



Marketing digital 1/2

Concevoir sa stratégie de marketing digital

Les objectifs :

- Appréhender et définir votre marque personnelle (Personal Branding)
- Adopter une stratégie digitale fidèle à celle.celui que vous êtes et votre marque personnelle
- Apprendre à vous adresser à votre cœur de cible en affinant votre pitch de présentation

L'intervenante :

Charlotte Jacquet, naturopathe, experte en webmarketing, directrice associée de l'agence Digital Native

Nature de l'action au sens de l'article L.6313-1 du code du travail :

Perfectionnement des connaissances

Moyens pédagogiques :

Cours théoriques, étude de cas, exercices appliqués

Nature de la sanction de l'action de formation :

Attestation de fin de formation

Moyen de contrôle de l'assiduité :

Attestation d'assiduité + relevé de connexion

Le programme détaillé :

Jour 1

I/ Une question d'état d'esprit : alignement/légitimité/plan d'action

- Lever les peurs, les blocages et croyances limitantes
- Comment être un(e) entrepreneur(e) quand on a le cœur d'un(e) « thérapeute » ?
- Pourquoi il est possible de communiquer de manière authentique, en restant en accord avec ses valeurs.
- Comment souhaitez-vous incarner votre entreprise ?
- Présentation théorique + exercice à faire à la maison avec la remise d'une fiche

II/ Créer son personal branding (marque personnelle)

a. Bâtir un profil cohérent

- Connaissance de soi
- Identité
- Réputation

Jour 2

Retour sur la partie exercices, réponses aux questions éventuelles.

b. Définir votre cible : se mettre à la place de votre client !

- Qui souhaitez-vous aider ? Quel est le profil de vos futurs consultants ? Sachez bien définir votre client(e)-idéal(e) : ne parlez pas à tout le monde
- Quelles sont leurs problématiques ? leurs besoins, leurs attentes,
- Quelles solutions pouvez-vous leur apporter ? qu'est-ce qui vous rend unique ? Notion de spécialisation

Présentation théorique + exercice en lien avec le cas pratique et débrief + exercice à faire à la maison avec la remise d'une fiche PDF : une fiche sur le/la client(e) idéal(e)

c. Créer votre offre, votre océan bleu

Objectif : savoir communiquer le bon message, à la bonne personne et au bon moment.

- Introduction à la notion de marché et de positionnement
- Qu'est-ce que mon produit ou service apporte ? Quelle est sa valeur ajoutée ?
- En quoi peut-il être différenciant de ce qui se trouve déjà sur le marché ? comment me démarquer naturellement des autres ?
- 5 types d'offres à envisager : l'offre gratuite (lead magnet ou aimant à client), l'offre principale, les offres secondaires (offre basique et complémentaire) et l'offre autonomie/liberté

Présentation théorique + exercices (objectif passer d'un produit à une offre unique basée sur le Personal Branding développé en jour 1)

A la fin de ce module de formation, vous serez en mesure de :

- Définir votre marque personnelle, un storytelling inspirant et un pitch pour vous présenter - Savoir précisément qui est votre cœur de cible
- Savoir communiquer le bon message, à la bonne personne et au bon moment