

01.02.2011 - FABIEN MAJOR

Nouvelles

[Imprimer](#)

Affirmez votre existence virtuelle

Ne pas être présent sur les médias sociaux en 2011, ce n'est pas un péché. Mais cela pourrait vous causer rapidement de bien mauvaises surprises, voire des baisses de revenus. Imaginez qu'en 1970, un professionnel se soit obstiné à ne pas avoir le téléphone. Impensable. Pourtant, aujourd'hui la population en général communique au moyen des médias sociaux.

Vos clients vous cherchent sur les plateformes principales, et qu'y trouvent-ils ? Un homonyme qui a fait de la prison, un confrère dont les offres sont plus intéressantes, une grande banque qui effectue des ventes directes dans votre spécialisation, etc. Mais vous, non.

Vos clients ne vous y trouvent pas, car vous ou votre cabinet étiez constamment indécis à ce sujet. Assurer sa présence sur le Web et sur les médias sociaux devrait être une de vos priorités en 2011.

Voici, selon moi, ce qu'il faut mettre sur pied pour qu'un client potentiel puisse vous trouver sur le Web cette année :

1-Définissez votre offre de service et votre champ d'expertise ;

2-Mettez à jour les principaux éléments de votre curriculum vitæ ;

3-Ouvrez un compte Linked-In et garnissez-le au maximum. Montez ensuite une base de contacts d'au moins 100 personnes : confrères, clients, parents et amis. Vous pouvez même y importer des listes externes pour vous faciliter la tâche. Sur LinkedIn, il n'y a ni photos de vacances, ni jeux de tarots, ni vidéos amusantes. Seulement des gens sérieux et des informations professionnelles.

4-Réservez et achetez votre nom de domaine.COM composé de vos prénom (sans tiret ni accent) et nom de famille. Chez la plupart des fournisseurs de nom de domaine, cela coûte environ 10 \$ par an. Si le nom est déjà utilisé, optez pour un .ca ou un .net . Les noms de société ou de cabinet sont secondaires, selon moi. Après tout, vos clients vous ont choisi en raison de votre personnalité et non pour votre enseigne commerciale.

5-Ouvrez-vous maintenant un compte de blogue sur Wordpress et redirigez-y votre adresse .com. La redirection coûte 5 \$ par an. Si vous n'avez pas de site d'affaires, je vous conseille de vous servir de cette plateforme blogue pour intégrer vos informations professionnelles.

Les pages d'un blogue efficace contiennent souvent les sections suivantes :

ACCUEIL : En première page, vous pouvez déposer vos réflexions, analyses des marchés, nouveautés...

QUI : pour définir vos activités et présenter votre parcours professionnel ;

CONTACT : vos coordonnées les plus complètes ;

OFFRE DE SERVICE : votre champ d'expertise et la panoplie de vos solutions d'affaires.

6-Ouvrez un compte Facebook. Si vous avez un profil personnel sur Facebook, ne faites pas l'erreur d'y mêler contacts d'affaires, famille, médecin, psychologue et vieux copains du secondaire. C'est un mélange explosif. La page Facebook sert à votre travail, et vous pouvez atteindre un très grand nombre d'adeptes en l'entretenant régulièrement. Cette page peut être liée à votre compte LinkedIn, à votre blogue et à tout autre réseau social, comme Twitter. Croyez-moi, l'effet de propagation sera très rapide.

7-Une fois ces éléments maîtrisés, votre collection de courtes vidéos sur YouTube sera votre meilleur appât et tout le monde vous trouvera rapidement sur le Web !



Droits de reproduction et diffusion réservés © 2007 Médias Transcontinental