



LES

DIX COMMANDEMENTS

D'UNE IMAGE DE MARQUE
RÉUSSIE





Ici Mélusine d'Éclats !

À travers ce livret, je serai ton maître Jedi du marketing.

Je te propose d'explorer les piliers essentiels pour créer une image de marque qui claque !

Bien entendu, ce sont des pistes qui te permettront d'approfondir de ton côté.

ON COMMENCE ?

Moi, c'est Luxi !





L'IMAGE DE MARQUE, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Tu la connais probablement déjà, sous l'appellation : **branding**.

L'image de marque permet à ton audience de comprendre instantanément les valeurs de ta marque.

C'est pourquoi certaines enseignes utilisent des codes spécifiques à leur secteur.

Par exemple, Duolingo ne va pas utiliser le même discours que Lacoste.

Ça ne les empêche pas de voir grand !



@Lacoste



@Duolingo

PAS D'IMAGE

SANS STRATÉGIE

On confond souvent la communication avec le marketing. Ce sont pourtant 2 métiers bien distincts.

Le marketing, c'est Yoda : il observe la galaxie, analyse la Force, définit la stratégie et dit où et pourquoi agir.

La communication, c'est Luke avec son sabre laser : il passe à l'action, parle aux foules, crée l'émotion et fait briller la stratégie sur le terrain.

En clair :

- Le marketing trace le plan de bataille.
- La communication le rend épique.

Marketing



Communication



Marketing



Plan



Visibilité

RACE FINISHED				
POSITION	BEST LAP	BS1	BS2	BS3
1 VER	1:37.691	26.659	29.578	43.517
2 HAM	1:37.668	26.403	29.708	43.549
3 RUS	1:37.558	26.654	29.578	43.866
4 PER	1:37.780	26.715	29.489	43.200
5 SAI	1:35.781	26.221	29.237	42.022
6 ALO	1:38.160	26.904	30.512	43.806
7 NOR	1:39.037	25.122	30.067	43.527
8 OCO	1:39.694	25.045	30.400	43.400
9 RIC	1:39.133	25.084	29.806	43.421
10 STR	1:39.185	25.170	30.077	43.599

Résultats

L'un sans l'autre, il y a un problème

VOICI LES DIX COMMANDEMENTS POUR RÉUSSIR TON IMAGE DE MARQUE

1. Tes valeurs, tu partageras

C'est décidé !

Tu souhaites construire une marque ? Génial !

Est-ce que tu t'es demandé pour quelle raison ?

Au-delà de vendre un produit ou un service ?

Pose-toi les bonnes questions afin d'adapter ton message et de l'incarner pleinement :

- Comment te différencier de tes concurrents ?
- Comment veux-tu que ta cible te perçoive ?
- Quel message souhaites-tu développer autour de ta marque ?

Tes valeurs te serviront de repère durant la conception de ton entreprise.

Sur le long terme, elles permettront de capter l'intérêt de tes prospects.

Des valeurs partagées avec ta cible créeront un lien d'affect solide et un atout essentiel !

2. Ta cible, tu étudieras

À qui s'adresse ta marque ?

Yoda ne s'est pas lancé dans la formation des Jedi sans connaître leur potentiel.
Avant d'agir, il a observé, ressenti, compris.

- Qui est-elle ?
- Pourquoi serait-elle intéressée par tes produits ?
- A-t-elle un besoin auquel ton offre répond ?
- Partage-t-elle tes valeurs ?



Prenons un exemple Terrien : Lacoste se veut intergénérationnel ; avec des designs ciblés autant pour les plus jeunes que les plus grands.



Source : Lacoste.com

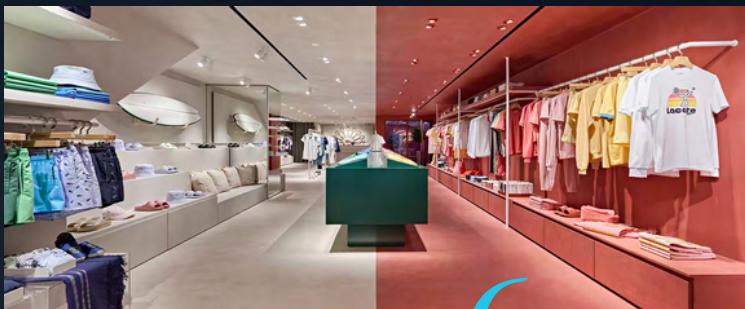
3. La cohérence, tu développeras

Elle permettra aux consommateurs de te reconnaître sur n'importe quel support.

Cette cohérence doit être adaptée autant sur le plan online que offline.

Un manque de cohérence dans ta stratégie peut mener à un déséquilibre dans ta communication.

Si tu t'adresses à une cible sportive, ton audience s'attendra à recevoir des conseils sports (techniques, équipements etc.) sur les réseaux. Mais aussi, à une expérience immersive en boutique.



Décoration emblématique chez Lacoste, réalisé par l'architecte Olivier Stadler. Habillage en blanc d'une part et en terre battue de l'autre, codes de Lacoste.



Source : Lacoste.com

4. L'expérience client, tu adopteras

Quels sont les besoins de ton client ?

Pour lui, la recherche d'une solution à ses problème est un véritable voyage.
Et ce n'est pas toujours de tout repos.

- **Prise de conscience** : Le client découvre qu'il a un problème.
- **Recherche** : Il explore des solutions et compare les options.
- **Décision** : Il choisit une marque et passe à l'achat.
- **Expérience et fidélisation** : Il utilise, évalue, et s'il est satisfait, revient ou recommande.

Une mauvaise expérience client pourra lui faire ressentir de la déception ou de la frustration.

Une bonne expérience client pourra lui faire ressentir de la reconnaissance ou de la surprise.



Chez Rituals, l'expérience va au-delà des produits avec une immersion en boutique qui apporte de la joie :

- Tisane offerte
- Test des produits
- Échantillons
- Conseils personnalisés

5. Une charte graphique, tu travailleras

Une identité visuelle bien travaillée impactera d'avantage ton audience cible.

La création d'un Brand Package, composé de tous les éléments de ta marque te servira de fil rouge pour l'ensemble de tes contenus.

- Pourquoi ce choix de couleurs ?
- Ton logo est-il cohérent avec ta marque ?
- Quelle typographie est la plus adaptée ?
- Quel ton utiliser pour ta marque ?



Faire ce travail permettra, en plus d'afficher ton mood à ta cible, d'être cohérent sur tous tes supports de communication.

Source : Pinterest.fr



6. Ton histoire, tu raconteras

J'aime appeler ça :
L'art du storytelling.

Parce que raconter une histoire, c'est poser les bons mots pour captiver.

Il est important pour ta cible de te connaître :

- Qui es-tu ?
- D'où viens-tu ?
- Pourquoi as-tu créé ta marque ?
- Quel est ton parcours ?

En partageant ton histoire avec ton audience, tu crées un lien de confiance solide avec elle.

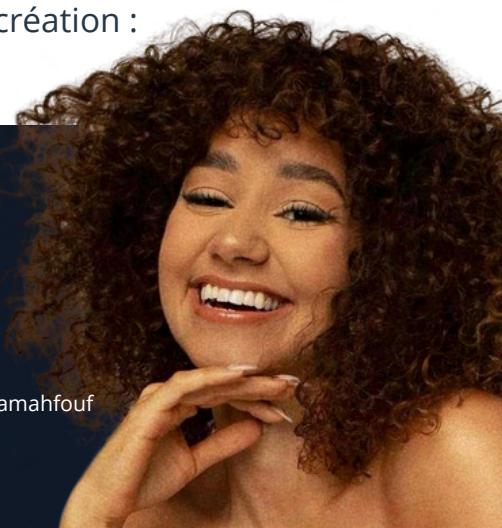
Restez-vous même, pas besoin de s'inventer une fausse identité : soyez vrai.

On appelle cette phase de création :
Le personal branding.

Lena Situations est un bon exemple sur le pouvoir du personal branding.

Au quotidien, elle partage autant sa vie perso que sa vie entrepreunariale.

@lenamahfouf



7. Ton expérience, tu partageras

Comment être crédible auprès de ta cible ?

En partageant ton expérience au quotidien, tu rassureras ton audience.

- Partage des articles
- Prends des photos sur le terrain
- Filme-toi lors d'évènements
- Republie des avis, autour de tes produits ou services



Ministère de la Culture ou Festival de Cannes en mode Papa-preneur, ton audience est intéressée par tes actions au nom de ta marque.

8. Les bons outils, tu utiliseras

Une bonne organisation nécessite de bons outils.

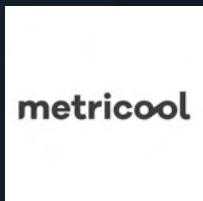
C'est pourquoi, il est primordial d'être ordonné au risque de te perdre.



Tu n'es pas l'expert de Photoshop ?
Pas de stress.
Canva s'adresse à tous les niveaux.



Notion, idéal pour créer un suivi
de tes idées et de tes contenus.



L'outil parfait pour programmer
tes publications et respirer



Je te présente Claude.ai : très
pratique pour structurer,
reformuler ou créer du contenu pro.

9. La transparence, tu privilégieras

C'est primordial pour poser un climat de confiance. Sois ouvert à chaque étape :

- Ton audience appréciera autant tes succès que tes défis.
- Ta cible est humaine, elle sera d'avantage impliquée dans ton travail si tu lui montres autant les succès que les coups durs.

Que ce soit en vidéo sur Youtube ou en article sur Linkedin, partager les backstages de ta vie entrepreunariale créera un lien fort.

Léa de jenesuispasjolie



Adapte ton discours en fonction de toi :

- Ajoute une touche d'humour si tu le sens
- Garde ton professionnel si tu préfères

10. L'évolution, tu accepteras

Une image de marque doit évoluer avec son temps.

- Reste à l'écoute de ton audience, des tendances etc.
- Ne sois pas figé sur un modèle : l'adaptabilité est ton allié.

Rendez-vous

- Abonne-toi à notre newsletter

Pour suivre les tendances et les actualités !



Un nouveau format pour te tenir au courant des nouveautés et infos clés pour construire ta marque.

Qui sommes-nous ?

Maxime et Mélusine

Et si c'était le bon moment pour avoir
des actions marketing qui rapportent ?

La mise en oeuvre

La stratégie



Co-pilote marketing

Reprends le contrôle du marketing

Notre accompagnement :

- Affiner la cible et l'offre
- Aide à la mise en place des bons canaux
- Aide à la mise en place de campagnes efficaces
- Aide à l'analyse et l'amélioration des performances
- Prendre du recul sur les actions menées
- On se voit une fois par mois.

250€ HT/mois

À partir de 6 mois



Maeva Cortinovis



Eclats est l'alliance parfaite de la brillante stratégie marketing de Mélusine et de son humour créatif et vif,

Alizé Markaj



J'ai fait appel à Mélusine et Maxime pour du consulting afin de gagner en visibilité sur mes réseaux, et je n'en suis pas déçue !

Kitto Shiro



J'ai commencé il y a peu mon accompagnement avec Eclats, et le moins que je puisse dire c'est que je suis très satisfaite. Mélusine a été à l'écoute de mes besoins et de mes envies afin de m'offrir un accompagnement qui m'appartient complètement. De plus elle me donne énormément de conseils en dehors de nos séances et répond toujours présente dès que j'en ai besoin. Je me sens vraiment rassurée et encadrée.

J'ai hâte d'être à notre prochaine séance et de voir les résultats de nos efforts. Encore un grand merci

L'aventure entrepreneuriale est un véritable sport et il est rassurant d'être accompagné.

Avoir un regard extérieur permet d'analyser en profondeur les objectifs de votre marque et les optimiser en votre faveur.

Mélusine et Maxime Bonzi

Maîtres d'oeuvre de l'image de marque



07.60.79.75.50



hello@eclats.eu





**Active ton impact
maintenant !**

