

Le Personal Branding

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

Par Pascale Baumeister

REDIGER MA BIOGRAPHIE

L'art de savoir raconter votre histoire : le Storytelling

Traditionnellement, nous avons toujours eu recours aux récits pour transmettre des messages, depuis les cavernes jusqu'aux superproductions hollywoodiennes.

Le Storytelling est une technique de communication basée sur un procédé narratif qui permet de renforcer l'adhésion d'un auditoire ou public au fond du discours. On le trouve parfois traduit en français par « communication narrative ». Il consiste à faire émerger une histoire à fort pouvoir de séduction et de conviction qui permet de faire passer des messages et de capter l'attention, selon le principe que pour parler à la tête, il faut d'abord toucher le cœur. Autrement dit, passer par l'émotion pour atteindre la raison.

La méthode est parfaitement adaptée aux personnes qui veulent communiquer sur leur image, qui ont besoin de faire passer un message à leurs interlocuteurs et qui souhaitent enrôler ceux-ci dans ce qu'ils ont à leur apporter.

Depuis toujours, les individus « achètent » moins un produit ou une marque (même personnelle), qu'ils n'adhèrent à une histoire.

Joseph Campbell, reconnu aujourd'hui comme le plus grand spécialiste du mythe, démontre dans son livre « Le héros aux mille et un visages » que le périple de tous les grands héros se déroule selon un enchaînement universel.

Christopher Vogler, analyste pour les studios d'Hollywood et auteur du « Guide du scénariste » en a popularisé la substance et a identifié les étapes d'une histoire dans ce qu'il a appelé « le voyage du héros ». Ce sont ces mêmes étapes que nous allons utiliser pour raconter notre histoire. (Voir les questions à se poser pour écrire sa biographie).

Exercice 1 : Rédiger une biographie longue sur 2 pages

Racontez votre histoire. Il existe plusieurs types de structure parmi lesquelles vous pouvez choisir celle que vous préférez :

- *La structure chronologique* : cette structure commence au début et se termine à la fin. C'est la solution la plus directe, mais elle ne fonctionne bien que si vous avez eu une vie intéressante qui vous a mené d'un point à un autre de façons inhabituelles ou impressionnantes (par exemple lorsque votre expérience a dépassé toutes les prévisions).
- *La structure circulaire* : c'est une structure qui démarre à un moment important, qui fait marche arrière et qui explique au lecteur tous les événements qui ont mené à ce moment, éventuellement en faisant passer le lecteur dans un cercle narratif. C'est une excellente façon de créer du suspense, surtout si l'élément important est tellement étrange ou incroyable que le lecteur n'est pas dérangé par un retour en arrière.

© 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

- **Faites un zoom en avant** : cette structure se concentre sur un seul événement critique pour raconter de manière symbolique une histoire plus large. Elle pourrait utiliser d'autres petits détails autour de cet événement pour orienter le lecteur, mais sinon, ce moment est suffisamment important pour être le centre de l'histoire.

Gardez la lumière sur vous. Vos lecteurs veulent lire votre histoire afin de décider si vous êtes « la bonne personne ». Ceci étant dit, montrer que vous êtes bon ne signifie pas que vous devez vous détourner de votre histoire en cherchant à plaire à tout prix.

N'écrivez pas ce que vous pensez que vos lecteurs veulent lire. Même si vous y arriviez, ce qui peut être difficile si vous n'êtes pas inspiré par la vérité, le mieux qui peut arriver est que vous allez ressembler à tous ceux qui utilisent la même stratégie. Au lieu de cela, parlez de ce qui est vrai et de ce qui est important pour vous. Votre vie n'est pas des plus intéressantes ? Soyez-en fier et quoi que vous fassiez, ne vous battez pas contre plus fort que vous. Si vous essayiez de rendre une histoire banale plus dramatique, vous aurez l'air à côté de la plaque.

N'en faites pas des tonnes pour avoir l'air intelligent. Votre parcours est là pour le prouver. Même si vous devez faire attention au langage que vous utilisez dans votre écrit, son contenu doit parler pour vous. L'emploi d'un certain vocabulaire ne fera que distraire le lecteur.

Montrez, ne dites pas. C'est une des choses les plus importantes que vous pouvez faire pour faire ressortir votre biographie. Son efficacité sera décuplée si vous le montrez en utilisant des détails concrets.

Utilisez des verbes actifs. Vous écrivez à la *voix passive* lorsque vous utilisez le verbe *être*, ce qui augmente souvent le nombre de mots dans la phrase et la rend moins claire. Utilisez plutôt des verbes actifs au présent pour rendre votre biographie plus vivante et plus intéressante.

Exercice 2 : Ecrire votre biographie dans les réseaux sociaux professionnels sur ¼ de page

Identifiez l'objectif et le public visé. Avant de commencer à écrire, vous devez savoir pour qui vous écrivez (votre cible). Votre biographie est votre première présentation au public. Elle doit communiquer rapidement et efficacement qui vous êtes et ce que vous faites. Une biographie que vous écrivez pour votre page Facebook sera différente d'une biographie que vous écrivez pour votre site Internet.

Soigner la première phrase. Cherchez à faire une bonne première impression, en débutant la biographie par une phrase forte qui donne envie de lire la suite.

Écrivez à la première ou à la troisième personne. L'écriture à la troisième personne rendra votre biographie plus objective (comme si elle était écrite par quelqu'un d'autre), c'est une technique qui peut être utile dans un cadre professionnel. Les experts en la matière recommandent de toujours écrire la biographie à la troisième personne. Quoi qu'il en soit, le choix vous revient.

Faites court. Il faut avant tout s'adresser à son auditoire potentiel qui cherche à avoir un aperçu rapide de vos expériences et de vos compétences.

Essayez de ne pas écrire moins de 250 mots. Pour une biographie sur Internet, ce sera suffisamment pour donner à votre lecteur une idée de votre vie et de votre personnalité sans l'ennuyer. Évitez les biographies de plus de 500 mots.

© **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

Espacer le texte. En séparant la biographie en plusieurs paragraphes, les lecteurs pourront plus facilement la parcourir pour trouver les informations qui les intéressent. Si tout le texte se retrouve dans un seul paragraphe, il y a des chances que les lecteurs abandonnent après la première phrase.

Éviter les informations qui concernent votre vie trop privée. Inclure quelques éléments de votre vie personnelle dans une biographie peut contribuer à faire ressortir votre personnalité. Mais il faut éviter de parler trop de sa vie familiale, de ses animaux domestiques ou autres sujets s'éloignant de votre carrière professionnelle. Sauf si ces éléments ont un lien avec elle.

Tenez compte des restrictions de longueur. Sur certains sites de réseaux sociaux, comme Twitter, vous devrez raccourcir votre biographie à une certaine quantité de caractères. Soyez sûr d'utiliser cet espace pour provoquer le meilleur impact possible.

Pensez aux détails que vous voulez partager. Ces informations varieront selon le public que vous visez. Pour une biographie strictement personnelle, vous pouvez ajouter des détails comme vos passions, vos croyances personnelles et vos citations préférées. Pour une biographie qui se trouve entre *professionnelle* et *strictement personnelle*, vous pouvez envisager de donner des détails qui décrivent la personne que vous êtes, sans marginaliser d'autres informations.

Limitez vos informations. À ce moment-là, vous devez être impitoyable, même les anecdotes les plus intéressantes pourraient ne pas être appropriées. Par exemple, la biographie d'un écrivain sur la couverture du livre mentionne souvent les œuvres qu'il a déjà écrites, alors que la biographie d'un athlète mentionne plutôt sa taille et son poids. Même si vous pouvez généralement ajouter des détails supplémentaires, ils ne devraient pas constituer la totalité de la biographie.

Incluez votre profession et vos réussites. Votre présentation devrait donner au lecteur une idée claire de *qui* vous êtes, de ce que vous faites et de votre savoir-faire en la matière. Pourquoi êtes-vous reconnu ? Dans quoi travaillez-vous ? Combien d'expérience ou de savoir-faire avez-vous ? Ne le mentionnez pas à la fin en laissant vos lecteurs se poser des questions pendant toute la lecture de la biographie, ils ne vont pas la lire jusqu'à la fin et vont vite se lasser si vous n'en parlez pas dès le début. Vous devez le mentionner de manière explicite dans la première ou deuxième phrase. En général, il est plus facile d'en parler en combinant cette information avec votre nom.

Mentionnez vos distinctions les plus importantes, si c'est le cas. Si vous avez reçu des récompenses ou une reconnaissance pertinente dans ce domaine, mentionnez-le. Cependant, cet élément peut être délicat et pourrait ne pas être pertinent dans toutes les situations. Souvenez-vous que votre biographie n'est pas un CV. Vous ne devez pas simplement faire la liste de ce que vous avez réussi, vous devez les décrire. Souvenez-vous que votre auditoire n'a aucune idée de ce que vous avez fait à moins que vous le leur disiez.

Évitez les mots à la mode. Ces mots sont tellement utilisés qu'ils ne signifient plus rien du tout pour la plupart des gens et ils ont un sens trop général pour véhiculer une vraie signification : *innovant*, *expert*, *créatif*, etc. Montrez ces qualités avec des exemples concrets, pas seulement des mots.

Utilisez votre sens de l'humour. Une biographie personnelle est un excellent endroit pour vous lier avec votre auditoire en utilisant votre sens de l'humour. Cela peut vous aider à casser la glace entre vous et votre lecteur tout en véhiculant une idée de la personne que vous êtes en quelques mots.

© **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

Incluez des détails personnels et émotionnels. C'est une bonne façon d'inviter le lecteur à se rapprocher de vous et de donner des indices de votre personnalité. Cependant, évitez d'employer un ton d'autodénigrement et ne mentionnez pas des détails trop intimes ou qui pourraient vous gêner vous-même ou votre public. L'idéal serait que ces détails servent à démarrer des discussions si vous veniez à rencontrer votre public dans la vraie vie.

Concluez en incluant des informations à propos des projets sur lesquels vous êtes en train de travailler. Par exemple, si vous écrivez, mentionnez le titre du projet sur lequel vous êtes en train de travailler. Cela ne devrait prendre qu'une ou deux phrases.

Incluez vos coordonnées. Vous les notez généralement en fin de biographie. Si vous allez publier la biographie sur Internet, faites attention avec votre adresse email pour éviter les spams. De nombreuses personnes écrivent leur adresse email sur Internet de cette façon : Jeanne (point) Leroy (arobase) trucmail (point) com. Si vous avez suffisamment d'espace, mentionnez d'autres façons de vous contacter, par exemple sur Twitter, LinkedIn, votre page Facebook.

Vérifiez l'orthographe et corrigez votre biographie. Il est rare d'écrire parfaitement sa biographie du premier coup. Puisque les biographies ne sont que de petits instantanés de votre vie, après avoir relu votre biographie, vous pourriez vous rendre compte que vous avez oublié des informations.

Gardez votre biographie à jour. De temps en temps, relisez votre biographie et mettez-la à jour. En travaillant un peu sur votre biographie de temps à autre, vous vous épargnerez beaucoup de travail lorsque vous aurez besoin de vous en servir de nouveau.

Mais encore... Pendant l'écriture, n'oubliez pas quel est votre public et quel est votre but, vous les avez identifiés tous les deux dans la première étape. Cela vous aidera à guider votre écriture.

Incluez des liens vers les sujets que vous mentionnez, par exemple des projets sur lesquels vous avez travaillé ou un blog personnel où vous écrivez.

C'est à vous !

© **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