

BÂTIR UNE MARQUE PERSONNELLE

Bâtir une marque personnelle nécessite de la planification, de la recherche, de la patience et du temps. Je suppose que pour beaucoup d'entre vous, l'idée de bâtir votre marque personnelle n'est pas vraiment sur votre radar. Cependant, à travers les nombreuses leçons que vous avez dispensées et la réputation que vous avez construite auprès des membres et du public, le processus est déjà commencé. Votre marque est déjà en train de prendre forme et une entreprise est assise là, attendant que vous en preniez la barre.

Vous devriez commencer à penser stratégiquement à l'utilisation de votre nom pour commencer à construire une entreprise - que ce soit en étant positionné comme un expert de l'industrie, un expert de l'enseignement ou même comme un joueur professionnel. Dans ce document, nous regarderons les premières étapes que vous devrez utiliser pour donner à votre marque la meilleure chance de succès dès le départ. Cette feuille de calcul est un suivi du séminaire en ligne mis à votre disposition par la plateforme DP de la PGA du Canada.

Commençons.

LINKEDIN

La première étape dans la construction d'une marque personnelle est d'assurer que vous avez un profil complet LinkedIn. Ceci est la première liste la plus probable de recherche de votre nom sur Google.

Un profil professionnel est maintenant essentiel et LinkedIn est l'une des rares plates-formes qui vous permet de mettre en valeur votre sens des affaires. Ces profils sont couramment utilisés par les journalistes pour rechercher des articles de presse, par des chasseurs de têtes pour le placement et par les employeurs à la recherche de nouveaux employés - donc, être visible est très important.

Voici quelques éléments à prendre en compte pour votre profil LinkedIn:

- Photographie professionnelle et récente

- Liste complète de votre historique d'emploi récente, de vos responsabilités, de votre formation, de vos récompenses et certifications
- Une description intrigante et intéressante de vous-même. Ne pas avoir peur d'utiliser certains mots clés liés à votre travail et à l'industrie dans cette description
- Un nombre respectable de connexions est un grand atout et vous met en contact avec votre communauté d'affaires
- Connexions avec des groupes/communautés intéressantes sur la plate-forme

- Mettez à jour et de manière professionnelle votre présence LinkedIn.

Une fois que votre profil bourdonne, envisagez de prendre le temps d'écrire et de publier un contenu réfléchi sur le mur de votre profil. Cette plate-forme sociale est utilisée pour mieux vous positionner comme un professionnel de l'industrie alors utilisez-la à votre avantage. Nous vous recommandons de prendre le temps cette année de publier un minimum de deux articles pendant la saison de golf pour garder votre profil un peu actif. Ces messages peuvent être écrits directement sur LinkedIn ou être du contenu partagé qui est affiché ailleurs.

- Écrivez deux messages suscitant des pensées sur votre profil LinkedIn cette saison de golf.

ÉTABLIR LES FONDEMENTS DE VOTRE MARQUE

Comme nous travaillons à établir les fondements de votre marque, il est important de mener des recherches d'ensemble dans votre communauté d'affaires locale pour en savoir autant que possible avant de vous installer. Ce n'est pas utile de n'être que juste «une autre voix dans la foule», surtout lorsque vous êtes dans un marché bondé pour commencer. Vous aurez besoin de trouver ce qui vous rend unique, ou ce qui vous rend différent par rapport à vos concurrents pour vous donner la meilleure chance de vous différencier. Voulez-vous concentrer vos efforts d'enseignement sur les golfeurs juniors? Les



femmes? Les professionnels? Est-ce que vous essayez d'intégrer le circuit? Voulez-vous prendre un itinéraire professionnel ou essayer d'être plus décontracté? Peu importe ce que vos objectifs autour de l'image de marque personnelle sont, les questions ci-dessous vont vous aider à mieux comprendre votre marché au point où vous pourrez identifier les opportunités pour votre croissance.

- Identifiez qui sont les leaders de la marque dans votre catégorie d'entreprise. Que font-ils bien? De quelles compétences manquent-ils?
- Identifiez les domaines dans votre marché où il y a des opportunités pour construire votre marque grâce à la différenciation.
- Commencez à penser à la façon dont vous souhaitez vous positionner. Commencez à amasser des images, des polices de caractères, des dîres, des couleurs qui vous parlent à vous et votre future marque au cours de la saison.
- Commencez à penser à votre nom d'utilisateur sur différents profils. Essayez d'en trouver un qui est cohérent à travers toutes les plateformes et ensuite ouvrez les comptes. Utilisez <https://namechk.com> pour faire une partie du travail pour vous.

SOYEZ PUBLIÉ

Il existe d'innombrables façons de faire publier ces jours-ci - d'être interviewé par un journal à écrire des chroniques d'invité sur les blogues et les sites web. Cela jouera un rôle important pour vous aider à développer votre marque personnelle et connecter votre communauté locale avec vous. Écrire un contenu unique et se connecter avec les propriétaires de sites ou les éditeurs de divers journaux ou magazines pour voir s'ils sont intéressés à publier. Gardez aussi un œil sur les segments hebdomadaires existants sur l'industrie du golf. Pour cette saison, voici ce que nous vous suggérons de faire pour commencer à développer votre marque personnelle.

- Contactez 5 sources dans une tentative pour obtenir la publication d'un article. Essayez 2-3 sites Web et 2-3 journaux ou magazines.
- Soyez publiés!

SURVEILLER VOTRE MARQUE



Que vous soyez débutant ou ayez été dans l'entreprise depuis de nombreuses années, il y a de nombreux avantages à surveiller votre nom et votre marque en ligne. C'est un excellent moyen de se faire une idée de ce que vos clients disent au sujet de vous et cela vous donne les outils pour aller vers eux afin d'assurer le suivi. Prenez toujours le temps de répondre indépendamment du fait que le commentaire soit bon ou mauvais.

- Obtenez accès (si elle existe) ou créez votre Page d'affaires Google pour votre entreprise.
- Établissez une alerte de recherche Google pour votre nom et le nom de votre entreprise.
- Si votre marque est en place depuis un certain temps et que vous avez déjà une très bonne présence en ligne, considérez la mise en place d'un compte Reputology à reputology.com

TROUVER UN MENTOR / ÊTRE UN MENTOR

Les mentors ont "été là, fait cela". Ils ont fait beaucoup d'erreurs le long du chemin et savent beaucoup de choses sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Si vous êtes nouveau dans l'industrie, trouver un bon mentor prêt à vous aider sur le chemin pourrait être d'une grande valeur pour votre développement personnel. Dans un même ordre d'idée, être un mentor pour un autre professionnel peut être une expérience enrichissante et amusante pour vraiment pousser plus loin le jeu et votre réputation en tant que leader.



- Trouver un mentor / Être un mentor

Ceci conclut nos premières étapes pour développer votre marque personnelle. Ce processus va prendre du temps, mais vous pouvez être sûr que vous vous préparez au succès en créant les fondements appropriés.



STRONG COFFEE est une entreprise de formation en marketing numérique, installée à Edmonton, Alberta. Nous éduquons et entraînons nos clients afin qu'ils puissent développer des stratégies de marketing numériques dans le but d'atteindre leurs objectifs d'affaires. Visitez notre site au strongcoffeemarketing.com