

DEVELOPPER SON PERSONAL BRANDING

INTRODUCTION

Toute entreprise a un plan marketing, des valeurs et des missions clairement définies. Celles-ci sont souvent communiquées par de nombreux canaux de communications, mais quand est-il de leurs employés. En effet, ils sont tous le point de contact le plus important avec les clients, il est donc primordial qu'ils comprennent et sachent communiquer ce message à tout moment. Afin de les aider dans cette démarche il faut aussi qu'ils sachent tous le faire à leur échelle, sur eux même. Mettre en avant son expérience, son savoir-faire, son réseau, ou encore ses particularités, ses atouts ou ses ressources permet de faire la différence et d'être remarqué.

Encore faut-il les avoir identifiés et appris à les promouvoir. Or il est malaisé d'avoir une juste perception de son image. Comprendre la démarche marketing et en exploiter toutes les finesses pour l'appliquer à soi-même permet de se positionner et d'identifier ses axes de progrès personnels et professionnels, pour trouver et occuper pleinement sa place.



PUBLIC

Tout collaborateur souhaitant développer son image professionnelle

DUREE 1 jour

METHODE

- Exercices individuels ou collectifs.
- Création d'un plan marketing personnel à l'aide de fiches de travail.

OBJECTIFS

- Réaliser son audit personnel, définir sa stratégie gagnante à court et moyen terme, bâtir son plan d'actions personnel.
- Mettre en avant ses qualités pour être plus efficace dans sa fonction.
- Prendre conscience, comprendre et mettre en œuvre le marketing de soi (dans une entreprise de services)

FORMATEUR Myriam SIMON

PROGRAMME

Réaliser l'audit de son image

- Adopter une démarche marketing :
 - o les règles de l'audit ;
 - o les indicateurs ;
 - o les écueils à éviter.
- Évaluer de manière objective son image :
 - o image perçue par les autres ;
 - o image souhaitée.
- Analyser son environnement.
- Réaliser un benchmark de son image.

Mesurer l'écart entre son image et ses aspirations

- Définir ses objectifs personnels et professionnels.
- Faire le bilan de la situation avec une analyse SWOT :
 - o Strengths (forces) ;
 - o Weaknesses (faiblesses) ;
 - o Opportunities (opportunités) ;
 - o Threats (menaces).

Mettre en place son "plan marketing d'image"

- Définir les stratégies gagnantes à mettre en place.
- Identifier et mettre en œuvre les moyens adaptés.
- Soigner sa communication.

Les Formations du Groupe Atout Plus sont réalisées par sa filiale la SARL ATOUT BUSINESS
référéncée DFPC : N°988/0532/16R

Contact : ATOUT PLUS GROUPE – 35 rue Porcheron, Nouméa, Q. Latin
Tel +687.24.38.66 - consulting@atoutplus.nc - www.atoutplus.nc