

CHECKLIST DE MARQUE

VOTRE CONCEPT EST-IL PRÊT POUR UN LANCEMENT ?

Bienvenue sur votre checklist de marque. Nous analyserons les points clés nécessaire au développement de votre marque, et élaborerons une feuille de route pour votre réussite future.

Pourquoi cette checklist?

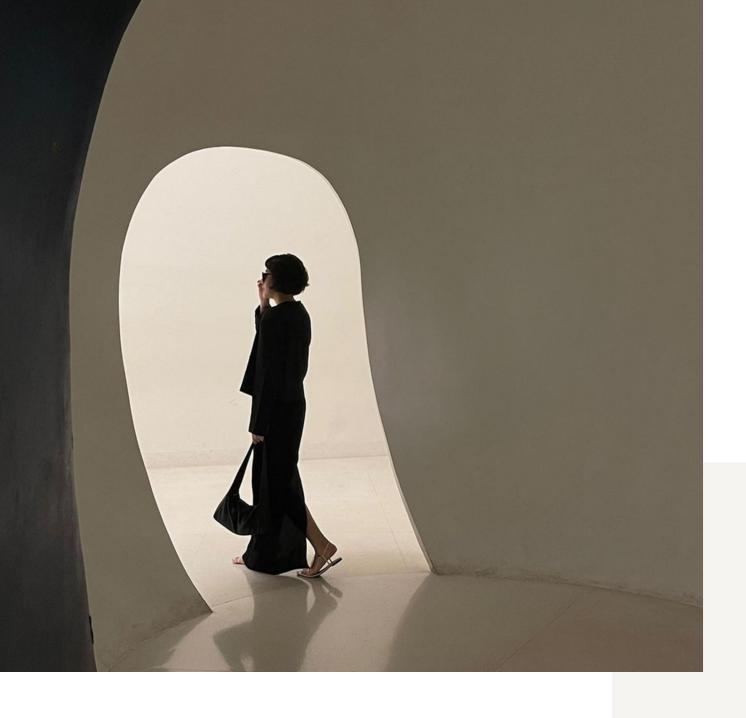
ASSURER L'ALIGNEMENT DE VOS OBJECTIFS AVEC LE CONCEPT DE VOTRE PROJET.

IDENTIFIER LES POSSIBLES POINTS MANQUANT AU BON DÉVELOPPEMENT DE CELUI-CI.

DONNER À VOTRE PROJET UN LANCEMENT DIGNE DE CE NOM.

Prenez un carnet et un stylo pour noter vos réponses au fur et à mesure, cela vous aidera à la réflexion si besoin, ou justement à confirmer le fait que votre réflexion est aboutie et n'est plus à faire.





Définissez votre concept:

- VALEURS FONDAMENTALES : QU'EST-CE QUI COMPTE LE PLUS POUR VOTRE ENTREPRISE ?
- MISSION : VOTRE OBJECTIF ET CE QUE VOUS ASPIREZ À RÉALISER, DÉCRIVEZ VOTRE CONCEPT.
- PUBLIC CIBLE : À QUI S'ADRESSENT VOS SERVICES OU PRODUIT ?



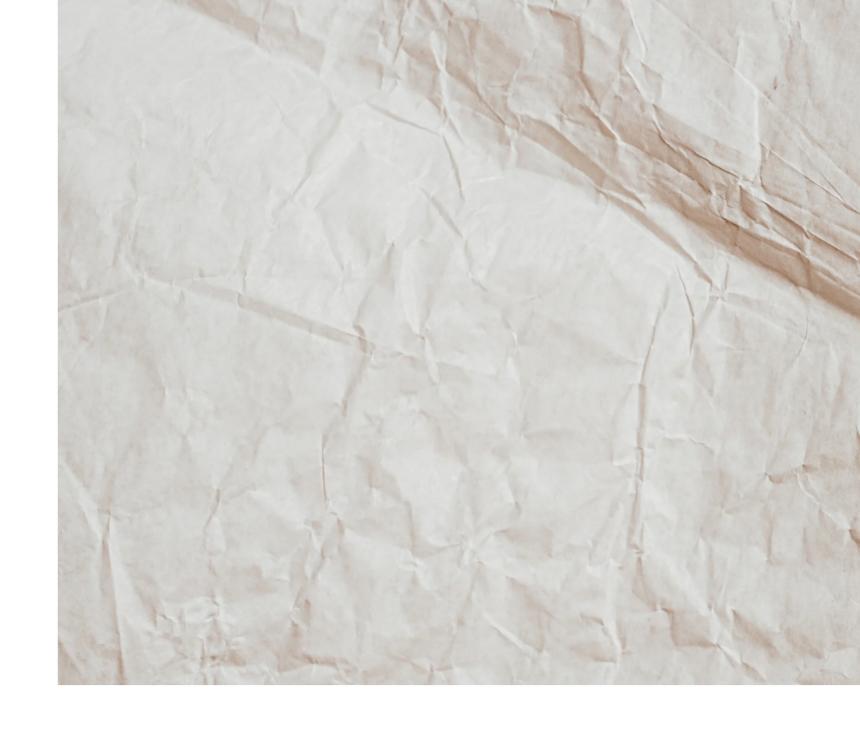
Evaluez le message et concept de votre marque:

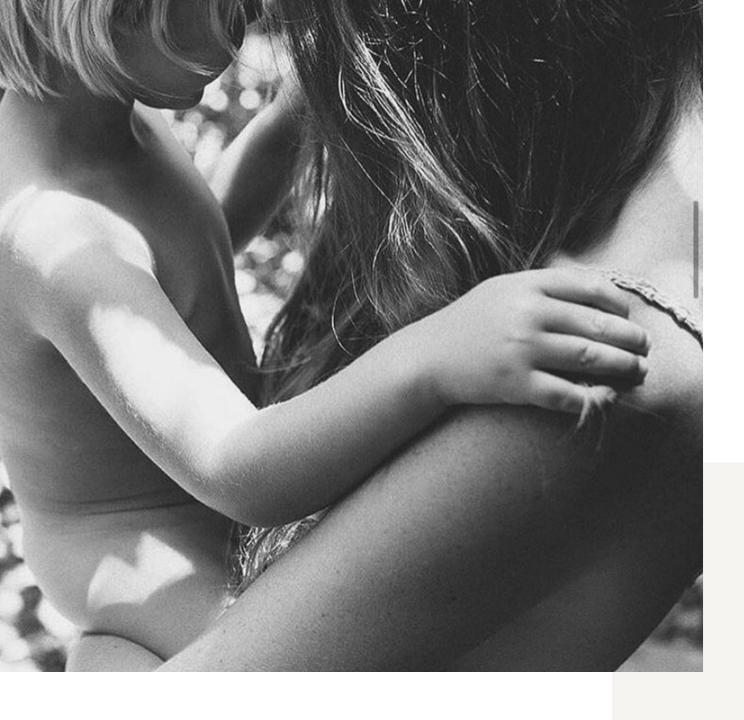
COHÉRENCE ASSUREZ-VOUS QUE VOTRE MESSAGE EST COHÉRENT SUR TOUS LES CANAUX ET POINTS DE CONTACT. CLARTÉ ASSUREZ-VOUS QUE VOS MESSAGES SONT FACILEMENT COMPRIS PAR VOTRE PUBLIC CIBLE. PERTINENCE DIFFUSEZ DES MESSAGES PERTINENTS EN FONCTION DES BESOINS ET DES INTÉRÊTS DE VOS CLIENTS.

Votre position de marque:

- D IDENTIFIEZ VOTRE NICHE SUR LE MARCHÉ ET COMMENT VOUS SOUHAITEZ VOUS DIFFÉRENCIER.
- COMPRENEZ VOTRE PAYSAGE CONCURRENTIEL ET LES PRÉFÉRENCES DE VOTRE PUBLIC CIBLE.
- ÉVALUEZ LA PROPOSITION DE VALEUR DE VOTRE

 MARQUE ET LA MANIÈRE DONT ELLE RÉSONNE
 AUPRÈS DES CLIENTS.





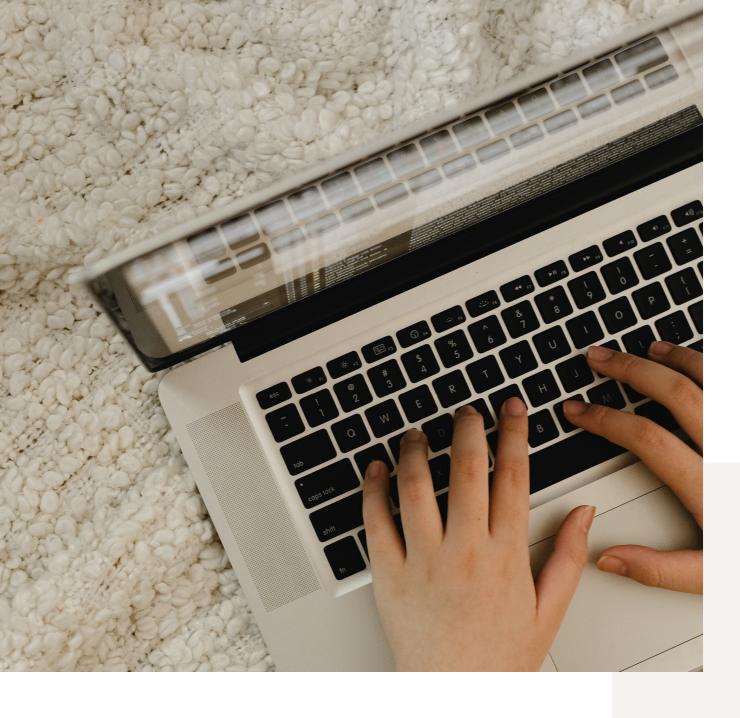
Evaluez les éléments visuels de la marque :

- LOGOS ET DÉCLINAISONS
- PALETTE DE COULEURS ET SYSTÈME DE CONCEPTION
- STYLES DE PHOTOGRAPHIE ET D'IMAGERIE
- CHOIX DE TYPOGRAPHIE ET DE POLICES

Analyse comparative par rapport aux concurrents:

- ANALYSER LES FORCES ET LES FAIBLESSES DES CONCURRENTS.
- DIFFÉRENCIATION.
- ÉLABOREZ UN PLAN POUR TIRER PARTI DE VOTRE VALEUR UNIQUE.





Résultat : Avez-vous pu répondre clairement à tout ces points ?

SI OUI, AVEC ASSURANCE, ALORS VOTRE MARQUE N'A BESOIN DE RIEN SI CE N'EST D'UN SUPPORT WEB ET D'UN LANCEMENT.

SI NON, JE SUIS LÀ POUR VOUS AIDER À COMPLÉTER LES POINTS MANQUANT, CRÉER OU REVOIR VOTRE CONCEPT ET ID VISUELLE :

RDV SUR LAURAFARI.COM/CONTACT