

CONSTRUIRE UN PERSONAL BRANDING RENTABLE EN 30 JOURS





JOUR 1 à 3 : Définir la Base de votre Marque

Vision, Mission et Valeurs

Définissez la vision, mission et les valeurs de votre marque.

Formulez une phrase unique qui définit ce que vous faites, pourquoi et comment vous le faites. Exemple : « Aider X à accomplir Y grâce à Z. »

Clarifier Votre Marché Cible

Identifiez précisément votre public cible. Allez sur le terrain, parlez à votre audience, posez-leur des questions pour comprendre leurs défis et aspirations.

Catégories de Contenu

Définissez 4 catégories de contenu qui deviendront les piliers de votre communication (ex : audience growth, storytelling personnel, systèmes de scaling, etc.).



JOUR 9 à 10 : CRÉER l'Identité de Contenu (IC)

Content IP (Identité de Contenu)

Créez des éléments récurrents et distinctifs dans votre contenu (phrases-clés, éléments visuels). Par exemple, Casey Neistat avec ses lunettes de soleil, ou des phrases qui vous appartiennent comme « funnels organiques ».

Développer un Univers de Contenu Unique

Identifiez des mots et phrases spécifiques qui reflètent votre identité et que votre audience pourra facilement associer à vous.



JOUR 11 à 13 : Planifier et Produire le Contenu

Systeme de Contenu Récurrent

Choisissez un contenu pilier (un post long, une vidéo YouTube, etc.) qui servira de source pour décliner plusieurs formats courts (tweets, vidéos courtes, etc.).
Exemple : un article de blog devient 10 tweets, 3 vidéos courtes, un post LinkedIn, une story Instagram, etc.

Batches de Contenu

Créez des lots de contenu (ex : 15 vidéos en une journée, 20 articles en 2 heures). Cette stratégie permet d'éviter l'épuisement et d'automatiser la publication.



JOUR 19 à 20 : Optimiser la PRÉSENCE en Ligne

Choisir 2 Plateformes Principales

Concentrez-vous sur 2 réseaux sociaux pour commencer (ex : Instagram et LinkedIn). Publiez 2 fois par jour sur ces plateformes, avec des contenus variés (éducatifs, émotionnels, divertissants).

Suivre et Analyser les Données

Analysez les performances de votre contenu (qu'est-ce qui fonctionne ? Qu'est-ce qui ne fonctionne pas ?). Doublez ce qui marche, optimisez ce qui ne fonctionne pas.



JOUR 21 à 23 : CONSTRUIRE UNE AUDIENCE ENGAGÉE

Audience Growth System

Soyez constant : la clé est la répétition. Publiez régulièrement et engagez avec votre communauté. Utilisez des outils pour automatiser (Hypefury pour X, Tapo pour LinkedIn, etc.).

Construire une Communauté

Encouragez votre audience à interagir (partager, commenter, etc.) en créant du contenu engageant qui suscite des émotions et des discussions.



JOUR 29 à 28 : MONÉTISATION

Monétisation Moments

Créez des moments de monétisation dans votre contenu (appel à l'action vers des produits, services, formations). Placez des CTA (call-to-action) stratégiques dans votre contenu pour diriger l'audience vers une action rentable (achat, abonnement).



JOUR 29 à 30 : Créer une Équipe et Automatiser

Construire une Équipe de Base

Identifiez les talents clés (monteurs vidéo, rédacteurs, community managers) qui vous aideront à scaler votre marque.

Devenir une Entreprise Médiatique

Votre objectif est de créer une personal media company : attirer l'attention, bâtir une communauté et générer des opportunités de revenus.



RESUME FINAL DU SYSTEME EN 5 PILLERS

- 1 Brand System**
Vision, mission, valeurs et catégories de contenu.
- 2 Compounding Content**
Système de production de contenu en cascade (waterfall).
- 3 Audience Growth Systems**
Consistance dans la publication et analyse des performances.
- 4 Monétisation**
Moments de CTA pour transformer l'audience en clients.
- 5 Core Team**
Construire une équipe autour de votre marque pour vous aider à grandir.



CONCLUSION

Ce plan de 30 jours vous guide vers la création d'une marque personnelle solide et lucrative, attirant clients, opportunités et une croissance durable. Ne tardez plus, lancez-vous dès aujourd'hui et construisez votre succès !