

Le Personal Branding

Avoir le courage d'être soi – Se donner les moyens de se faire reconnaître

Par Pascale Baumeister

CERNER MA CIBLE

A. Clarifier mes idées sur ma cible

Votre cible idéale inclut l'audience que vous cherchez à joindre directement, mais aussi les intermédiaires qui ont de l'influence sur cette audience, ainsi que les personnes qui peuvent vous aider à les atteindre (vos prescripteurs* et vos contaminateurs*).

Il se peut que vous connaissiez votre cible de façon nominative. Si ce n'est pas le cas, pensez aux personnes avec lesquelles vous voulez travailler. Quelles sont celles qui tireraient le plus de bénéfices de votre offre et lesquelles seraient le plus d'intéressé par vous ?

Voici quelques questions pour vous guider :

- Quelles sont vos cibles et comment toucher chacune d'elles ?
- Qui sont vos contaminateurs ou prescripteurs et comment les toucher ?
- Réfléchissez à un plan d'action marketing et à la façon de le mettre en action.
- Fixez-vous des objectifs de distribution de cartes de visite et de conversation sur votre activité lors de soirée professionnelles ou amicales.
- Réfléchissez à la façon de vous faire connaître sur le net : → vous rendre visible sur les réseaux professionnels. → Intégrez des forums métier et faire des commentaires. → Créer des articles (ou billets) et proposez votre participation à des blogs qui vous intéressent et qui peuvent promouvoir votre offre. → Animer des groupes de discussion sur le net. Etc.
- Réfléchissez à la façon de communiquer oralement sur votre activité : → Vous entraîner à parler devant une caméra et à enregistrer votre voix sur un support magnétique. → Organiser des soirées réseau ou des événements et parler de votre expertise. Etc.

* les personnes qui ont un intérêt à parler de vous.

** les connaissances qui parleront de vous facilement parce qu'ils vous apprécient.

Ecrivez vos idées.

© **Pascale Baumeister** – Tous droits de reproduction réservés

CONSEIL - COACHING - FORMATION - ANIMATION

www.pascale-baumeister.fr – www.personal-branding.fr

contact@pascale-baumeister.fr - @PascaleBaum

Mob. : +33 6 12 22 12 29

B. Identifier mon segment de cible

A quel groupe, cause ou segment souhaitez-vous contribuer (en lien avec votre mission) ?

Où vous sentez-vous légitime ?

Actualité	Administration	Agriculture	Alimentation	Art
Biotechnologie	Business	Cinéma	Construction	Défense
Design	Développement personnel	Droit	Droit des animaux	Ecologie
Edition	Eglise	Energie	Enfants	Environnement
Exploration spatiale	Finances	Gouvernement	Immigration	Immobilier
Informatique	Jardinage	Jeunesse	Journalisme	Justice
Livres	Loi	Loisirs	Management	Médias
Mode	Musique	ONG	Pauvreté	Politique
Ponts et chaussées	Problème de dépendance (alcool, tabac)	Problèmes de reproduction	Problèmes de sexualité	Problèmes familiaux
Protection des animaux	Protection des enfants	Puériculture	Recherche	Relations professionnelles
Religion	Sans abris	Santé	Sécurité	Seniors
Soins aux animaux	Spiritualité	Sport	Système judiciaire	Tourisme
Urbanisme	Vidéo	Communication	Internet	Marketing
Coopération	Développement durable	Équitabilité		

© **Pascale Baumeister** – Tous droits de reproduction réservés

CONSEIL - COACHING - FORMATION - ANIMATION

www.pascale-baumeister.fr – www.personal-branding.fr

contact@pascale-baumeister.fr - @PascaleBaum

Mob. : +33 6 12 22 12 29

C. Nommer mes cibles

Cible 1 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

Cible 2 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

Cible 3 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

Cible 4 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

D. Quels sont mes contamineurs ?

(Ceux qui peuvent parler de moi simplement parce qu'ils m'apprécient).

Contamineur 1 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

Contamineur 2 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

© **Pascale Baumeister** – Tous droits de reproduction réservés

CONSEIL - COACHING - FORMATION - ANIMATION

www.pascale-baumeister.fr – www.personal-branding.fr

contact@pascale-baumeister.fr - @PascaleBaum

Mob. : +33 6 12 22 12 29

E. Quels sont mes prescripteurs ?

(Ceux qui ont un intérêt à parler de moi).

Prescripteurs 1 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

Prescripteurs 2 :

Age :

Genre :

Situation professionnelle :

Niveau de revenus :

Situation géographique :

Formation :

Réseaux dont ils font partie :

Autres points importants :

Que font-ils de leur temps libre ?

Qu'aiment-ils lire ?

Quels films ou programmes TV regardent-ils ?

Comment passent-ils leurs vacances ?

Quelles sont leurs activités professionnelles en dehors des heures de travail ?

© **Pascale Baumeister** – Tous droits de reproduction réservés

CONSEIL - COACHING - FORMATION - ANIMATION

www.pascale-baumeister.fr – www.personal-branding.fr

contact@pascale-baumeister.fr - @PascaleBaum

Mob. : +33 6 12 22 12 29