

WEBINAR

# DÉVELOPPER LE MARKETING DE SOI

osez

le progrès

BOUYGUES

Donnons vie au progrès

# DEROULE

**DURÉE DU WEBINAR : 60' (11H-12H)**

**BONNES PRATIQUES « WEBINAR »**

- **Micros coupés**



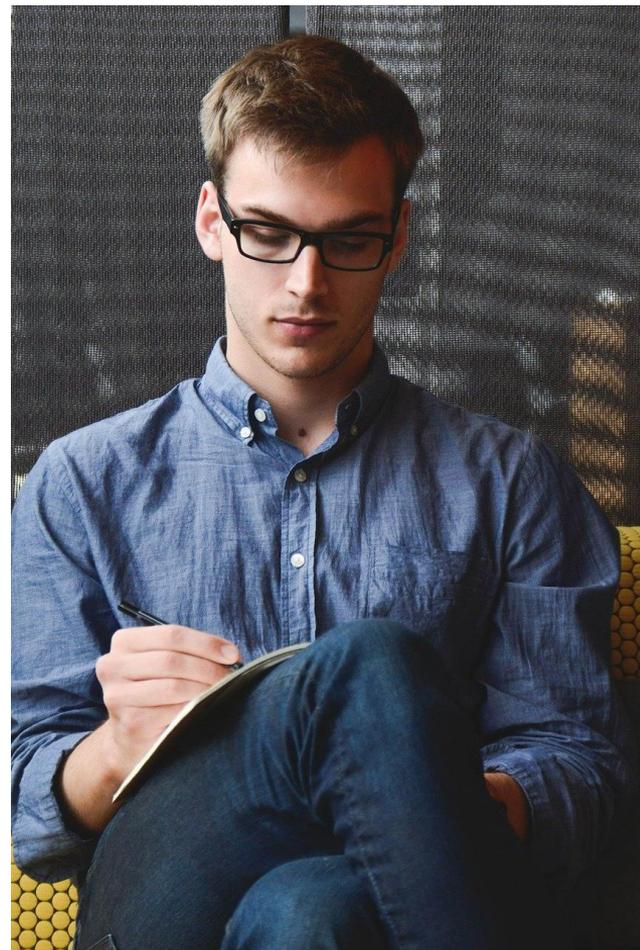
**KIT ENVOYÉ À L'ISSUE DU WEBINAR:**

- **Support d'animation**



Des questions ?  
Utiliser le « chat »  
= icône « Converser » ou  
poser des questions en live  
à la fin de chaque chapitre

Des questions sur les  
processus RH Mobilité ?  
= Erwana



# VOS OBJECTIFS

## 1. LE MARKETING DE SOI, C'EST QUOI ?

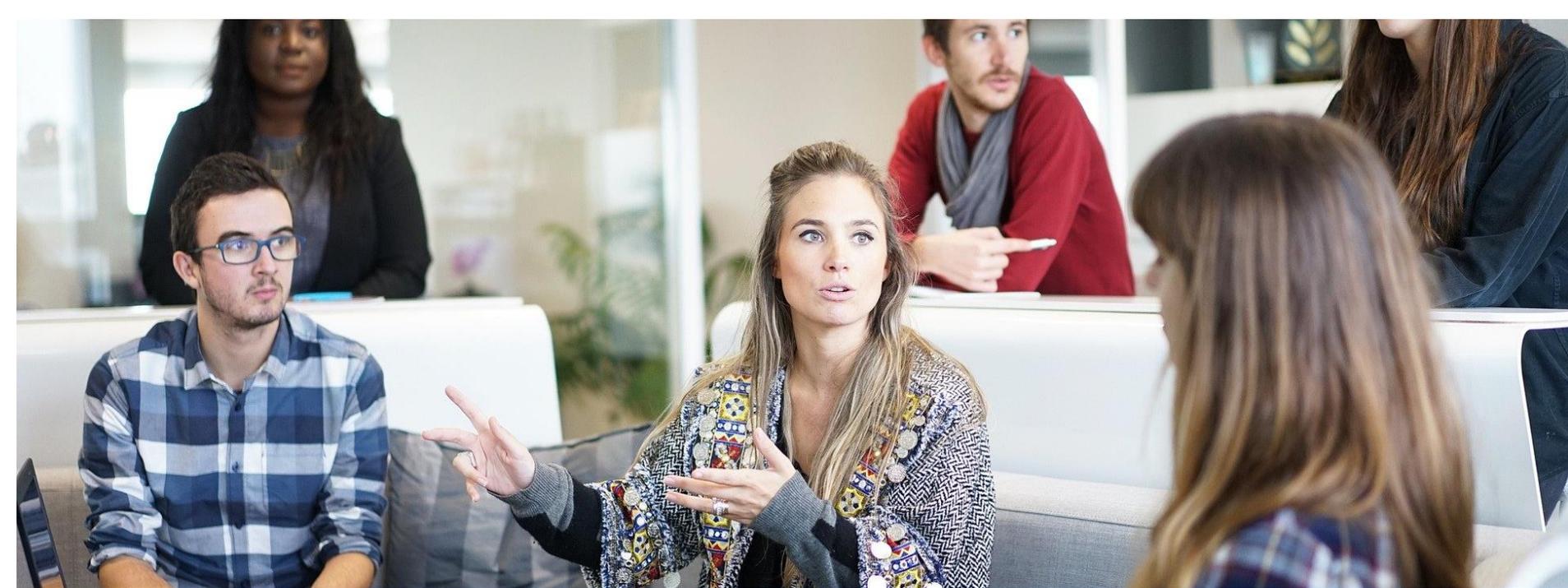
- COMMENT LE DÉFINIR ?
- A QUI S'ADRESSE T-IL ?
- POURQUOI LE MARKETING DE SOI SE DÉVELOPPE ?
- A QUOI SERT LE MARKETING DE SOI ?

## 2. COMMENT FAIRE LE MARKETING DE SOI

= LES 5 ÉTAPES DU MARKETING DE SOI

## 3. LES OUTILS & CONSEILS





## CHAPITRE 1

# COMPRENDRE LE MARKETING DE SOI

# DÉFINITION

- ❖ Le marketing de soi appelé aussi « self-marketing » ou « personal branding » consiste à utiliser et appliquer les techniques du marketing et de la communication à un seul individu.
- ❖ En résumé, c'est l'art de se « vendre soi-même » à travers les différents canaux de communication.
- ❖ Comme pour un produit ou pour un service, il s'agit donc de mettre en avant l'individu en s'appuyant sur sa valeur ajoutée, son expertise.



**C'est l'art de se vendre et de vendre ses compétences**

# DÉFINITION

## MARKETING DE SOI

=

Utiliser les techniques du marketing à la construction, au développement et à la valorisation de sa marque

Mettre en avant sa valeur ajoutée, son expertise et sa singularité

Le Marketing de soi permet d'apprendre à « se connaître » et à « se faire connaître » afin de « se faire reconnaître » sur son marché et de prendre sa place dans son environnement professionnel

Marketing de soi  
=  
self marketing ou  
personal branding

# DÉFINITION

*« Votre marque, c'est l'idée **claire, forte et positive** qui vient à l'esprit des personnes quand elles pensent à vous\* » Peter Montoya*

Trois étapes :

- ❖ **Se Connaître** (Qui suis-je ?)
- ❖ **Se différencier** (Quel est mon originalité ?)
- ❖ **Se vendre** (Communiquer)



*« Votre marque, c'est ce que les gens disent de vous lorsque vous n'êtes plus dans la pièce » Jeff Bezos*

\*Peter MONTOYA (théoricien américain du personal branding)

# A QUI S'ADRESSE-T-IL ?

Fond et  
forme  
différents  
suivant les  
profils et les  
objectifs  
poursuivis

S'adresse à toutes  
et à tous



*« Être un bon professionnel ne suffit plus, il faut le faire savoir »*



# A QUI S'ADRESSE-T-IL ?

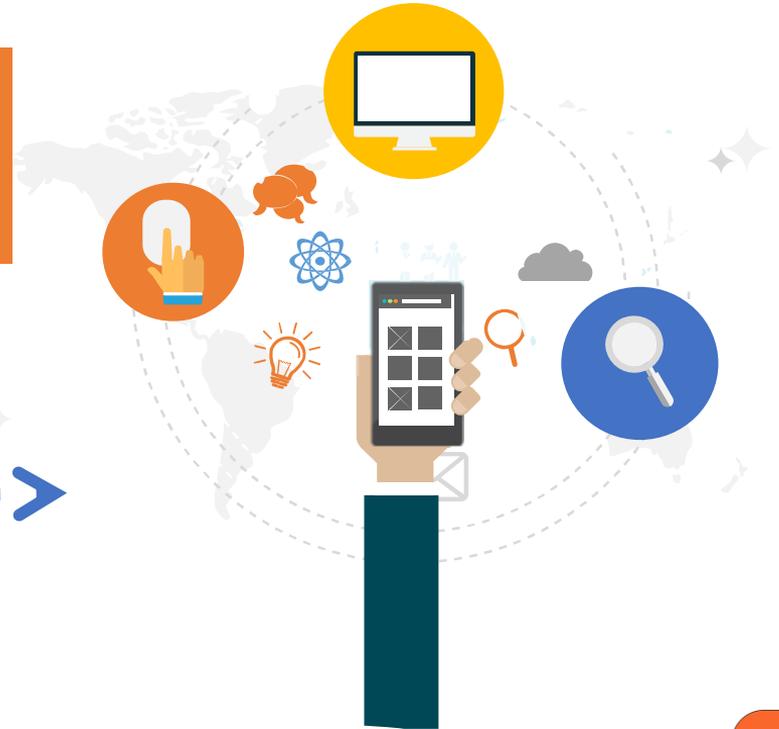
- ❖ Le marketing de soi est compatible avec tout le monde.
- ❖ Que ce soit un étudiant, un salarié, un chef d'entreprise, un freelance, un jeune entrepreneur, une personne en recherche de poste.
- ❖ Bien évidemment, le fond comme la forme seront différents en fonction des personnes et de l'objectif de cette démarche.



# POURQUOI LE MARKETING DE SOI SE DÉVELOPPE ?

- ❖ Chacun d'entre nous participe directement ou indirectement au développement du marketing de soi.

Vous recherchez un agent immobilier, un assureur, un graphiste,... qu'allez-vous faire ?



# POURQUOI LE MARKETING DE SOI SE DÉVELOPPE ?

Le marketing de soi se développe ces dernières années avec l'omniprésence des réseaux sociaux, de l'utilisation du web et de la « googlisation » systématique.

Vous recherchez un expert dans un domaine ? Qu'allez-vous faire ? Ouvrir Google, Facebook, Instagram ou LinkedIn et rechercher la personne la plus fiable selon vous.

Allez-vous donner votre confiance à une personne totalement absente du web ? des réseaux sociaux ? Non, vous allez rechercher la personne vous donnant le plus confiance, démontrant son expertise, son savoir-faire.

# A QUOI SERT LE MARKETING DE SOI ?

Développer  
son réseau



Faire passer  
ses idées, faire  
avancer ses projets



Valoriser  
son travail  
ses réussites



**Etre visible**

Décrocher  
un nouveau  
poste



# A QUOI SERT LE MARKETING DE SOI ?

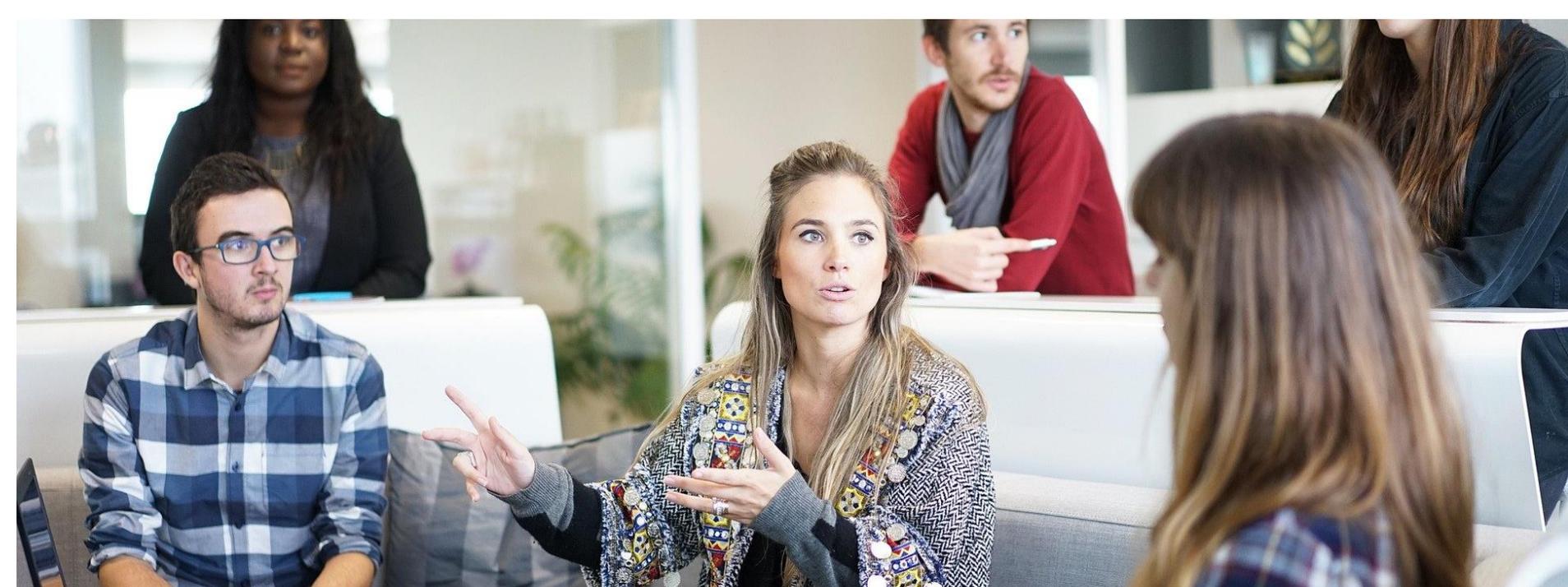
- ❖ Pour décrocher LE job, valoriser son travail, développer son réseau, son business, il faut savoir se marketer et donc se vendre.
- ❖ Faire reconnaître son expertise dans un environnement professionnel (ou personnel) et développer sa notoriété.



Mieux se connaître, mieux cerner ses compétences pour ensuite choisir les bons messages pour parler de soi = C'est l'objectif final du marketing de soi.

# AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?



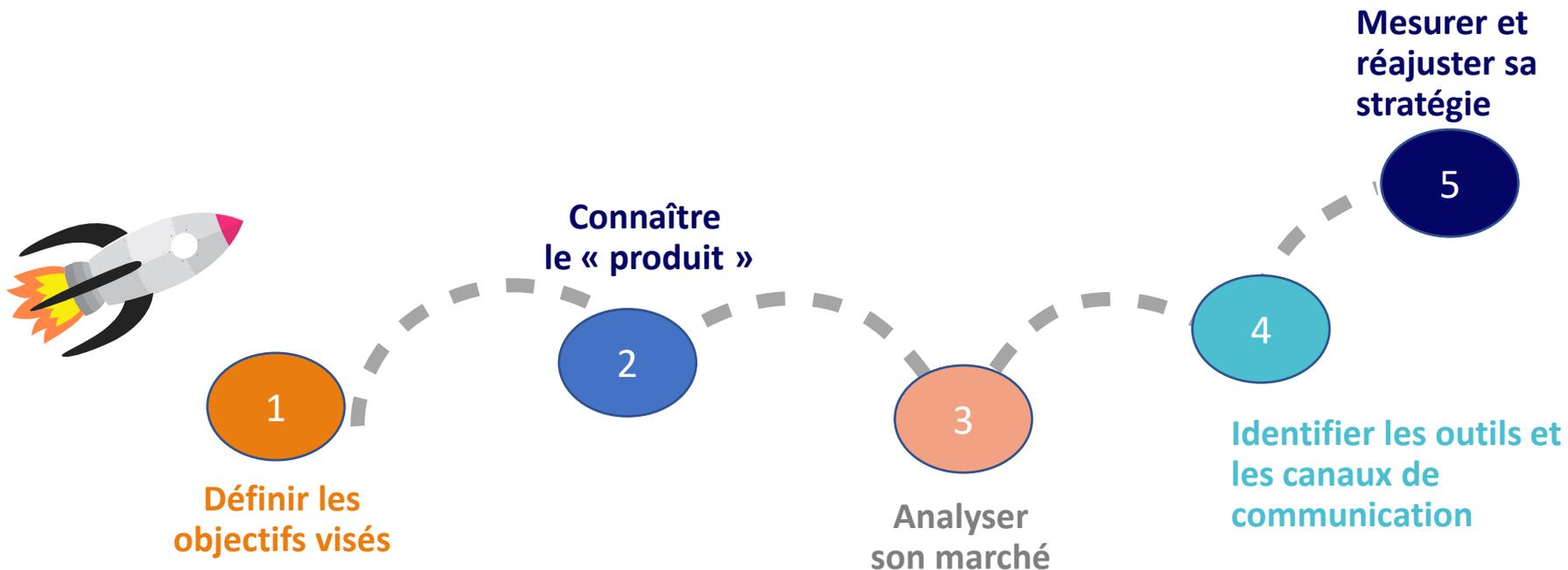


## CHAPITRE 2

COMMENT FAIRE LE « MARKETING DE SOI »

# COMMENT FAIRE LE « MARKETING DE SOI » ?

## LA STRATÉGIE EN 5 ÉTAPES



# #1 DÉFINIR SON OBJECTIF

Définir clairement son objectif :

- ❖ Décrocher un job ?
- ❖ Développer sa communauté ?
- ❖ Signer avec de nouveaux clients ?
- ❖ Devenir influent sur un sujet ?

Il est important d'être le plus précis possible sur la définition de l'objectif, en le quantifiant et lui donnant une limite dans le temps.

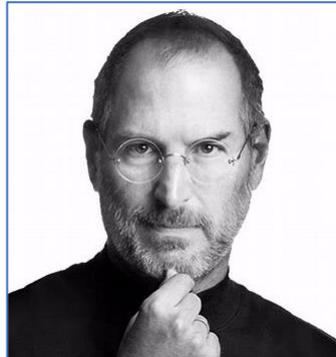


## #2 CONNAITRE LE « PRODUIT »

Qui je suis + Ce que je peux/sais faire + Ce que je veux faire  
=  
marque personnelle authentique, forte et cohérente



Ma marque / mon produit c'est ce  
que je « vends » :  
Il se résume en ma personne et  
mes compétences.



## # 2 CONNAITRE LE « PRODUIT »

- ❖ Il s'agit de travailler sur ses forces d'une part : compétences techniques, qualités humaines, expérience,...
- ❖ Ses axes de progrès d'autre part
- ❖ Et de lister ensuite quelles sont les opportunités que cela peut créer
- ❖ Et à l'inverse quelles en sont les menaces...



# ZOOM : RÉALISER SON « SWOT » PERSONNEL

Réaliser son SWOT personnel pour :

- ❖ savoir qui on est, d'où on vient,
- ❖ évaluer ses domaines de compétences,
- ❖ comprendre sa manière de fonctionner,
- ❖ s'appuyer sur ses points forts,
- ❖ identifier ses freins, ses peurs, ses craintes,
- ❖ trouver son positionnement,
- ❖ définir ses objectifs personnels et professionnels.

Ma  
personnalité



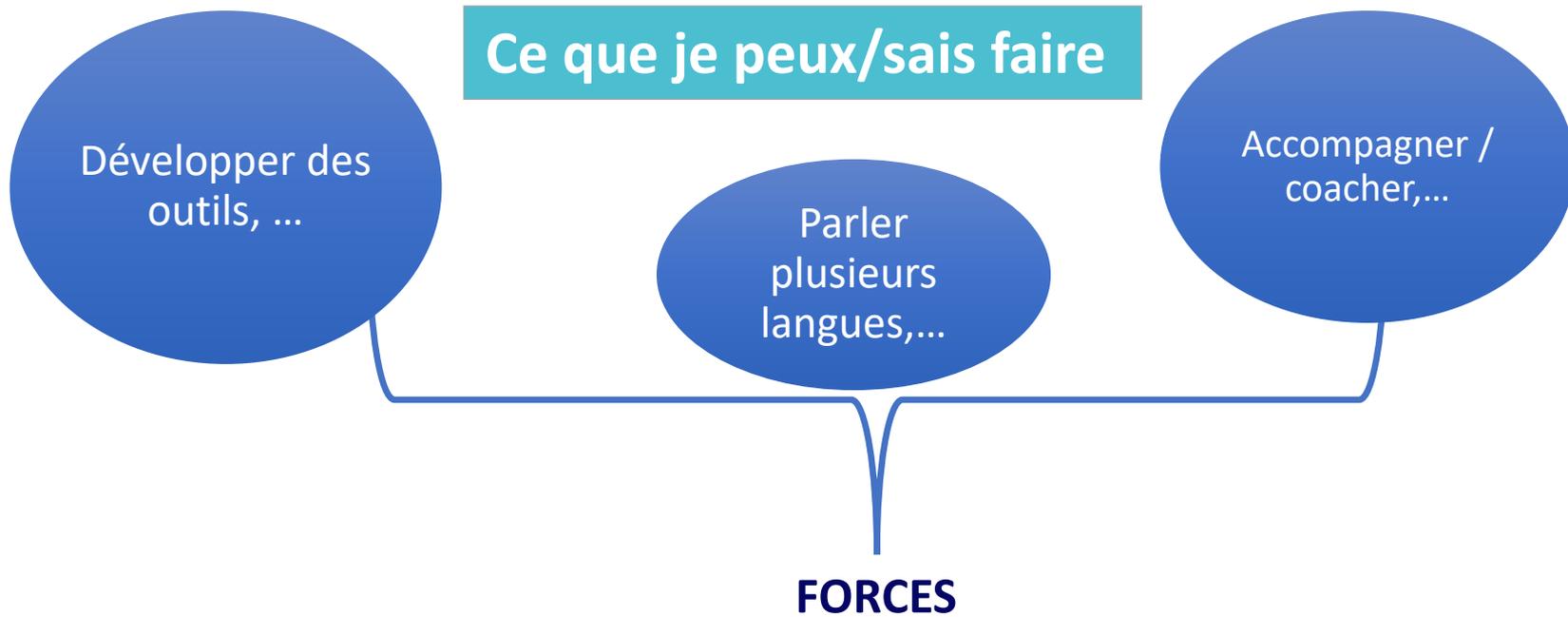
Mes  
passions



Mes  
valeurs



# ZOOM : RÉALISER SON « SWOT » PERSONNEL



**Conseil = N'oubliez pas les « mad skills »**

Se différencier permet de se positionner en définissant ce qu'on a d'original.

*Ex : Capacité à prendre des risques, se dépasser, être altruiste, ouvert aux autres cultures,...*

# ZOOM : RÉALISER SON « SWOT » PERSONNEL

Ce que je veux faire



À **court** terme  
A atteindre  
dans l'année à  
venir



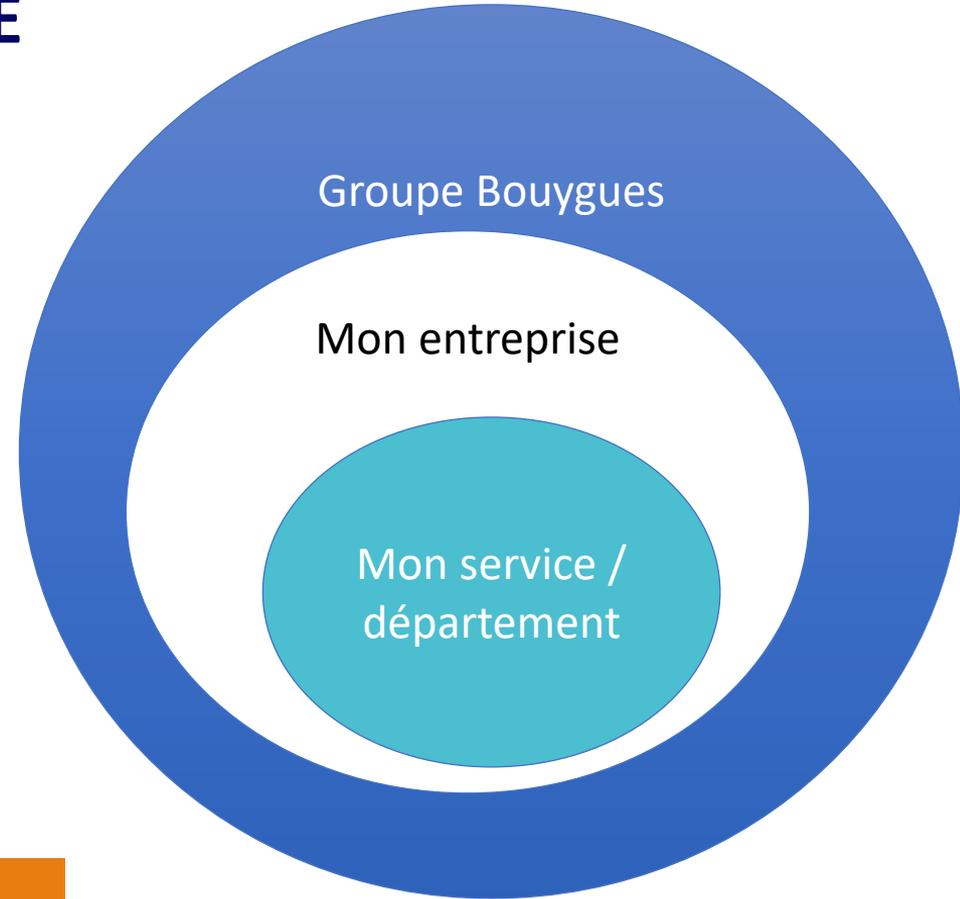
À **moyen** terme  
Dans les 2/3  
prochaines  
années



À **long** terme  
Dans 10 ans  
ou +

# # 3 ANALYSER LE MARCHÉ

- ❖ Quel est votre marché cible ?
- ❖ Quelles sont les spécificités de ce marché :
  - ✓ Lieux géographiques
  - ✓ Métiers / Culture / Valeurs
  - ✓ Acteurs : profil des personnes en termes de compétences, d'expérience, formation, ...)
- ❖ Comment ce marché évolue dans le temps ?
- ❖ Avec qui pourriez-vous collaborer ?



Recherchez les informations sur les filiales, les métiers sur Moby clic

# #4 IDENTIFIER LES OUTILS DE COMMUNICATION

Présentation orale / intervention

Profil LinkedIn

Photo,  
Vidéo



Contenu  
(articles,  
infographie,  
fiche conseil, ...)



Carte de  
visite,  
Pitch, CV

CV  
Pitch de  
présentation

Dress  
code

Rendez-vous  
professionnels



# #4 IDENTIFIER LES OUTILS DE COMMUNICATION

## Déployer avec succès son plan marketing de soi

- ❖ Diffuser son message, se faire connaître.
- ❖ Communiquer avec conviction.
- ❖ Parler de soi et de ses réussites.
- ❖ Rester visible et gérer son image.
- ❖ Rester soi-même, être cohérent.
- ❖ Cultiver son réseau.



# ZOOM : SE DÉMARQUER

**Une des phases principales du marketing de soi.**

- ❖ Organiser sa communication en durée et en intensité
- ❖ Se faire connaître
- ❖ Se rendre visible, donnez envie de vous rencontrer.

Actualiser son cv, sa lettre de motivation, son « pitch » projet...

**ET pourquoi pas le slide de synthèse ?**

Un résumé en une page ce qu'il y a à retenir sur vous-même.



# ZOOM : SE DÉMARQUER

Se démarquer grâce aux outils du marketing de soi : **les 3 C**

**Conscience**, les objectifs :

Avoir pleine conscience de soi, de ses compétences, de ses besoins,  
Trouver, retrouver ses sources de motivation.

**Cohérence**, les moyens :

Etre, rester ouvert  
Préserver son plaisir d'agir et sa motivation,  
Maîtriser sa communication.

**Confiance**, le résultat :

Avoir confiance en soi  
Lâcher prise

# ZOOM : LES CANAUX DE COMMUNICATION

Partage de contenus



Réseaux sociaux  
(e-réputation)



Visibilité

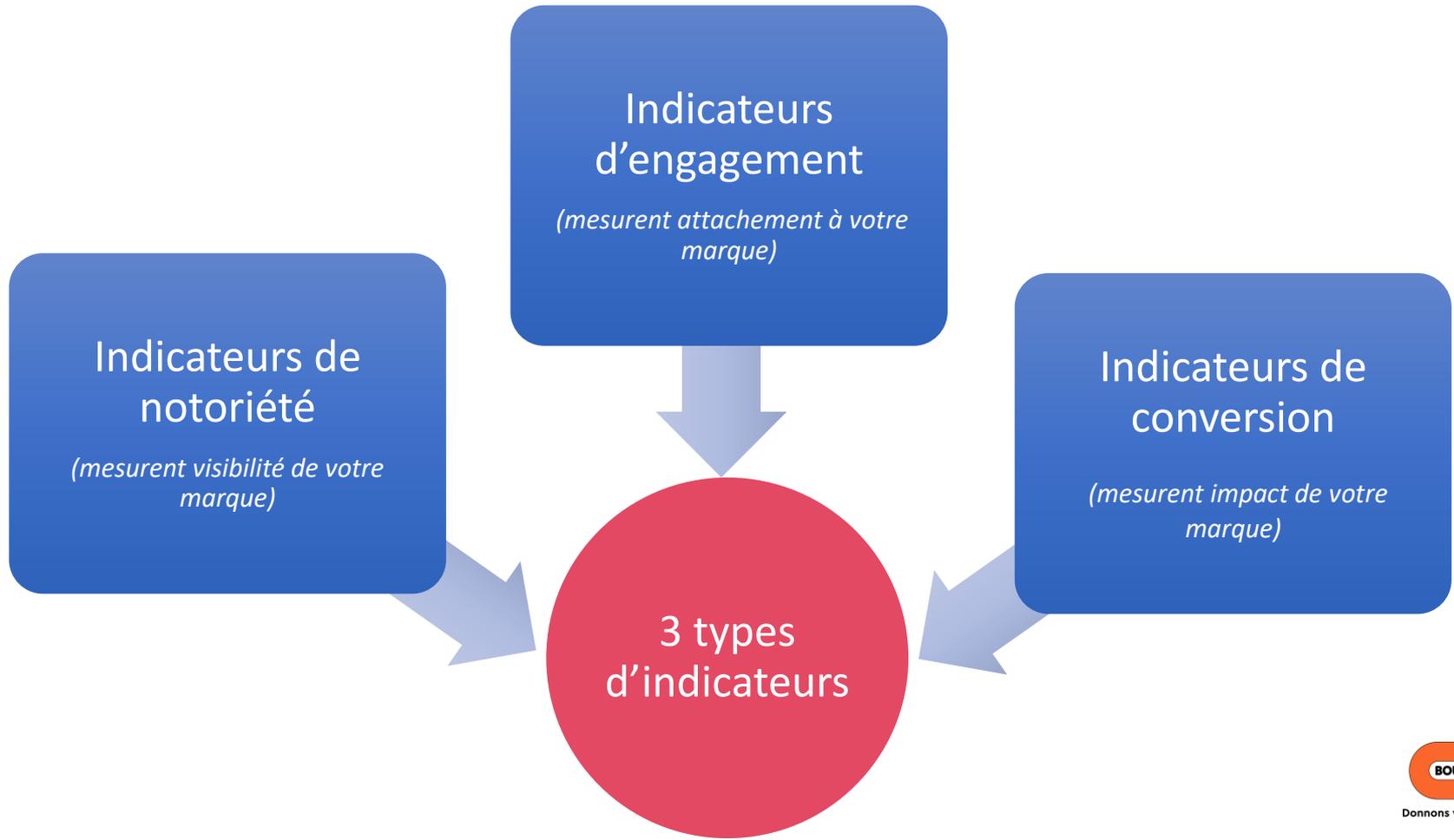
Association,  
salon,  
meetup,  
école,...

Blog



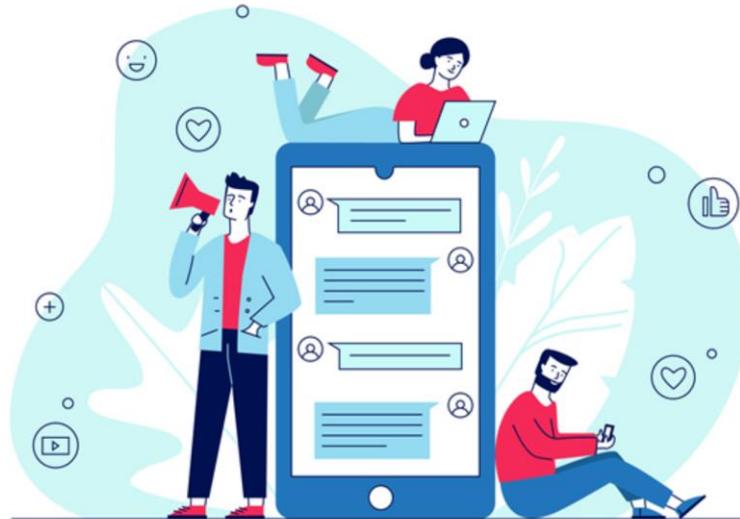
Engagement

# #5 MESURER ET AJUSTER SA STRATÉGIE



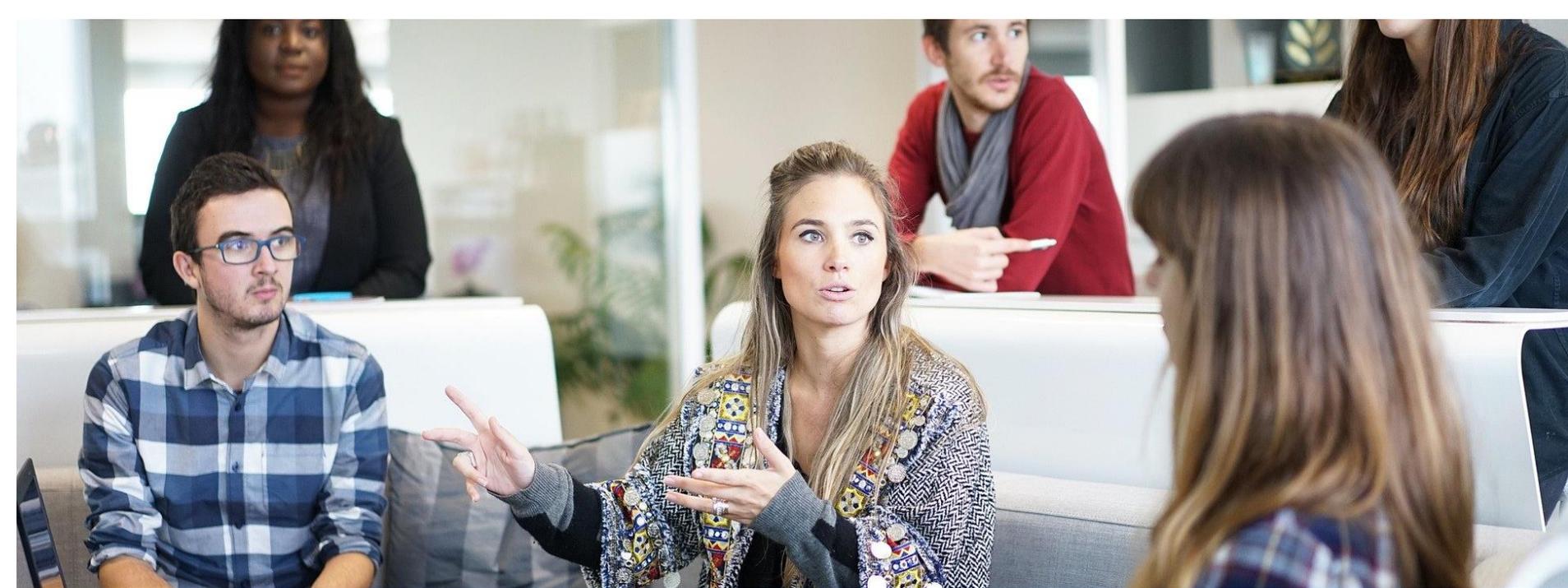
## ZOOM : AUDITER, MAÎTRISER ET DÉVELOPPER SA « E-RÉPUTATION »

- ❖ Googlez-vous et analysez l'image que vous reflétez actuellement. Cette image est-elle actuelle ? en phase avec votre profil ?
- ❖ Effectuez le nettoyage nécessaire pour ne laisser paraître que ce que vous jugez pertinent et important.
- ❖ Etablissez ensuite un plan d'action sur votre présence web (réseaux sociaux inclus) pour développer et sublimer votre e-réputation.



# AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?





## CHAPITRE 3

## LES OUTILS & CONSEILS

# LES OUTILS & CONSEILS

## En résumé les 7 points à retenir

1

Définissez les objectifs que vous visés

2

Définissez votre marque

3

Analysez votre marché

4

Choisissez et développez vos outils de communication

5

Communiquez

6

Mesurez les impacts et réajustez si nécessaire

7

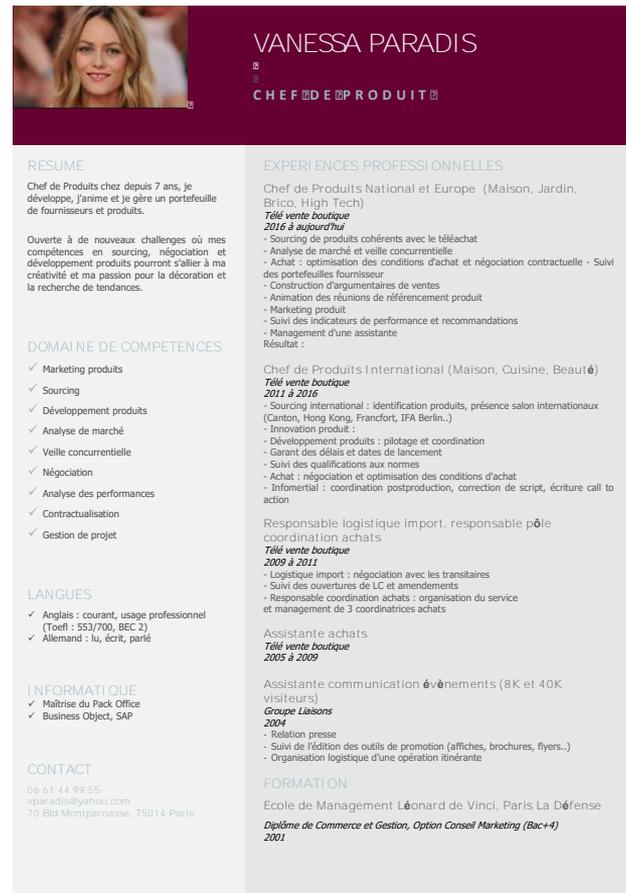
Faites vivre votre marque

# LES OUTILS À METTRE EN PLACE : LE CV

En fonction de votre objectif et de votre profil, définissez et mettez en place vos outils de communication

Cela va commencer par la mise en place de votre univers visuel (charte graphique), puis par votre CV, portfolio, site web, vidéo de présentation...

Créez votre CV sur Moby clic !



**VANESSA PARADIS**  
CHEF DE PRODUIT

**RÉSUMÉ**  
Chef de Produits chez depuis 7 ans, je développe, j'anime et je gère un portefeuille de fournisseurs et produits.  
Ouverte à de nouveaux challenges où mes compétences en sourcing, négociation et développement produits pourront s'allier à ma créativité et ma passion pour la décoration et la recherche de tendances.

**DOMAINE DE COMPETENCES**

- ✓ Marketing produits
- ✓ Sourcing
- ✓ Développement produits
- ✓ Analyse de marché
- ✓ Veille concurrentielle
- ✓ Négociation
- ✓ Analyse des performances
- ✓ Contractualisation
- ✓ Gestion de projet

**LANGUES**

- ✓ Anglais : courant, usage professionnel (Toefl : 553/700, BEC 2)
- ✓ Allemand : lu, écrit, parlé

**INFORMATIQUE**

- ✓ Maîtrise du Pack Office
- ✓ Business Object, SAP

**CONTACT**  
06 61 44 99 55  
vparadis@yahoo.com  
70 Bd Montparnasse, 75014 Paris

**EXPERIENCES PROFESSIONNELLES**

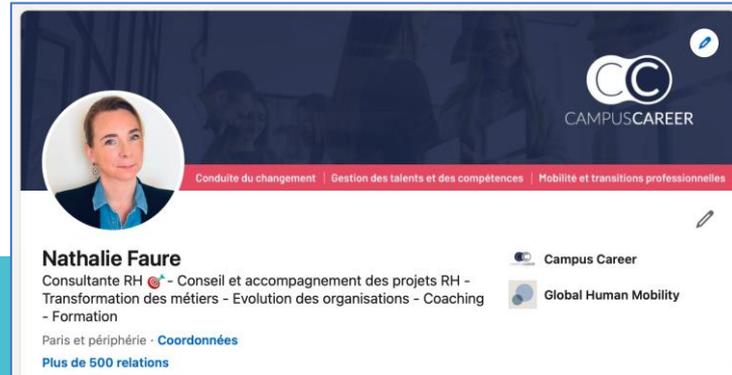
**Chef de Produits National et Europe (Maison, Jardin, Brico, High Tech)**  
*Télé vente boutique 2016 à aujourd'hui*  
- Sourcing de produits cohérents avec le téléachat  
- Analyse de marché et veille concurrentielle  
- Achat : optimisation des conditions d'achat et négociation contractuelle - Suivi des portefeuilles fournisseur  
- Construction d'argumentaires de ventes  
- Animation des réunions de référencement produit  
- Marketing produit  
- Suivi des indicateurs de performance et recommandations  
- Management d'une assistante  
Résultat :  
Chef de Produits International (Maison, Cuisine, Beauté)  
*Télé vente boutique 2011 à 2016*  
- Sourcing international : identification produits, présence salon internationaux (Canton, Hong Kong, Francfort, IFA Berlin...)  
- Innovation produit :  
- Développement produits : pilotage et coordination  
- Garant des délais et dates de lancement  
- Suivi des qualifications aux normes  
- Achat : négociation et optimisation des conditions d'achat  
- Infomercial : coordination postproduction, correction de script, écriture call to action  
Responsable logistique import, responsable pôle coordination achats  
*Télé vente boutique 2009 à 2011*  
- Logistique import : négociation avec les transitaires  
- Suivi des ouvertures de LC et amendements  
- Responsable coordination achats : organisation du service et management de 3 coordinatrices achats  
Assistante achats  
*Télé vente boutique 2005 à 2009*  
Assistante communication événements (8K et 40K visiteurs)  
**Groupe Liasons 2004**  
- Relation presse  
- Suivi de l'édition des outils de promotion (affiches, brochures, flyers...)  
- Organisation logistique d'une opération itinérante

**FORMATION**  
Ecole de Management Léonard de Vinci, Paris La Défense  
*Diplôme de Commerce et Gestion, Option Conseil Marketing (Bac+4) 2001*

# LES OUTILS À METTRE EN PLACE : LE PROFIL LINKEDIN

Actualisez et animez votre profil sur LinkedIn

- ❖ Constituez-vous une base solide de relations =  
*+500 relations*
- ❖ **Suivez** les entreprises clés de votre secteur d'activité ou du secteur vers lequel vous souhaitez évoluer
- ❖ **Partagez** les publications de vos contacts selon vos affinités
- ❖ **Likez et commentez les posts de votre réseau**
- ❖ Abonnez-vous à des groupes de discussion et participez aux échanges
- ❖ Mettez l'adresse de votre profil dans votre signature et votre CV
- ❖ Suivez l'activité de personnalités ciblées : PDG, Experts, RH,...
- ❖ Créez du contenu original de qualité (articles, photos, vidéos...).



# LES OUTILS À METTRE EN PLACE : LE PITCH



Le but : capter l'attention et marquer les esprits et pas de réciter son CV. Le recruteur va chercher à évaluer votre capacité d'analyse et de synthèse



Quand ? En entretien de mobilité, en entretien réseau ou sur un forum



Méthode utilisée : le storytelling

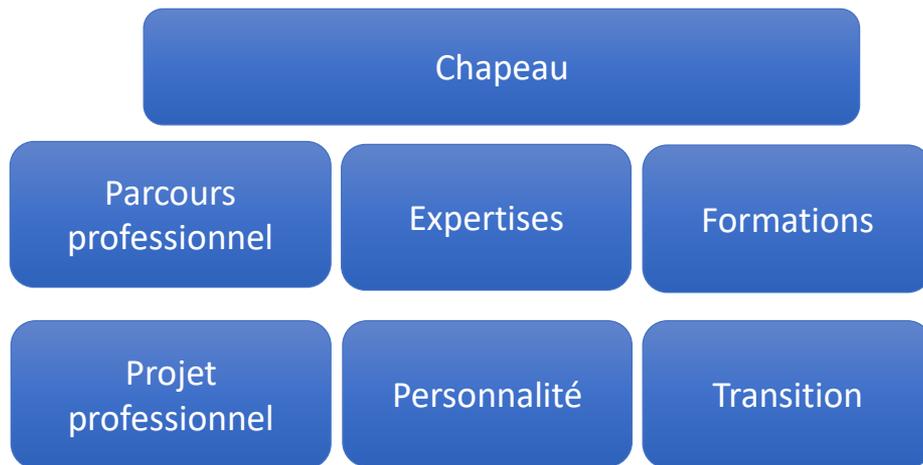


Pas d'évocation de la vie privée



Quelques minutes

## Le pitch en 7 étapes



# ZOOM : LA COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX

- ❖ Se rendre visible sur les réseaux sociaux choisis
- ❖ Définir une stratégie de communication, développer son réseau, échanger avec un maximum de personnes et faire en sorte de développer une communauté qualifiée en fonction de son objectif.
- ❖ Et en prenant le temps nécessaire pour être sûr de la trajectoire prise.



# EN RÉSUMÉ ...

## Pourquoi travailler le marketing de soi ?

- ❖ Pour se dépasser, avoir la capacité de pouvoir clarifier et communiquer sur ce qui **nous rend unique**.
- ❖ Le but est de savoir se « vendre »
- ❖ En travaillant son marketing de soi, l'enjeu est de parvenir à faire passer ses idées et faire avancer ses projets.
- ❖ Dans ce contexte, le savoir et le savoir-faire sont essentiels, mais ce sont les savoir-être, autrement dit « les soft skills », qui font la différence.

# AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?



# PASSER À L'ACTION...



- ✓ Vous possédez les outils et conseils pour développer le marketing de soi
- ✓ Prenez le temps de préparer votre plan « marketing de soi » et actualiser votre boîte à outils

Et lancez-vous !

# POUR ALLER PLUS LOIN...



## #Mobyctic

*Pour retrouver,*

- Le process -> la charte mobilité
- Les opportunités -> les offres,  
le guide métier & passerelles
- Des conseils -> la boite à outils
- L'inspiration -> les témoignages
- Des contacts -> les responsables mobilité

### Connaitre les règles :

Délai de prise de fonction,  
contrat de travail, période  
d'adaptation, intégration,  
ancienneté,  
rémunération,  
indemnité de mobilité  
géographique,  
mobilité internationale