

PRO6

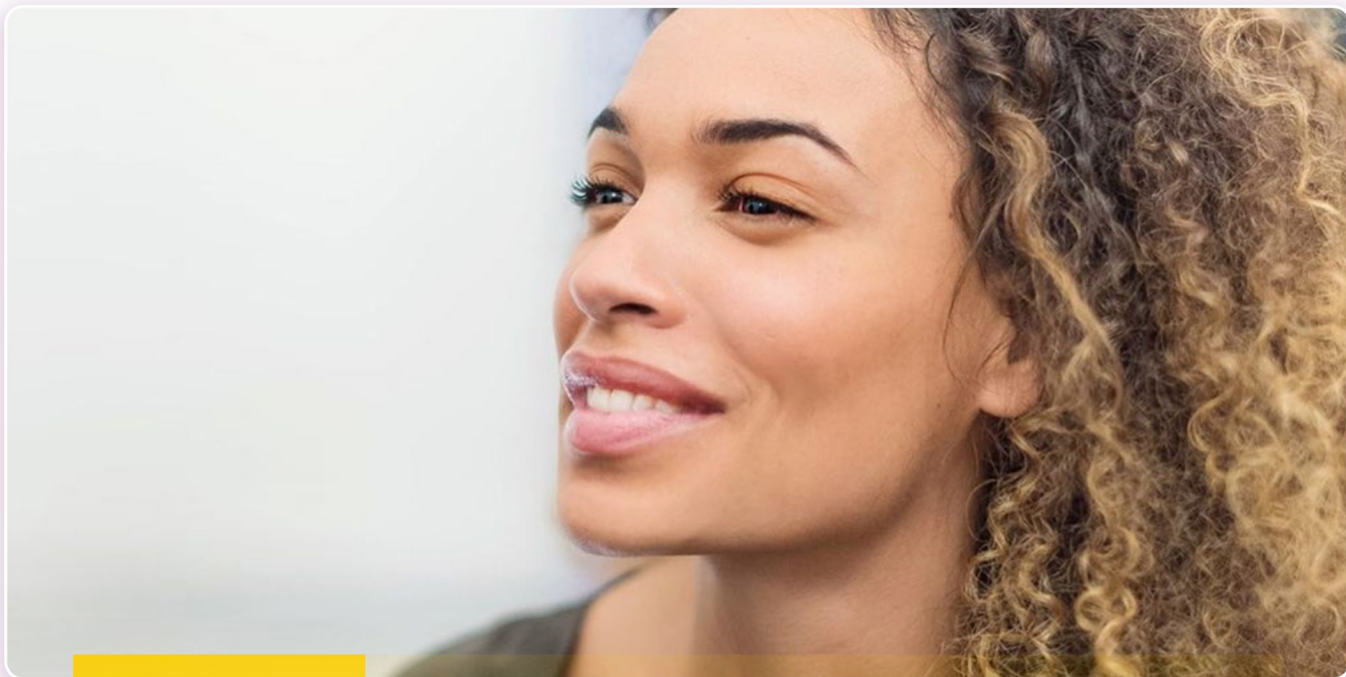
Organisez un évènement pour fédérer une communauté d'étudiants

Plan de communication

Réalisé par

Irène ALAMBWA
Vanessa HERRGOTT
Xavier RICHOMME
Alexandra BAYO

Sommaire



Page 2 Introduction

Page 3 Stratégie

Page 3 - L'adaptabilité, choix, quelques chiffres

Page 4 - Les réseaux sociaux utilisés : Facebook

Page 5 - Instagram

Page 6 - LinkedIn & Workplace

Page 7 - Youtube

Page 9 Ligne éditoriale

Page 9 - Cible

Page 10 - Personnas

Page 11 - Les objectifs

Page 12 - Les thématiques, ton et style

Page 13 - Calendrier de diffusion

Page 15 - Promotion

Page 16 - Publications

Page 17 Source

Introduction

Le plan de communication a pour objectif d'organiser en un tout les activités de relations publiques, de promotion et de publicité, de consultation et d'animation.



Dans ce plan on doit découvrir les valeurs véhiculées, le contexte dans lequel nous opérons, les stratégies pour se faire connaître et les moyens mis en œuvre. Il dresse la liste des actions et des priorités.

Il faut donc analyser les pratiques actuelles, en souligner les faiblesses et faire état des forces et ressources disponibles.

Les composantes d'un plan de communication comprennent donc un plan d'action des activités de communication et une évaluation des stratégies, des activités et des outils mis en place.

On peut résumer par cette formule: qui dit quoi, à qui, par quels moyens, avec quels effets!



**On communique pour donner vie à quelque chose,
pas de réalité sans communication !
Une idée qui n'est pas partagée n'a pas de réalité.**



Stratégie

L'adaptabilité

Notre stratégie a dû être finalisée très rapidement et a rencontré quelques difficultés lors de sa mise en place. Tout d'abord la prise en compte du départ de l'influenceuse pour Dubaï, là où elle habite et travaille, début Juillet.

Ce qui nous a fait choisir la date de l'interview en fonction (le 30 Juin) et la mise en place de notre plan de communication très rapidement.

Puis au vue de la proximité du lancement de notre campagne et de l'interview, nous n'aurions pas eu le temps de fédérer une communauté.

C'est pourquoi, nous avons fait le choix d'utiliser nos réseaux sociaux personnels pour communiquer, ainsi qu'une chaîne YouTube, pour l'interview. Nous nous sommes servis des réseaux sociaux dans un cadre de prospection de groupes, de pages et de chaînes youtube qui sont en accord avec notre thème pour en faire la promotion.

De plus, nous avons contacté les universités de nos régions afin de les mettre au courant de notre projet, pour qu'ils puissent nous venir en aide afin de promouvoir notre événement et de mieux fédérer la communauté ciblée.

Un choix justifié

Pour revenir au choix de l'influenceuse, nous avons utilisé notre réseau, Alexandra qui participe au projet connaît Melissa GATEAU - influenceuse et conseillère en image.

Un choix idéal, car elle met en avant un sujet qui intéresse de nombreux étudiants :

la confiance en soi et l'estime de soi.

Quelques chiffres

Sachant que pour 45% des jeunes, la confiance en soi est le facteur qui favoriserait le plus la réussite dans la vie. Pourtant les jeunes Français sont angoissés – 71% des élèves sont régulièrement sujets à l'irritabilité, 63% souffrent de nervosité et 40% d'insomnies.

C'est pourquoi,

Il était important pour nous de transformer ce projet de formation en une réalisation concrète, utile à une cible. C'est pourquoi, le choix de Melissa était une évidence.

Connaissant l'importance du travail de Melissa à travers les réseaux sociaux en tant qu'influenceuse, on voulait éviter d'entacher son image dans la précipitation si la communication ou l'interview rencontrait des problèmes.

Il était important de la soigner et de suivre un plan éditorial, que nous avons élaboré avec son aide.

Stratégie : Réseaux sociaux utilisés

Réseaux sociaux personnels Pourquoi ce choix?

L'utilisation des réseaux sociaux personnels nous permet :

- De toucher une cible plus nombreuses et variées
- D'avoir un taux de partage plus élevé.
- Pouvoir publier le même jour mais à des horaires différents.
- Augmenter la notoriété de l'influenceuse avant l'interview.
- Faciliter la gestion et le suivi de la campagne.

Facebook



Xavier = 1018
Alexandra = 6100
Irene = 692

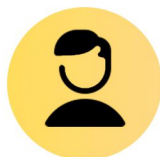
Un total de 7810 personnes
potentiellement touchées

Facebook, un réseau social de masse, un leader dans le monde des réseaux sociaux. Excellent pour interagir avec un profil, générer des interactions via des groupes. C'est l'un des plus actifs au monde.



77%

des internautes femmes
ont un compte Facebook



66%

des internautes hommes
ont un compte Facebook



Les utilisateurs ont
en moyenne entre
18 et 49 ans.



75%

des utilisateurs passent au
moins 20 minutes par jour
sur Facebook.

Facebook est un bon choix pour :

- 1 Créer un événement.
- 2 Rassembler une communauté intéressée par l'événement.
- 3 Echanger et interagir avec notre communauté au quotidien sur l'événement.



L'un des avantages de ce réseau social est qu'il touche un public large et varié : on aura toutes nos chances de trouver des personnes intéressées par notre thématique.

Type de Publications :

Photos, Vidéos, Stories, Lives, Sondages,
Créations graphique.
Avec en description le lien vers la chaîne Youtube.

Fréquence :

D'après Content&Marketing*, on devrait publier nos
contenus vers 12h00 le lundi, vendredi, samedi,
dimanche.

Stratégie : Réseaux sociaux utilisés

Instagram



Xavier = 330
Alexandra = 2800
Irene = 157

Un total de 3287 personnes
potentiellement touchées

Instagram, un réseau social basé sur l'image et le visuel est devenu indispensable pour beaucoup d'entreprises ou de marque.

Tout est une question d'esthétique : que ce soit en photo, en vidéo.

Instagram permet également de toucher différents publics, peut être plus jeunes, vivant en ville et attachez à des modes de vies plus modernes (achat en ligne, ultra connecté...).

On pourra communiquer sur Instagram via des stories, des photos ou des vidéos qui seront illustrés grâce à des emojis, hashtags et/ou mentions.



200 millions
d'utilisateurs se connectent
au moins une fois par mois
à Instagram



31%
des internautes femmes
ont un compte Instagram



24%
des internautes hommes
ont un compte Instagram



84%
des utilisateurs d'Instagram
ont moins de 49 ans



53%
des utilisateurs d'Instagram
suivent des marques

Instagram est un bon choix pour :

- 1 Mettre en avant notre évènement
- 2 Toucher une cible plus jeune (jusqu'à 35 ans environ)
- 3 Mettre en place une stratégie d'influence avec des profils spécifiques pour amplifier notre message
- 4 Rassembler une communauté intéressée par l'évènement.
- 5 Echanger et interagir avec notre communauté au quotidien sur l'évènement.

Type de Publications :

Photos / Vidéos / Stories / Sondages

Avec en description le lien vers la chaîne Youtube.

Fréquence :

D'après Content&Marketing*,
on devrait poster à 12h00 et entre 16h00 et 17h00
le lundi, mardi et mercredi.

Stratégie : Réseaux sociaux utilisés

LinkedIn



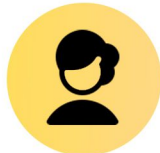
Xavier = 44
Alexandra = 1335
Irene = 91
Vanessa = 32

Un total de 1502 personnes potentiellement touchées

LinkedIn est la plateforme professionnelle par excellence. Pour travailler notre réseau, échanger avec d'autres professionnels sur des thématiques plus business. LinkedIn est idéal pour recruter, pour communiquer sur le côté professionnel dans des communautés professionnelles.



600 millions d'utilisateurs dont 100 millions se connectent au moins une fois par mois sur LinkedIn



24% des internautes femmes ont un compte LinkedIn



26% des internautes hommes ont un compte LinkedIn



44 ans, c'est l'âge moyen des utilisateurs de LinkedIn

LinkedIn est un bon choix pour :

- 1 développer une communauté B2B (Business to business)
- 2 Communiquer l'expertise de Melissa
- 3 Développer notre réseau professionnel ou mettre en avant une communication plus corporate

Type de Publications :

Photos / Vidéos / Infographies / Création graphique
Avec en description le lien vers la chaîne Youtube.

Fréquence :

D'après Content&Marketing*, on devrait poster de préférence le lundi, le mardi et mercredi vers : 7h45 / 10h45 / 12h45 / 17h45

Pourquoi ?

Parce que les professionnels vont sur LinkedIn avant de partir au bureau ou dans les transports, avant une réunion, au moment du déjeuner et avant de partir.

Ils passent environ 15 minutes sur le réseau social, le temps de prendre connaissance de leurs messages et éventuellement de lire un article.

Workplace



Groupe [OC] Community Manager = 694 membres

Workplace est un outil de communication connectant tout le monde dans notre formation. Le but est de s'en servir pour faire la promotion de notre évènement afin de toucher davantage de personnes qu'elles soient étudiants, mentors, évaluateurs ou professeurs.

Stratégie : Réseaux sociaux utilisés

Youtube



YouTube est un moteur de recherche très puissant.
Comme sur Google, les utilisateurs y tapent des requêtes avec des mots-clés.



46 millions
de visiteurs se rendent
sur YouTube chaque mois



46 minutes,
le temps moyen passé sur YouTube
pour les 18-34 ans
et 27 minutes
pour les 25-49 ans



93%
des Français de 18 à 34 ans
regardent YouTube au
moins une fois par mois



90%
des utilisateurs ont
découvert une nouvelle marque
ou un produit grâce à YouTube



78%
des vidéos sont consultées
sur mobile en France en 2019.

Plus de 300 chaînes YouTube ont dépassé le seuil du million d'abonnés, soit deux fois plus qu'en 2017

La chaîne YouTube

YouTube fonctionne comme une archive vidéo automatisée ou les vidéos en live sont recommandées selon leur pertinence comme un moteur de recherche. Il nous offre la possibilité d'avoir des résultats durables, c'est aussi une réelle opportunité par rapport au référencement naturel, notre événement sera mieux référencé si il est sur YouTube. Dans le cadre d'une stratégie de communication digitale, YouTube se révèle être un outil incontournable.

1 Notre Chaîne



EtreSoiMeme

5 abonnés

#EtreSoiMeme

https://www.youtube.com/channel/UCfJQRwqRtiLpZehsmB2HJiQ/featured?view_as=subscriber

Stratégie : Réseaux sociaux utilisés

La chaîne YouTube

2 Avantages



Créer une affinité

L'avantage principal de la vidéo est qu'elle permet de communiquer sur une entreprise et son univers, de façon beaucoup moins formelle qu'à travers un long texte ou une simple image. Elle est donc un excellent outil pour humaniser notre communication.



Toucher une nouvelle cible

En sachant que de nombreuses thématiques sont représentées et que le site est simple d'utilisation, le profil des utilisateurs est très varié. Il y a donc de fortes chances pour que notre cible se trouve parmi ces millions d'utilisateurs français.



Améliorer sa visibilité et son trafic

Par rapport aux autres réseaux sociaux, YouTube possède un atout majeur : il influence considérablement et positivement votre visibilité sur Internet. Il apparaît que la vidéo, par le sentiment de confiance qu'elle crée, est un format qui dope le trafic sur un site internet. Après le visionnage d'une vidéo de qualité, l'internaute a plus tendance à visiter la page vers laquelle on le redirige, ce qui augmente son potentiel de conversion.

3 Les inconvénients



Une forte concurrence entre les chaînes

Les chiffres de YouTube sont impressionnants et la plateforme est extrêmement populaire. En fonction de l'activité, il existe donc déjà probablement des centaines voire des milliers de chaînes traitant des mêmes thématiques que vous. Dans certains secteurs, la concurrence est très forte avec des chaînes qui comptent de nombreux abonnés et cumulent des dizaines de milliers de vues.



Le coût de création des vidéos professionnelles

L'investissement global lié à la création des vidéos. En effet, la création de vidéos professionnelles demande du temps : choix des thématiques, création d'un plan, choix du lieu/décors, tournage, montage, etc.

Ligne éditoriale

1 La cible

Femme de 25 - 45 ans, étudiante ou qui suit des études en parallèle de son travail avec quelques doutes ou un manque de confiance en elle.

D'après Facebook Insight, nous avons pu étudier les personnes qui suivent une ou plusieurs pages en rapport avec la confiance soit 70 à 80 K dont 58% de femmes et 42% d'hommes.

Elles sont 10% à avoir entre 18 et 24 ans, 19% entre 25 et 34 ans, 28% entre 35 et 44 ans et 43% ont plus de 45 ans. Des femmes essentiellement célibataire 40%, avec un niveau d'enseignement de 63% universitaire.

Pour leurs postes elles sont :
 18% dans le milieu des arts, sport et médias,
 18% dans le milieu de la vente et des services administratifs,
 18% dans des services médicaux et santé et
 18% dans la gestion.



D'après Facebook Insight, nous avons pu aussi étudier les personnes qui suivent une ou plusieurs pages en rapport avec l'estime de soi soit 500 à 600 K dont 76% de femmes et 24% d'hommes.

Elles sont 14% à avoir entre 18 et 24 ans, 24% entre 25 et 34 ans, 26% entre 35 et 44 ans et 37% ont plus de 45 ans.

Des femmes essentiellement célibataire 37% et mariée 34%, avec un niveau d'enseignement de 64% universitaire.

Pour leurs postes elles sont
 21% dans le milieu des arts, sport et médias,
 21% dans le milieu de la vente,
 19% dans des services médicaux et santé et
 18% dans la gestion.

Ligne éditoriale

2 Personnas



Louise


25 ans, Célibataire

 Habite à Marseille

 Étudiante en 5ème années de Droit

En dernière année de droit Louise rencontre des difficultés pour trouver un stage, pas par manque de motivation ou de diplôme mais par manque de confiance en soi. Louise a toujours eu des facilités dans ses études, pour elle c'est ce qui a le plus d'importance. Elle ne sort que très rarement et ne se confronte jamais à la vie extérieure. Introvertie de nature cela ne lui a jamais porté préjudice jusqu'à ce qu'elle soit confronté au milieu professionnelle. La confiance en soi n'est pas une chose que l'on ne vous apprend à l'école, c'est pourquoi elle attend énormément de ce live. Elle a connu l'influenceuse sur les réseaux sociaux où elle passe en moyenne 2 à 3 h par jour.

32 ans, en couple, 2 enfants

 Habite à Paris

 Chef d'équipe chez Zara/ Étudiante chez Openclassrooms de Community Manager

Emma travaille chez Zara depuis la fin de ses études et c'est à ce moment qu'elle a connu l'influenceuse, elles travaillaient dans la même boutique. Elles se sont perdues de vue quand Mélissa est partie à New York, mais Emma continue de la suivre via les réseaux sociaux et participe activement à la communauté en aimant, partageant ou commentant ses publications. C'est en parallèle de son travail, qu'Emma décide de suivre une formation pour devenir Community manager, pour la jeune maman cela devient difficile de gérer le tout et commence à perdre confiance en elle. Emma passe 2 h par jour sur les réseaux sociaux dû à sa formation et sera présente pour le live que son amie donnera afin de trouver l'inspiration et la motivation pour continuer.



Emma

44 ans, Mariée, 4 enfants

 Habite à Dubaï

 Étudiante en décoration d'intérieur

Marie habite à Dubaï depuis 4 ans, quand son mari a eu l'opportunité d'aller y travailler. Mère au foyer avec 4 enfants, qui ont entre 10 et 19 ans, Marie commence à voir ses enfants grandir et devenir de plus en plus indépendant. C'est pourquoi elle a décidé de reprendre des études pour devenir décoratrice d'intérieur, mais elle a peur d'être trop âgé pour cela et à besoin d'aide. C'est ce qu'elle recherche dans le live que l'influenceuse donnera. C'est grâce à ses enfants, avec qui elle est très proche, qu'elle a prit connaissance de ce live et des sujets abordés. Marie passe 1h30 par jour sur les réseaux sociaux pour avoir des idées et des conseils de décorations.



Marie

3 Les objectifs

Pour un tel évènement et avec le peu de temps qu'il nous a été donné, nous avons essayé de nous fixer des objectifs réalisables mais tout autant motivants. Les objectifs ont été réalisés par la méthode SMART.

Développer la notoriété du compte Instagram de Melissa

- Augmenter de 1,9 % la communauté pendant toute la campagne
- Passer la barre des 27 K abonnés sur Instagram
- Augmenter de 0,475 % le nombre d'abonnés toutes les semaines
- Échéance à la fin de la campagne

Obtenir un maximum de vues

- Obtenir 100 % de vues à la fin de la campagne.
- Obtenir le nombre de 100 vues à la fin de la campagne.
- Obtenir 50 % de vues à la fin du live.
- Échéance à la fin de la campagne

Obtenir un bon taux d'engagement

- Obtenir un taux d'engagement de 4%.
- Atteindre le nombre de 10 interactions.
- Obtenir un taux d'engagement de 2% à la fin du live.
- Échéance à la fin de la campagne.



Ligne éditoriale

4 Les thématiques

La thématique est tout ce qui appartient ou est relatif à un thème. Il s'agit de quelque chose que l'on fait ou organise en fonction d'un sujet donné. Ici il s'agit de la confiance en soi et des méthodes pour y accéder.

Thèmes Principaux



Rubriques

- Définir la confiance en soi
- Confinement et vie sociale
- Accepter son image
- Le sentiment d'échec

Sujets

- Psychologie et développement personnel.
- L'isolement, un repli sur soi ?
- Conseils pour accepter son image et travailler la confiance en soi.
- Le sentiment d'échec et la pression subi par les étudiants.

5 Ton & Style

On utilise un ton amical et proches. On utilise le vouvoiement.
On amène la cible à réfléchir sur sa situation et à se poser des questions.

Emojis

Les emojis sont pertinents car :

- Ils expriment ce que les mots ne peuvent pas dire.
- Ils favorisent la mémorisation de notre message.
- Ils sont universels.
- Ils augmentent l'engagement de notre communauté.
- Ils font gagner de la place.
- Ils captent l'attention de notre audience.
- Ils humanisent les échanges professionnels.



Hashtags

La liste des hashtags présents pour nous permettre d'être visible sur les réseaux sociaux par une communauté susceptible d'être intéressée par nos publications :

**#êtresoimême #msbymelissa #confianceensoi
#êtrelameilleurversiondesoimême #positveattitude #lavieestbelle**

Ligne éditoriale

6 Calendrier de diffusion

01/06	02/06	03/06	04/06	05/06	06/06	07/06
	Préparation de la campagne de communication					
08/06	09/06 Lancement de la campagne Lancement de la campagne	10/06 Lancement de la campagne	11/06	12/06 Présentation de l'influenceuse	13/06 Lancement sur LinkedIn	14/06 Citation Citation
15/06 Les sujets abordés Les sujets abordés Présentation de l'influenceuse	16/06 Annonce sur Workplace Les sujets abordés	17/06 La couleur qui aide à avoir confiance en soi La couleur qui aide à avoir confiance en soi	18/06 La couleur qui aide à avoir confiance en soi	19/06 Teaser Teaser	20/06	21/06 Citation Citation
22/06 Des pierres qui donnent confiance en soi Des pierres qui donnent confiance en soi Des pierres qui donnent confiance en soi	23/06 J-7 J-7 J-7 Test Youtube	24/06 Stats confiance en soi étudiants Stats confiance en soi étudiants Stats confiance en soi étudiants	25/06 Pensez vous avoir confiance en vous ? Pensez vous avoir confiance en vous ?	26/06 Vos questions pour le live ? Vos questions pour le live ?	27/06	28/06 Citation Citation
29/06 J-1 J-1 J-1 J-1 Workplace Com Discord	30/06 Live Partage du lien live sur tous les supports de communication	01/07				

Légende : Facebook Instagram YouTube LinkedIn Workplace Discord

Ligne éditoriale

7 Promotion

Comme nous l'avons dit dans notre stratégie, nous nous sommes servi des réseaux sociaux dans un cadre de prospection de groupes, de pages et de chaînes youtube qui sont en accord avec notre thème pour en faire la promotion.

Groupe et Page :

Nom	Nombre d'abonné	Groupe ou Page	Type de cible
Femme d'influence academy	1122	Groupe	Femme entre 25 et 35 ans. Situation : mère seul, future entrepreneuse, étudiante, recherche d'emploi
Jobs en Alternance	12 156	Groupe	Étudiant à la recherche d'un emploi
Let's Go	1054	Groupe	Groupe d'entraide entre femme
Être Étudiant	889 287	Page	Étudiant ou futur étudiant
L'Étudiant	224 984	Page	Étudiant ou futur étudiant
Etudiant de Paris	21 000	Groupe	Étudiant ou futur étudiant
Développement personnel et confiance	116 000	Groupe	Personne qui à un intérêt sur ce sujet
Coaching, développement personnel et éveil	26 000	Groupe	Toute personne passionnée par le sujet
Total de personne touchée	1 291 603		

7 Promotion (suite)

Notre message :

“Bonjour,

Dans le cadre de notre formation de "community manager" avec l'école de formation à distance "openclassrooms", nous avons un projet à réaliser.

Il s'agit de fédérer une communauté d'étudiants, dans le but de présenter un live sur un réseau social, sur un thème bien défini avec une influenceuse préalablement choisi.

Nous sommes quatre à travailler sur ce projet, notre live aura lieu le mardi 30 Juin à 20h sur notre chaîne YouTube, et aura pour thème "la confiance en soi" avec Melissa Gateau.

Nous sollicitons votre aide aujourd'hui pour nous aider à promouvoir notre événement qui pourrait intéresser les étudiants.

Vous trouverez ci-dessous l'événement en question et les détails.

Nous sommes disponibles sur Facebook, ou bien par mail.

D'avance merci pour votre aide.

Bien à vous.”

<https://facebook.com/events/s/live-etre-soi-meme/541505639855115/?ti=as>

Réponse de la part de l'Étudiant :

LUN., 13:50

Bonjour, je vous remercie de nous avoir contacté, mais par raison d'équité nous ne pouvons pas relayer ce type d'information. Je vous remercie de votre compréhension.



Ligne éditoriale

8 Publications

Facebook

Xavier Richomme
12 juin à 17:12

Qui est Melissa GATEAU ?

Femme, Maman, Influenceuse, Entrepreneuse et sûre d'elle, sont peut être les meilleurs mots pour qualifier Melissa GATEAU. Mais avant tout, c'est une femme qui a appris à obtenir ce dont elle rêvait par elle-même grâce à la confiance en soi. Cela n'a pas toujours été le cas, jusqu'au jour où elle décida de partir de chez elle et...

Pour en savoir plus rendez-vous le 30 Juin pour un live YOUTUBE inédit en présence de Melissa qui nous parlera de son expérience et des clés nécessaires pour avoir confiance en vous-même et obtenir ce dont VOUS rêvez.

#confianceensoi #laviaestbelle #etresoiememe #msbymelissa #positiveattitude

3 partages

Le Saviez-vous ?

La couleur de la confiance en soi est le orange.

Le orange est la couleur de la confiance en soi et de la fonction sensation. Il génère : l'enthousiasme, la gaieté, l'optimisme, la joie de vivre... C'est une couleur énergique, positive, stimulante, tonique. Le orange est rieur, enfantin, innocent, frivole et capricieux.

Lien événement : <https://facebook.com/events/s/live-etre-soi-meme/541505639855115/?ti=as>

Chaîne YouTube : <https://urlz.fr/cV3g>

#etresoiememe #msbymelissa #confianceensoi #laviaestbelle #positiveattitude

Événement Facebook

MAR 30 JUN - 20:00
LIVE - Etre Soi Meme
Événement en ligne
Kat et 7 amis

Story Facebook

Avoir confiance en soi à 100% est-ce possible?
Mardi 30 Juin
en direct sur YouTube à 20h
EtreSoiMeme

RDV dans 5 minutes!

Avoir confiance en soi à 100% est-ce possible?
Mardi 30 Juin
en direct sur YouTube à 20h
Interview
avec Melissa Gateau
Coanimée en direct

YOUTUBE.COM
Live : Melissa Gateau
Avoir confiance en soi à 100%, est-ce possible?

Alexandra Malory
le 29 juin à 16:06

C'est demain!!!
Lien YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCfJQRwqRRLpZehsmB2HJQ>

Instagram

richworld_cx 22 h

Avec Melissa Gateau
Coanimée en direct

@msbymelissagateau

Avoir confiance en soi à 100% est-ce possible?
Interview
Mardi 30 Juin
en direct sur YouTube à 20h
EtreSoiMeme

alexandra.malory

Avec Melissa Gateau
Coanimée en direct

J-7

Avoir confiance en soi à 100% est-ce possible?
Interview
Mardi 30 Juin
en direct sur YouTube à 20h
EtreSoiMeme

@msbymelissagateau

Xavier Richomme 19 juin

Le saviez-vous?

Abonnez-vous
EtreSoiMeme

94 spectateurs

Xavier Richomme 19 juin

La couleur ORANGE nous aide à avoir confiance en nous!

L'orange génère : l'enthousiasme, la gaieté, l'optimisme, et même la joie de vivre...

C'est une couleur énergique, positive, stimulante, tonique.

Abonnez-vous
EtreSoiMeme

75 spectateurs

alexandra.malory 18 h

"Sois toi-même, toutes les autres personnalités sont déjà prises".
OSCAR WILDE

Abonnez-vous!
EtreSoiMeme

Vue par 121

LinkedIn

En 2020, il est de plus en plus difficile d'avoir confiance en soi et notre société ne nous y aide pas toujours.

Vous savez que 50 % des Français de 18-30 ans n'ont pas confiance en eux, dont 10 % pas du tout ?

Et si on avait les capacités pour réduire ses chiffres en vous proposant une interview ?

C'est avec Melissa Gateau une entrepreneuse, qui saura vous donner la confiance et la motivation dont tout le monde a besoin sans bouger de chez vous.

Alors rendez-vous le mardi 30 Juin à 20 h pour en savoir plus.

Lien événement : <https://facebook.com/events/s/live-etre-soi-meme/541505639855115/?ti=as>

Chaîne YouTube : <https://urlz.fr/cV3g>

#etresoiememe #msbymelissa #confianceensoi #laviaestbelle #positiveattitude #live

Pensez-vous avoir confiance en vous à 100% ?

Pour les personnes qui doutent encore, je vous laisse découvrir les thèmes abordés lors de l'interview avec Melissa Gateau, notre entrepreneuse.

Thème 1 : La confiance en soi dans la société d'aujourd'hui.

Thème 2 : Le confinement et la confiance en soi.

Thème 3 : L'image de la femme dans notre société.

Thème 4 : Avoir confiance en soi quand on est étudiant.

Thème 5 : Les voyages, une manière de forger son estime de soi.

Lien événement : <https://lnkd.in/eSiryGJ>

Chaîne YouTube : <https://urlz.fr/cV3g>

#etresoiememe #msbymelissa #confianceensoi #laviaestbelle #positiveattitude

Qui est Melissa GATEAU ?

Femme, Maman, Influenceuse, Entrepreneuse et sûre d'elle, sont peut être les meilleurs mots pour qualifier Melissa GATEAU. Mais avant tout, c'est une femme qui a appris à obtenir ce dont elle rêvait par elle-même grâce à la confiance en soi. Cela n'a pas toujours été le cas, jusqu'au jour où elle décida de partir de chez elle et...

Pour en savoir plus rendez-vous le 30 Juin pour un live YOUTUBE inédit en présence de Melissa qui nous parlera de son expérience et des clés nécessaires pour avoir confiance en vous-même et obtenir ce dont VOUS rêvez.

Événement : <https://lnkd.in/ea-CXKy>

Chaîne YouTube : <https://urlz.fr/cV3g>

#confianceensoi #laviaestbelle #etresoiememe #msbymelissa #positiveattitude

Youtube

EtreSoiMeme
17 abonnés

ACCUEIL VIDÉOS

Avoir confiance en soi à 100% est-ce possible?
Mardi 30 Juin
en direct sur YouTube à 20h
Interview
avec Melissa Gateau
Coanimée en direct

0:27

Teaser LIVE - EtreSoiMeme
68 vues • il y a 1 mois

Avoir confiance en soi
à 100%

est-ce possible?

- ➔ Garder une attitude positive
- ➔ Forger son estime de soi
- ➔ Se prendre en main
- ➔ Développer de nouvelles capacités

Abonnez-vous!
 **EtreSoiMeme**



Interview

Mardi **30** Juin

en direct sur Youtube
à 20H

Avec
Melissa Gateau
Conseillère en Image

 @msbymelissagateau

*"Content&Marketing" site web.