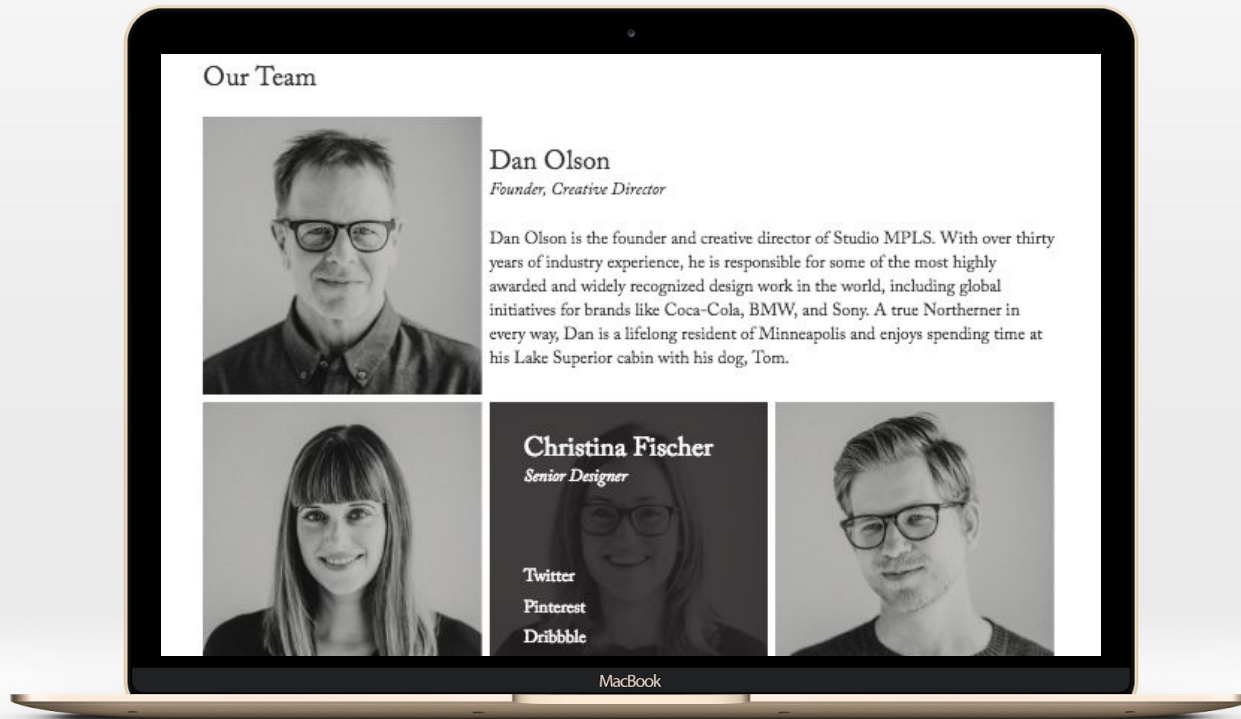





# Développer sa présence en ligne

## Personal Branding



# Résumé / Mission

Développer son Personal Branding pour augmenter la visibilité de l'agence en Alsace :

-  Attirer de nouveaux clients
-  Augmenter la notoriété de l'agence
-  Attirer de nouveaux collaborateurs

# Audiences / Objectifs SMART

## Audiences :

- Cible prioritaire : les potentiels clients de l'agence
- Cible secondaire : les futurs collaborateurs
- Cible non prioritaire : les collaborateurs pour faire leur personnel branding

## Objectifs SMART :

- Acquisition : Recevoir 2 candidatures spontanées en 12 mois
- Notoriété : Participer à un séminaire digital au nom de l'agence en 24 mois
- Fidélisation : Informer et pousser au moins 5 clients de l'agence à prendre des nouveaux services/prestations en 12 mois.

# Étude de Marché pour l'agence digitale en Alsace

 Infos du gouvernement :

- 30% des TPE n'ont pas Internet.
- 60 % des commerçants ne gèrent pas leur visibilité sur Google.
- À cause de la pandémie, les TPE s'orientent vers le digital.
- Aides et dispositifs du gouvernement pour financer la transformation numérique en Alsace.

 Beaucoup d'agences digitales en Alsace.

 Belles opportunités malgré les concurrents

# Étude de Marché pour le Personnel Branding en Alsace

 Forces : Chef de Projet, SEO, SEA et eShop

 Freelances en Alsace :

- 21 en Chefs de Projet

- 9 en Consultants SEO

- 9 en Consultants SEA

 Peu de concurrents , facile à créer sa position, son Personnel Branding

 La visibilité de l'Agence

# Stratégie éditoriale du personnel branding

🎯 Tonalité : vouvoiement, courtois, corporate, direct et professionnel, “Nous” sera employé pour parler de la marque.

→ Articles soient identifiés comme des écrits de qualité

🎯 Degré de technicité du vocabulaire : Chaque mot de vocabulaire doit être expliqué. Il faut qu’il y ait de la vulgarisation des techniques.

🎯 Canaux choisis (par ordre de priorité) :

- Blog : Nous avons entièrement la main mise dessus
- LinkedIn : Partager des informations et rediriger vers le blog
- Facebook : Partager des informations et rediriger vers le blog
- Twitter : Encouragement des textes courts et des liens vers Facebook et le blog

# Plan Action / Tableau Suivi / Calendrier éditorial





 Mon plan d'action (voir en live Google Spreadsheets)






 Mon tableau de suivi (voir en live Google Spreadsheets)

 Mon Calendrier éditorial (voir en live Google Agenda)

# Charte Graphique du personnel branding



#	Nom	Couleur	Hex
1	Bleu principal		#0086CE
2	Jaune principal		#FFBA00
3	Rouge principal		#FF3900
4	Orange principal		#FF8B00

#	Nom	Couleur	Hex
18	Blanc		#FFFFFF
19	Noir		#000000
20	Gris clair		#C4C4C6
21	Gris moyen		#808080
22	Gris foncé		#595B60

 Police utilisées : Roman SD (texte du logo), Roboto (titre), Montserrat (texte)

 Page d'exemple de Typographie en live



# Site web et Blog du personal branding

 Analyse du site web **en live**

 Visualisation du premier article du blog **en live**

**MERCI**

**pour votre attention**

**Avez-vous**

**des questions ?**