

EBOOKOFFERT

COMMENT CRÉER UN PERSONAL BRANDING EN TANT QUE THÉRAPEUTE VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2024



Un Ebook de Nicolas de l'agence Activ Media
Consulting

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction
2. Avatar client (client idéal)
3. Personal Branding
4. Stratégie de contenu
5. Méthode ACA
6. Logiciels utiles
7. Conclusion

INTRODUCTION

Bienvenue dans ce guide complet dédié à la création d'un personal branding efficace pour les thérapeutes via les réseaux sociaux en 2024.

Dans un monde où la concurrence est de plus en plus intense et où les attentes des clients évoluent rapidement, il est essentiel de se démarquer et de construire une marque personnelle solide.

AVATAR CLIENT (CLIENT TYPE)

Introduction

Comprendre l'Importance du Client Type
Dans le domaine du marketing, et plus particulièrement pour les thérapeutes utilisant les réseaux sociaux, comprendre qui est votre client idéal est fondamental pour le succès de votre pratique. Ce client idéal, souvent appelé "client type" ou "persona", est une représentation fictive de votre client parfait basé sur des données réelles et des recherches de marché.



PERSONAS

Qu'est-ce qu'un Client Type ?

Un client type est une description détaillée de votre client idéal. Cette description inclut des informations démographiques (comme l'âge, le sexe, la profession), des comportements (comme les habitudes d'achat et l'utilisation des réseaux sociaux), ainsi que des objectifs et des défis personnels. Créer un persona vous aide à personnaliser et à adapter vos efforts de marketing pour attirer et fidéliser ces clients spécifiques.

Pourquoi est-il Important d'Avoir un Client Type ?

- 1) **Cibler Précisément Votre Audience :** En comprenant exactement qui est votre client idéal, vous pouvez concentrer vos efforts de marketing sur des personnes qui sont les plus susceptibles de bénéficier de vos services et de devenir des clients fidèles.
- 2) **Créer du Contenu Pertinent :** Savoir ce qui intéresse et préoccupe votre client type vous permet de créer du contenu qui répond directement à ses besoins et à ses attentes, augmentant ainsi l'engagement et l'interaction avec votre audience.
- 3) **Optimiser Vos Ressources :** En ayant une vision claire de votre client type, vous pouvez utiliser vos ressources de manière plus efficace, en concentrant votre temps et votre budget sur les stratégies qui ont le plus de chances de réussir.

ACTION À FAIRE

Créer votre Avatar Client (Client Type)

Questions pour comprendre le marché

- Qui sont vos clients idéaux ?
- Quels sont leurs besoins et leurs attentes ?
- Quelles sont leurs préoccupations principales ?

Créer un persona (décrivez votre client idéal)

- Âge, sexe, profession
- Problèmes et objectifs
- Comportements et préférences

Méthode des 5W

- **Who** : Qui est votre client idéal ?
- **What** : Que cherchent-ils ?
- **When** : Quand utilisent-ils les réseaux sociaux ?
- **Where** : Où se trouvent-ils ?
- **Why** : Pourquoi ont-ils besoin de vos services ?

PERSONAL BRANDING

Introduction

Création de votre Personal Branding sur les Réseaux Sociaux.

Avoir un personal branding solide est crucial pour les professionnels, en particulier pour les thérapeutes, car il influence grandement la manière dont vous êtes perçu par vos clients potentiels.

Pourquoi être sur les réseaux sociaux

- Augmenter votre visibilité
- Établir votre crédibilité
- Atteindre un large public

PERSONAL BRANDING

Qu'est-ce qu'un Personal Branding ?

Le personal branding est la façon dont vous vous présentez au monde. C'est l'image que vous projetez et comment vous êtes perçu par votre audience.

Les éléments essentiels de votre marque personnelle :

Votre histoire : Partagez votre parcours et vos motivations.

Vos valeurs : Définissez ce qui est important pour vous et comment cela se reflète dans votre pratique.

Votre expertise : Mettez en avant vos compétences et votre expérience.

Assurez-vous que votre message et vos actions sont cohérents avec vos valeurs personnelles et professionnelles.

PERSONAL BRANDING

Quelle plateforme choisir ? Une question qui me est souvent posée.

Tout dépend de votre client idéal !

La question à vous poser est : *sur quelle plateforme se trouve mon client idéal ? Et sur quels réseaux sociaux se trouve-t-il ?*

Exemple de plateforme :

- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- YouTube
- TikTok

STRATÉGIE DE CONTENU POUR LE PERSONAL BRANDING EN 2024

STRATÉGIE DE CONTENU POUR LE PERSONAL BRANDING

Pour établir et renforcer votre personal branding en tant que thérapeute en 2024, il est essentiel de développer une stratégie de contenu solide.

La méthode ACA (Autorité, Croissance, Authentique) est une approche efficace pour y parvenir.

LA MÉTHODE ACA (**AUTORITÉ**, CROISSANCE, AUTHENTIQUE)

Autorité : Partagez votre Expertise

Pour être perçu comme un expert dans votre domaine, il est crucial de partager des contenus qui démontrent votre savoir-faire et votre expérience.

- Vidéo courte (Reel) : créer des reels ou des posts, sur des sujets pertinents pour votre public cible.
- Ateliers en Ligne : Organisez des sessions éducatives où vous pouvez interagir directement avec votre audience.
- Vidéos longues : Créez des vidéos sur YouTube où vous partagez des conseils pratiques et des informations utiles.
- Témoignages et Études de Cas : Publiez des témoignages de clients et des études de cas pour montrer l'impact de vos services.

LA MÉTHODE ACA (AUTORITÉ, **CROISSANCE**, AUTHENTIQUE)

Croissance : Publiez des Contenus

Pour attirer et fidéliser votre audience, il est important de publier des contenus qui captivent et engagent vos abonnés.

- Sondages et Questionnaires : Utilisez des sondages pour connaître les préférences et les besoins de votre audience.
- Concours et Giveaways : Organisez des concours pour encourager l'interaction et augmenter votre visibilité.
- Stories et Réels : Utilisez les stories Instagram et Facebook ainsi que les réels pour partager des moments authentiques et interactifs.
- Sessions en Direct : Faites des lives où vous répondez aux questions en temps réel et interagissez directement avec vos abonnés.

Pro Tips : Contenus "**2-Steps**" : Partagez des astuces et de la valeur, puis invitez votre audience à obtenir des ressources supplémentaires (comme un eBook ou une mini formation) en envoyant un message avec un mot-clé.

Exemple : "Pour obtenir mon eBook gratuit sur [sujet], envoyez-moi le mot 'Go' par message. privé" Cela crée une conversation et engage directement votre client idéal.

LA MÉTHODE ACA (AUTORITÉ, CROISSANCE, **AUTHENTIQUE**)

La dernière astuce de la méthode ACA est d'être authentique dans vos contenus.

Authentique : Soyez Authentique et Personnel

L'authenticité est essentielle pour établir une connexion réelle et durable avec votre audience.

- Partage Personnel : Parlez de votre parcours, de vos défis et de vos réussites pour créer un lien humain.
- Coulisses de Votre Pratique : Montrez les coulisses de votre travail, votre quotidien et votre méthode.
- Réponses aux Questions : Soyez transparent et ouvert en répondant honnêtement aux questions de votre audience.
- Histoires Inspirantes : Partagez des histoires inspirantes qui reflètent vos valeurs et votre mission.
- Ce que vous aimez faire : montrer vos valeurs, ce qui vous passionne, etc.

LOGICIELS UTILES

Astuces pour la Création de Contenu avec des Logiciels
Pour maximiser l'impact de votre personal branding, voici
quelques outils et astuces pour créer et gérer efficacement
votre contenu :

Canva

Utilisation : Créez des visuels professionnels pour vos posts sur les réseaux sociaux, infographies, et présentations.

Astuce : Utilisez des modèles pré-conçus pour gagner du temps et maintenir une cohérence visuelle dans vos publications.

Hootsuite / Buffer

Utilisation : Planifiez et gérez vos publications sur plusieurs réseaux sociaux à partir d'une seule plateforme.

Astuce : Programmez vos publications pour les moments où votre audience est la plus active pour maximiser l'engagement.

Loom

Utilisation : Créez des vidéos explicatives ou des messages personnels pour engager votre audience.

Astuce : Utilisez Loom pour des vidéos "2-Steps", comme des conseils rapides suivis d'une invitation à obtenir des ressources supplémentaires.

Google Analytics

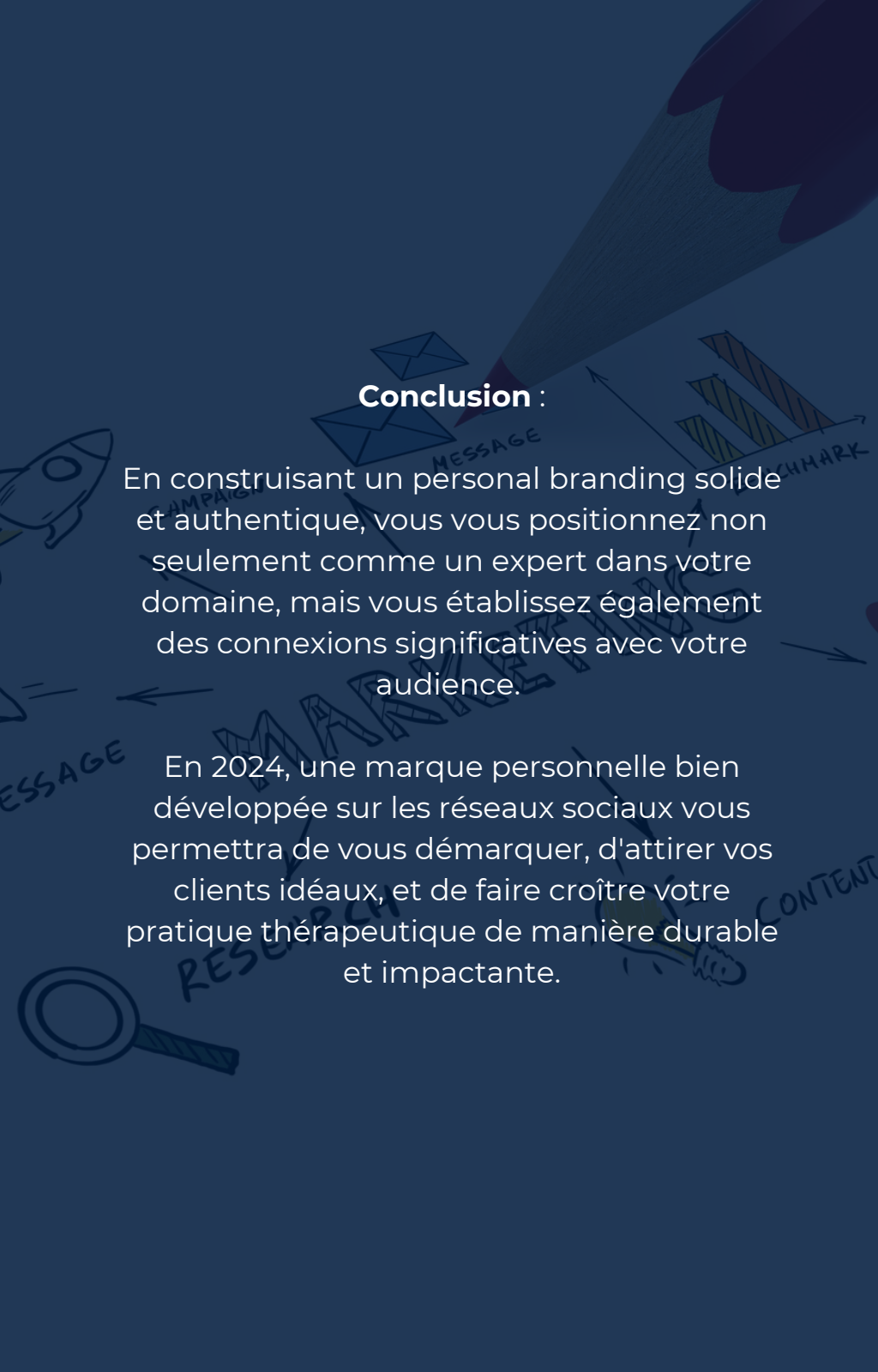
Utilisation : Suivez les performances de votre contenu et de vos campagnes publicitaires.

Astuce : Configurez des objectifs et des conversions pour analyser l'efficacité de vos stratégies et ajuster vos efforts en conséquence.

Mailchimp / Sendinblue

Utilisation : Gérez vos campagnes d'email marketing et suivez les réponses des prospects.

Astuce : Segmentez votre liste d'emails pour envoyer des messages plus ciblés et personnalisés à différents segments de votre audience.



Conclusion :

En construisant un personal branding solide et authentique, vous vous positionnez non seulement comme un expert dans votre domaine, mais vous établissez également des connexions significatives avec votre audience.

En 2024, une marque personnelle bien développée sur les réseaux sociaux vous permettra de vous démarquer, d'attirer vos clients idéaux, et de faire croître votre pratique thérapeutique de manière durable et impactante.



**MERCI D'AVOIR PRIS LE TEMPS DE
DÉCOUVRIR CE GUIDE SUR LA CRÉATION
D'UN PERSONAL BRANDING EFFICACE EN
TANT QUE THÉRAPEUTE VIA LES RÉSEAUX
SOCIAUX EN 2024. J'ESPÈRE QUE CES
CONSEILS VOUS ONT ÉTÉ PRÉCIEUX ET
VOUS ONT FOURNI DES IDÉES
CONCRÈTES POUR DÉVELOPPER VOTRE
MARQUE PERSONNELLE ET ATTIRER DE
NOUVEAUX CLIENTS.**

Si vous souhaitez approfondir ces stratégies
et bénéficier de conseils adaptés à votre
situation unique, je vous invite à réserver
un rendez-vous pour une consultation
personnalisée.