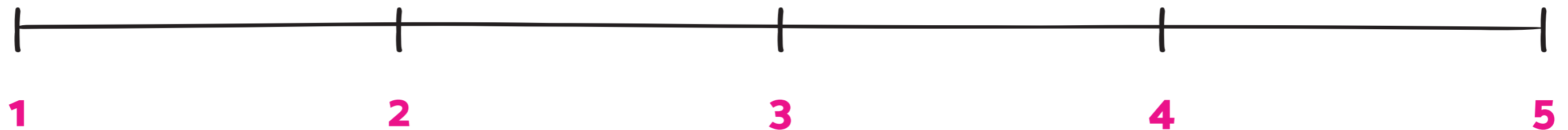


THREE-HOUR BRAND SPRINT

FEUILLE DE ROUTE LES 5 PROCHAINES ÉTAPES

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

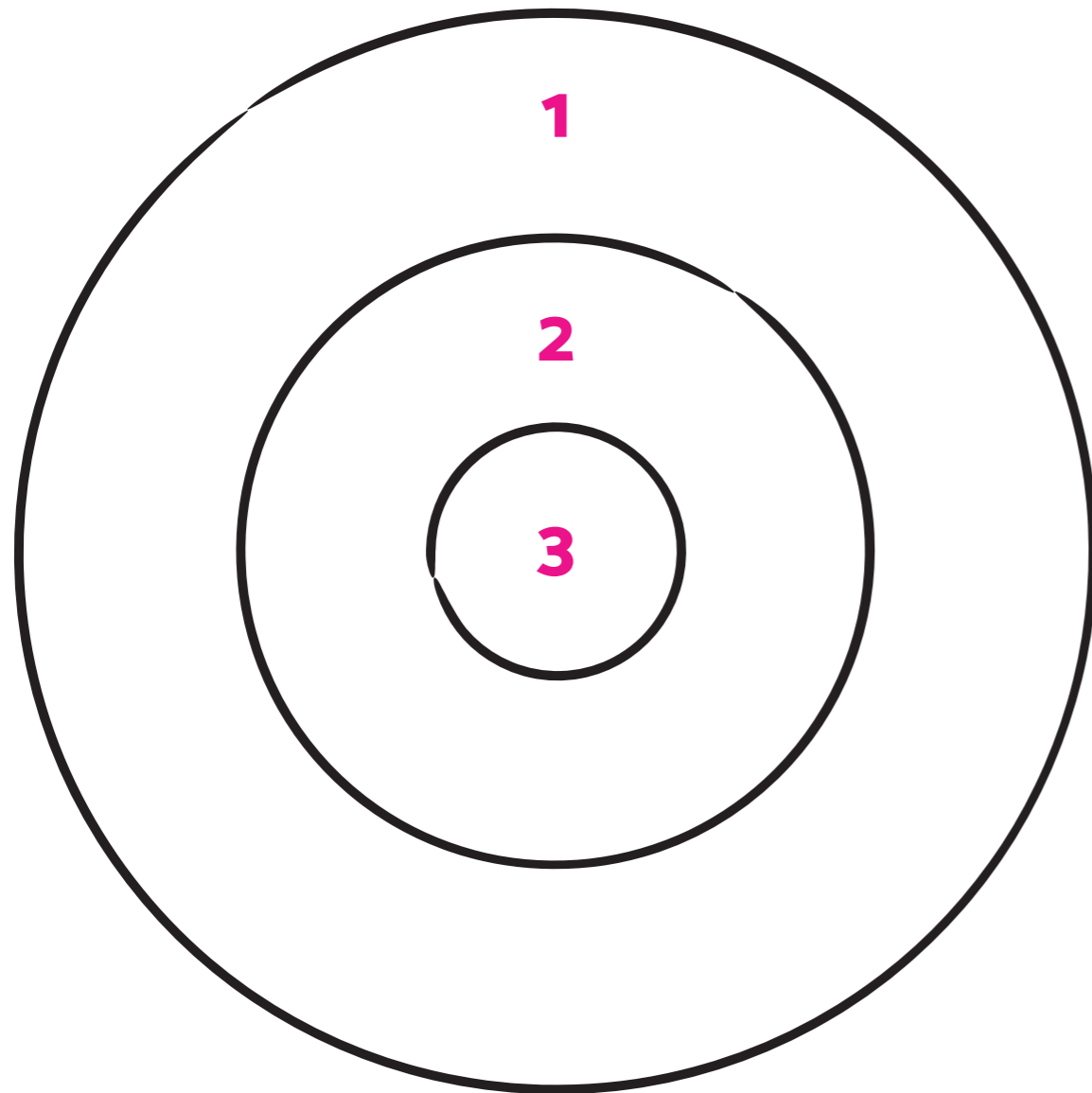


THREE-HOUR BRAND SPRINT

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

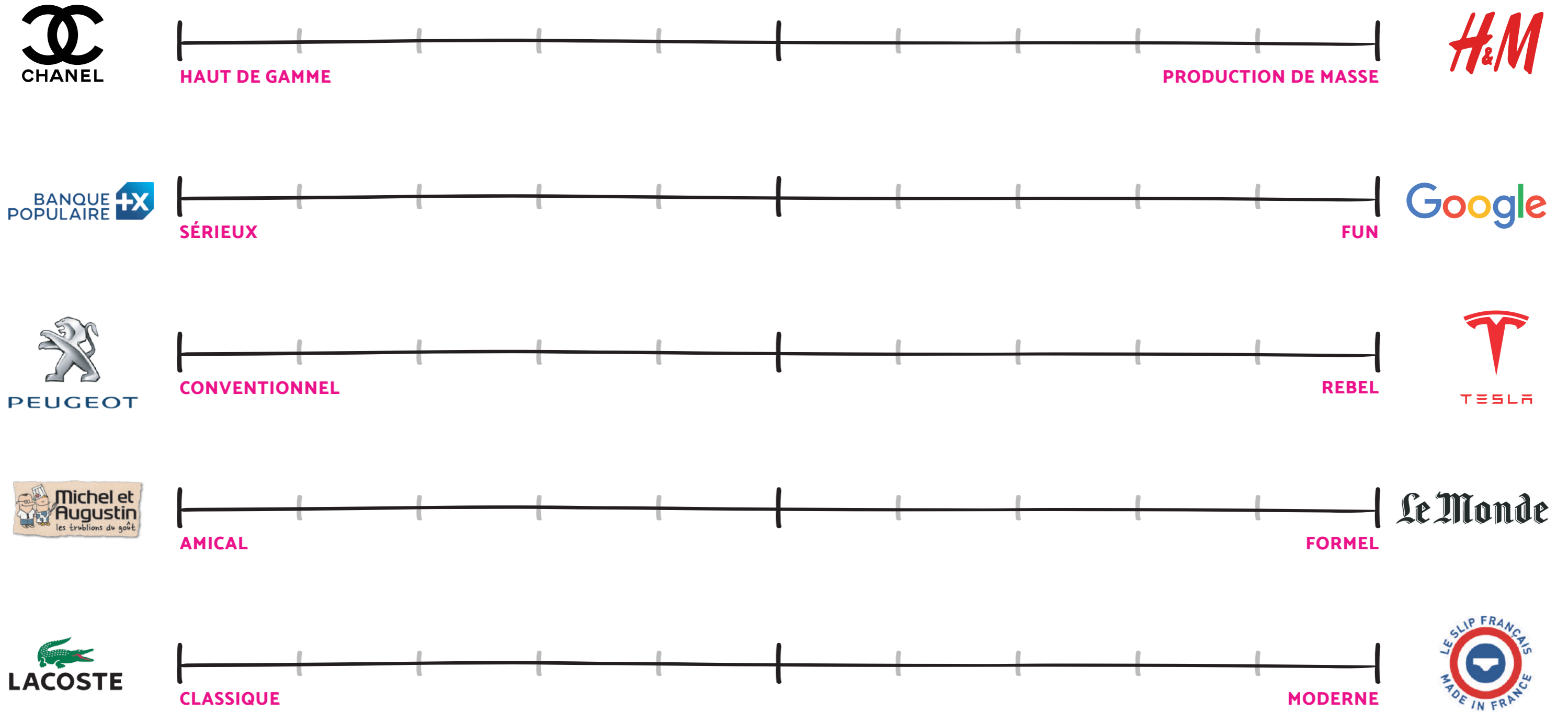
4

AUTRES

THREE-HOUR BRAND SPRINT

SPECTRE

Essayez de placer un curseur le long de chaque échelle.



THREE-HOUR BRAND SPRINT

POSITIONNEMENT

Placez le positionnement marque de vos concurrents puis votre positionnement d'aujourd'hui et enfin celui où vous souhaitez être demain.
Exemple ici dans le domaine vestimentaire

