

# Guide d'accompagnement

<p><b>Ce que vous êtes</b> (Identité)</p> <p>Indiquez ici ce qui vous rend unique. Cette étape de recherche et d'introspection nécessite que vous preniez contact avec votre moi authentique.</p> <p>Cela peut comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Votre style ou des caractéristiques physiques</li> <li>• Votre personnalité</li> <li>• Votre historique professionnel, votre histoire personnelle, vos antécédents</li> <li>• Votre culture, votre éducation, vos intérêts et vos passions</li> <li>• Les causes qui vous tiennent à cœur</li> <li>• Vos valeurs, votre mission, votre vision</li> </ul>	<p><b>Ce que vous apportez</b> (Offre)</p> <p>Quels caractéristiques ou aptitudes sont recherchées par votre public cible? Quels services pertinents offrez-vous?</p> <p>Ce pourrait être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Votre profession</li> <li>• Vos services</li> <li>• Vos talents, aptitudes</li> </ul>	<p><b>Ce que vous promettez</b> (Bénéfices)</p> <p>Quels sont les bénéfices que vos clients recevront en utilisant vos services? Ceux-ci doivent être en lien avec les problèmes que vous avez identifiés auprès de votre public cible.</p> <p>Ce pourrait être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Résolution d'un problème ou satisfaction d'un besoin</li> <li>• Bénéfice émotionnel (la façon dont ils se sentiront après avoir fait affaire avec vous)</li> <li>• Métamorphose (le chemin que vous leur aurez fait parcourir)</li> </ul>	<p><b>Pourquoi vous choisir</b> (Positionnement)</p> <p>Qu'est-ce qui vous différencie de la compétition?</p> <p>Votre positionnement est :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crédible, spécifique?</li> <li>• Pertinent aux besoins du client? À quelle motivation répond-il?</li> <li>• Les bénéfices sont-ils clairement identifiés?</li> </ul>	<p><b>Qui doit le savoir</b> (Public cible)</p> <p>Qui sont vos plus importants clients? Qui les influencent? Qui pourrait vous aider à développer votre marque personnelle?</p> <p>Cette section peut inclure :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une catégorie d'employeurs au sein d'une industrie</li> <li>• Une catégorie de clients</li> <li>• Des influenceurs</li> <li>• Des groupes ou des communautés (incl. celles en ligne)</li> <li>• Un média ciblé</li> <li>• L'opinion publique</li> </ul>
<p><b>Ce dont vous avez besoin</b> (Investissements)</p> <p>Dans quelles ressources, partenariats ou activités vous investissez-vous (ou devriez-vous vous investir) pour amener votre marque au prochain niveau?</p> <p>Il peut s'agir de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communications et marketing</li> <li>• Formations</li> <li>• Fournisseurs, consultants ou partenaires</li> <li>• Temps ou ressources monétaires ou physiques</li> </ul>		<p><b>Ce que vous obtiendrez</b> (Résultats)</p> <p>Quels résultats ou bénéfices recherchez-vous pour votre marque? Comment aimeriez-vous être perçu(e)? Comment voulez-vous qu'on parle de vous?</p> <p>Il peut s'agir de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilité, reconnaissance, mémorabilité</li> <li>• Leadership, respect, image, réputation</li> <li>• Différenciation, perception de qualité, pertinence</li> <li>• Loyauté, taux de rétention, part de marché</li> </ul>		