



La checklist pour se faire
connaître facilement.

Sommaire

Introduction	2
Avoir une identité visuelle de qualité	3
Distribuer votre carte de visite.....	4
Être présent sur Internet.	5
Le site web.	5
Le référencement.	6
Le blog.	6
Les réseaux sociaux.	7
Ma checklist pour me faire connaitre	8

Introduction

Comment se faire connaître en tant professionnel ? C'est une question vous vous posez souvent, car vous souhaitez donner de la visibilité à votre activité. Et développer votre clientèle bien évidemment.

Si pour certains cela paraît être un jeu d'enfant, ce n'est pas toujours aussi simple pour tout le monde.

Comment faire alors pour atteindre vos objectifs ?

Grâce à notre checklist, vous allez pouvoir vérifier si votre stratégie de communication est correctement élaborée pour vous faire connaître.

Mais avant de vous lancer, il est important de toujours vous poser les questions suivantes lorsque vous souhaitez mettre en place une nouvelle stratégie :

- Qui sont mes patients / clients
- Quel message je souhaite faire passer
- Quelle est ma valeur ajoutée, mon atout
- Quels supports utiliser pour communiquer.



Avoir une identité visuelle de qualité

Votre identité visuelle se compose de votre logo et d'un certain nombre d'éléments graphiques repris sur vos supports de communication.

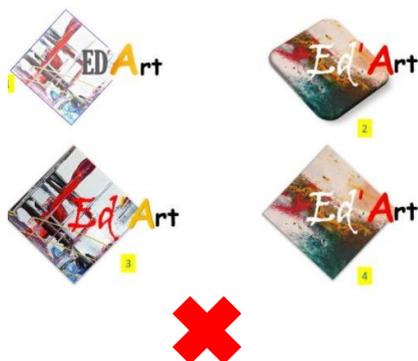
Il ne s'agit pas d'une simple image pour faire jolie, c'est votre vitrine. Le logo et votre identité visuelle permettent de :

- Vous faire connaître,
- De vous reconnaître,
- De vous différencier de vos confrères,
- Montrer votre professionnalisme,
- Que vous êtes digne de confiance,
- Et surtout le logo est présent sur tous vos supports de communication.

Bref, vous ne pouvez pas démarrer votre activité sans **logo** et encore moins confier sa conception à n'importe qui au risque de détruire votre image de professionnel.

C'est pourquoi vous devez absolument éviter :

1. D'avoir un logo fait gratuitement
2. Un logo qui imite les autres voir plagier
3. Une identité visuelle trop compliquée
4. Faire vous-même votre logo



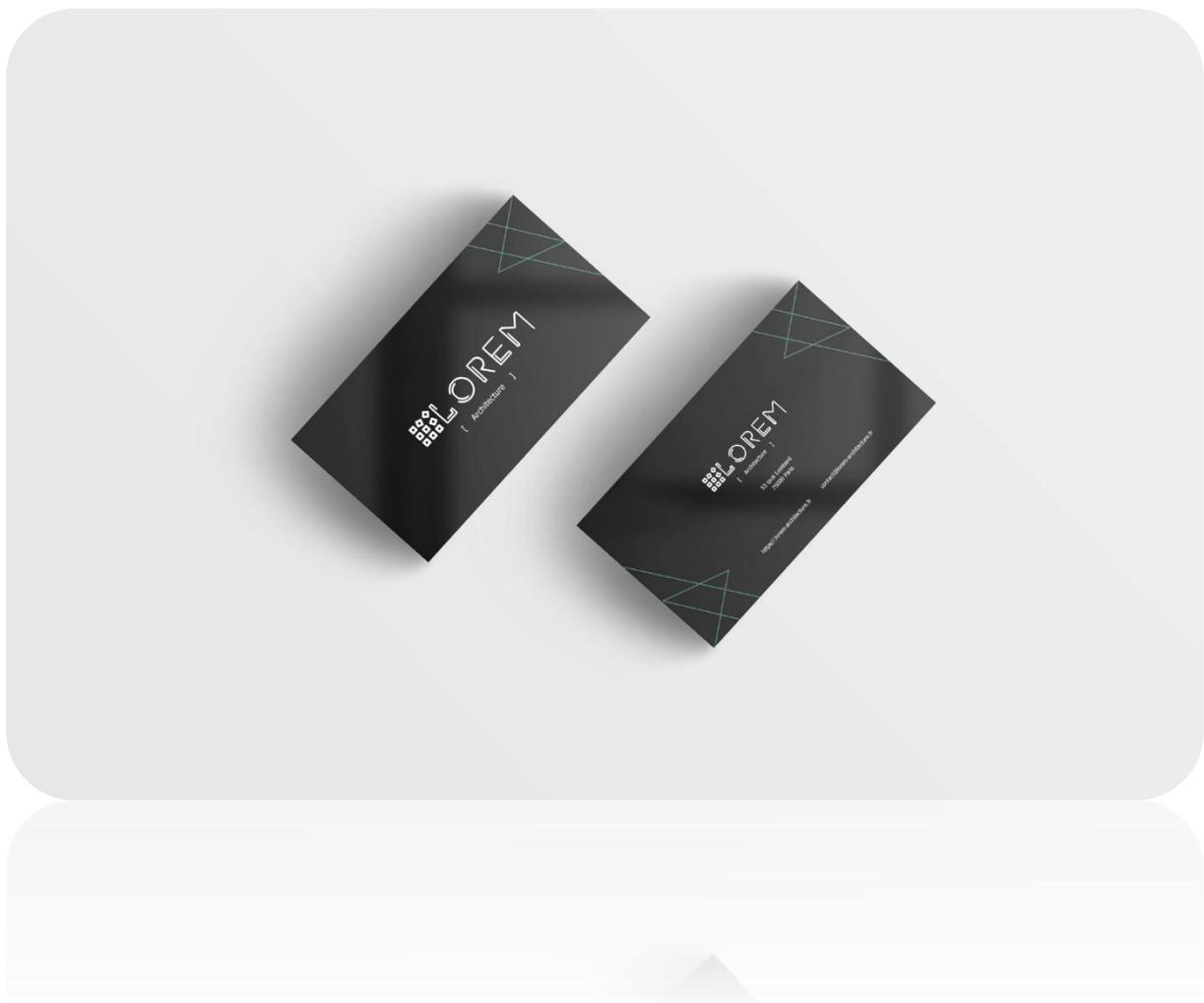
M.A. Formation
Devenir autonome avec le numérique



Distribuer votre carte de visite.

La carte de visite est un support très pratique pour vous faire connaître et communiquer vos informations de contact auprès des personnes que vous rencontrez physiquement. En particulier si vous participez à des salons, ou si vous avez l'opportunité de discuter de votre profession avec quelqu'un.

Tout comme votre logo, la [carte de visite](#) doit renvoyer une image professionnelle afin d'inspirer confiance aux personnes qui l'auront entre les mains. Il est donc préférable d'éviter de la faire vous-même et de passer par un professionnel.



Être présent sur Internet.

Aujourd'hui il est impensable de ne pas avoir une présence sur Internet pour se faire connaître et développer son activité professionnelle.

Car **85 % des Français effectuent d'abord une recherche sur le web** pour trouver un thérapeute ou un praticien en bien-être près de chez eux.

Cela veut dire que si vous êtes totalement absent sur Internet vos potentiels clients auront bien plus de mal à vous trouver.

Le site web.

Le site Internet c'est l'outil de communication incontournable.

En effet, il permet d'une part de **vous faire connaître autour de vous** voir parfois dans le monde entier. D'autre part, c'est un support qui va donner de nombreuses informations à vos futurs clients. Comme vos services, vos offres, en savoir plus sur vous, connaître vos tarifs, et bien sûr prendre rendez-vous, vous contacter, etc.

Mais avant cela vous devez vous assurer que votre site offre un **design attrayant et rassurant**. Aussi il doit absolument s'adresser à votre client idéal afin de s'assurer qu'il génère un trafic de qualité et de potentiels clients.

Toutefois, vous devriez **éviter de créer votre site gratuitement** en passant par des sociétés comme Wix. Notamment parce que ce type de site n'est pas adapté à un usage professionnel. Il faut savoir que **si c'est gratuit c'est vous le produit**.

Ces solutions sont très limitées et vous poussent rapidement à prendre un abonnement payant qui vous coûtera plus cher à long terme. (Entre l'ajout l'option, le SAV, les publicités à retirer, la partie codage, etc.). Enfin d'un point de vue référencement naturel, malgré les efforts faits, les solutions gratuites sont très loin d'être à la hauteur pour vous assurer une bonne visibilité sur Internet.

Le référencement.

Qu'il s'agisse du [référencement naturel](#) ou du [référencement local](#), il s'agit de la partie un peu technique pour assurer une bonne visibilité de votre site.

Impossible d'avoir un site web sans prendre en compte le référencement. Car avoir un joli site web c'est très bien, mais si personne ne le trouve sur Google, cela ne sert à rien.

Pour cela il faut bien travailler vos contenus, vos mots clés ainsi que la structure même de votre site. Et ce, afin d'aider les personnes potentiellement intéressées à vous trouver plus facilement sur Google.

Le blog.

Avoir un blog n'est plus seulement réservé aux blogueurs. De plus en plus d'entreprises intègrent un blog à leur site Internet afin de produire du contenu de qualité. Ainsi, **le blog permet d'augmenter votre visibilité sur le web**. Mais aussi de répondre aux questions de vos clients au travers d'articles qui pourront les rassurer et surtout attirer plus de visiteurs sur votre site.



Les entreprises et référenceurs ont bien compris que le trafic sur un site web est proportionnel à sa notoriété et au nombre de pages dont il dispose. Car plus vous proposez du contenu, plus vous disposez de portes d'entrée vers votre site.

Attention, la quantité ne doit en aucun cas être votre objectif. Car un contenu de pauvre qualité sera pénalisant vis-à-vis des algorithmes de Google. Vous devrez alors vous concentrer sur la production d'articles qui répondent exactement aux besoins de vos cibles. Vous prêterez particulièrement attention à utiliser les bons mots clés, à produire des articles réellement utiles et des contenus longs (environ 1000 mots).

Les réseaux sociaux.

En complément de votre site web ou même sans site, vous pouvez toujours compter sur les réseaux sociaux pour y communiquer facilement vos informations et promouvoir votre activité.

D'autant plus que **51 % de la population mondiale utilise ces derniers** avec un temps d'utilisation en moyenne de **82 minutes par jours**. Ce qui représente une audience non négligeable.

Néanmoins, il est inutile d'être présent sur tous les réseaux sociaux. Vos efforts y seraient en effet contre-productifs. Sélectionnez en priorité ceux qui sont les plus fréquentés par votre client idéal.

Enfin, les algorithmes des réseaux sociaux donnent davantage de visibilité aux interactions et aux posts suscitant des interactions avec la communauté. C'est pourquoi il est important **d'être actif sur les réseaux sociaux**. Un profil inactif, ou encore une personne qui publie un message une fois par an et interagissant très peu avec les autres aura alors peu de chance de se démarquer parmi les milliards d'utilisateurs.



Ma checklist pour me faire connaître

Pour être facilement reconnu

- Je dispose d'un logo
- Mon logo a d'une allure professionnelle
- Mon identité visuelle se démarque de mes concurrents
- J'ai un logo qui inspire confiance

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Donner ma carte de visite

- J'ai une carte de visite que je peux distribuer
- Ma carte de visite reprend mon identité visuelle (logo, couleurs et éléments graphiques)
- Son design donne envie de la lire
- Mes coordonnées de contact figurent bien sur ma carte : nom prénom, adresse, numéro de téléphone.
- Je pense à distribuer ma carte à chaque nouveau client
- Je remets en mains propres ma carte aux personnes que je rencontre

<input type="checkbox"/>

Pour me faire connaître sur Internet

- J'ai créé ma fiche Google My Business
- J'ai un site Internet
- Mon identité visuelle est reprise dans le design de mon site (logo, couleurs et éléments graphiques)
- Mon site a un design professionnel, attirant et inspire confiance.
- J'ai pris soin de créer des pages qui expliquent ce que je fais, qui je suis, un formulaire de contact et mes coordonnées pour me joindre.
- Je me suis inscrit sur des annuaires en ligne

<input type="checkbox"/>

Pour être visible sur Internet

- Mon site web apparaît dans les résultats de recherche lorsque je tape des requêtes types : salon de massage Paris, réflexologue Bordeaux, etc.
- Des internautes visitent fréquemment mon site
- Des clients me contactent régulièrement grâce à mon site Internet

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Communiquer sur les réseaux sociaux

- Mon activité possède un profil ou une page sur les réseaux sociaux
- Mon profil est correctement complété (photo ou logo, informations utiles, descriptif, etc.)
- Je publie régulièrement du contenu
- J'interagie avec ma communauté

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Ma stratégie de communication est en place !

**Vous souhaitez que nous
échangions autour de votre
projet de communication ?**

[Contactez-nous](#)