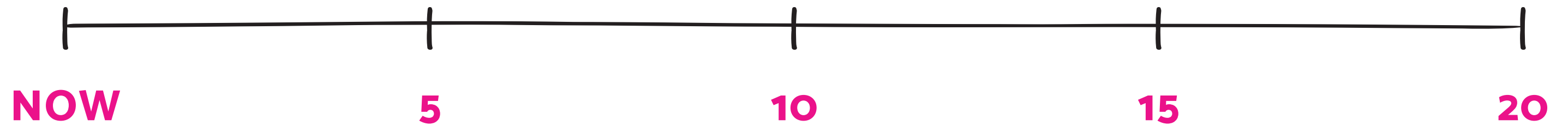


## THREE-HOUR BRAND SPRINT

# FEUILLE DE ROUTE À 20 ANS

L'objectif de renseigner chaque étape de cette feuille de route est de vous imposer une vue à long terme de votre marque et donc de votre entreprise.

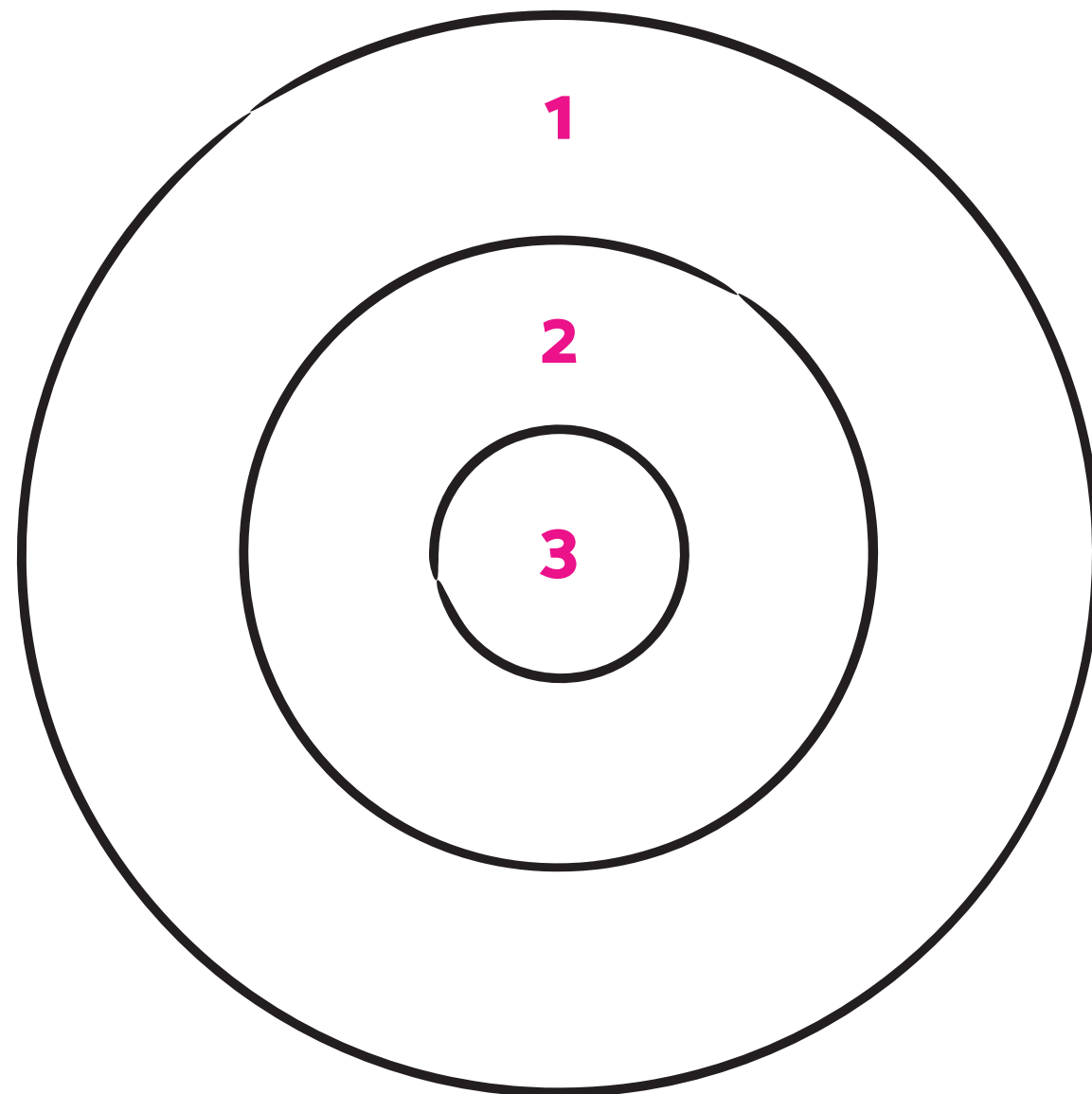


# THREE-HOUR BRAND SPRINT

## DÉFINITION DE MARQUE

Analyser ce que fait votre entreprise ou votre produit et comment il s'intègre dans un contexte plus large.

Ex: 1/ Nous aidons les gens à courir plus vite  
2/ Aujourd'hui, nous faisons des chaussures  
3/ Pour aider les gens à avoir une vie plus saine.



1/ QUE FAISONS-NOUS ?

2/ COMMENT LE FAISONS-NOUS ?

3/ POURQUOI ?

# THREE-HOUR BRAND SPRINT

---

## AUDIENCE

Identifiez vos 3-4 groupes d'audience les plus importants pour votre marque.

Note: Cette liste est classée par ordre d'importance, votre public le plus important doit être en premier.

1

---

2

---

3

---

4

---

AUTRES

---

# THREE-HOUR BRAND SPRINT

---

## VALEURS

Identifiez vos 3-4 valeurs les plus importantes pour votre marque (innovante, sécurisant, ludique, corporate...)

Note: Cette liste est classée par ordre d'importance, votre public le plus important doit être en premier.

1

---

2

---

3

---

4

---

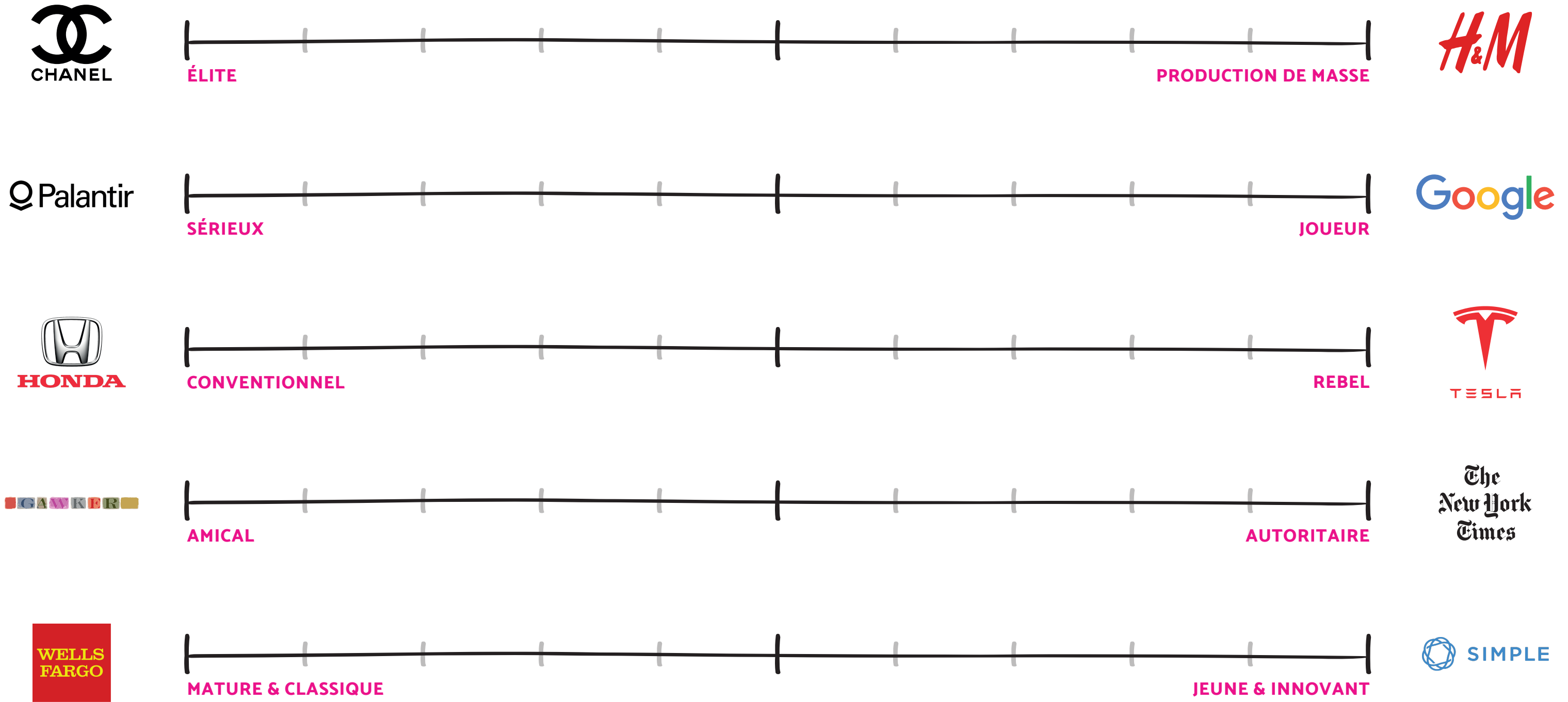
AUTRES

---

# THREE-HOUR BRAND SPRINT

## SPECTRE

Essayez de placer un curseur le long de chaque échelle.



# THREE-HOUR BRAND SPRINT

## POSITIONNEMENT

Placez votre positionnement d'aujourd'hui puis celui où vous souhaitez être demain ainsi que celui de vos concurrents.

