

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| Préface | 1 |
| Remerciements | 3 |
| Introduction. Qu'est-ce que le Personal Branding ? | 5 |
| Une méthode unique et innovante | 5 |
| Quels sont les enjeux du Personal Branding ? | 8 |
| Pour qui ? | 9 |
| Le choc des cultures : de l'utilitarisme à l'humanisme | 10 |
| La démarche | 13 |
| | |
| Partie 1. Mieux vous connaître – Connaissance de soi | |
| Chapitre 1. Définir votre mission | 19 |
| Votre mission ? | 19 |
| Votre objectif et votre plan d'action | 21 |
| Validation de votre mission et objectif | 21 |
| Chapitre 2. Définir vos valeurs et vos passions | 23 |
| Comprendre votre culture pour mieux comprendre celle des autres ! | 25 |
| Quelles sont vos valeurs ? | 28 |
| Des valeurs aux passions ! | 32 |

| | |
|--|-----------|
| Chapitre 3. Définir votre identité professionnelle | 33 |
| Comment définir votre identité professionnelle ? | 33 |
| Interview de Jean-Pierre Bonnaud, <i>Personal Branding</i> <i>strategist</i> et coach | 36 |
| Développer ses forces ou réduire ses faiblesses ? | 40 |
| Chapitre 4. Quel est mon public ? | |
| Qui sont mes concurrents ? | 43 |
| Votre public | 43 |
| Vos concurrents | 44 |
| L'indispensable veille concurrentielle | 45 |
| Quel est votre facteur différenciateur ? | 46 |
| Chapitre 5. Votre marque personnelle en une phrase | 47 |
| Conclusion | 49 |

Partie 2. Mieux vous faire connaître – Être visible

| | |
|---|-----------|
| Chapitre 6. Personal marketing first ! | 55 |
| Quels sont les supports de votre marque ? | 55 |
| Quelle est votre ligne éditoriale ? | 56 |
| Les apparences comptent ! | 57 |
| Comment se présenter en marquant les esprits ? | 58 |
| Votre biographie professionnelle : un résumé de votre CV ! | 61 |
| Chapitre 7. Jamais sans mon réseau professionnel ! | 63 |
| Pourquoi construire votre réseau ? | 64 |
| Tous les membres de votre réseau sont-ils égaux ? | 66 |
| Comment construire votre réseau ? | 67 |
| Que faire si on donne plus que l'on ne reçoit ? | 71 |
| Mettre en relation les membres de votre réseau | 72 |
| Créer un effet de levier | 73 |
| Je n'ai pas le temps ! | 74 |

| | |
|---|------------|
| Chapitre 8. L'impact de notre vie numérique sur notre identité et notre réputation | 75 |
| Qu'est-ce qu'une vie numérique ? | 76 |
| Vie numérique <i>versus</i> identité numérique <i>versus</i> réputation numérique | 77 |
| Qu'est-ce que l'identité numérique ? | 78 |
| Qu'est que la réputation numérique ? | 80 |
| Quels sont les enjeux ? | 81 |
| Chapitre 9. Sur Internet, êtes-vous présent ou visible ? ... | 83 |
| Quelle est votre visibilité numérique ? | 84 |
| Comment créer un profil en ligne ? | 85 |
| Comment créer un CV en ligne ? un CV vidéo ? ou un CV PowerPoint ? | 90 |
| Chapitre 10. Comment optimiser votre visibilité sur Internet ? | 95 |
| Référencer votre profil à travers les liens commerciaux | 95 |
| L'efficacité des liens commerciaux | 100 |
| Optimiser le référencement de votre profil à travers l'achat d'un nom de domaine ? | 103 |
| Chapitre 11. Bloguer ou ne pas bloguer, telle est la question ! | 107 |
| Quels sont les bénéfices d'un blog ? | 107 |
| Êtes-vous prêt à créer votre blog ? | 109 |
| Comment créer et gérer votre blog ? | 111 |
| En route pour le micro-blogging ! | 114 |
| Quantité et qualité sont dans un bateau, qui tombera à l'eau le premier ? | 116 |
| L'alternative au blog : le journalisme citoyen | 118 |
| Les sites d'information participatifs : à la frontière du journalisme citoyen | 120 |
| Transformer votre blog en livre | 121 |

| | |
|---|------------|
| Chapitre 12. Identité personnelle <i>versus</i> identité professionnelle | 123 |
| Pourquoi faut-il protéger votre identité personnelle ? | 123 |
| L'indispensable promotion de votre identité professionnelle | 126 |
| Êtes-vous une personne à risque en termes de vol d'identité ? | 129 |

Partie 3. Mieux vous faire reconnaître Gérer votre réputation professionnelle

| | |
|-------------------------------|-----|
| Qu'est-ce que la réputation ? | 132 |
|-------------------------------|-----|

| | |
|---|------------|
| Chapitre 13. Comment construire votre réputation professionnelle ? | 135 |
| Qui sont vos références ? | 136 |
| Comment travaillent les recruteurs ? | 137 |
| Comment vous préparer ? | 140 |
| Savoir gérer ses références | 141 |

| | |
|---|------------|
| Chapitre 14. Comment construire votre réseau de références ? | 143 |
| Qu'est-ce qu'un réseau de références ? | 145 |
| Comment retrouver vos références ? | 146 |
| Savoir définir un contexte de confiance | 148 |

| | |
|--|------------|
| Chapitre 15. Gérer votre réseau de références | 151 |
| Les réseaux sociaux professionnels en tant qu'outil de gestion de vos références | 153 |
| Les services de gestion des références professionnelles et sociales | 158 |
| Choisir le service le plus adapté à vos besoins ? | 167 |
| Pourquoi faut-il créer un « profil de références professionnelles » ? | 171 |

| | |
|--|------------|
| Chapitre 16. Comment rédiger une recommandation ? ... | 175 |
| Quels sont les différents types de recommandations ? | 175 |
| Quels sont les différents formats de rédaction ? | 176 |

| | |
|--|-----|
| Vos recommandations : de l'or ou du plomb ? | 178 |
| À qui demander des recommandations ? | 179 |
| Peut-on se fier à des recommandations rédigées sur un profil en ligne ? | 181 |

Chapitre 17. Comment surveiller votre réputation sur Internet ? 183

| | |
|---|-----|
| L'anonymat est devenu un mythe | 184 |
| Comment surveiller votre réputation ? | 185 |
| Les services d'alertes gratuits | 189 |
| Surveillez la blogosphère ! | 190 |
| Les services d'alertes payants | 192 |
| Que choisir ? | 194 |

Chapitre 18. Défendre sa réputation numérique 197

| | |
|--|-----|
| Mythes et réalités | 197 |
| Le droit à l'oubli est devenu un mythe | 199 |
| Êtes-vous une personne à risque ? | 200 |
| Quand faut-il se défendre ? sur quoi ? | 202 |
| Comment défendre sa réputation ? | 205 |
| Les techniques de nettoyage | 209 |
| L'arme absolue : changer d'identité ! | 214 |
| Comment réagir quand vos « amis » portent atteinte à votre réputation ? | 215 |
| En conclusion | 217 |

Partie 4. Pour aller plus loin !

Chapitre 19. Réussir votre démarche de Personal Branding 221

| | |
|---|-----|
| Comment trouver du temps ? | 221 |
| Demander l'aide de votre entourage pour créer une émulation collective | 222 |
| Coaching et formations au Personal Branding | 224 |

| | |
|---|------------|
| Chapitre 20. Savoir faire la différence entre réputation sociale, commerciale et professionnelle | 225 |
| L'impact du niveau de connaissance mutuelle sur l'évaluation de la réputation | 228 |
| Les principes de fonctionnement des concurrents d'eBay | 229 |
| Les conditions du succès d'une approche par la notation | 232 |
| Conclusion | 235 |
| Le Personal Branding, une innovation ? | 235 |
| Des effets pervers ? | 236 |
| Faire face aux défis des organisations du futur | 237 |
| Les huit lois du Personal Branding | 238 |
| La loi de l'évolution et de l'évaluation | 241 |
| Résistez aux préjugés... surtout si ce sont les vôtres ! | 242 |
| Le Personal Branding : un choix ou une obligation ? | 244 |
| Témoignages | 247 |
| Bibliographie | 253 |