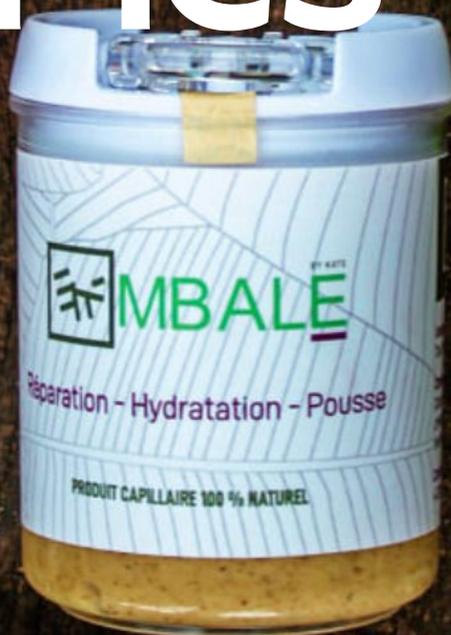


# Le branding pour les PME



**Henri Lotin**

Brand Strategist & Creative Director

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

# Le branding pour les PME

**Vous avez décidé de créer vous-même votre marque ?  
Curieux de savoir à quoi cela ressemblerait si vous le  
faisiez vous-même ? Voici ce que vous devez savoir  
pour créer la marque de votre petite entreprise.**

## **Couverture :**

Travail de branding pour une petite entreprise : **Mbale by Kate**

Stratégie de marque par **Lotin Corp.**

Packshot par **Darryl Lerouge**

# Sommaire

<b>0. Introduction</b>	<b>9</b>
<b>1. Le branding expliqué par des images</b> Quelques images qui expliquent simplement le branding, et le mécanisme de création de la marque.	<b>18</b>
<b>2. Le processus de branding standard</b> Quelles sont les étapes que toute entreprise doit suivre pour créer efficacement sa marque ?	<b>28</b>
<b>3. Le processus de branding de Lotin Corp.</b> Comment l'agence de branding Lotin Corp. approche le branding des petites et moyennes entreprises ?	<b>38</b>

#### 4. Oui, le branding est lucratif ! 56

Vous vous demandez si vous ne gaspillez pas votre argent avec le branding, non ? Voici les réponses.

#### 5. En attendant les résultats du branding ? 78

« Bâtir votre marque prend du temps. Parfois, trop longtemps. En attendant, comment votre entreprise fait de l'argent ? Excellente question ! »

#### 6. Définissez votre profil client idéal 106

Vous avez votre produit ? C'est bien. Mais quel est votre segment de clientèle ? À quoi ressemble votre client idéal ?

#### 7. Meilleur produit = meilleure offre 132

Beaucoup de patrons d'entreprise créent un produit avant de savoir à qui il est destiné, sous prétexte que ça marche déjà pour leur concurrent. Erreur !

#### 8. L'adéquation pour booster la croissance 166

Le but de votre offre est de créer de la valeur. Comment êtes-vous sûr que c'est le cas ?

#### 9. BrandING vs Mark(et)ING 186

Est-ce que le branding est inclus dans le marketing ? Ou bien est-ce le branding qui coiffe le marketing ? L'histoire de l'oeuf et de la poule se répète-t-elle ?

#### 10. Design & branding 218

Les deux concepts sont tellement liés que beaucoup pensent que le processus de branding se limite au design de l'identité de marque.

#### 11. But + Vision + Mission + Valeurs = ♥ de marque 252

Chaque marque possède un ensemble de croyances de base qui influencent tout ce qu'elle fait. Cet ensemble de convictions est votre cœur de marque.

#### 12. Brand essence + Brand messaging = 🧬 de marque 274

L'essence de marque et la messagerie de marque complètent le cœur de marque pour constituer l'ADN de marque.

- 13. Créez une identité visuelle remarquable** 306  
Les actifs visuels de la marque sont les éléments constitutifs de la façon dont les clients et le public reconnaissent votre marque.
- 14. Rédigez votre *brand toolkit*** 344  
La *brand toolkit* est votre manuel de communication. Elle contient des principes et des lignes directrices de votre marque.
- 15. Construisez votre marque : *brand building*** 386  
Les marques ne doivent pas seulement être lancées. Elles doivent être construites et modifiées au fil du temps.
- 16. Découvrez les outils de *brand building*** 416  
Vous connaissez les principes et les procédés du *brand building*. Quels sont les outils à votre disposition pour l'accomplir avec succès ?
- 17. Avez-vous réussi ? Évaluez votre marque !** 446  
L'audit de marque vise à évaluer les forces et les faiblesses d'une marque ou d'un portefeuille de marques donné.

# Introduction

Vous venez de créer votre entreprise ?

Ou bien, vous êtes dans le business depuis longtemps ?

Vous vous demandez certainement « *comment créer votre branding* » ?

Si c'est le cas, alors vous êtes au bon endroit.

**ATTENTION** : Si vous êtes pressé et/ou paresseux, ce n'est pas pour vous.

Cela va faire plus de 15 ans que je m'intéresse aux questions en rapport avec le **branding**.

J'ai, depuis 2008 aidé +1000 entrepreneurs et propriétaires de PME à gagner en clarté sur leur business, à déployer une identité de marque différenciée (logo, site web, packaging...) et à prospérer.

Et je vous propose **gratuitement** la méthode de mon agence, **Lotin Corp.** afin que vous puissiez créer vous-même, votre propre marque rentable.

La création d'une marque forte grâce au processus de branding est un élément clé du succès du marketing et des ventes. Avec :

- + des objectifs clairs,
- + un message adapté,
- + un positionnement différencié
- + et une expression cohérente,

les marques peuvent répondre aux besoins des clients, les fidéliser et augmenter leurs ventes.

# Vos options

Il existe 3 façons de gérer vos efforts de branding. Chacune a ses propres avantages et inconvénients.

1. Faites le vous-même
2. Engagez une agence
3. Montez une équipe interne

Nous examinerons ensemble chacune de ces options afin que vous puissiez prendre une décision éclairée pour votre entreprise.

# I. Faites-le vous-même

C'est exactement ce que vous propose ce guide.

De nombreuses petites entreprises peuvent être mieux servies en développant elles-mêmes leurs marques.

En tant que personnes les plus proches de la marque, vous savez à quoi vos clients réagissent.

Vous savez peut-être, par exemple, qu'ils viennent à vous parce que vos services sont rapides.

Ou, vous avez peut-être remarqué que les gens ont tendance à se prélasser dans votre hall ou dans votre magasin physique ?

Ceci indique qu'ils le trouvent confortable et peut-être même luxueux.

*« De nombreux entrepreneurs embauchent des agences de branding ou des équipes de branding parce qu'ils ont l'impression de ne pas savoir comment se démarquer. »*

Mais il existe un compromis.

Les équipes de branding ne connaîtront pas votre entreprise aussi bien que vous...

Et elles coûtent cher.

Lorsque vous décidez de faire vous-même ou non le branding de votre petite entreprise, revenez à vos objectifs.

+ Qu'essayez-vous de réaliser ?

+ Si vous essayez d'atteindre un nouveau marché, quelles sont vos estimations prudentes des revenus que vous gagnerez ?

Comparez-le aux coûts de travailler avec une agence, et considérez le retour sur investissement.

## 2. Engagez une agence

Les agences de branding comme **Lotin Corp.** se spécialisent dans la création, le lancement et le rebranding de marques.

Si vous engagez une agence de branding, elle sera responsable de la création et de la planification de votre **stratégie de marque**.

Cela inclut des éléments tels que votre identité visuelle et la personnalité de votre marque.

L'avantage d'embaucher une agence de branding est que vous pouvez compter sur des experts en branding pour vous aider à démarrer.

Cela peut être particulièrement attrayant :

+ pour un entrepreneur entrant sur un marché saturé où le branding sera essentiel,

+ ou si vous envisagez de faire la plupart de vos affaires via les médias sociaux (auquel cas, vous voudrez que les gens puissent se connecter rapidement avec votre marque et la mémoriser).

*« L'inconvénient d'engager une agence de branding est que cela coûte cher, et peut être prohibitif pour de nombreux entrepreneurs qui débutent. »*

## 3. Montez une équipe interne

La troisième option pour le branding de votre petite entreprise consiste à embaucher une équipe de branding interne.

C'est quelque chose qui n'est recommandé que pour les grandes entreprises – pensez à McDonald's – qui ont besoin de créer des messages cohérents pour leur présence mondiale.

Pour la plupart des petites entreprises, il s'agit d'une option coûteuse qui ne génère pas un retour sur investissement important.

**Au fait, c'est quoi le branding ?**

# Le branding expliqué par des images

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

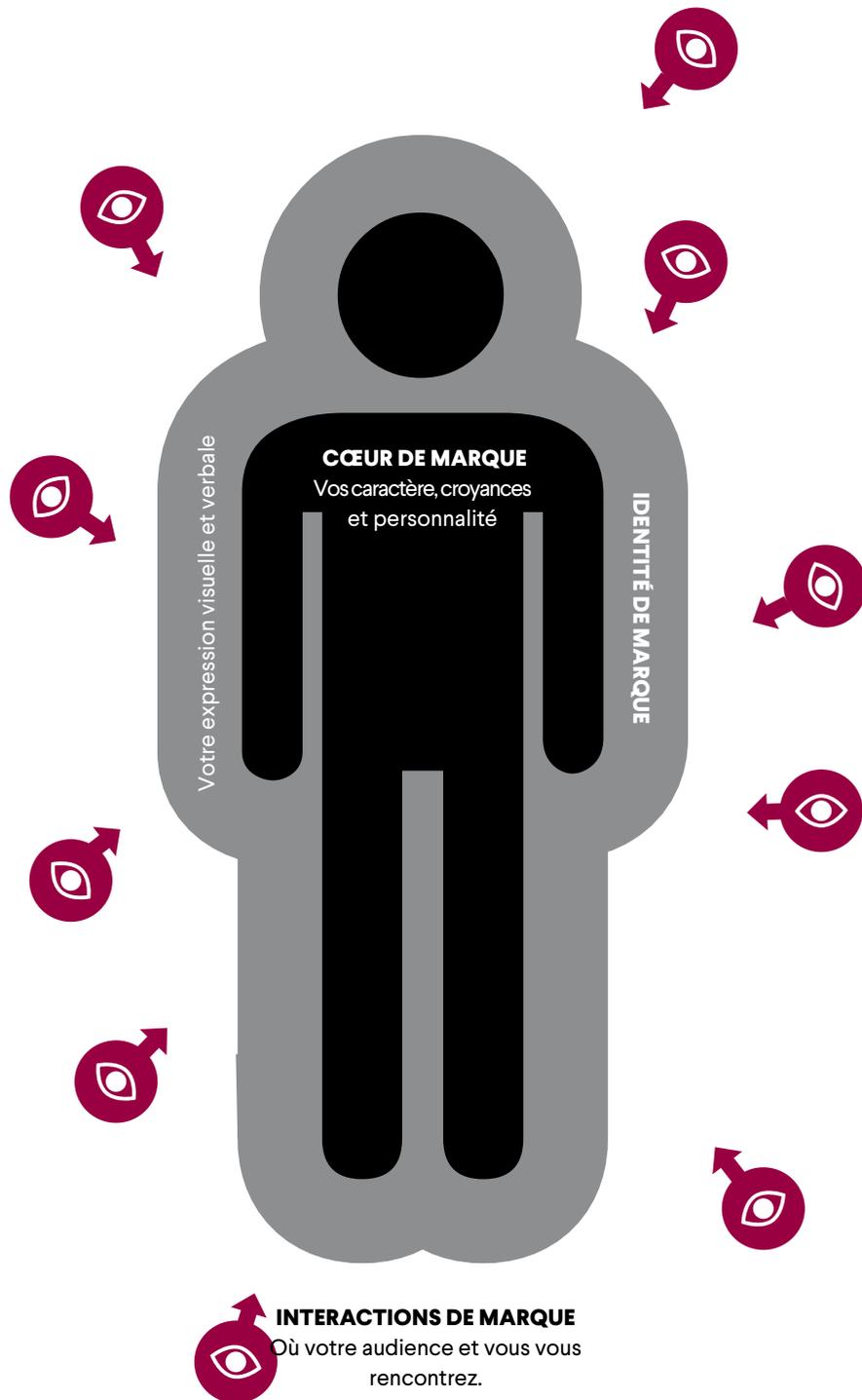
## La marque

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

– Marty Neumeir, The Brand Gap

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

– David Kincaid, The Brand Driven CEO



## 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, comment vous le dites.

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.

# Bookez votre mini session découverte

+ Gagnez en clarté sur votre business : clarifier votre client idéal et vos concurrents ; déterminer votre business model et votre positionnement...

+ Définissez votre cœur de marque : but, vision, mission et valeurs.

Vous prendrez de meilleures décisions, plus pertinentes, et plus rentables pour votre activité.

<https://bit.ly/discovery-lotincorp>

Gagnez en clarté sur votre PME, déployez une identité de marque différenciée, et prospérez grâce au Framework BIDS™.



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

Mon agence de branding rend votre business plus rentable, en créant une marque forte et unique grâce au Framework BIDS™.

J'ai, depuis 2008 aidé **+1000** entrepreneurs et propriétaires de PME à gagner en clarté sur leur business, à déployer une identité de marque différenciée (logo, site web, packaging...) et à prospérer.

Travaillons ensemble.



like



commente



partage

Henri Lotin

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

