

Notice d'utilisation



Nagamuthan Bastien

PARTAGER VOS INTERVENTIONS ET PARTICIPATIONS À DES ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

Création de contenu :

Publier sur vos réseaux sociaux professionnels par exemple LinkedIn des photos et résumés de vos interventions lors d'ateliers, de conférences ou d'événements en lien avec la gérontologie. N'oubliez pas également d'utiliser des hashtags pertinents pour les publications que vous postez afin d'augmenter les chances de toucher un public plus large avec vos publications.

Pourquoi c'est essentiel :

montrez que vous êtes active et reconnue dans votre domaine - accroître votre visibilité auprès des professionnels, mais aussi de donner à votre public une idée claire de votre implication et de votre expertise. Cela construit également une image de vous en tant que consultante accessible et investie dans des domaines qui préoccupent votre public cible. Cela montre que vous maîtrisez votre science.



PARTAGER DES TÉMOIGNAGES ET ÉTUDES DE CAS CLIENTS

Recueil d'avis :

Publier des témoignages de clients, sous forme de vidéos ou de textes, où ils expliquent les bénéfices qu'ils ont obtenus en travaillant avec vous. Vous pouvez également rédiger des études de cas anonymisées montrant les problèmes rencontrés, les solutions proposées, et les résultats obtenus.

Un renforcement des liens :

Les témoignages et études de cas renforcent votre crédibilité en montrant des exemples concrets de votre travail. Cela permet à votre public cible de voir comment vous appliquez vos connaissances pour résoudre des problèmes réels, et les aide à se projeter dans une collaboration avec vous. Ce type de contenu est particulièrement convaincant car il démontre la valeur ajoutée de votre accompagnement, ainsi que votre expérience. Les études de cas anonymisées dans le secteur de la gérontologie permettent de partager des exemples concrets tout en respectant la confidentialité des bénéficiaires



PUBLIER DES CONTENUS PÉDAGOGIQUES ET INTERACTIFS

Exemple d'action :

Proposer des mini-guides, des infographies, ou des quiz en ligne sur des sujets tels que "Les meilleures pratiques de gestion des équipes seniors" ou "Les outils pour favoriser l'intelligence collective".

Pourquoi c'est important :

Ces contenus pédagogiques captent l'attention de votre public et leur apportent de la valeur avant même une collaboration directe. En leur offrant des informations pratiques et interactives, vous augmentez l'engagement de votre audience, et cela leur permet d'avoir un avant-goût de votre expertise et de votre méthodologie. C'est aussi un excellent moyen d'encourager le partage de vos contenus, ce qui étend encore votre portée et votre notoriété.



CONTENU MINI SÉRIE

Retour en image :

Pour renforcer les liens déjà établis avec les institutions telles que les Ehpad, il est essentiel de communiquer de manière claire, régulière et engageante. Le principe de "retour en images" constitue une excellente méthode pour valoriser vos actions et votre travail, en adoptant une approche simple et concrète.

Ce format présente plusieurs avantages :

Sa simplicité et son accessibilité le rendent attrayant aussi bien pour les familles que pour les établissements eux-mêmes, qui pourront partager ce contenu et ainsi mettre en avant leurs initiatives. De plus, cette pratique favorise la création d'un véritable lien de proximité avec les familles, qui apprécieront de recevoir des nouvelles adaptées et régulières de leurs proches.



CONTENU MINI SÉRIE

Études de cas :

Avec l'accord des patients concernés, il serait très enrichissant et pertinent de partager des études de cas basées sur votre expérience auprès de la patientèle. Ces témoignages pourraient, par exemple, aborder les maladies auxquelles ils sont confrontés. Cela contribuerait à renforcer la relation de confiance en montrant que ces sujets sont au cœur de vos priorités et de vos préoccupations.

En partageant ces récits :

Vous favorisez une meilleure compréhension des personnes avec qui vous interagissez tout en sensibilisant votre public sur les pathologies qui peuvent survenir avec l'âge. Ce format, à la fois informatif et éducatif, permet de toucher un large public : les professionnels et familles directement concernés, ainsi que des personnes extérieures qui pourraient s'intéresser à ces thématiques.



CRÉER UNE IDENTITÉ VISUELLE FORTE ET COHÉRENTE

Exemple d'action : Travailler avec un graphiste pour développer un logo, une palette de couleurs et un style graphique qui reflètent vos valeurs professionnelles. Utilisez cette identité sur tous vos supports de communication, qu'il s'agisse de publications en ligne, de cartes de visite ou de documents clients.

L'importance d'une cohérence visuelle : Une identité visuelle claire et cohérente vous rend facilement reconnaissable et professionnelle. Cela aide à renforcer votre image de marque et à transmettre subtilement les valeurs que vous voulez associer à votre activité, comme l'écoute, la rigueur et l'innovation. Une identité visuelle harmonieuse renforce la confiance et donne une impression de sérieux et de qualité, ce qui est primordial pour convaincre les décideurs de structures sociales et médico-sociales.

Il est essentiel que votre identité visuelle reflète votre personnalité et vos valeurs. Par exemple, les couleurs pastel telles que le jaune et le rose, que vous appréciez particulièrement, comme évoquer lors de notre dernier entretien, apportent une touche vive et joyeuse. Ces teintes transmettent une énergie positive et chaleureuse, ce qui est parfaitement adapté pour renforcer l'impact de vos visuels. En les intégrant dans vos créations graphiques et vos publications, vous développez une cohérence visuelle qui attire l'attention et véhicule un message optimiste et bienveillant, en parfaite adéquation avec votre démarche.

PARTICIPER ACTIVEMENT AUX DISCUSSIONS EN LIGNE SUR LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS

Exemple d'action : Commenter et partager des publications sur LinkedIn dans les groupes et discussions où les professionnels de votre secteur échangent sur des problématiques communes (par exemple, la gestion des seniors en milieu professionnel, l'adaptation des structures médico-sociales aux nouvelles réalités démographiques).

Pourquoi c'est important : En participant activement aux discussions, vous vous positionnez comme une experte dans votre domaine et augmentez votre visibilité auprès de votre public cible. Les professionnels verront que vous êtes présente et engagée, et cela crée un réseau de relations potentielles avec des clients, partenaires ou prescripteurs. Cela montre également que vous êtes ouvert au dialogue et à l'écoute des besoins et des réalités de vos futurs clients.

Petit rappel : N'oubliez pas de répondre aux commentaires sous vos posts LinkedIn, en particulier pour ceux faisant partie de vos mini-séries. Ces publications ont pour objectif principal de susciter des interactions, et répondre aux commentaires est un excellent moyen de renforcer l'engagement, de montrer votre disponibilité et d'établir un lien direct avec votre audience. Cela contribue également à entretenir une image professionnelle et à encourager davantage de discussions autour de vos initiatives.



EXEMPLE DE POST

Ce type de publication est une excellente manière de créer un lien fort avec votre audience tout en valorisant vos actions.

En partageant des moments authentiques et chaleureux, vous humanisez votre activité et montrez que le bien-être des personnes âgées est au cœur de vos priorités. Les visuels attirent l'attention et génèrent des émotions positives, tandis que le texte engageant, accompagné d'emojis et de hashtags pertinents, favorise les interactions et la visibilité. Ces posts permettent aussi de renforcer la proximité avec les familles, de sensibiliser sur vos initiatives et de promouvoir des valeurs comme la solidarité et le respect intergénérationnel. Enfin, en veillant à respecter la confidentialité des participants, ces publications deviennent un outil puissant pour fédérer et inspirer, tout en donnant une image positive et humaine de votre travail.

L'objectif de cette vidéo de présentation est d'offrir un nouveau moyen de communication, à la fois sincère et proche. Dans le domaine de la gérontologie, votre priorité, en proposant vos compétences, est de développer un réseau étendu de contacts et d'accords avec des institutions comme les EHPAD. En parallèle, vous mettez l'accent sur l'importance des personnes avec qui vous travaillez au quotidien : les résidents que vous accompagnez et leurs familles, pour qui le bien-être et le bonheur de leurs proches sont essentiels. Cette vidéo montre votre démarche authentique et adaptée, tout en transmettant un sentiment de proximité, de confiance et de sérénité. Elle reflète votre engagement sincère, afin d'établir une relation humaine forte et inspirante.

Notre équipe a donc élaboré un exemple de script pour une vidéo de présentation que vous pouvez utiliser, afin de garantir une communication claire, aussi bien sur vos réseaux que lors de vos premiers échanges avec des potentiels intéressés.

Introduction (10s)

(Plans chaleureux : Alice qui sourit, salue une personne âgée dans un jardin ou un salon convivial.)

Voix off d'Alice :

« Bonjour, je suis Alice Geoffroy, spécialiste en gérontologie. Depuis plusieurs années, je consacre mon temps et mon énergie à accompagner les personnes âgées et leurs familles dans des moments parfois sensibles, mais toujours empreints d'humanité. »

Présentation du métier et des valeurs (20s)

(Images d'Alice en interaction avec des résidents : discussions, accompagnement lors d'activités, moments de bien-être.)

Voix off d'Alice :

« Mon travail, c'est avant tout écouter, comprendre et agir. Chaque personne âgée a une histoire, des besoins uniques et des attentes. Mon rôle est de garantir qu'elles vivent dans un environnement serein, respectueux et stimulant. »

Script Vidéo

Focus sur les ateliers et l'approche personnalisée (20s)

(Plans : Alice animant des ateliers de stimulation cognitive, des séances de relaxation, ou des activités créatives comme la peinture ou la musique.)

Voix off d'Alice :

« Les ateliers que je propose sont conçus pour renforcer le bien-être et la vitalité des résidents. Chaque activité est adaptée à leurs capacités et à leurs envies, qu'il s'agisse de stimuler leur mémoire, de développer leur créativité ou tout simplement de partager un moment convivial. Ces instants apportent joie, épanouissement et un vrai sentiment d'appartenance. »

(Images : Alice prenant le temps d'expliquer une activité à un résident, sourires et échanges chaleureux.)

Voix off d'Alice :

« Avec ces ateliers, je m'efforce de créer des moments où chacun peut s'exprimer, évoluer et retrouver un équilibre dans un cadre bienveillant. »

Témoignages renforcés (30s)

(Plans : interviews de familles, de collègues ou de résidents qui parlent d'Alice. Plans entrecoupés d'images d'Alice en action avec les résidents et pendant les ateliers.)

Témoignage d'un institut :

« Alice propose des ateliers très enrichissants, nous sommes très satisfait comme en témoigne l'ensemble des résidents. D'une sublime bienveillance, nous sommes très content du temp qu'elle sait accorder à qui à besoin. »

Témoignage d'un résident :

« Grâce aux activités proposées par Alice, je me divertis et cela occupe mes journées. J'adore participer aux ateliers. Elle sait toujours comment nous motiver et nous comprendre. »

Témoignage d'un responsable institut :

« Travailler avec Alice est un plaisir. Elle sait créer des liens et instaurer un climat de confiance, autant avec les résidents qu'avec l'équipe. »

(Images : Alice qui reçoit un remerciement d'une famille, sourires chaleureux et accolades.)

Conclusion et appel à l'action (10s)

(Plans : Alice qui accompagne un résident pour une balade, un sourire complice avec une famille.)

Voix off d'Alice :

« Choisir un accompagnement pour vos proches, c'est choisir la confiance, l'humanité et une approche adaptée. Je suis là pour vous guider et vous soutenir. Contactez-moi pour en savoir plus. Ensemble, offrons le meilleur à ceux qui comptent pour nous. »

(Fondu au noir avec texte final)

Texte écran :

« Alice Geoffroy – Spécialiste en gérontologie. »

Il est important de noter que ce script vidéo est un exemple du format et de la potentielle timeline. Il vous revient d'y intégrer toute votre expertise en ajustant le contenu pour qu'il reflète parfaitement votre message et vos valeurs.



Script Vidéo

L'IMPORTANCE DU STORYTELLING ET LES 4 ANGLES

Le storytelling est un outil puissant pour capter l'attention, inspirer la confiance et renforcer votre positionnement en tant qu'experte en gérontologie. Gr ce à une narration ciblée et engageante pour chaque contenu, vous donnez du sens à vos actions tout en valorisant votre expertise. Les angles (Actionnable, Analytique, Aspirationnel, Anthropologique) vous permettent de structurer vos messages de manière efficace selon l'objectif visé.

Actionnable : Voici comment...

Pour quel type de message ?

Idéal pour expliquer une démarche, donner des conseils pratiques ou inciter à l'action.

Exemple :

"Partagez une série de conseils sur la gestion des transitions en EHPAD pour aider les familles à mieux accompagner leurs proches."

Analytique : Les chiffres à propos de...

Pour quel type de message ?

Convient aux messages visant à prouver votre crédibilité ou à étayer un propos par des données concrètes.

Exemple :

"Selon une étude récente, 70 % des familles trouvent qu'un accompagnement personnalisé améliore significativement l'intégration des résidents en institution."

L'IMPORTANCE DU STORYTELLING ET LES 4 ANGLES

Aspirationnel : Oui, vous pouvez...

Pour quel type de message ?

Idéal pour motiver, inspirer ou donner une vision positive et engageante.

Exemple :

"Chaque geste compte : en tant que professionnelle, vous pouvez transformer des moments difficiles en instants de sérénité pour les résidents et leurs familles."

Anthropologique : Voilà pourquoi...

Pour quel type de message ?

Parfait pour expliquer le "pourquoi" derrière vos actions, en mettant en avant les valeurs humaines ou sociales.

Exemple :

"Accompagner le vieillissement, ce n'est pas seulement répondre à des besoins médicaux, c'est aussi reconnaître l'histoire et la singularité de chaque individu pour préserver leur place dans la société"

CONCLUSION

Ce guide sur la communication dans le domaine de la gérontologie constitue, à travers les stratégies proposées, des outils concrets et des exemples d'actions, il offre une approche pour valoriser son expertise et développer une présence forte auprès des professionnels, des familles et des bénéficiaires et de vos clients.

La gérontologie est bien plus qu'un simple domaine d'intervention ; elle incarne des valeurs humaines telles que l'écoute, l'accompagnement et le respect des personnes âgées. En intégrant les conseils de ce guide, vous serez en mesure de mettre en valeur vos compétences ainsi que de renforcer votre crédibilité et de toucher votre public cible tout en respectant les spécificités et les sensibilités de ce secteur.

Enfin, ce projet vise à rappeler que la communication n'est pas uniquement un moyen de promouvoir ses activités, mais également un levier pour sensibiliser, informer et créer des liens durables. En plaçant les valeurs humaines et l'innovation au cœur de votre communication, vous contribuerez à enrichir le dialogue autour des enjeux de la vieillesse et à transformer positivement le regard porté sur les générations seniors.