

# Le branding expliqué en 7 images

**Quelques images qui expliquent simplement le branding, et le mécanisme de création de la marque.**



**Henri Lotin**

Brand Strategist & Creative Director

[lotincorp.biz/henrilotin](http://lotincorp.biz/henrilotin)

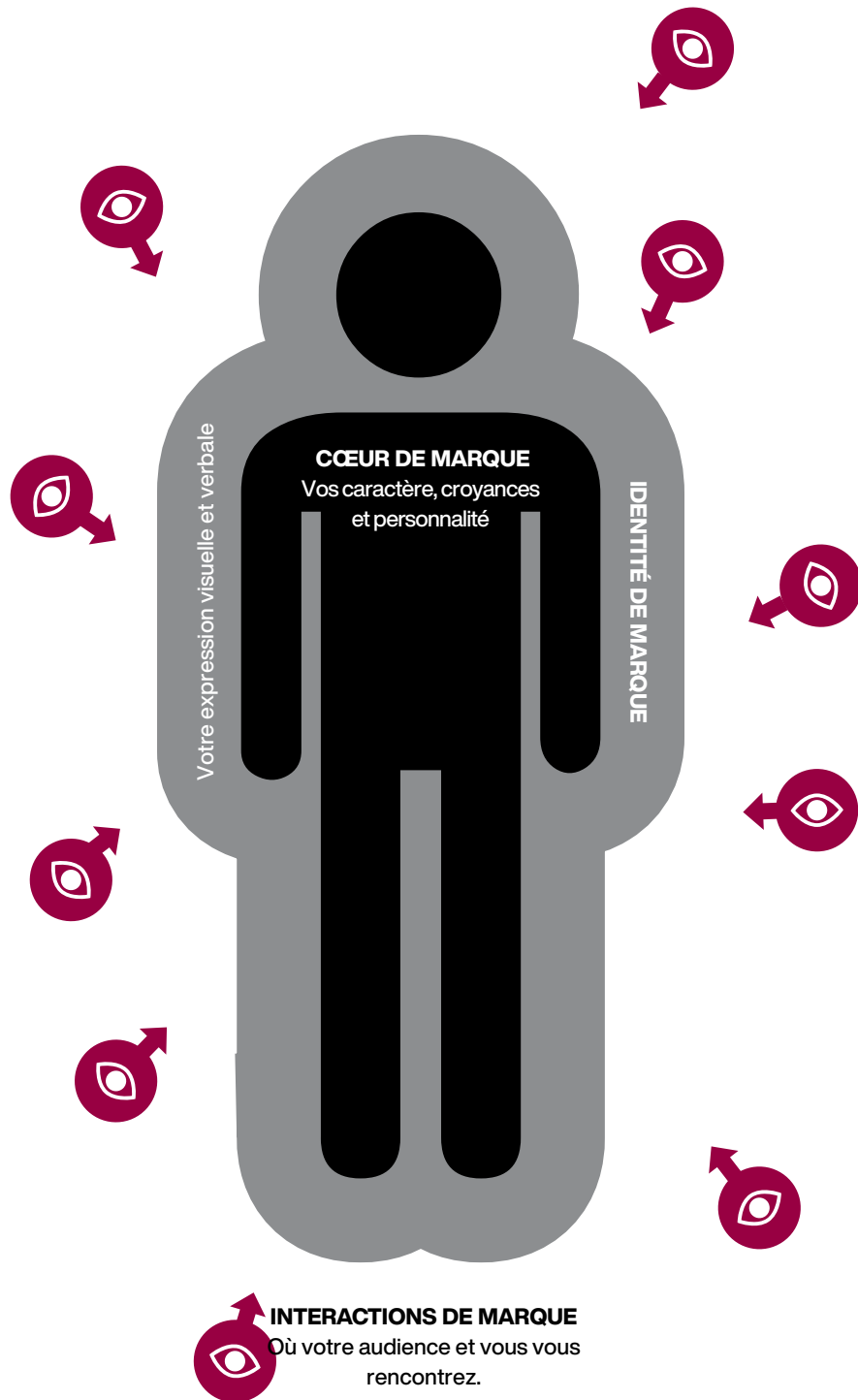
# La marque

*« Une marque est l'intuition d'une personne à propos d'un produit, d'un service ou d'une entreprise. »*

– Marty Neumeier, The Brand Gap

*« Une marque est la valeur d'une promesse constamment tenue. »*

– David Kincaid, The Brand Driven CEO



Source : Brand the Change, Anne Miltenburg

# Les marques sont conçues comme des humains

Vous avez un **cœur intérieur** : votre caractère, votre personnalité, vos croyances, ce que vous voulez accomplir dans votre vie.

Il s'exprime à travers votre **identité** : à quoi vous ressemblez, ce que vous dites, et comment.

Votre cœur et votre identité façonnent vos interactions avec le monde extérieur et la façon dont les gens pensent et se sentent à votre sujet.

Les **signaux** que les gens reçoivent de l'extérieur les aident à se forger une opinion sur ce qui se trouve à l'intérieur.

# Le branding

*« Le branding, c'est doter les produits et services du pouvoir d'une marque. »*

– Kotler & Keller, 2015

*« Le branding est le processus intentionnel de création d'une marque.*

*Il est soutenu par le brand marketing, qui est l'ensemble des actions mises en œuvre pour installer la marque dans l'esprit et le cœur des consommateurs. »*

– Henri Lotin, Brand Strategist @ Lotin Corp.

« Je suis un  
super lover. »



### 1. MARKETING

---

« Salut. »



« Je suis un  
super lover. »



### 2. TÉLÉMARKETING

---

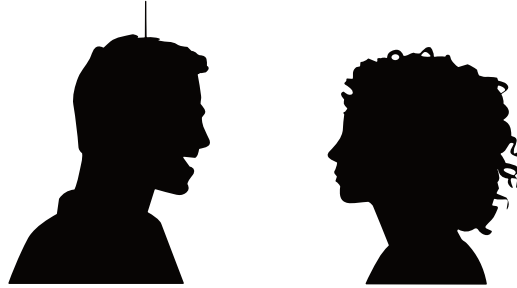
« Crois-moi,  
c'est un  
super lover. »



### 3. RELATIONS PUBLICS

Source : The Brand Gap, Marty Neumeier

« Je suis un super lover.  
Je suis un super lover.  
Je suis un super lover. »



#### 4. PUBLICITÉ

---



#### 5. DESIGN GRAPHIQUE

---

« Je comprends  
que tu es un  
super lover. »



#### 6. BRANDING

Source : The Brand Gap, Marty Neumeier

VOTRE INFLUENCE

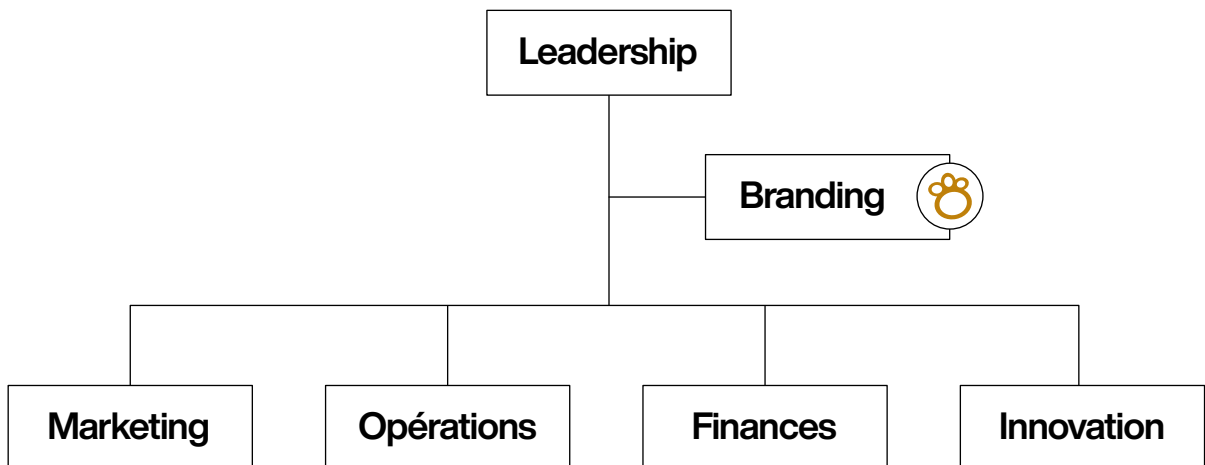
**MESSAGE  
ESTHÉTIQUE  
EXPÉRIENCE**



Source : The Futur™

# La place du branding dans votre business

Quelle place devrait occuper le branding dans votre entreprise ?



Source : Lotin Corp.

**Le branding a sa place juste après le leadership (une idée claire de votre mission et des valeurs qui la motivent). Quid de la stratégie de marque ?**

# Stratégies imbriquées

## STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Quels sont les objectifs business de l'entreprise et comment elle utilisera ses ressources pour y parvenir.

## STRATÉGIE DE MARQUE

Partie de la stratégie d'entreprise orientée client. Définition de l'offre et de la valeur unique que l'entreprise offrira au marché.

## STRATÉGIE MARKETING

Comment l'entreprise communiquera et générera des prospects à court terme.

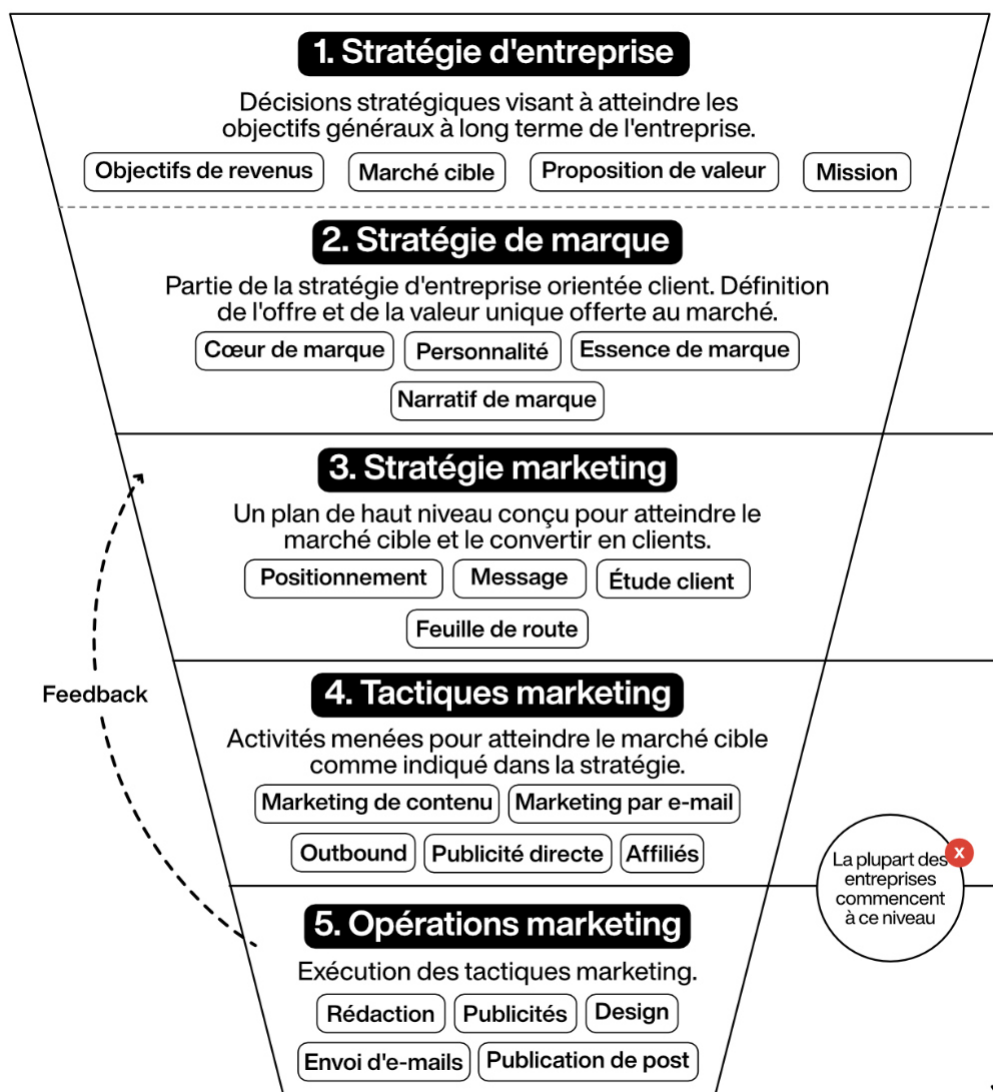
STRATÉGIE DU PERSONNEL

STRATÉGIE PRODUIT

STRATÉGIE DE LIVRAISON

Source : Matt Davies

# De la strat aux opérations



Source : Pierre Herubel

# Le processus

D'après Alina Wheeler :

*« Le processus de branding exige une combinaison de compétences en matière d'investigation, de réflexion stratégique, d'excellence en design et en gestion de projet.*

*Cela nécessite une patience extraordinaire, une obsession pour bien faire les choses et une capacité à synthétiser de grandes quantités d'informations. »*

On en parle plus tard ?

# Pour aller plus vite

Pour mieux comprendre le branding et créer une marque pour votre PME, je vous recommande notre eBook gratuit : **Le branding pour les PME**.



# Je suis **Henri Lotin**, Brand Strategist & Creative Director.

Mon agence de branding accompagne les dirigeants de PME à attirer des client récurrents et des talents motivés grâce au **Framework BIDS™**. Comment ?

1. offre plus claire
2. identité de marque forte
3. processus plus efficaces

Pour avoir :

- plus de clients
- moins de stress
- plus de temps libre
- 📁 entreprise autonome

Travaillons ensemble !



like



commenter



partager

Henri Lotin

[lotincorp.biz/henrilotin](https://lotincorp.biz/henrilotin)

