

AUTHENTYS®

Société Francophone du Personal Branding

Charte de déontologie

Objet de la charte

La charte de déontologie d'AUTHENTYS®, Société Francophone du Personal Branding, engage tous ses membres ; elle est le fondement éthique de leur pratique.

Son but est d'établir des principes généraux, des repères déontologiques et un cadre protégeant le client, le praticien, consultant ou expert, et les éventuels prescripteurs ou tiers qui auraient partie prenante à dans la démarche originale d'accompagnement que constitue le Personal Branding.

Définition

"Ce qui vous rend unique fait votre succès." William Arruda

Le Personal Branding est un processus qui consiste pour une personne, dans le cadre professionnel, à rechercher puis à communiquer la valeur ajoutée, le bénéfice exclusif qu'elle apporte à ses interlocuteurs et à mettre en avant ce qui la rend unique, voire exceptionnelle.

Le Personal Branding est un parcours structuré et méthodique qui, étape par étape, consiste à :

1. se connaître (connaissance de soi)
2. se faire connaître (développer sa notoriété, gérer son identité professionnelle)
3. se faire reconnaître (gérer sa réputation professionnelle)

La marque personnelle est la révélation de ce que la personne a de plus authentique et d'unique : elle constitue son capital professionnel et sa réputation ; elle participe pleinement au développement d'une stratégie de carrière efficace et harmonieuse et à la valorisation des talents de la personne.

Vision, missions, valeurs

Vision

Le Personal Branding est une démarche globale qui va chercher à aligner de façon claire, cohérente et constante, le fond et la forme, la personnalité et le style, l'essentiel de la personne et ses actions.

Autrement dit, tout part de l'intérieur, et toutes actions spécifiques (logo, accroche, identité visuelle, supports et outils, activités de marketing), même si elles sont très utiles pour assurer la visibilité, n'ont de sens que si elles traduisent les qualités authentiques de la personne, sa valeur ajoutée.

Missions

AUTHENTYS®, Société Francophone du Personal Branding s'est donnée pour mission de :

- Clarifier et promouvoir le process de Personal Branding et les professionnels qui y contribuent
- Etre le référent auprès des clients et des institutions
- Etre une garantie de « qualité »
- Accompagner ses adhérents dans leur développement et le maintien de leur professionnalisme

Valeurs

▪ Authenticité (Authentys)

AUTHENTYS®, Société Francophone du Personal Branding fait de l'authenticité la valeur première de la démarche et tous ses membres s'engagent dans cette construction. Elle renvoie à la « meilleure version de la personne » et à tout ce qui fait sens pour la promouvoir.

▪ Ouverture

AUTHENTYS®, Société Francophone du Personal Branding prône le droit à la différence et l'identité

propre à chaque adhérent dans le cadre de la déontologie commune. Elle souhaite accueillir des professionnels capables d'accompagner les clients tout au long du processus (coach, consultant) mais aussi des experts professionnels pouvant apporter des solutions spécifiques à l'intérieur de ce processus global (stylisme, relooking, design, rédacteur, spécialiste du web 2.0, développement personnel,...)

Conduite professionnelle générale

Art. 1 - Exercice du Personal Branding

- Je m'engage en conscience à exercer cette activité à partir de ma formation, de mon expérience et je suis en mesure de fournir une information claire sur la nature de ma formation ainsi que sur la ou les qualifications obtenues au terme de celle-ci.
- Je prendrai tous les moyens propres à permettre, dans le cadre de la demande du client, son développement professionnel et personnel, y compris en ayant recours, si besoin est, à un confrère et à des spécialistes entrant dans le processus global.

Art. 2 - Respect des personnes

- Je m'assurerai que mon intervention sert les meilleurs intérêts de mon client et veillerai à agir avec un haut niveau d'intégrité et de fiabilité pendant toute la durée de la relation avec mon client.
- Conscient de ma position, je m'interdirai d'exercer tout abus d'influence pour en tirer des avantages non contractuels, qu'ils soient d'ordre financier, social ou sexuel.
- Je m'astreindrai au secret professionnel et à la satisfaction des lois en vigueur.

Art. 3 - Refus de prise en charge

- Si, au cours du parcours, je constate que d'importantes divergences ne me permettent plus de fonctionner selon les termes du contrat, je serai dans l'obligation éthique d'y mettre fin en expliquant clairement les raisons de ma décision.
- Dans la mesure du possible, je veillerai à proposer d'autres options à mon client.

Art. 4 - Contrat

- Avant de démarrer un parcours de Personal Branding, j'établirai, par écrit, un contrat clair avec mes clients précisant la compétence du consultant, la nature du service proposé ainsi que les éventuels services supplémentaires, les limites et les responsabilités de chacun, la fréquence et la durée des entretiens, la façon dont ils se dérouleront (en face à face, par téléphone, Internet etc...) ainsi que le montant des honoraires perçus par le consultant ou l'expert.

Art. 5 - Mise à jour de ses connaissances et supervision

- Le Personal Branding n'est pas une démarche aux connaissances figées et en tant qu'adhérent à AUTHENTYS®, Société Francophone du Personal Branding, je consacrerai régulièrement une part de mon temps à l'actualisation de celles-ci.
- Je me tiendrai au courant des développements réguliers propres à ma profession et m'inscrirai dans une dynamique continue d'évolution professionnelle.
- Je disposerai d'un lieu de supervision régulier où je pourrai faire le point sur ma pratique et continuer à progresser dans celle-ci en vue de fournir les services de la meilleure qualité possible à mes clients.

Art. 6 - Relation vis-à-vis de la profession

- Dans mes propos et mes actes, j'aurai un devoir de réserve lorsqu'il s'agit de la profession et ferai preuve d'ouverture d'esprit et de respect à l'égard de la diversité des conceptions pouvant exister dans le domaine du Personal Branding.
- Je me conduirai de manière à présenter une image positive de mon activité ou ma profession et je m'abstiendrai de comportements ou de déclarations qui portent atteinte à la compréhension ou à l'acceptation par le public du Personal Branding en tant que démarche professionnelle.

J'ai lu et je m'engage à respecter la charte déontologique d'AUTHEENTYS

Date :

Signature :