



PAROLES DE PROS

Personal Branding pour Dirigeants : Maîtriser sa présence sur les réseaux sociaux ■

POUR LES DIRIGEANTS DE TRÈS PETITES ENTREPRISES, LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT DES LEVIERS ESSENTIELS DE DÉVELOPPEMENT. DÉCOUVREZ COMMENT CONSTRUIRE ET OPTIMISER VOTRE MARQUE PERSONNELLE EN LIGNE POUR INFLUENCER POSITIVEMENT LA PERCEPTION DE VOTRE ENTREPRISE ET ATTIRER DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS AVEC ANNE-SOPHIE FERNANDES CRUZ, RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION CHEZ YZICO.

QUELQUES POINTS À SAVOIR SUR LA MARQUE PERSONNELLE D'UN DIRIGEANT



Dans le monde connecté d'aujourd'hui, la présence en ligne d'un dirigeant est indissociable de l'image de son entreprise. **Pour les dirigeants de très petites entreprises (TPE), cette présence est encore plus critique, car elle peut directement influencer la croissance et la pérennité de l'entreprise.** Voici des stratégies essentielles pour les dirigeants de TPE afin de développer efficacement leur personal branding sur les réseaux sociaux.

1. Identifier les plateformes pertinentes

Chaque réseau social a son public et son style de communication. Pour un dirigeant de TPE, il est crucial de choisir les plateformes qui résonnent le mieux avec son secteur d'activité et sa clientèle cible. **LinkedIn, par exemple, est idéal pour le réseautage professionnel et le partage de contenus orientés business,** tandis



qu'Instagram peut être plus adapté pour les entreprises visuelles comme les boutiques de mode ou les services de design. Mais il n'existe pas de règles strictes et immuables à ce sujet, il faut aller là où sont les clients potentiels.

2. Établir une voix authentique

L'authenticité est la clé du personal branding. Les dirigeants doivent communiquer de manière transparente et personnelle, partageant non seulement leurs réussites mais aussi leurs défis et leur vision de l'entreprise. Cette authenticité crée une connexion plus profonde avec les clients et les partenaires potentiels, qui voient en eux non seulement un chef d'entreprise mais aussi une personne de confiance.

3. Partager des contenus de valeur

Il ne suffit pas de publier régulièrement; **le contenu doit apporter une valeur ajoutée à l'audience.** Pour un dirigeant de TPE, cela peut signifier partager des insights sur l'industrie, des études de cas, ou encore des conseils pratiques qui bénéficient aux autres entrepreneurs et clients. Cette approche positionne le dirigeant comme une référence dans son domaine.

4. Engager avec l'audience

Les réseaux sociaux sont avant tout sociaux. Il est important pour les dirigeants de ne pas seulement diffuser du contenu mais aussi d'engager activement



Anne-Sophie Fernandes Cruz, responsable de la communication chez Yzico.

avec leur public. Répondre aux commentaires, participer à des discussions et reconnaître les contributions des autres sont des pratiques qui humanisent la marque personnelle et renforcent les relations avec les abonnés.

5. Mesurer et ajuster

L'analyse des performances des publications et des interactions sur les réseaux sociaux est fondamentale pour affiner la stratégie de personal branding. Les dirigeants doivent surveiller quels types de contenu génèrent **le plus d'engagement et d'intérêt,** et ajuster leur approche en fonction pour optimiser leur présence en ligne.

Pour un dirigeant de TPE, développer un personal branding efficace sur les réseaux sociaux est un **investissement stratégique** qui peut transformer la trajectoire de leur entreprise. En étant stratégiques, authentiques et engagés, **ils peuvent créer une présence en ligne puissante qui favorise la croissance et le succès à long terme de leur entreprise.**



Retrouvez des astuces pour votre personal branding sur son compte LinkedIn