

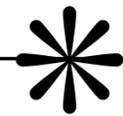
* PROPOSITION DE

STRATÉGIE DE MARQUE



INTRODUCTION

L'OBJECTIF DE CETTE PRÉSENTATION EST DE PROPOSER UNE STRATÉGIE DE MARQUE CLAIRE ET COHÉRENTE AFIN DE RENFORCER LA NOTORIÉTÉ ET L'IMAGE DE [NOM DE L'ENTREPRISE] SUR LE MARCHÉ.



ANALYSE DE LA SITUATION ACTUELLE



ÉTAT DE LA MARQUE AUJOURD'HUI

* IMAGE DE MARQUE

Ici sera présente un résumé de l'analyse de l'image de marque.

* ENGAGEMENT SOCIAL

Ici sera présente l'analyse de la perception de la cible de l'engagement social de la marque.

* STYLE ET DESIGN

Ici sera présente un résumé de la perception du design et du style par la cible.

ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

* CONCURRENTS PRINCIPAUX

Ici sera présente la liste des concurrents principaux de la marque.

* POSITIONNEMENT

Ici sera indiqué le positionnement de la concurrence.

* ANALYSES

Ici sera présenté un résumé de votre analyse concurrentielle.



MISSION DE LA MARQUE

* MISSION

Pourquoi votre marque existe-t-elle?

* RÔLE

Quel rôle souhaite-t)elle jouer dans la société, le quotidien de ses clients?

* VALEURS

Quelles sont ses valeurs fondatrices?



CIBLES ET SEGMENTS



CIBLE

Entre 25 et 40 ans

Femmes

Médias, Mode, Musique pop, minimalisme



Camilla Martine

Étudiante en communication

24 ans

Paris, France

*** MOTIVATION**

Ici sera présente un résumé en un court texte les motivations du persona.

*** FREINS**

Ici sera présente un résumé en un court texte les freins du persona.



Sacha Sérillon

Étudiante en communication

24 ans

Paris, France

*** MOTIVATION**

Ici sera présente un résumé en un court texte les motivations du persona.

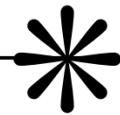
*** FREINS**

Ici sera présente un résumé en un court texte les freins du persona.



UNIVERS DE MARQUE ET POSITIONNEMENT VISUEL

STYLE GRAPHIQUE, AMBIANCE, RÉFÉRENCES CULTURELLES.... TON DE LA
COMMUNICATION



POSITIONNEMENT SYNTHÉTIQUE

* MESSAGE PRINCIPAL

Le message central que la marque souhaite transmettre.

* HISTOIRE DE LA MARQUE

Quelques phrases sur l'origine et l'évolution de la marque.

