

Lorem Ipsum Dolor

Personal Branding

Leyla Jaoued

Marketing Personnel

- ❖ Le marketing de soi permet de nourrir et développer ses réalisations, que ce soit pour *rechercher un emploi, mener un projet personnel ou professionnel, repositionner sa carrière* ou *créer son entreprise*.
- ❖ Chacun est à la fois son produit ou sa prestation, dont il fait la promotion et qu'il développe et gère au cours de sa vie professionnelle et extraprofessionnelle.

Les apports du marketing Personnel

- ❖ Le marketing de soi s'inspire de la démarche marketing.
- ❖ Il adapte les outils marketing à l'individu pour lui permettre :
 - ❖ de se situer dans un environnement en mutation,
 - ❖ de mettre en adéquation avec son marché ses propres expériences et compétences,
 - ❖ de créer et gérer sa propre trajectoire professionnelle,
 - ❖ de définir sa propre stratégie,
 - ❖ de communiquer de façon plus efficace, grâce aux techniques utilisées avec succès pour des marques et entreprises de premier plan.

Finalité Marketing Personnel

- ❖ Mieux se connaître.
- ❖ Mieux connaître son environnement
- ❖ Avoir une vision plus fine de ses objectifs *personnels* et *professionnels*.
- ❖ Améliorer et adapter son profil et donc son bien être.

1- définir sa stratégie Marketing Personnelle

- ❖ Mise à plat et compréhension globale de soi, de l'environnement et du marché:
 - ❖ Votre contexte personnel et professionnel
 - ❖ Vos aptitudes: compétences, qualité, rareté...
 - ❖ Vos souhaits profonds
 - ❖ Les attentes de l'environnement

Les outils du Marketing Personnel

1. L'intention personnelle
2. Les choix stratégiques
3. Le positionnement Personnel
4. Le marketing Mix de soi

Les outils du Marketing Personnel

1. L'intention Personnelle:

- Moi demain je me vois ...
 - Je tiens à certaines valeurs comme ...
 - Je ne négocierai pas sur ...
 - Mon souhait profond est ...
-
- Sans prise de conscience de nos aspirations profondes, nous risquons de nous disperser et d'agir de façon contradictoire. En prendre conscience et pouvoir nommer ses composantes en quelques mots permet d'affirmer nos choix et nos valeurs pour le futur

Prendre le temps de réfléchir!

Les outils du Marketing Personnel

2. Les choix stratégique:

- ❖ Adéquation de projet personnel avec l'environnement?
- ❖ Qu'est-ce que je dois améliorer chez moi pour pouvoir m'engager sur ce projet ? Quelle formation dois-je suivre ? Quel nouvel apprentissage dois-je entreprendre
- ❖ Sur quels atouts puis-je m'appuyer pour m'engager ? Que puis-je mettre en avant ? Quels sont les points forts de mon expérience personnelle et professionnelle ? Comment les valoriser ?
- ❖ Quelles opportunités puis-je saisir ? Sur quels postes ou métiers puis-je m'orienter ? Sur quelles possibilités de nouvelle carrière, de vie associative ou de projets collaboratifs... puis-je m'engager ?

Les outils du Marketing Personnel

2. Les choix stratégique:

- ❖ Trois axes d'orientation stratégique :
 - ❖ L'amélioration de soi : par le développement de nouvelles compétences, l'apprentissage de nouvelles techniques... ;
 - ❖ Le renforcement de ses atouts : par un perfectionnement sur une expertise, la mise en valeur de ses qualités... ;
 - ❖ L'intégration d'opportunités : un nouveau métier, un réseau professionnel, une évolution de carrière...

Les outils du Marketing Personnel

3. Le positionnement de soi:

- Le positionnement correspond aux attributs qui rendent unique une marque ou un produit parce qu'ils sont les meilleurs sur cet avantage recherché par leur marché cible.
- L'individu a ses particularités et des qualités qui le différencient de collègues ou d'autres candidats au même poste.
- Le positionnement est une synthèse des atouts de sa personnalité ; il évolue avec les expériences professionnelles et extraprofessionnelles.

Les outils du Marketing Personnel

3. Le positionnement de soi:

- *Identifier les attentes du marché cible* : le type de compétences ou de prestations recherchées, les qualités attendues, l'expérience requise, moyennant quel niveau de prix ou de rémunération, moyennant quelle organisation ou durée de travail...
- *Cerner les attributs de la concurrence* : identifier par la presse, le web, son réseau ou une étude de marché, les qualités et attributs des solutions concurrentes ou de la plupart des candidats.
- *Retenir ce qui fait son unicité* : comparer ses prestations avec les solutions concurrentes. Identifier ce qui fait la différence et qui sera apprécié. Écrire en un paragraphe ce positionnement personnel.

Les outils du Marketing Personnel

3. Le positionnement de soi:

- Comme un marketeur l'écrit pour ses produits, l'individu écrit son positionnement en identifiant :
 - Ce qu'il *propose comme solution ou prestation qui correspond aux attentes de son marché cible* ;
 - *Ses atouts et qualités, qui le différencient* des autres solutions et prestations similaires aux siennes.

Les outils du Marketing Personnel

4. Le Marketing Mix de soi:

- ❖ *Produit*: Qui suis-je ? Identité, histoire, cv, réalisations, passions ... Quelle est la prestation que j'apporte ?
- ❖ *Prix*: Quelle est ma valeur ? (S'appuyer sur le positionnement)
- ❖ *Distribution*: Dans quels lieux, événements est-il légitime que je sois ?
- ❖ *Communication*: Par quels outils et comment dois-je communiquer sur moi ? (Faire attention à sa e-réputation)

Comment communiquer?

Importance du Storytelling

- ❖ Le storytelling ou « l'art de raconter une histoire » est la capacité à utiliser le conte ou le récit pour narrer sa propre histoire.
- ❖ En empruntant les techniques narratives habituellement utilisées dans le conte, le storytelling permet de renforcer l'adhésion de nos interlocuteurs au contenu de notre discours.
- ❖ La forme utilisée pour raconter notre propre histoire renforce le fond de notre propos. En touchant au registre des émotions via le procédé du conte, l'individu renforce l'adhésion de son interlocuteur à son message et en l'occurrence à sa propre histoire et personnalité.

Importance du Storytelling

- ❖ Structurer sa propre histoire en un récit crédible, authentique et cohérent.
- ❖ Utiliser les techniques du conte : mettre en place des personnages avec soi comme acteur principal, jalonner son récit de coups de théâtre et d'éléments perturbateurs pour aboutir à une fin heureuse.
- ❖ Développer ses forces et les valeurs qui nous ont permis de vaincre les obstacles.
- ❖ Conclure toujours positivement et mettre en perspective par rapport à ses envies et à ses projets futurs.
- ❖ Incarner son récit : même si vous mettez en avant tout le positif de votre propre personnage, n'oubliez pas qu'il doit vous rester fidèle !
- ❖ Développer un conte personnel qui constitue une histoire inoubliable.
- ❖ Tester son discours en le confrontant à la réalité et aux autres : commencez par le délivrer à une seule personne, puis augmentez peu à peu votre public.
- ❖ Y prendre goût jusqu'à ce que son conte devienne de plus en plus naturel.

Vidéo

- ❖ A la fois un CV et une lettre de motivation.
- ❖ Vous raconte autrement
- ❖ Importance du storytelling
- ❖ **Dans votre Script/ Scenario:**
 - ❖ **Ne passez pas à côté des informations essentielles à transmettre sur vous !!**
 - ❖ **Qui Suis-je? Mon positionnement? Mes atouts? Ma personnalité? Mes qualité?
Ce qui me différencie des autres...**
 - ❖ **Ce que je peux apporter...**