

Les 12 archétypes de marque qu'un coach peut adopter pour sortir du lot

(dans un marché saturé)



1 Le Magicien comme Disney

▲ Transformation, inspiration, rêve.

Vous aidez vos clients à voir un avenir transformé.

○ Créez du contenu qui éveille l'imaginaire.

○ Utilisez des histoires captivantes pour véhiculer des solutions inédites.

○ Encouragez vos clients à rêver grand et à voir au-delà des obstacles.

Exemple : Offrir un programme qui transforme les obstacles en opportunités.

2 Le Sage comme Google

▼ Connaissance, réflexion, vérité.

Votre contenu est fondé sur des données solides et des recherches approfondies.

○ Proposez des articles approfondis et des analyses détaillées.

○ Partagez des études de cas et des témoignages authentiques.

○ Offrez des conseils pratiques fondés sur des années d'expérience.

Exemple : Devenir une autorité en publiant des analyses de tendances de marché.

3 Le Rebelle comme Harley- Davidson

► Rupture, indépendance, révolution.

Vous n'avez pas peur de briser les conventions et de provoquer des discussions.

○ Remettez en question les méthodes traditionnelles.

○ Créez du contenu qui suscite la réflexion et le débat.

○ Montrez comment sortir des sentiers battus.

Exemple : Lancer une série de vidéos ou d'articles contre les stéréotypes de votre secteur.

4 Le Créateur comme Apple

Innovation, imagination, originalité.

Vous apportez une vision différente, un style qui vous est propre et qui surprend toujours.

- Mettez sur la créativité dans vos visuels et vos concepts.
- Proposez des solutions novatrices pour les problèmes récurrents.
- Mettez en avant des idées inédites pour surprendre et captiver votre audience.

Exemple : Organiser un atelier où l'art et le coaching se rencontrent.

5 Le Héros comme Nike

“ Courage, dépassement, résilience. ”

Vous êtes là pour aider vos clients à se dépasser, à surmonter leurs défis personnels et à atteindre leurs objectifs.

○ Partagez des histoires de réussites inspirantes.

○ Proposez des défis qui incitent à se surpasser.

○ Créez un environnement où l'échec est vu comme une opportunité de croissance.

Exemple : Proposer un programme de coaching axé sur l'atteinte de gros objectifs.

6 L'Explorateur comme The North Face

◆ Liberté, aventure, découverte.

Vous incitez votre audience à sortir de leur zone de confort et à explorer des horizons inconnus. Vous êtes un guide vers l'aventure.

○ Créez du contenu qui inspire à la découverte de soi.

○ Encouragez à prendre des risques calculés.

○ Proposez des formations qui sortent de l'ordinaire.

Exemple : Offrir un voyage intérieur à travers le coaching en pleine nature.

7 L’Innocent comme Dove

“ Simplicité, optimisme, pureté. ”

Vous misez sur la clarté et l’authenticité. Votre approche est simple, honnête et positive.

- Créez du contenu facile à comprendre et sans jargon.

- Mettez l’accent sur des solutions simples et efficaces.

- Encouragez un retour à l’essentiel.

Exemple : Offrir des séances de coaching axées sur des solutions pratiques et immédiates.

8 Le Souverain comme Rolex

▲ Leadership, pouvoir, contrôle.

Vous incarnez la réussite et l'autorité. Votre voix porte et inspire respect et confiance.

- Partagez des stratégies éprouvées de leadership.
- Devenez un mentor qui guide vers le succès.
- Exposez des témoignages de clients ayant réussi grâce à vos conseils.

Exemple : Créer un programme de coaching pour ceux qui veulent atteindre des postes de leadership

9 Le Compagnon comme IKEA

◀ Proximité, entraide, fidélité.

Vous êtes un soutien constant, un guide qui aide avec bienveillance et loyauté. Vous construisez une relation solide et de confiance avec votre audience.

○ Soyez toujours disponible pour votre communauté.

○ Créez des espaces d'échange authentiques et amicaux.

○ Montrez-vous accessible, compréhensif et engagé.

Exemple : Mettre en place un groupe de soutien pour vos clients.

10 L'Amant comme CHANEL

“ Passion, connexion, sensualité. ”

Vous créez une connexion émotionnelle forte avec votre audience. Vous misez sur la passion et l'engagement profond.

- Utilisez un langage émotionnel pour toucher votre audience.
- Montrez votre humanité et votre engagement sincère.
- Créez du contenu qui suscite l'émotion et l'engagement personnel.

Exemple : Organiser des ateliers où les participants explorent leurs émotions.

11 Le Bouffon comme M&M's

◆ Humour, légèreté, spontanéité.

Vous utilisez l'humour pour alléger les moments difficiles et rendre vos messages plus mémorables.

- Apportez des anecdotes drôles et inspirantes.
- Utilisez l'humour pour démystifier des concepts complexes.
- Créez du contenu divertissant tout en apportant de la valeur.

Exemple : Créer une série de vidéos humoristiques autour du coaching.

1 2 Le Bienfaiteur comme Médecins sans Frontières

❑ Générosité, protection, altruisme.

Votre but est d'apporter une contribution positive à la société et d'aider ceux qui en ont besoin.

○ Organisez des événements gratuits pour aider votre communauté.

○ Partagez des conseils gratuits pour offrir de la valeur.

○ Mettez en place des actions solidaires pour vos clients.

Exemple : Proposer des consultations gratuites pour les plus démunis.

**Et vous, quel archétype de marque trouvez-vous
le plus adapté à votre activité de coach ?**

**Découvrez lequel en utilisant mon prompt
ChatGPT qui se trouve dans les commentaires**

** Repartagez ce post pour aider les coachs qui
peinent à se différencier.**

** Suivez-moi pour apprendre à utiliser l'IA et
le copywriting pour attirer des prospects et les
convertir.**