiquer depuis une belle énergie et transmettre une aura et énergie négatives, plombante ou qui sent la peur et le manque
- Souffrir du syndrome wannabe (*copier la communication d'une autre personne, et prendre le risque que ça sonne faux, décalé, pas aligné, pas toi, tout simplement car ce n'est pas TOI et plus tu chercheras à vouloir convaincre que c'est TOI plus on percevra le décalage*)
- Ne pas adopter le bon mindset (et ne pas penser comme un.e CEO)



QUELQUES ACTIONS CONCRÈTES À METTRE EN PLACE DES MAINTENANT

Construire une marque personnelle en tant que solopreneur implique de définir clairement qui tu es, ce que tu représentes et comment tu souhaites être perçu.e par les autres.

Voici quelques actions faciles à mettre en place que tu peux réaliser dès maintenant pour améliorer ton personal branding :

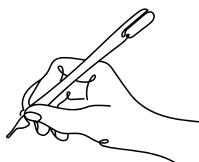
1. Demande un retour à tes proches (par email ou sms) et en story à tes clients:
Par exemple 3 mots qui te décrivent - ou pourquoi ils te suivent sur Instagram

2. Prends le temps de clarifier ton positionnement et ton intention : qui je suis, ce que j'offre et à qui

3. Observe (effet miroir) : quels comptes tu aimes suivre, pourquoi ils t'inspirent, quelles émotions ils te procurent - et donc on a là aussi les piliers de ta marque et ce que tu souhaites offrir au monde

4. Choisis tes canaux de communication de kiff (quels réseaux & quels formats) en t'appuyant sur ce qui est le plus naturel et agréable pour toi (écrit, audio, vidéo..)

5. Rédige ton Avis Google 5 étoiles : rédige l'avis que tu rêverais de recevoir sur tes produits ou services, sur l'expérience que ton client a vécue, les émotions qu'il a ressenti, sur ce qu'il a aimé de ta marque, de ta personnalité, de vos échanges ... Un exercice puissant pour te reconnecter à ce qui compte vraiment pour toi.





Il est temps de
propulser ta
marque
personnelle



CONTACT

N'hésite pas à me contacter par email à :
amelie@audace-studio.fr,
via le formulaire Contact de mon site web, ou encore par
DM sur Instagram ou Linkedin, je me ferai un plaisir
d'échanger avec toi sur le Personal Branding !

Instagram

[@amelie_audacestudio](#)

LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/amelieclairet/>

Website

www.audace-studio.fr

: