
SURPASSEZ LA CONCURRENCE EN 5 ÉTAPES FACILES

Vous êtes compétent, vous avez une belle personnalité, des produits et services intéressants, mais il y a bien des chances qu'il en soit de même pour vos concurrents. Alors qu'est-ce qui motivera un client potentiel à faire des affaires avec vous ? Qu'est-ce qui poussera un client existant à vous embaucher de nouveau ?

La concurrence est difficile et elle l'est davantage pendant des périodes financières instables. Vous essayez de trouver des approches créatives pour garder votre entreprise prospère malgré une économie plus lente, mais il semble parfois que rien ne fonctionne, peu importe votre degré d'ingéniosité. La raison est peut-être que vous dirigez votre attention au mauvais endroit.

Avez-vous déjà songé à créer votre image de marque (ou signature) personnelle pour surpasser votre concurrence ? Soyez réalistes; si vous ne possédez pas de signature personnelle, quelqu'un vous en attribuera une et cela peut être embarrassant. Vous devez avoir le plein contrôle sur votre réputation, image et crédibilité. Ceci peut se faire grâce à l'image de marque personnelle. Mais qu'est-ce que ça veut dire au juste ? Cela signifie que peu importe les circonstances, vous devez être **AUTHENTIQUE** à vous-même et au commerce que vous représentez, **COHÉRENT** dans vos messages, approche et identité et **CLAIR** quant à vos objectifs et ambitions. En d'autres mots, lorsqu'une personne s'entretient avec vous, vous regarde ou vous rencontre, il ne doit pas y avoir d'ambiguïté. L'image de marque personnelle vous aidera à vous différencier de votre concurrence. C'est une approche fondamentale en affaires qui vous permettra d'accéder à des sphères supérieures de réussite professionnelle. Voici 5 étapes faciles pour vous donner le coup de départ.

ÉTAPE N° 1 – POSEZ-VOUS DE SÉRIEUSES QUESTIONS (ET RÉPONDEZ SVP !)

Puisque l'image de marque personnelle est une approche fondamentale, cela exige une réflexion fondamentale. Vous devez creuser au plus profond de vous-même pour comprendre vos vraies motivations. Votre image extérieure sera toujours le reflet de ce qui se passe à l'intérieur et si vous croyez que les gens ne peuvent pas « voir » votre vraie nature, détrompez-vous. Vous êtes plus transparent que vous n'aimeriez le croire. Pour avoir une signature personnelle à laquelle les gens croiront et en laquelle ils auront confiance, celle-ci doit prendre racine dans vos valeurs fondamentales. Répondez honnêtement aux questions suivantes :

- Quelles sont mes valeurs fondamentales (personnelles et professionnelles) ?
- Qu'est-ce que j'aime / qui me déplaît le plus à propos de mon emploi ?
- Dans quels domaines est-ce que j'excelle / dans lesquels j'éprouve des difficultés ?
- De quoi suis-je le plus fier / le moins fier ?
- Qu'est-ce que je veux accomplir – qui est-ce que je veux devenir ?
- Qu'est-ce qui me rend différent ?

Ce n'est pas un exercice facile et ce que vous découvrirez pourrait vous surprendre. Donnez-vous du temps pour refléter et répondre franchement aux questions, car ces réponses

formeront la base de votre image de marque personnelle. Une fois l'exercice terminé, vous serez en mesure d'identifier ce qui suit :

- **VOS CHAMPS D'EXCELLENCE ET CE QUI VOUS STIMULE** – concentrez-vous sur ces notions particulières et bâtissez votre image de marque autour de celles-ci. Votre passion transparaîtra et vous serez reconnu pour votre expertise. Votre image de marque personnelle sera désormais en harmonie parfaite avec votre personnalité et avec les objectifs de votre entreprise.
- **VOS ZONES DE DIFFICULTÉ ET CE QUE VOUS N'AIMEZ VRAIMENT PAS** – est-il possible de supprimer ces éléments spécifiques de votre quotidien en déléguant, en engageant un fournisseur externe, ou simplement en cessant ces activités ou en modifiant le point focal de votre entreprise ? Si ce n'est pas possible, pouvez-vous améliorer vos habiletés pour les traiter en suivant des cours ou en automatisant la tâche ? Le but est de simplifier votre vie et plus important encore, de minimiser le nombre de tâches frustrantes qui entravent la réalisation de vos objectifs. Vous ne pouvez pas avoir une signature personnelle authentique s'il y a quelque chose qui vous dérange à propos de l'image que vous tentez de communiquer.
- **CE QUI VOUS REND UNIQUE ET QUEL EST VOTRE BUT ULTIME** – le fait d'identifier vos habiletés uniques et de vous concentrer sur celles-ci constitue le fondement de votre image de marque personnelle. Des centaines de personnes gagnent leur vie en pratiquant la même profession que vous. Ce qui vous rend unique est ce qui vous rend mémorable. Les gens sont occupés, stressés et avares de temps. L'impact que vous aurez sur eux doit être solide, rapide et mémorable. Vous pouvez accomplir ceci en ajoutant un élément de surprise qui démobilise la personne en la sortant temporairement de son petit monde et en vous gravant dans son esprit.

En identifiant votre but ultime vous pourrez vous concentrer aux bons endroits et évoluer dans les bons cercles d'affaires. Ceci apporte l'élément de cohérence à votre image et à votre entreprise qui est nécessaire pour bâtir la crédibilité avec vos clients.

**NE FERMEZ PAS LA PORTE AUX NOUVELLES IDÉES.
LE FACTEUR LE PLUS IMPORTANT EST D'ÊTRE AUTHENTIQUE EN TOUT TEMPS.**

ÉTAPE N° 2 – SOYEZ INOUBLIABLE (POUR LES BONNES RAISONS !)

Posséder un CV impressionnant, plusieurs années d'expérience et des habiletés exceptionnelles dans votre domaine ne vous confèrent pas automatiquement le premier rang face à votre concurrence. Vous devez trouver le moyen pour que les gens se souviennent de **VOUS** – créer cette impression mémorable qui fera en sorte que les gens voudront faire des affaires avec vous. L'un des PDG avec qui j'ai travaillé durant mes années corporatives décrivait l'environnement de travail comme étant constitué de « créateurs d'énergie » et de « consommateurs d'énergie ». Le premier groupe rassemble des gens qui vous stimulent, vous donnent de l'énergie et vous inspirent. Le second groupe est formé de gens qui vous abattent, vous démoralisent et vous dépriment. Avec qui choisiriez-vous de travailler ?

Afin de devenir un créateur d'énergie, vous devez raffiner vos qualités humaines pour que votre image de marque personnelle ne soit pas seulement un reflet de vos qualifications et apparence externe, mais également de votre impact sur les gens. Les bonnes manières et l'étiquette ne sont pas démodées. Tout le monde désire être traité avec respect et considération. Soyez authentique dans votre approche. N'essayez pas de copier le style d'une autre personne. Trouvez le vôtre. Soyez un agent de changement si vous n'aimez pas quelque chose. Voyez les défis comme des opportunités.

**SOYEZ UNE INFLUENCE POSITIVE ET QUELQU'UN QUI RÉSOUT LES PROBLÈMES.
LES GENS VONT DÉFINITIVEMENT SE SOUVENIR DE CELA.**

ÉTAPE N° 3 – EMBALLEZ VOTRE PREMIÈRE IMPRESSION

Il ne faut que quelques secondes pour balayer des yeux une personne et passer un jugement sur qui elle est d'après son « emballage ». Y a-t-il un élément discordant entre votre image externe et votre produit, service ou entreprise ? Si vous avez répondu dans l'affirmative, vous aurez de la difficulté à créer la confiance nécessaire pour établir la relation d'affaires, encore plus la crédibilité pour faire une impression durable.

Trouver le bon « emballage » pour vous-même demande une **COHÉRENCE** entre l'image, le message et les objectifs. Réfléchissez sur les éléments suivants :

- Votre carte d'affaires
- Votre logo
- Votre environnement de travail
- Votre site Web
- Votre mission
- Votre matériel marketing (présentations, brochures, dépliants)
- Votre style personnel (incluant l'apparence, l'étiquette et le langage non-verbal)

Y a-t-il une cohérence entre tous ces éléments ? Si quelqu'un prend une de vos brochures ou cartes d'affaires, sera-t-il en mesure de comprendre la raison d'être de votre entreprise ? Si quelqu'un vous rencontre, sentira-t-il que vous représentez bien les produits ou services que vous offrez ? S'il visite votre site Web, aura-t-il la bonne impression concernant votre mission et ce que vous pouvez faire pour lui ? Finalement, lorsqu'une personne aura fait tout cela, aura-t-elle une image cohérente de vous et de votre entreprise ? La **CLARTÉ** est la clé et les gens ne pourront vous faire confiance que s'il n'existe aucune ambiguïté dans votre image et votre entreprise.

**VOTRE « EMBALLAGE » EST PLUS QU'UN TAPE-À-L'ŒIL,
C'EST VOTRE PREMIER DISCOURS DE VENTE.
SOYEZ MÉMORABLE.**

ÉTAPE N° 4 – SOYEZ VISIBLE

Être assis dans votre bureau en espérant que le téléphone sonne ne vous méritera certainement pas le prix de la meilleure entreprise de l'année ! Les affaires ont leurs assises sur les relations et vous devez rencontrer de nouvelles personnes sur une base régulière. Les gens doivent vous

rencontrer et découvrir la nature de votre travail, vos réalisations, même vos passe-temps. Le réseautage est une bonne façon de se connecter à des gens différents, de faire des contacts vitaux et de bâtir la confiance qui sera la base de relations d'affaires à long terme. Comment avoir cette visibilité ?

- Devenez un conférencier invité
- Devenez bénévole pour une activité de levée de fonds
- Joignez-vous à un groupe de réseautage
- Adhérez à des sites de réseautage en ligne
- Organisez des ateliers
- Écrivez des articles pour des revues, journaux, etc.
- Créez un site Web dynamique avec des mises à jour régulières du contenu

Lorsque vous partagez vos connaissances, vous plantez des graines. Si vous n'êtes pas à l'aise avec l'aspect de vos présentations, de parler en public ou avec vos habiletés de réseautage, embauchez un professionnel pour vous aider. Une fois que vous aurez maîtrisé quelques éléments de base, cela vous donnera la confiance de vous présenter au reste du monde afin de leur dire à quel point vous êtes extraordinaire et qu'ils ne peuvent vivre sans vous !

LAISSEZ LES GENS VOUS EXPÉRIMENTER.

ÉTAPE N° 5 – CONNECTEZ-VOUS ET SURPRENEZ

Faites quelque chose de nouveau, d'inattendu, d'unique et qui mettra vos clients au défi. Les gens vous choisiront parce que vous représentez quelque chose qu'ils sont incapables de trouver ailleurs, parce qu'ils peuvent s'identifier à vous et comprendre clairement pourquoi vous êtes celui qui peut vraiment les aider. Faites en sorte qu'ils se sentent spéciaux. Réussir en affaires c'est aussi savoir se connecter à un niveau émotionnel avec ses clients. Ceci veut dire que vous devez comprendre leur « douleur », leur exprimer et leur offrir une solution à laquelle ils n'avaient pas réfléchi. Cette solution doit être cohérente avec votre marque personnelle pour que les clients puissent immédiatement associer un sentiment de soulagement, gratitude et dénouement positif à vous et à votre entreprise. Si vous devenez celui qui résout leur problème, vous devenez un héros instantané. Et ceci, mes amis, est votre garantie pour des affaires récurrentes.

CONNECTEZ-VOUS AVEC SURPRISE, PLAISIR ET EMPATHIE.

L'image de marque personnelle est indispensable. Trouver votre image de marque vous demandera du travail mais les retombées l'emporteront sur l'investissement. Une fois que vous aurez trouvé et ferez la promotion de votre signature personnelle, vous attirerez les bons clients vers votre entreprise. Même s'il faut parfois ajuster et rafraîchir sa marque de temps à autre, celle-ci vous suivra pendant des années. Prenez par exemple les Rolling Stones. Du moment où le groupe s'est formé en 1962 jusqu'à aujourd'hui, ils ont maintenu leur image de rebelles, mauvais garçons, provocateurs même s'ils sont maintenant dans la soixantaine avancée. La même chose est vraie pour l'actrice française Catherine Deneuve qui, à 65 ans est toujours une icône du grand écran et de la mode. L'image de marque personnelle qu'elle conserve depuis les derniers 48 ans est celle d'une beauté classique, parfaite, raffinée et élégante. Il n'y a aucune

ambiguïté. Ces deux exemples sont **AUTHENTIQUES**, **COHÉRENTS** et **CLAIRS** dans le message qu'ils transmettent. Nous savons exactement à qui nous avons affaires.

John C. Maxwell, un expert en leadership de renommée internationale disait : « La compétence va au-delà des mots. Elle réside dans l'habileté du dirigeant à l'exprimer, la planifier et à l'exécuter d'une façon telle que tout le monde sait que vous savez comment – et qu'ils veulent vous suivre. »

Une telle confiance en soi et une telle compétence sont accessibles à tous. L'image de marque personnelle est l'un des moyens qui vous aidera à atteindre cet objectif. Pourquoi attendre ? Carpe Diem.

Kathleen Gran est coach en image et membre associée de l'Association internationale des conseillers en image. Elle a étudié avec l'une des rares maîtres en image certifiée au monde. Elle est également certifiée par Reach Communications Consulting, Inc. dans l'utilisation de l'outil d'évaluation d'image de marque personnelle 360Reach. Les dix années d'expérience de Kathleen dans le monde corporatif dans des postes de direction et de formation, ses premières expériences professionnelles en organisation d'événements spéciaux et projets marketing, jumelés à sa passion pour l'impact de l'image des gens sur les autres l'ont menée vers sa carrière comme coach en image. Elle aide les gens à découvrir leur image authentique et croire en leur pouvoir personnel.

Kathleen offre des consultations individuelles ou des ateliers en petits groupes. Vous pouvez la joindre au 514.347-3950 ou à kgran@chicstyle.ca.