

## PERSONAL BRANDING

### 1. QU'EST-CE QUE LE PERSONAL BRANDING ?

- **Personal branding et Entrepreneur**, un moyen pour mieux vous différencier, afficher votre légitimité, développer votre notoriété, promouvoir vos talents et avoir un discours unique et pertinent dans le respect de qui vous êtes.
- **Personnal branding et Gestion de carrière**, un moyen pour augmenter votre impact et votre pouvoir d'influence tout en restant authentique, un processus qui vous permet de gagner en légitimité et faire évoluer votre carrière en cherchant votre épanouissement.
- **Personal branding et Emploi**, un moyen de mieux comprendre ce qui vous différencie par rapport à vos concurrents aux yeux de votre cible (employeurs, sociétés). Et ainsi de pouvoir communiquer clairement et de façon pertinente votre valeur ajoutée et vos points forts, de vous démarquer dans vos éléments de communication (CV, biographie, profil en ligne ...).

Apparenté à une approche de marketing de soi, enrichi par des méthodes de développement personnel et de conseil en communication, le Personal Branding, ou développement de marque personnelle, est avant tout synonyme d'alignement de soi et de recherche de sens et de cohérence entre vos points forts, vos valeurs, votre personnalité et votre projet professionnel ou votre projet de vie.

Construire et mettre en scène votre marque personnelle permet ainsi d'augmenter votre authenticité professionnelle (et privée) et gagner en légitimité dans votre communication et vos ses actions : sens et singularité vont de pair avec confiance en soi et motivation.

Ensuite, la visibilité numérique (site, blog, réseaux sociaux...) est inhérente à cette phase de développement personnel car elle permet la propagation exponentielle d'une image vraie et constante qui laisse naturellement place à de nouvelles opportunités.

**« Le personal branding est un processus qui stimule l'envie d'engagement et de réussite. Il permet d'identifier son identité personnelle et professionnelle à partir de ses propres repères intérieurs (talents, points forts, passions, valeurs). Projeté plus solidement vers l'avenir, légitimé, il devient plus aisé de se mettre en scène et de chercher des moyens de communication confortables et rapides pour se rendre visible et attiré à soi de nouvelles opportunités. »**

## 2. A QUI S'ADRESSE LE PERSONAL BRANDING ?

A toute personne – **salarié, dirigeant, entrepreneur, indépendant ou personnalité publique** – qui souhaite s'affirmer davantage dans son projet professionnel, ou bien valoriser et communiquer ses talents pour mieux se démarquer, ou encore donner de la puissance à son évolution professionnelle tout en gagnant en épanouissement personnel.

## 3. QUELS RESULTATS ATTENDRE DU PERSONAL BRANDING

- un positionnement professionnel clarifié et cohérent ;
- une mise en valeur de sa singularité ;
- une image de soi renouvelée, centrée sur son authenticité et ses talents;
- un leadership plus affirmé ;
- une capacité à communiquer sur soi, son projet ou ses produits de façon claire et convaincante ;
- la mise en œuvre d'un « plan » de visibilité sociale en confort avec sa personnalité ;

## 4. LES CONSEQUENCES

- une valeur ajoutée face à des recruteurs, des clients ou des prospects;
- une aisance dans sa communication de marque personnelle sans paraître égocentrique ;
- un réseau professionnel plus important ;
- une légitimité, une confiance en soi et une motivation renforcée ;
- l'arrivée de nouvelles opportunités ;
- une dynamique de carrière et/ou de développement court, moyen et long termes ;

2

### Notre approche



Un parcours en plusieurs étapes sur une durée qui peut varier de 2 mois à 9 mois et qui a pour objectif (*nous sommes certifiés « Reach Personal Branding », méthode développée par William Aruda*)





- **Etape 1 – DECOUVRIR** la valeur ajoutée sur laquelle repose votre identité personnelle et professionnelle

Construire votre profil de marque (travail sur votre vision, votre contribution, vos talents, votre objectif, votre public ...)

- **Etape 2 – COMMUNIQUER** – construire votre communication de marque

Définir les indispensables à l'expression de votre marque : stratégie de visibilité et « plan de communication »

- **Etape 3 – RAYONNER** – manager votre environnement de marque

Construire, consolider et entretenir votre réseau

