

Les 5 commandements d'une com' unique et alignée



Roadmap & Workbook

Caméléonienne

Félicitations

Et merci à toi d'avoir téléchargé la roadmap et le workbook qui vont t'aider à poser les bases solides d'une communication unique et alignée avec tes valeurs et tes objectifs pour échanger, de façon fluide et authentique, avec ton audience-❤️ .

Je suis Gaëlle JOSEPH,
aka Caméléonienne.

Freelance dans la com' digitale depuis 2019, j'aide les femmes entrepreneures à identifier et élaborer leur discours de marque unique ; à structurer et à déployer leur message de façon cohérente sur leurs différentes plateformes de communication ; à surmonter leurs blocages et à passer à l'action côté com' afin de retrouver du plaisir et obtenir visibilité et résultats pour leur activité.



Prête à passer à l'action ?

Gaëlle
Consultante en
communication



Caméléonienne





Ta RoadMap





Tu es au clair sur ton offre

Tu sais exactement ce que tu vends, à qui, comment, combien, pourquoi, quels en sont les résultats et les bénéfices pour tes clients.

#OFFRE

Ton message est unique

Ton discours de marque s'appuie sur tes singularités. Il sert tes objectifs tout en répondant aux besoins de ta clientèle-cœur.

#DISCOURS DE MARQUE

Tu as un plan d'actions

Tu sais quelles actions entreprendre et comment déployer ton message auprès de ta clientèle-cœur pour atteindre tes objectifs de visibilité et de rentabilité.

#STRATÉGIES

Tu as conscience de tes forces

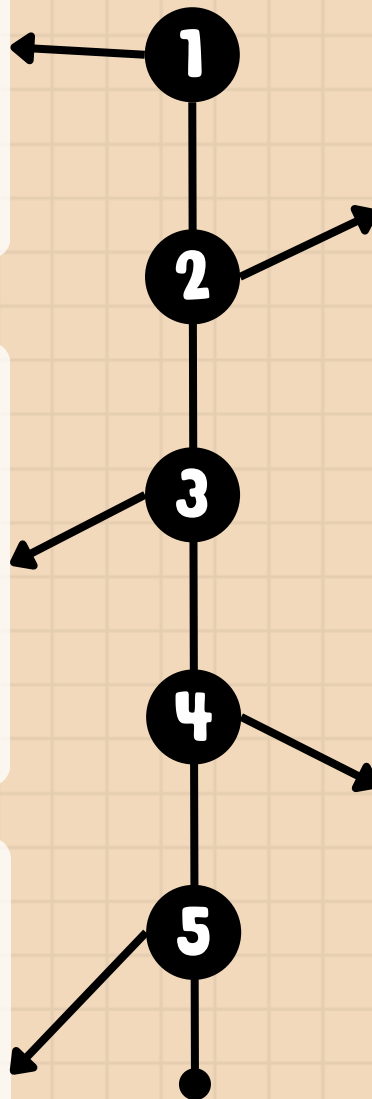
Tu as identifié ta valeur ajoutée, ce qui te rend unique et te distingue des autres professionnelles qui proposent un produit ou un service équivalent.

#SINGULARITÉS

Tu es reconnaissable

Tu as une identité visuelle unique, que tu déclines de façon cohérente sur tous tes supports de communication, et qui te permet d'être reconnaissable parmi tant d'autres.

#IDENTITÉ VISUELLE



**Maintenant,
à toi de jouer !**



Le Workbook



1

Tu es au clair sur ton offre

Tu sais exactement ce que tu vends, à qui, comment, combien, pourquoi, quels en sont les résultats et les bénéfices pour tes clients.

#PRODUITS
#SERVICES
#PRIX
#OFFRE
#PERSONA
#VALEUR AJOUTÉE
#BÉNÉFICES CLIENTS

Step 1 - Ta clientèle-❤️

Qui sont tes clients idéaux ? Âge, sexe, profession, centres d'intérêt... Fais-en un portrait-robot aussi précis que possible.

Objectif : les connaître sur le bout des doigts pour composer l'offre qui répondra exactement à leurs besoins.

Step 2 - Ta valeur ajoutée

Quels problèmes résous-tu pour tes clients ? Quels sont les bénéfices qu'ils retirent de ton produit/service ?

Objectif : identifier quelle solution TU leur apportes.

2

Tu as conscience de tes forces

Tu as identifié ta valeur ajoutée, ce qui te rend unique et te distingue des autres professionnelles qui proposent un produit ou un service équivalent.

#SINGULARITÉS

#UNICITÉ

#FORCES

#PILIER DE COMMUNICATION

Step 3 - Auto-analyse

Qu'est-ce qui te différencie des autres ? Que fais-tu naturellement, qui te paraît simple ou évident mais qui ne l'est pas forcément pour tout le monde ? Que disent/pensent souvent les gens à ton propos ?

Objectif : te connaître. Oser regarder en toi, mettre le doigt sur ce qui te fait sortir du lot, ce qui te rend unique, ce qui attire les gens à toi, ce pourquoi tes clients se connectent et s'identifient à toi.

3

Ton message est unique

Ton discours de marque s'appuie sur tes singularités. Il sert tes objectifs tout en répondant aux besoins de ta clientèle-cœur.

#IDENTITÉ DE MARQUE
#DISCOURS DE MARQUE
#MESSAGE-CLÉ

Step 4 - Ton message unique

Rédige un court texte pour raconter qui tu es, ce que tu fais, pour qui, pour quoi, avec quels résultats ou bénéfices pour tes clients.

Objectif : savoir expliquer clairement et simplement ce que tu proposes, que ce soit dans une bio Instagram, un flyer ou encore ton site internet.

Ta présentation en 5 à 10 phrases d'abord.

Puis en 3 phrases claires et impactantes.

Step 5 - Prends la parole !

ACTION !
Enregistre maintenant un pitch vidéo de 30 secondes maximum et partage-le à ton audience.

Objectif : oser prendre la parole, prendre l'habitude de te présenter oralement à ton audience.



4

Tu es reconnaissable

Tu as une identité visuelle unique, que tu déclines de façon cohérente sur tous tes supports de communication, et qui te permet d'être reconnaissable parmi tant d'autres.

#IDENTITÉ DE MARQUE
#IDENTITÉ VISUELLE
#IDENTITÉ GRAPHIQUE
#LOGO
#TYPO
#COULEURS

Step 6 - Auto-diagnostic

Voici une checklist reprenant les basiques pour créer son identité de marque visuelle différenciée.

Objectif : lesquels te manque-t-il pour t'assurer une image de marque cohérente et unifiée sur tous tes supports de com' ?

	<i>Oui</i>	<i>Non</i>	<i>En cours</i>
Logo et ses déclinaisons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Typographie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palette de couleurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Éléments graphiques personnalisés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Charte graphique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Déclinaisons pour tes supports de com'	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Une identité visuelle optimisée est une identité visuelle qui est parlante pour toi, bien sûr, mais aussi pour ta clientèle-cœur.

5

Tu as un plan d'action

Tu sais quelles actions déployer et comment diffuser ton message auprès de ta clientèle-cœur pour atteindre tes objectifs de visibilité et de rentabilité.

#OBJECTIFS
#SMART
#STRATÉGIE.S
#PLAN D'ACTION
#VISIBILITÉ
#PLANNING ÉDITORIAL
#VENTE



*N'oublie pas que ta communication est là pour servir ton business. Ta **visibilité** a un seul but : te permettre de te connecter à ton audience-❤ pour **vendre** tes produits/services et donc, vivre de ton activité.*

Step 7 - Ton plan d'action sur 3 mois

Objectifs, stratégie, communication, vente...

Élabore ton plan d'action marketing pour anticiper ta charge de travail et planifier les actions prioritaires à déployer pour assurer la santé financière et la pérennité de ton activité.

Objectif : passer à l'action ! Y'a pas de recette miracle, on crée, on teste, on expérimente, on voit les résultats, on apprend, on améliore, on avance... et on recommence !

Plan général

*Quel est ton objectif de CA annuel ?
Découpe-le en objectifs trimestriels.*

*Combien de produits ou services dois-tu vendre pour y parvenir ?
Est-ce réalisable ?*

Oui : super, fonce !

Non : revois ton objectif de CA, ta façon de vendre, ton organisation ou peut-être encore ton modèle économique.

Stratégie commerciale

À présent, choisis 1 produit/service/offre par mois sur lesquels tu veux focuser pendant ce trimestre.

Comment vas-tu en faire la promotion ? Quels contenus vas-tu créer pour communiquer sur tes réseaux sociaux ou ton site internet ? (publications, newsletter, atelier, podcast, vidéo, webinaire...)

Mois 1 : produit / promotion

Mois 2 : produit / promotion

Mois 3 : produit / promotion

Stratégie de communication unique et alignée

En t'appuyant sur les éléments de toutes les étapes précédentes, élabore maintenant le planning éditorial trimestriel qui te permettra de communiquer à la fois sur tes singularités ET sur ton offre mensuelle, sur les canaux de communication que tu investis.



Félicitations

**Tu es arrivée au terme
de ce workbook !**



**J'espère que les exercices,
les réflexions et les mises en
application que je t'ai proposés
t'ont permis de gagner en clarté et
de poser les bases d'une com'
unique et alignée pour toi et ton
activité.**

Besoin d'aide pour éclaircir certains points ou pour aller plus loin ?
Tu n'es plus seule face à tes défis de communication.

Je propose des accompagnements individuels et personnalisés
mêlant stratégie, conseils, formation pratique et mises en
application, pour t'aider à ENFIN passer à l'action et à VRAIMENT
mettre ta com' au service de ton activité.

Scanne le QR Code pour réserver un temps d'échange gratuit pour
me faire part de tes questions ou faire le point sur ta situation.

**À bientôt,
Gaëlle**



Caméléonienne
www.cameleonienne.com

