

HOMOGÉNÉISER VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE

Nom de domaine, marque et réseaux sociaux pour hypnothérapeutes

Vous avez trouvé votre nom commercial. Reste une étape cruciale : le réserver partout pour éviter qu'un homonyme ou un concurrent ne crée une confusion préjudiciable.

LE NOM DE DOMAINE : VOTRE ADRESSE SUR INTERNET

Extensions à privilégier

.fr	Indispensable pour la clientèle locale et le référencement en France
.com	Recommandé, crédible et facile à mémoriser
.eu / .net	Optionnels

Règle d'or : prenez au moins le .fr et le .com. Si l'un des deux est déjà pris, changez de nom.

Vérifications à faire :

- Disponibilité : testez sur Gandi, OVH ou Namecheap
- Antériorité : vérifiez que le nom n'a pas été utilisé pour des pratiques douteuses (Wayback Machine)
- Propriétaire : assurez-vous que vous êtes bien le titulaire

LA MARQUE : PROTÉGER VOTRE NOM SUR TOUT LE TERRITOIRE

Le dépôt de marque (INPI) donne le monopole d'usage sur votre nom.

Ce que permet le dépôt :

- Assigner un concurrent qui utilise le même nom ailleurs en France
- Vous opposer à une marque similaire en cas de risque de confusion
- Protéger vos extensions d'activité (formations, e-books, produits dérivés)

Quand le faire ?

Dès que l'activité dépasse le cadre local. Compter environ 200 à 300 euros pour 10 ans de protection.

HOMOGENÉISER SA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Règle d'or : un seul nom, partout.

Méthode pratique :

- Choisissez un pseudo unique (exemple : zenbienetre)
- Testez sa disponibilité sur les plateformes : Google, Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube, Pinterest
- Réservez même les comptes inutilisés
- Si votre nom commercial idéal est déjà pris sur Instagram mais libre ailleurs, choisissez-en un autre. Un seul conflit peut ruiner votre référencement et votre image de marque.

Vérifications à effectuer

- Pseudo libre sur chaque réseau ? Utilisez Nomcheck
- Nom commercial déjà utilisé par un compte actif ? Recherche directe
- Risque de confusion avec une marque déjà déposée ? Recherche INPI

RECOMMANDATIONS POUR UNE IDENTITÉ VISUELLE COHÉRENTE

Votre identité graphique doit être identique sur tous les supports :

- Couleurs : une même palette (bleu apaisant, vert nature)
- Logo : le même fichier partout
- Typographie : une ou deux polices maximum
- Photo de profil : la même image sur tous les réseaux

Outil pratique : créez une charte graphique simple sur une page A4.

CHECK-LIST FINALE AVANT LANCEMENT

Nom de domaine : .fr et .com réservés, pointant vers votre futur site



Marque : vérification INPI faite (et dépôt si besoin)



Réseaux sociaux : même pseudo réservé sur au moins 3 à 4 plateformes



Identité visuelle : logo, couleurs, typographies harmonisés



Vérification de conflit : aucun homonyme actif dans le même secteur



LES ERREURS À ÉVITER

- Utiliser des noms trop longs : impossibles à retenir ou à taper
- Ajouter des chiffres ou des tirets inutiles (exemple : zen_123) : manque de professionnalisme
- Ne réserver que le .fr : un concurrent peut prendre le .com
- Changer de pseudo sur les réseaux : perte de repères
- Prendre un nom déjà utilisé par un autre praticien : obligation de tout renommer