



## Savoir. Formations. Solutions.

← Marketing du personnel

19/06/2019

### Marketing personnel: Comment vous démarquer des autres

**Qui sait se distinguer, facilite aux autres la décision de faire appel à ses services.**



Beaucoup pensent qu'en marketing personnel il s'agit en premier lieu d'attirer l'attention sur soi avec le maximum d'habileté et de tapage. Il est de bon ton de dire: le bagout fait à coup sûr partie du métier. C'est toutefois une demi-vérité. Car, qui veut avoir du succès dans la vente, doit d'abord avoir quelque chose à vendre.

#### **i Important**

Un marketing personnel porteur de succès commence toujours par ce que nous proposons: par notre personne et par nos talents.

#### **Trouvez votre IISP**

Nous utilisons des cookies pour améliorer continuellement notre site web. En utilisant ce site web, vous acceptez l'utilisation de cookies. [➤ Plus d'infos](#)

**Fermer**

Qui veut être concurrentiel doit avoir quelque chose à proposer qui lui confère un certain caractère d'exclusivité le distinguant de la masse. En marketing tout comme en psychologie de vente ce critère distinctif est appelé USP, abréviation du terme anglais «Unique Selling Proposition».

### **i** Remarque

L'USP désigne une promesse de vente incomparable permettant à l'offre de se distinguer de la concurrence. L'USP se fonde sur nos caractéristiques spécifiques, sur nos valeurs, nos émotions, nos points forts et nos comportements fondamentaux, donc sur les aspects qui nous différencient des autres et nous rendent uniques.

«Mais comment puis-je concevoir une USP? Je suis tout ce qu'il y a de plus banal et je mène une vie banale. Je ne peux pas jouer au tennis comme Roger Federer et je n'ai pas la voix d'Adele. Que pourrais-je bien avoir en moi d'unique?» J'entends souvent cette objection. Elle est de fait basée sur notre perception déformée: nous connaissant parfaitement, nous tenons pour naturelles toutes les choses exigeantes que nous réalisons avec succès. «Présenter un exposé devant cent personnes? Tout le monde sait le faire!»; «Recevoir l'évaluation «dépasse les attentes» dans l'entretien annuel? Cela n'a rien d'exceptionnel.» Et pourtant c'est bien le cas. Mais comme vous avez réussi, vous trouvez cela tout à fait normal.

### **i** Important

Il ne s'agit pas, lors de l'élaboration de l'USP, de devenir unique – car vous l'êtes déjà. Il s'agit plutôt de prendre conscience de sa propre singularité et de l'estimer à sa juste mesure. Car, chaque vie offre quelque chose d'exceptionnel ou d'inédit qui peut intéresser les autres.

## **Not everybody's darling**

L'USP révèle ce à quoi nous croyons et ce que nous apportons à l'autre s'il collabore avec nous. Et ceci n'est pas du goût de tout le monde. Une forte personnalité peut aussi parfois être heurtée. C'est dans l'ordre des choses. Si vous voulez vous positionner efficacement, vous ne devez pas être «everybody's darling», sinon vous affadissez votre profil.

*Qui veut contenter tout le monde, ne satisfait personne.*

Vous avez sûrement de nombreux talents, des points forts et des compétences et vous avez de la peine à réduire à deux ou trois vos qualités principales. Et pourtant: se focaliser est une condition préalable au succès – qui trop embrasse, mal étreint. Faites comme les karatekas: rassemblez et concentrez vos forces, ainsi vous possédez la meilleure efficacité.

## **Check-list: trouvez vos principales qualités**

Nous utilisons des cookies pour améliorer continuellement notre site web. En utilisant ce site web, vous acceptez l'utilisation de cookies. [➤ Plus d'infos](#)

**Fermer**

- Quels sont mes principaux points forts et mes capacités?
- Quels traits de caractère définissent-ils ma personnalité?
- Quand est-ce que je me sens particulièrement motivé et actif? Quels succès professionnels ai-je obtenus au cours de l'année écoulée?
- Pourquoi quelqu'un voudrait-il collaborer avec moi?
- Qu'est-ce qui pour moi est particulièrement important dans la vie?
- Comment est-ce que j'inspire les autres?
- Vers quels idéaux mes actions tendent-elles?

Faites appel au feedback de votre entourage pour répondre à ces questions. Vous aurez ainsi une indication sur la manière dont les gens vous perçoivent.

Malheureusement, nos faiblesses occupent plus souvent nos esprits que le font nos points forts. Renoncez toutefois lors de l'élaboration de votre USP à réfléchir à vos faiblesses, car vous ne pouvez pas les vendre – personne ne vous les achètera. Les gens veulent les meilleurs dans leur domaine. Donnez-leur donc le meilleur de ce que vous avez à offrir.

## Check-list: organisez votre USP

1. Relisez maintenant votre liste et surlignez les points qui vous paraissent essentiels.
2. Comparez les différentes qualités entre elles. Prenez-en deux à chaque fois et réfléchissez: laquelle des deux est la plus importante.
3. Réduisez votre liste, selon ce principe, à 2 ou 3 qualités essentielles.
4. Transcrivez ces qualités sur une grande feuille de papier à l'aide d'un feutre épais. Reculez de quelques pas, observez, et prenez le temps de la réflexion. La plupart du temps, une singularité se dégage de l'interaction entre les divers éléments. En quoi consiste la particularité, le caractère unique de la combinaison de ces qualités?

## Exemples

- «Je communique clairement – dans chaque circonstance.»
- «Maître dans l'art de soigner son réseau.»
- «Visionnaire persévérant.»

Nous utilisons des cookies pour améliorer continuellement notre site web. En utilisant ce site web, vous acceptez l'utilisation de cookies. [➤ Plus d'infos](#)

[Fermer](#)

- «Suivis avec détermination, dynamisme et bienveillance – mes clients ne manquent de rien.

## Poursuivez vos objectifs

Vous vous êtes plongé(e) dans la lecture de ce dossier sur le thème du marketing personnel. Dans quel but? Avez-vous un vague intérêt pour ce sujet? Souhaitez-vous élargir vos connaissances? Ou bien avez-vous plutôt le sentiment d'avoir un retard à combler dans ce domaine et vous souhaitez utiliser ce dossier, afin de mieux vous vendre? Si tel est le cas: quel but souhaitez-vous atteindre grâce à l'amélioration de vos connaissances en marketing?

Un objectif remplit trois fonctions:

1. Il vous indique la direction vers laquelle vous souhaitez aller.
2. Il donne la marche à suivre et vous empêche de vous écarter du chemin.
3. A chaque étape, il vous indique le pas suivant pour aller dans la bonne direction.

### Conseil pratique

Seul celui qui sait ce qu'il veut, peut orienter ses actions en fonction de ses besoins. Plus vous savez avec précision ce que vous voulez atteindre, mieux vous pouvez planifier votre démarche. Esquissez pour cela une image la plus concrète possible de votre objectif.

## Check-list: définissez votre objectif stimulant

Définissez le but que vous voulez atteindre à l'aide de votre solide marketing personnel. Fixez-vous une échéance entre 3 et 5 années. C'est-à-dire: choisissez un objectif que vous atteindrez dans 3 ans au plus tôt et dans 5 ans au plus tard.

1. Imaginez-vous, qu'à l'instant, 3 à 5 années se sont écoulées. Vous avez amélioré votre marketing personnel et concrétisé tous vos plans: qu'avez-vous réellement atteint? Qu'est-ce qui a changé dans votre vie? Quelles opportunités avez-vous eu et utilisées? Quelle reconnaissance avez-vous reçue?
2. Listez sous forme de brainstorming tous les objectifs que vous souhaitez réaliser.
3. Choisissez alors un objectif. Là aussi, focalisez-vous. Concentrez-vous sur l'objectif le plus stimulant qui, bien qu'exigeant, n'en est pas moins réaliste.

Nous utilisons des cookies pour améliorer continuellement notre site web. En utilisant ce site web, vous acceptez l'utilisation de cookies. [➤ Plus d'infos](#)

[Fermer](#)

Evidemment, les objectifs peuvent aussi changer. Vous ne devez pas vous accrocher obstinément à une chose qui a perdu de son éclat. La stratégie choisie dans le cadre d'un marketing personnel obéit toutefois à une certaine constance. Si vous modifiez continuellement votre objectif, vous ne pourrez pas le planifier en conséquence, vous perdez votre temps et votre énergie.

## Réalisez des performances qui impressionnent

### Exemple pratique

David, chef d'équipe dans une compagnie d'assurance, est frustré. Une fois encore il n'a pas reçu la promotion pour laquelle il se battait. «Mais que dois-je donc faire? Dois-je travailler encore plus?», se demande-t-il. Peut-être connaissez-vous ce sentiment. Vous faites du bon travail, vous êtes assidu(e), engagé(e), loyal(e) – et pourtant vous avez le sentiment de faire du sur-place. Pourquoi une bonne performance et un fort engagement au travail conduisent-ils souvent dans une impasse et non à gravir les échelons hiérarchiques? Et quelles performances permettent-elles vraiment d'avancer?

### Oubliez le rôle d'abeille zélée et travailleuse

Voici le problème: l'accomplissement assidu de nos tâches quotidiennes ne se vend pas, les performances, qui sont de toute façon attendues de nous, ne nous permettent pas de nous positionner. Dominer sa propre discipline, faire consciencieusement son job n'est pas un apport extraordinaire mais plutôt la condition requise pour l'accomplissement de ses tâches. Notre travail est rétribué par un salaire – il ne justifie ni une augmentation de salaire ni une promotion. Et c'est souvent là qu'est faite l'erreur d'appréciation: nous croyons que, nous appliquer à la tâche et faire preuve de conscience professionnelle, nous permettra d'avancer. «Bien» n'est toutefois pas suffisant dans notre société de concurrence et les lauriers ne se gagnent pas avec des «toujours plus.»

### Les quatre sortes de performances

#### Charge inutile

Ne fait pas partie de mon domaine d'activités; n'est pas attendue ou reconnue comme importante.

#### Performance solide

Performance de base qui est attendue.

#### Plus-value

Appartient aux tâches habituelles et offre à l'autre une valeur ajoutée.

#### Exploits

Performances inattendues et étonnantes qui ne sont ni demandées ni attendues.

nous ou pas et si elle peut nous faire marquer des points. Marquer des points signifie: la performance est intéressante et séduisante pour l'autre, il la veut.

## 1. Charge inutile

### Importance pour le marketing personnel

N'est pas attendue de nous, n'est pas attractive pour l'autre. Ne peut pas être négociée.

#### Exemples :

- Tâches que les collègues nous délèguent, mais qui ne sont pas de notre ressort.
- Quand les supérieurs traitent des tâches que les collaborateurs devraient exécuter.

#### Que faire?

- Posez-vous la question: sur quels critères suis-je évalué(e)?
- Réduisez vos efforts: déléguer les tâches ou les réduire fortement.
- Si une charge inutile doit toutefois être exécutée: autant que nécessaire et aussi peu que possible.

## 2. Performance solide

### Importance pour le marketing personnel

Est attendue de nous. Raison pour laquelle elle passe inaperçue – elle est considérée comme allant de soi.

#### Exemples

Ce sont les tâches quotidiennes auxquelles nous consacrons le plus de temps et pour lesquelles nous percevons un salaire.

#### Que faire?

Nous devons exécuter nos tâches quotidiennes avec sérieux. Mais ceci ne nous aide pas à avancer – même si nous nous investissons totalement. Vous devez donc:

- Eviter le perfectionnisme et vous en tenir strictement à la règle des 80/20.
- Sensibiliser votre entourage pour ces performances et les rendre visibles.

### Importance pour le marketing personnel

Nous apporte de la visibilité et nous fait marquer des points. Est l'alternative la plus efficace pour nous positionner.

### Exemples

- Un responsable des achats organise le processus des achats avec tant de rigueur que des économies de coûts plus importantes que prévu sont réalisées.
- Ayant participé à un séminaire, un collaborateur collecte les résultats les plus intéressants pour ses supérieurs et pour ses collègues qui étaient absents.

### Que faire?

- Introduisez des améliorations dans votre champ d'activités ou offrez des prestations complémentaires qui apportent une plus-value à vos clients internes et externes.
- La plus-value est souvent réalisée grâce à de petites modifications et à l'apport de prestations annexes en complément à une performance solide.

## 4. Exploits

### Importance pour le marketing personnel

Ne sont pas courants, impressionnent et suscitent la curiosité. Peuvent être risqués – mais aussi très bénéfiques – et sont ébruités en cas de succès.

### Exemples

- Après avoir traité avec son client la solution technique qui lui avait été commandée, un conseiller IT lui explique par ailleurs comment améliorer le niveau de charge.
- Une directrice de projet clôture avec succès un projet préalablement taxé de fiasco.

### Que faire?

- Soyez attentifs, afin de pouvoir saisir les occasions de réaliser un exploit.
- Évaluez les risques et choisissez la méthode à utiliser.
- Menez-la à bien – et récoltez les bénéfices de vos efforts.

### Exemple pratique

Nous utilisons des cookies pour améliorer continuellement notre site web. En utilisant ce site web, vous acceptez l'utilisation de cookies. [➤ Plus d'infos](#)

[Fermer](#)

l'entreprise au-delà des attentes habituelles. En remettant en question de manière critique ses activités quotidiennes et en les optimisant (fini le perfectionnisme), il se procure du temps pour générer davantage de performances avec valeur ajoutée – et réaliser de temps à autre un exploit.

### Check-list: optimisez vos performances

Notez les performances que vous réalisez aujourd'hui:

- Dans quelle case pouvez-vous classer chaque performance individuelle?
- Comment pouvez-vous réduire les tâches des cases 1 et 2?
- Quelles tâches supplémentaires pouvez-vous réaliser dans les cases 3 et 4? Les questions suivantes vous aideront: Quelles sont les difficultés pour ma cheffe? Dans quels domaines puis-je encore la soutenir? Lesquelles de mes performances peuvent nous faire avancer tous les deux? Quel est pour moi le meilleur rapport entre investissement et rendement dans mon travail?

Source: *E-Dossier Marketing personnel*

### Aide de travail à télécharger



## E-Dossier Marketing personnel

Un bon marketing personnel, ça s'apprend!

**CHF 40.00**

(TVA exclue)

**Livrable immédiatement.**

Télécharger

maintenant

## Recommandation produit

Nous utilisons des cookies pour améliorer continuellement notre site web. En utilisant ce site web, vous acceptez l'utilisation de cookies. [➤ Plus d'infos](#)

[Fermer](#)





## ManagementPratique

Plus de 300 aides de travail testées dans la pratique et de précieuses connaissances de spécialistes du domaine pour un management efficace.

**à partir de CHF 148.00**

(TVA exclue)

**Livrable immédiatement.**

[Plus d'infos](#)

## Recommandation séminaire

Séminaire pratique, 1 jour, Hôtel Aquatis, Lausanne

### **Vision, Charisme et Leadership**

**Les clés de la crédibilité et de l'impact personnel**

Prochaine date: 10. septembre 2019

[> plus d'infos](#)