Entrepreneurs, travaillez votre personal branding !

Alors que des dizaines de startups se créent chaque jour, il est de plus en plus difficile de se faire remarquer et d'attirer des utilisateurs ou des investisseurs. Mais plutôt que de dépenser des milles et des cents en communication, commencez par travailler votre personal branding.

Temps de lecture : minute

---

11 septembre 2017

Je suis étonné de rencontrer dans mes activités de coach en image et personal branding des entrepreneurs qui prévoient un budget communication et marketing lors de la réalisation de leur business plan et m'assurent que le succès de leur projet dépend de ce poste d'investissement, et je ne comprends pas qu'ils oublient un élément essentiel dans la réussite ou l'échec : la prise en considération de leur propre marketing et la gestion de leur communication avec stratégie.

J'ai analysé les grandes réussites entrepreneuriales depuis 20 ans et toutes ont un point commun. Le succès s'associe toujours avec la relation entreprise et un homme, le dirigeant souvent. Difficile de penser à Google sans penser à ses deux fondateurs, de parler de Wikileaks sans penser à Julien Assange, de penser à Apple en oubliant Steve Jobs. Tous ont travaillé leur communication pour que chaque fait et geste, chaque mot servent l'intérêt de leur société. Avant d'être un nouveau Zuckerberg ou Jobs, il y a des étapes à franchir. Obtenir son premier financement, démarcher des partenaires, fournisseurs qui ne nous prennent pas forcément au sérieux.

Pourquoi se marketer ?

Parce que tout simplement les meilleures idées ne sont pas celles qui se vendent le plus. Le personal branding (ou le marketing de soi) part du principe que vous êtes comme un produit, que vous avez une image, une réputation qui peut vous servir ou desservir et que tout ce que vous faîtes peut-être interprété. Cette interprétation est d'ailleurs différente selon l'interlocuteur et la situation.

Pour quels bénéfices ?

- Inspirer confiance en vous et donc dans votre produit ou service.
- Renforcer votre charisme naturel.
- Gagner du temps dans le développement de votre réseau.
- Mieux exploiter votre réseau en travaillant le message que vous souhaitez diffuser.
- Maîtriser votre communication pour mieux gérer les imprévus et challenges à venir.

Il vise donc à faciliter les étapes vers le succès et à renforcer le message que sert votre projet, car tout part de vous.

Trois étapes pour se marketer :

La première étape du marketing de soi est de faire un audit de son image actuelle pour arriver à définir un style. Il doit refléter votre personnalité, votre identité profonde. Creusez pour chercher les caractéristiques qui vous définissent et qui seront utiles dans votre activité. Que vous soyez gentil, par exemple, n'est pas perçu dans le business comme une qualité indispensable à mettre en avant. Cela peut être votre sens de l'innovation.

La seconde étape est de construire votre plan marketing et

communication tel que vous le feriez pour un produit. Identifiez vos cibles, les canaux de communication sur lesquels vous souhaitez communiquer avec un planning des actions précis.

Dernière étape : il faut diffuser le message pour qu'un maximum de personnes dans votre secteur vous connaissent et vous reconnaissent comme un fort potentiel ou une personne influente dans le secteur. C'est cette étape qui demande le plus de temps mais elle se fait petit à petit.

Pour résumer, travailler votre marque personnelle d'entrepreneur c'est réfléchir à quels aspects de vous sont des atouts pour votre projet et comment les faire connaître aux bonnes personnes. Travailler votre réseau est essentiel, mais il faut songer à votre apparence, votre gestuelle et de nombreux paramètres verbaux ou non verbaux, offline et online.

Article initialement publié en juin 2016

Article écrit par Anais Richardin