

Prof de yoga

Vous souhaitez développer votre présence sur les réseaux sociaux ?

De façon alignée et sans y passer des heures.

Avant de publier quoi que ce soit.

Identifiez votre image de marque, les fondements de votre identité visuelle.

Grâce à 2 outils : votre carte d'identité et votre moodboard.

Pour diffuser une image cohérente et marquer les esprits. Sans apposer votre logo obligatoirement partout. On évite ainsi l'effet "publicitaire"...

Votre image de marque passe par votre univers, les mots et expressions choisis, vos valeurs, ...

Une fois que l'on sait à quoi *on ressemble* et comment on souhaite *être perçu*, tout devient plus simple.

La deuxième étape après l'image de marque...

Choisir ses réseaux sociaux de prédilection.

En sachant que...

L'idéal est de choisir ceux avec lesquels on est le + à l'aise. La création de contenus reste du *plaisir*.

En sachant aussi que...

✨ **Facebook** est le réseau social de *proximité*.

Rejoignez les groupes privés opportuns pour y partager vos actus !

✨ **Instagram** est le réseau social de l'esthétisme, là où le yoga prend toute sa place. Mixé à vos partages de *moments authentiques* et à l'initiative de quelques interactions quotidiennes, vous réussirez à développer aisément votre notoriété.

✨ Et **Youtube** ? C'est une belle opportunité pour créer du lien en partageant une micro-séance découverte avec vos abonnés. Et donner envie aux visiteurs de passer + de temps avec vous, en optant pour plusieurs séances à vos côtés.

Quelques chiffres en France, pour vous aiguiller...

 Instagram

+ 60 % des utilisateurs ont **entre 18 et 34 ans** (Statista, 2024)

C'est le réseau social qui enregistre le + haut taux d'engagement.

facebook

Près de 60 % des utilisateurs ont **plus de 35 ans**

C'est le réseau social le + utilisé pour les groupes communautaires

 YouTube

Les **15-24 ans** sont les + actifs sur la plateforme.

C'est le 1er réseau social le + utilisé en France.

LinkedIn n'est pas cité ici.

Bien entendu, si vous désirez vous positionner sur des séances en entreprise, communiquer sur cette prestation sur LinkedIn est une excellente idée.

La 3ème étape après votre positionnement...

Votre stratégie de publications.

Quel plan d'actions communicationnel mettre en place ?

Et peut-être que le bon réflexe avant tout est de...

Se former.

Pour se repérer sur l'interface et maîtriser les dernières fonctionnalités.

Se former aussi à la création de contenus : de la hiérarchisation des informations à la diffusion d'un message clair et visuel.

Un message qui attire puis retient l'attention.

Pour...

Apprendre. Intégrer. Appliquer.

Et la création de contenus deviendra un jeu d'enfants !

Ce qui vous ralentit aujourd'hui, c'est :

- la mauvaise maîtrise des interfaces parfois.
- votre processus de création de contenus aléatoire.
- aucune stratégie de publications, qui empêche d'être régulier et ne provoque aucune interaction, donc peu de visibilité.

Utiliser des outils comme *Metricool* peut être une superbe alternative pour centraliser toute votre création de contenus.

Il y a une version gratuite en plus.



me
tri
cool

Si vous vous sentez bloqué(e), parfois frustré(e) aussi vis-à-vis de la création de contenus, je vous accompagnerais avec plaisir.

Vous pouvez déjà commencer par ce 1er module.
“Comment créer ma stratégie de marque sur les réseaux sociaux ?”



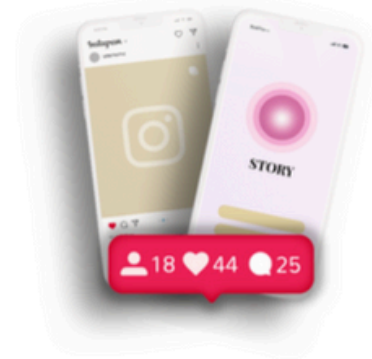


Roze Communications

FORMATRICE
RÉSEAUX
SOCIAUX

< 1 / 39 >

MODULE 0



Comment créer ma
stratégie de marque ?

Et retrouvez mes astuces directement sur
Instagram [@roze.communications](https://www.instagram.com/roze.communications).