Construire son image de marque

Cibler, argumenter, pitcher et cadrer son offre



Jour 2

MAJ 01/09/2026

Tour de Table



Objectifs de la formation

1. Personnaliser sa marque
2. Définir son identité visuelle
3. Représenter sa marque
4. Choisir ses réseaux sociaux
5. L'IA à votre service



PERSONNALISER VOTRE MARQUE



Une image de marque, pourquoi ?

Rassurer

Une identité soignée inspire confiance et facilite la vente.

Etre mémorable

Rester dans l'esprit du client.



Se démarquer

Sortir du lot face à des concurrents qui se ressemblent.

Définir l'**identité** de son entreprise, sa **marque**

- **Mission** – Pourquoi votre entreprise existe-t-elle ? Quel problème résout-elle ?
- **Valeurs** – Quels principes guident votre activité ?
- **Positionnement** – En quoi vous démarquez-vous de la concurrence ?

NIKE Slogan : "Just Do It"

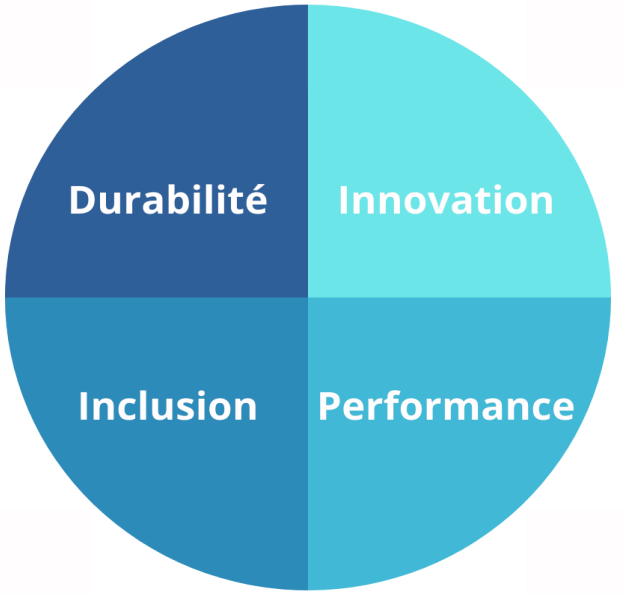
Mission

Offrir des produits de sport innovants qui permettent à chaque individu de dépasser ses limites.

Positionnement

Une marque leader dans le domaine du sport, associée à l'excellence,
la performance et le dépassement de soi.
Nike se positionne comme un catalyseur pour les athlètes, amateurs
comme professionnels, en les encourageant à se surpasser.

Valeurs



A vous, de **jouer** !

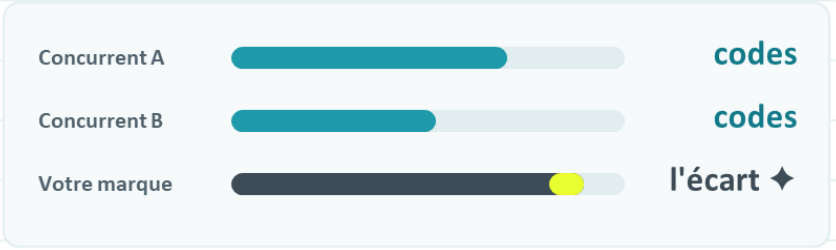
3 *valeurs pour définir votre activité*



Nourrir son identité

Le benchmark

Observer les codes de son secteur pour choisir où se conformer… et où se démarquer.



Le mood board

Un tableau d'inspiration (images, couleurs, mots) qui donne à voir le caractère de la marque.



Benchmark = se situer • **Mood board** = se ressentir

Brand Book, le document de référence



- **Fondations** — mission, valeurs, positionnement, promesse
- **Ton de voix** — sérieux, complice, expert…
- **Charte graphique** — logo, couleurs, typos, usages
- **Ce qu'on fait / ce qu'on ne fait jamais**

L'IDENTITE VISUELLE



5 étapes pour une communication visuelle efficace

Définir l'identité de son entreprise, de sa marque

Définir une palette de couleur qui reflète votre identité, les valeurs votre marque

Définir les polices de caractère qui reflètent votre identité, les valeurs votre marque

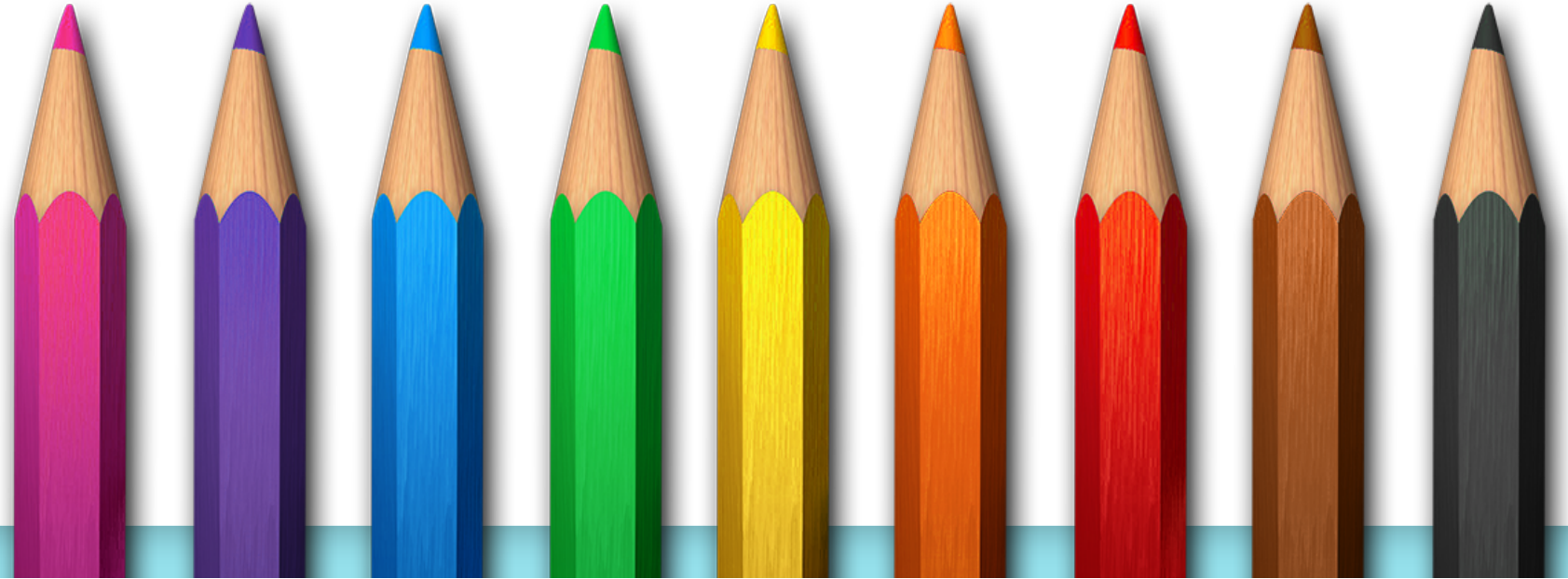
Associer une image / visage à votre marque

Cohérence et homogénéité de vos outils de communication



Ma palette de couleurs

Générateur de palettes

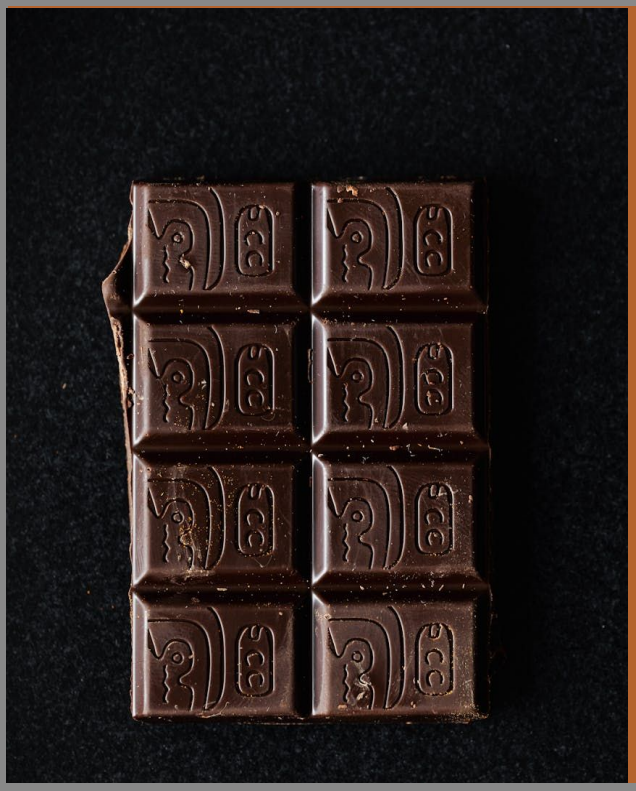


Sophistication
Elégance
Luxe



Confiance
Fiabilité
Sérénité
Tranquilité





Chaleur
Authenticité
Solidité





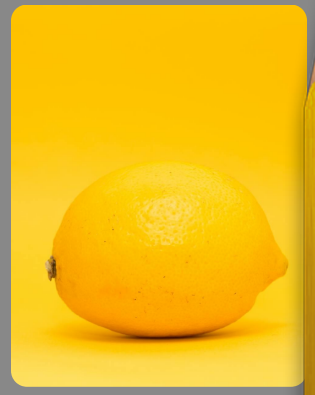












Optimisme
Créativité
Jeunesse
Joie

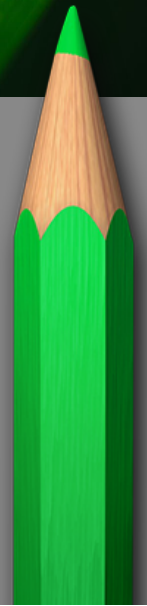








Nature
Santé
Equilibre
Croissance





Passion
Vigueur
Vitesse

Créativité
Spiritualité
Mystère
Sagesse





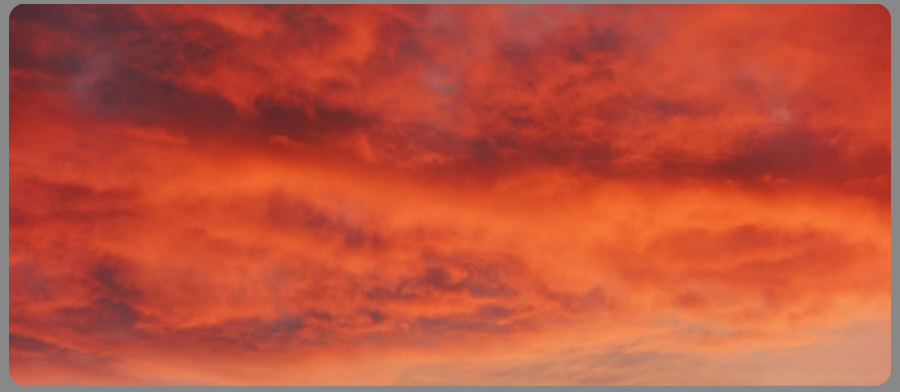






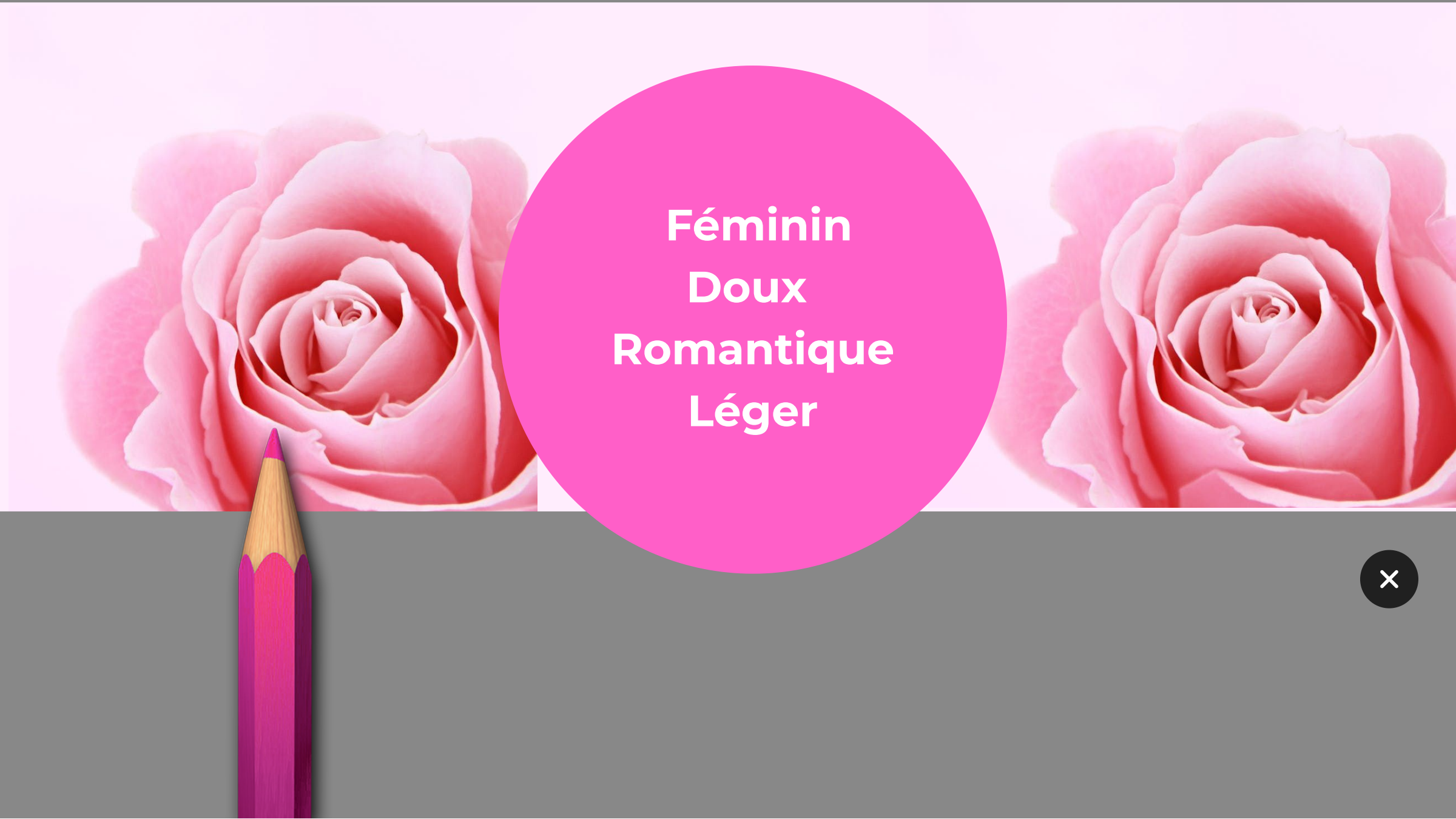


Chaleureux
Dynamisme
Plaisant
Energie








Féminin
Doux
Romantique
Léger

A vous de jouer

15:00

Je choisis ma / mes couleurs



Typographie :

La voix silencieuse de votre image

- *Typographie*
- **Typographie**
- Typographie
- **Typographie**
- **Typographie**

Exemple de logos typographiques



Familles typographiques

Selon Maximilien Vox

Humanes	Berkeley, Centaur, Jenson
Garaldes	Bembo, Garamond, Sabon
Réales	Baskerville, Perpetua, Times
Didones	Bodoni, Didot, Walbaum
Mécanes	Clarendon, Rockwell, Serifa
Linéales	Futura, Gill Sans, kabel, Univers
Incises	Albertus, Optima
Scriptes	Shelley, Kuensler, Commercial Script
Manuaires	Post Antiqua
Fractures	Fette Fraktur, Old English

Chaque famille RACONTE
une époque, **une intention**.
Choisir ***une typo***, c'est choisir
une histoire à raconter.



Le logo

Associer une image à votre marque

Mémorable,

Unique,

Cohérent



Quel **logo** choisir ?

- Logotype ou monogramme →
- Illustratif ou pictogramme →
- Logo emblème ou mascotte →









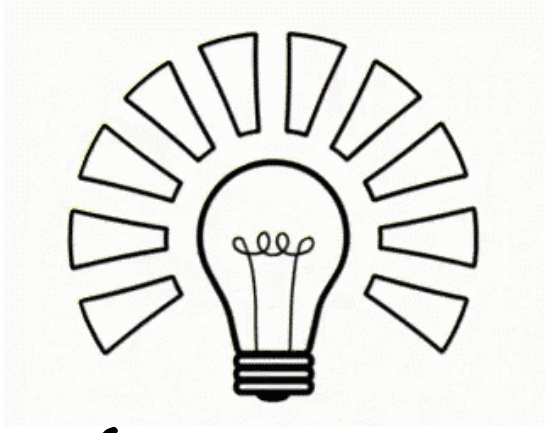




A vous de jouer

15:00

Générer votre logo



L'accessibilité: **le RGAA**

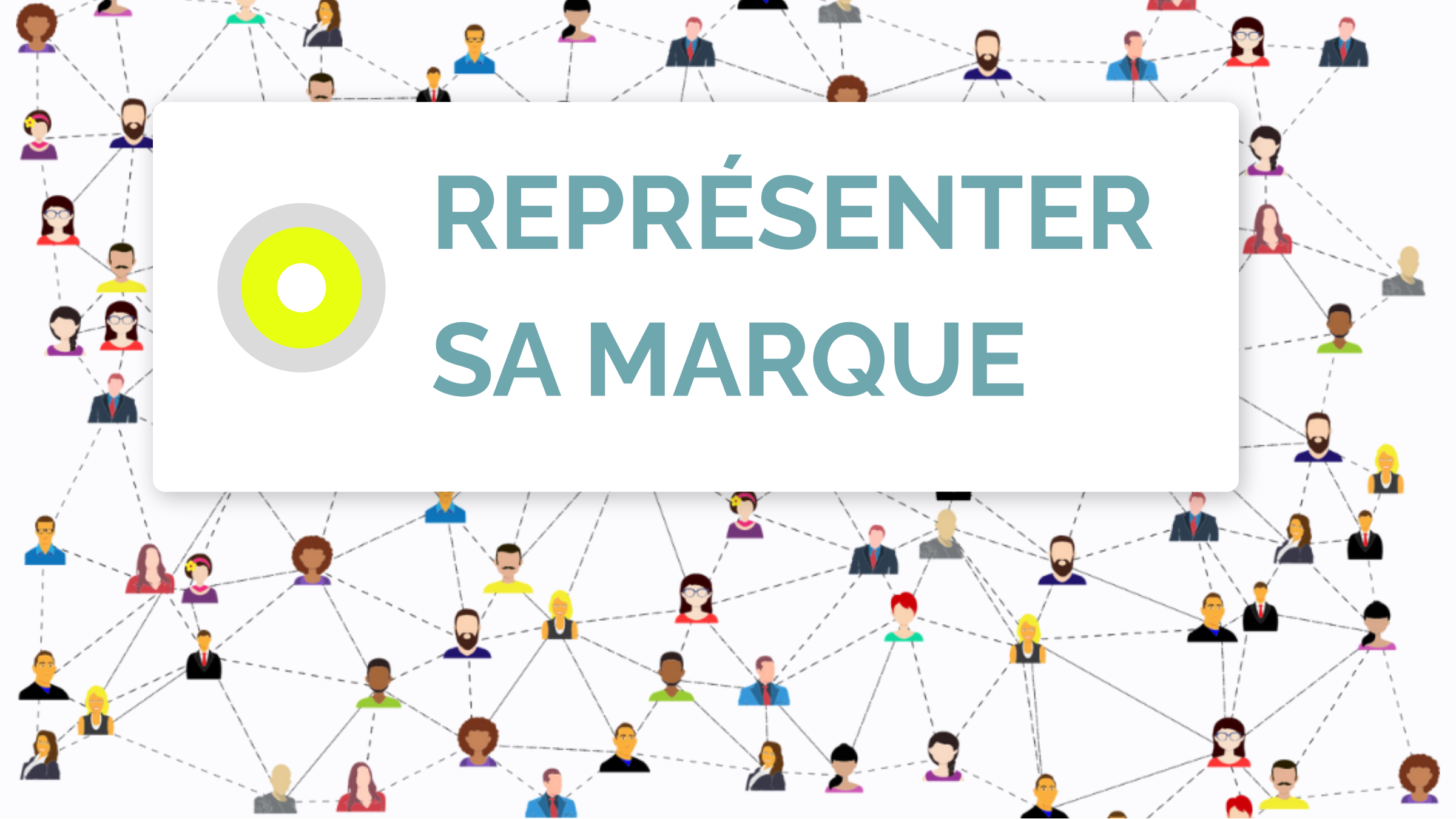
ACCESSIBLITÉ



Une identité lisible par TOUS

Rendre ses supports accessibles, y compris aux personnes en situation de handicap.

- **Contraste** — texte et fond contrastés
- **Lisibilité** — polices lisibles, tailles confortables
- **Images** — dispose d'un texte alternatif
- **Couleur** — La couleur ne doit jamais être le seul moyen de transmettre une information



REPRÉSENTER SA MARQUE

Incarner son **identité**

Salon, marché, rendez-vous client
votre posture prolonge (ou trahit) votre image

- Une posture pro
- Un discours cohérent
- Des supports de communications alignés
- Une réputation durable


CHOISIR SES
RESEAUX SOCIAUX

RÉSEAUX SOCIAUX QUIZ

DEMARRER

280 caractères pour briller ou te cramer, à toi de voir.



Ici, une blague peut te rendre célèbre

Parle bien, Internet n'oublie jamais. 👀

QUESTION 1/10

Quel est le piège à éviter en tant qu'entreprise sur X (Twitter) ?

- Suivre uniquement des comptes de chats en espérant attirer des clients.
- Supprimer tous les commentaires négatifs pour faire croire que tout va bien.
- Répondre à un client mécontent par "C'est pas nous, c'est vous le problème".

On partage, on engage, on grandit ensemble.

Des produits top, des posts encore plus top.

On fait du business, mais on aime bien aussi faire sourire.



QUESTION 2/10

Pourquoi une entreprise ne doit-elle pas se contenter d'avoir une page Facebook sans y être active ?

- Parce que Mark Zuckerberg en personne t'appelle pour demander si tout va bien.
- Parce que c'est comme ouvrir un magasin et ne jamais allumer la lumière.
- Parce que Facebook envoie un huissier après 3 mois d'inactivité.

Ici, c’est du buzz !



Un chat en pyjama peut devenir une star internationale.

QUESTION 3/6

Quelle est la meilleure façon pour une entreprise de percer sur TikTok ?

- Créer des vidéos fun et créatives qui montrent les coulisses de l’entreprise
- Utiliser un filtre tellement exagéré qu’on ne reconnaît même plus le produit.
- Faire une danse virale avec le produit en arrière-plan… en espérant que ça fasse le buzz.

Snappez, partagez, rayonnez !



10 secondes de fun pour booster votre business !?

QUESTION 4/6

Pour une entreprise, l'utilisation des filtres sponsorisés sur Snapchat permet de cibler précisément une audience locale.

VRAI

FAUX

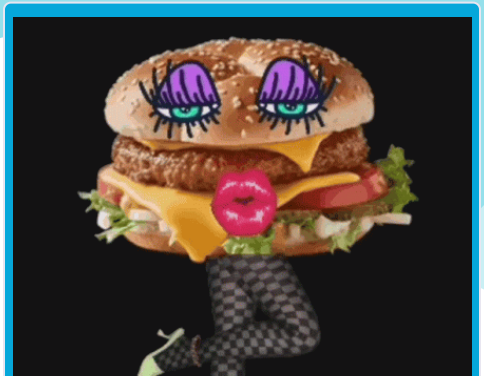
Next

Un post, un like, une vente... enfin, on espère !!

Sans hashtag, tu parles dans le vide. #Oops

QUESTION 5/6

Sur Instagram, quel type de contenu est le plus efficace pour augmenter l'engagement ?









LinkedIn : où le sérieux rencontre la viralité.



Un bon post vaut mille CV

QUESTION 6/6

Quel est le meilleur moyen pour une entreprise de se démarquer sur LinkedIn ?

- Envoyer des demandes de connexion à tout le monde, y compris son boulanger.
- Partager du contenu de qualité et interagir avec son réseau.
- Publier une fois par an en annonçant "On est toujours là !"
- Add answer

QUIZ TERMINE !

DEFINIR SA STRATEGIE RESEAUX SOCIAUX

PREPARER SA VALISE



LES ETAPES A SUIVRE

01

CHOISIR SES PLATEFORMES

02

DEFINIR SES OBJECTIFS

03

DEFINIR SA STRATEGIE



04

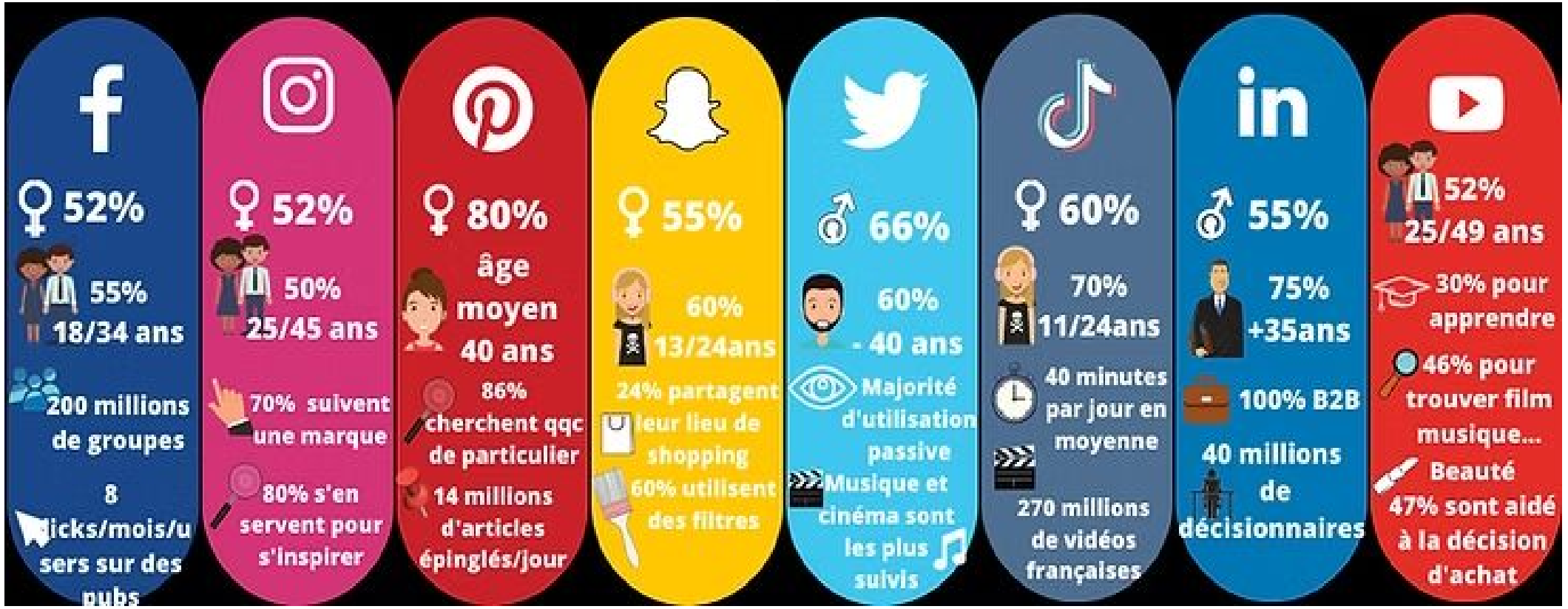
METTRE EN PLACE UN PLANNING

05

CREER DES CONTENUS

06

ANALYSE ET SUIVI



1. CHOISIR SES PLATEFORMES



2. Définir ses objectifs



Renforcer la notoriété de votre image

+ INFO

Augmenter les ventes et le chiffre d'affaires

+ INFO

Fidéliser les clients et s'engager plus

+ INFO

Augmenter le taux de trafic

+ INFO

Améliorer la communication et le service client

+ INFO

Se différencier de la concurrence

+ INFO

Engager et fidéliser une communauté

- Créer une **relation de proximité** avec les clients.
- Répondre aux commentaires et messages pour **renforcer l’interaction.**
- Mettre en avant les avis et **témoignages clients**.

Augmenter le trafic

Un profil bien optimisé incite les visiteurs à cliquer sur le lien du site.

- **Ajouter un lien** vers le site web **dans la bio**.
- **Utiliser un Call-To-Action** (CTA) clair dans les publications (Exemple : "Cliquez sur le lien en bio pour en savoir plus").
- **Ajouter des liens dans les stories**, descriptions de vidéos et posts.

Accroître la notoriété de l’entreprise

- **Faire connaître** la marque, les produits ou services.
- **Améliorer la visibilité** auprès d’un public cible.
- **Développer une image** forte et cohérente.

Améliorer la communication et le service client

- Répondre rapidement aux **questions des clients** via les messageries instantanées.
- Gérer la **e-réputation** et traiter les **retours clients**.
- Fournir un **support après-vente** efficace.

Augmenter les ventes et le CA

- Créer une stratégie de contenu orientée **conversion.**
- Utiliser la **publicité ciblée.**
- Proposer des **offres et promotions exclusives.**
- Faciliter l'achat **directement sur les réseaux.**

Se différencier de la concurrence

Une présence bien travaillée permet de se démarquer et d'attirer plus de clients.

- Développer **un ton et une identité visuelle uniques**.
- Publier du **contenu innovant et créatif.**
- **Valoriser son expertise** avec des conseils et études de cas.

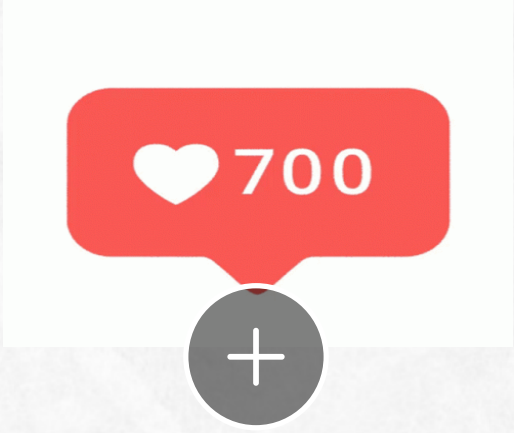
3. DEFINIR SA STRATEGIE

ANALYSER LA CONCURRENCE

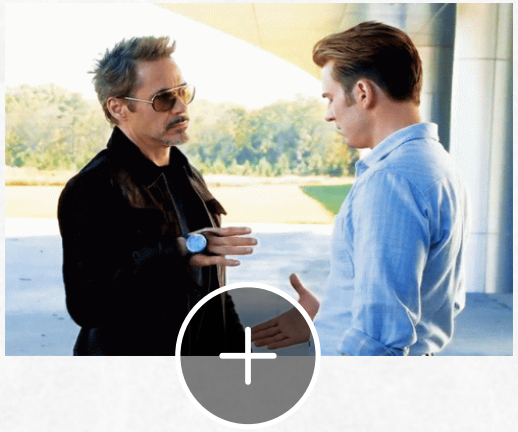


1. Identifier les concurrents à analyser
2. Étudier leur présence et activité sur les réseaux
3. Analyser leur audience et engagement
4. Étudier leur contenu et messages clés
5. Examiner leur gestion de la relation client
6. Identifier leurs points forts et faibles

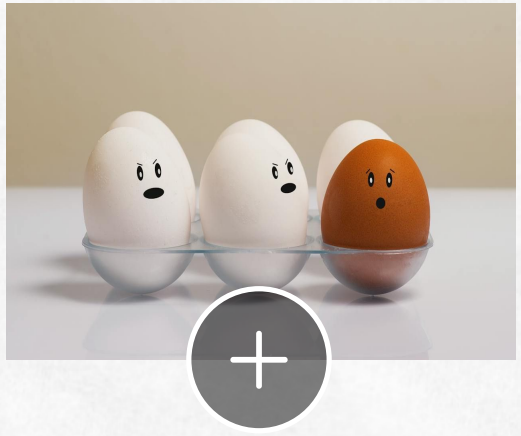
Stratégie de notoriété



Stratégie d'engagement



Stratégie de différenciation



Stratégie d'influence



Stratégie d’engagement

CRÉER UNE COMMUNAUTÉ ACTIVE

Cette stratégie vise à créer une relation de proximité avec votre audience pour favoriser l’interaction, l’engagement et la fidélité.

- **Interaction régulière :** Répondre aux commentaires, messages et mentions pour établir un lien avec votre communauté.
- **Contenu participatif :** Encourager les abonnés à participer via des sondages, concours, et questions/réponses.
- **Création de contenu interactif :** Publier des quiz, des jeux et des défis qui incitent votre audience à interagir.
- **Valorisation des utilisateurs :** Partager les expériences et avis des clients ou ambassadeurs pour renforcer le sentiment d’appartenance à la communauté.

Stratégie d’influence

EXPLOITER LES CRÉATEURS DE CONTENU

Cette stratégie utilise les créateurs de contenu pour promouvoir votre marque auprès de leurs communautés.

- **Partenariats avec des influenceurs :** Sélectionner des influenceurs pertinents qui partagent les mêmes valeurs et dont l’audience correspond à votre cible.
- **Co-création de contenu :** Collaborer avec des influenceurs pour co-créer du contenu authentique, que ce soit via des vidéos, posts, stories, ou des événements en direct.
- **Ambassadeurs de marque :** Créer des partenariats à long terme avec des influenceurs pour qu’ils représentent régulièrement votre marque.

Stratégie d’influence

EXPLOITER LES CRÉATEURS DE CONTENU

Cette stratégie utilise les créateurs de contenu pour promouvoir votre marque auprès de leurs communautés.

- **Partenariats avec des influenceurs :** Sélectionner des influenceurs pertinents qui partagent les mêmes valeurs et dont l’audience correspond à votre cible.
- **Co-création de contenu :** Collaborer avec des influenceurs pour co-créer du contenu authentique, que ce soit via des vidéos, posts, stories, ou des événements en direct.
- **Ambassadeurs de marque :** Créer des partenariats à long terme avec des influenceurs pour qu’ils représentent régulièrement votre marque.

Stratégie de notoriété

SE FAIRE CONNAÎTRE

L'objectif principal est d'augmenter la visibilité de l'entreprise et de la rendre plus présente dans l'esprit du public.

- **Publicité payante :** Utilisation des publicités pour toucher une large audience.
- **Partenariats avec des influenceurs** : Collaborer avec des figures publiques pour étendre votre portée.
- **Campagnes de contenu viral :** Créer du contenu captivant, facilement partageable, pour encourager la viralité (mèmes, challenges, vidéos).
- **Création de contenu informatif et utile :** Rédiger des articles de blog, produire des vidéos ou des infographies qui répondent aux besoins de votre audience.

Stratégie de différenciation

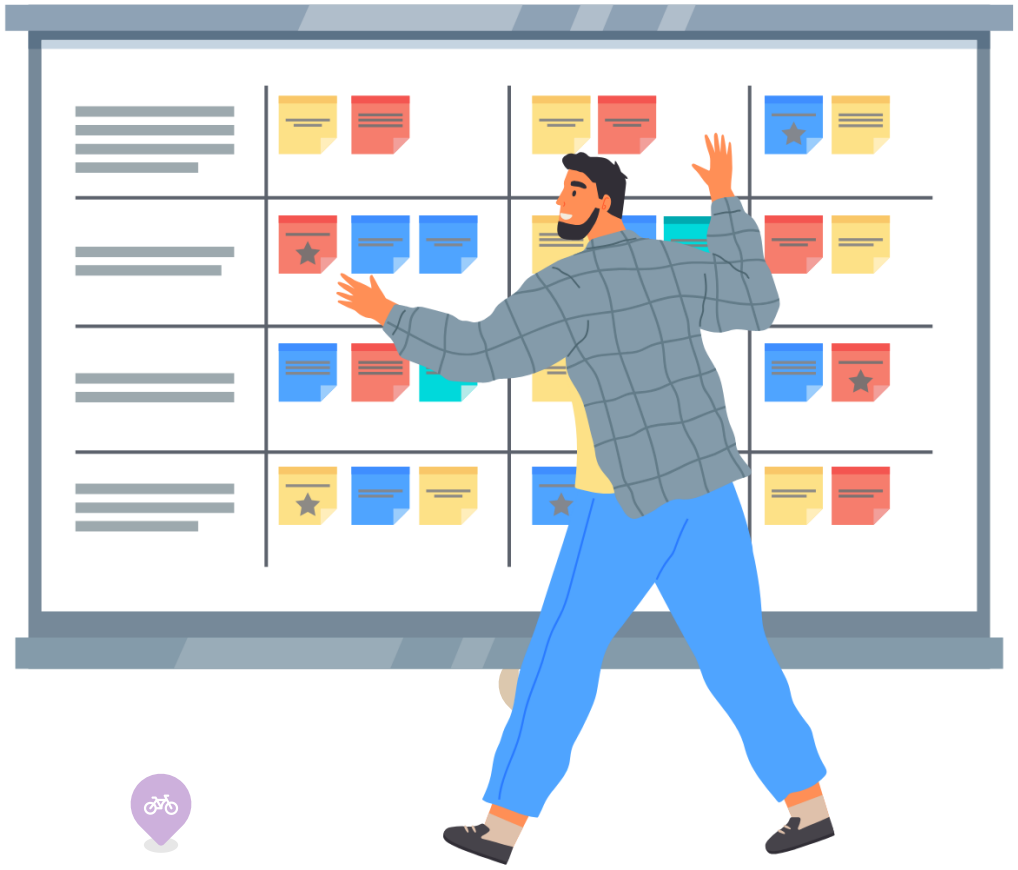
RENFORCER L'IMAGE DE MARQUE

Cette stratégie a pour but de rendre votre entreprise unique, de se démarquer des concurrents.

- **Création d'une identité visuelle forte :** Développer un logo distinctif, une palette de couleurs et un style graphique qui vous représentent.
- **Storytelling :** Utiliser des récits captivants qui humanisent votre marque et créent une connexion émotionnelle avec votre audience.
- **Proposition de valeur unique :** Mettre en avant ce qui vous distingue de vos concurrents (qualité, service client, expertise...).

4. DEFINIR UN PLANNING EDITORIAL

- Témoignage
- Histoire de l'entreprise
- Expertise
- Vidéo des coulisses
- Produit phrare
- Présenter une collaboration

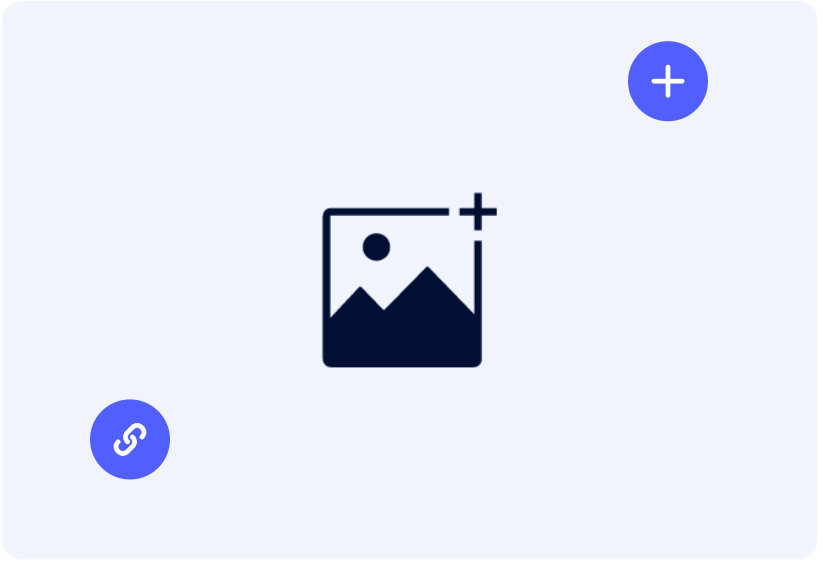


Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



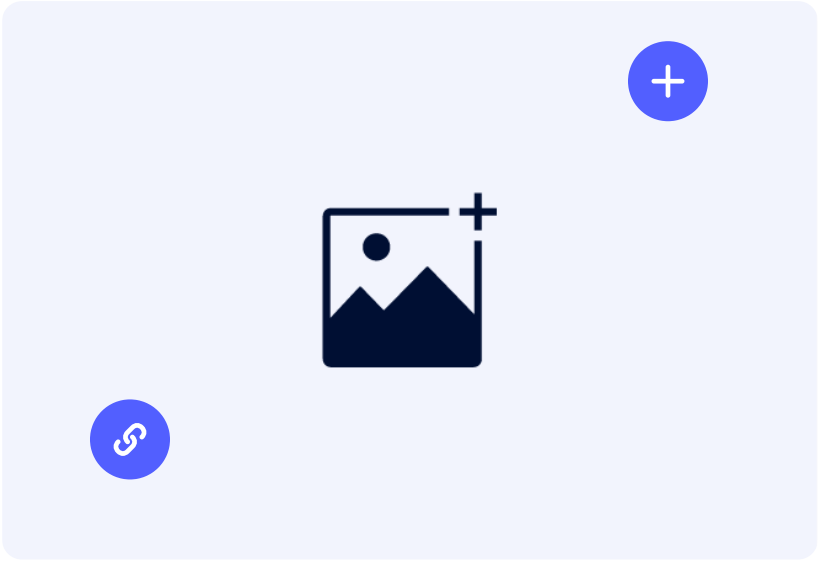
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



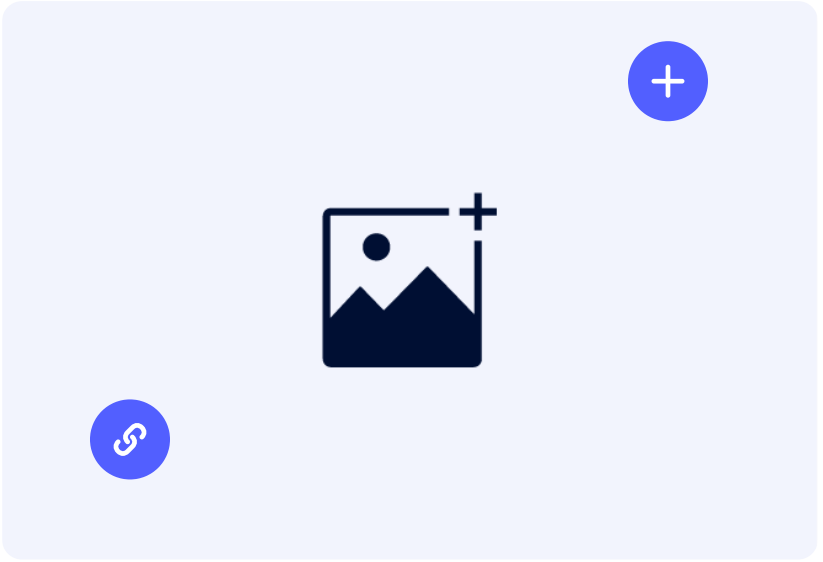
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



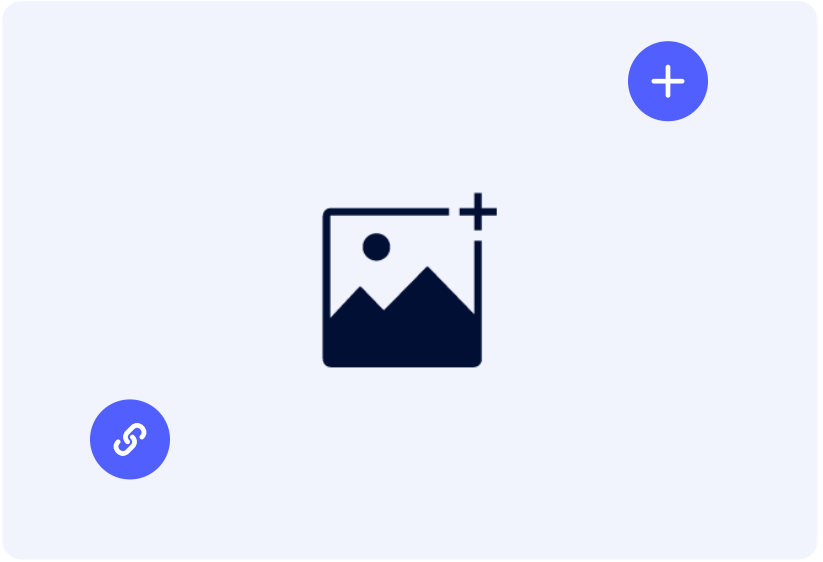
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

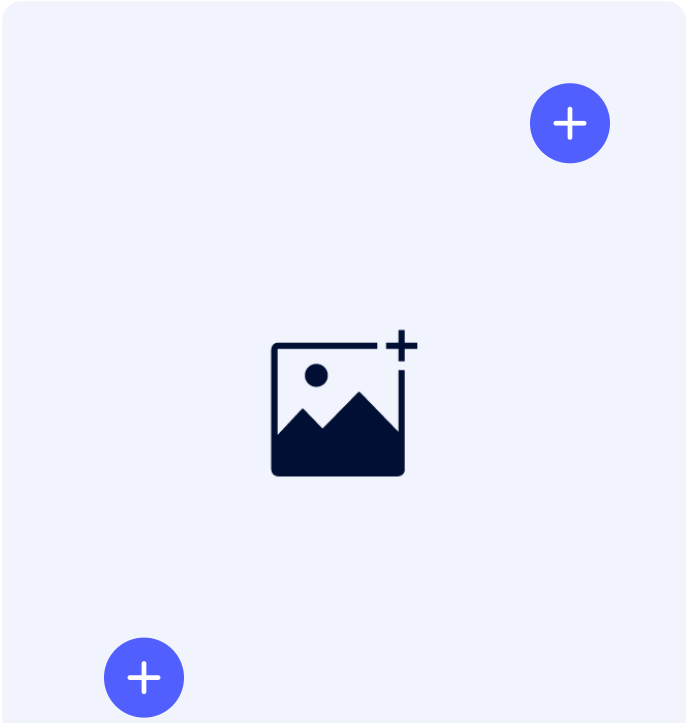
Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.



Got an idea?

Use this space to add **awesome interactivity**. Include text, images, videos, tables, PDFs... even interactive questions!

Premium tip: Get information on how your audience interacts with your creation:

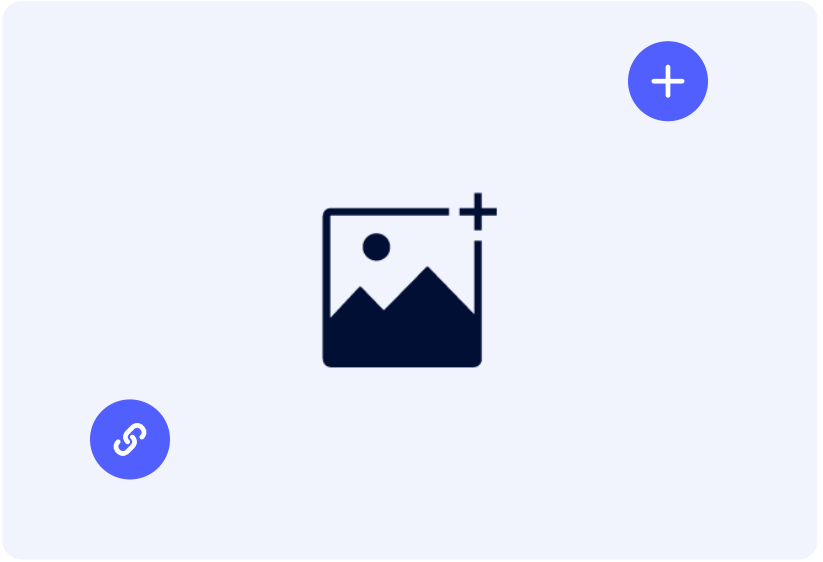
- Visit the **Analytics** settings;
- Activate user **tracking**;
- Let the **communication** flow!

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



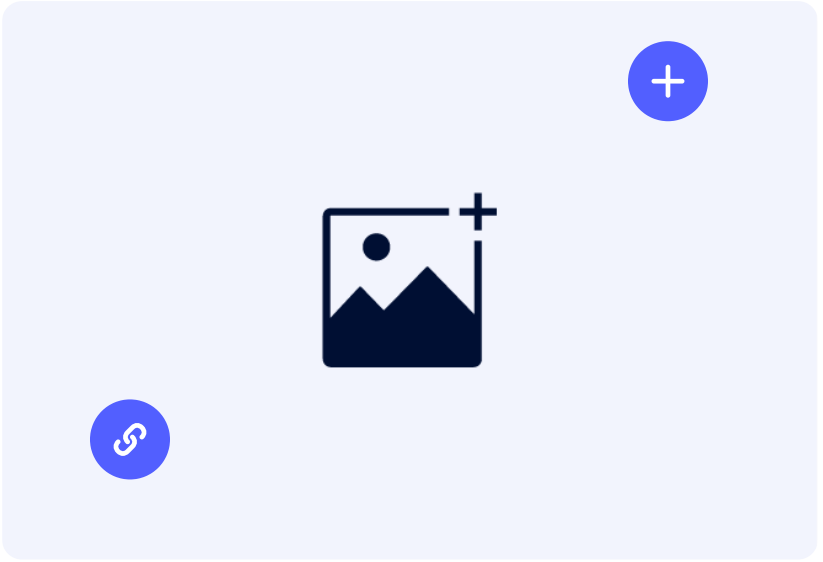
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



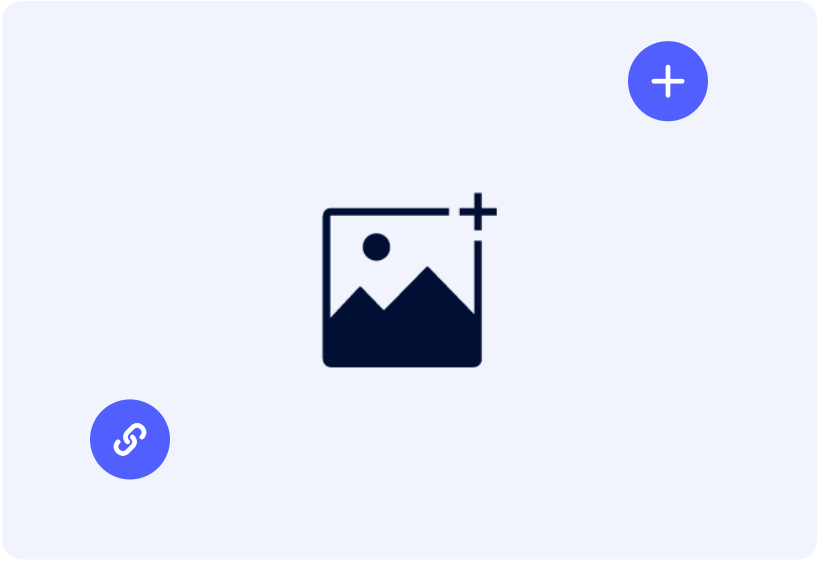
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



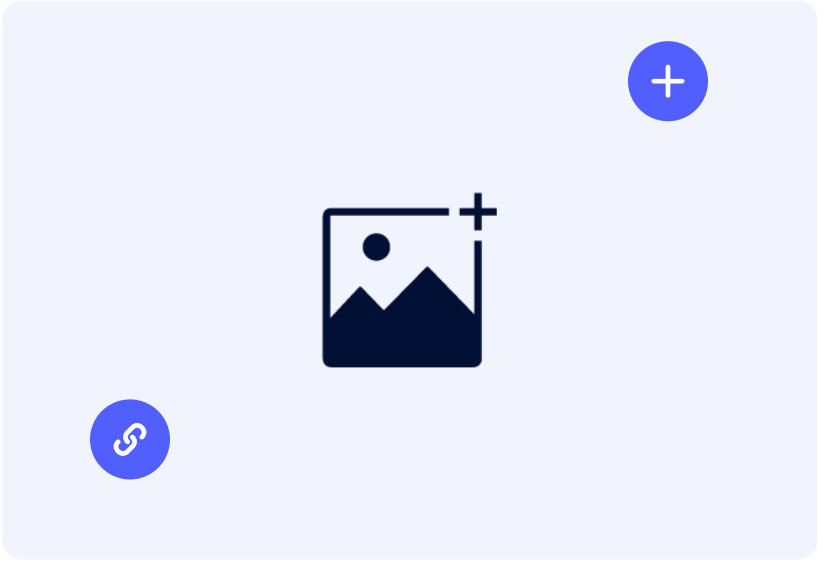
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



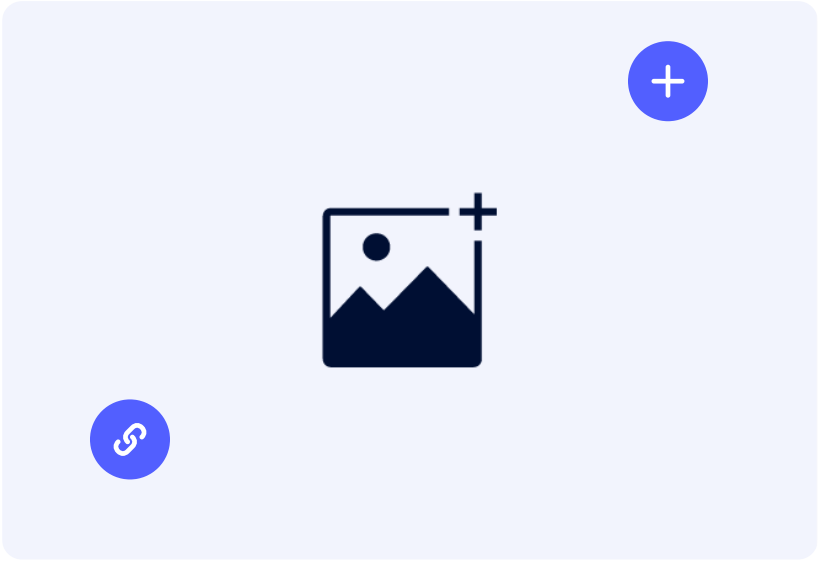
- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

Got an idea?

Let the communication flow!

With Genially templates, you can include **visual resources** to wow your audience. You can also highlight a particular **sentence** or **piece of information** so that it sticks in your audience's minds, or even **embed** external content to surprise them: Whatever you like!

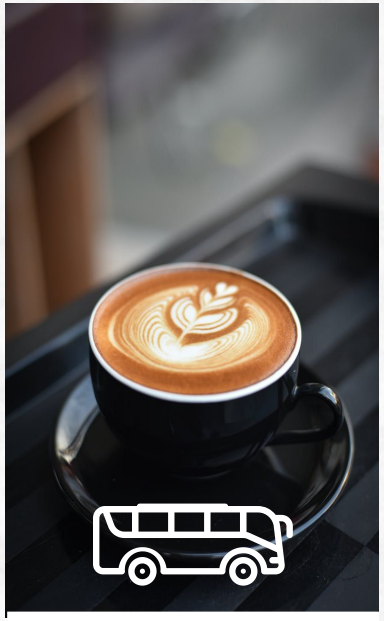
Do you need more reasons to create dynamic content? No problem! **90%** of the information we assimilate is received through **sight** and, what's more, we retain **42%** more information when the content **moves**.



- **Generate experiences** with your content.
- It's got the **Wow effect**. Very Wow.
- Make sure your audience **remembers the message**.

5.CREER DES CONTENUS

Créer du contenu viral sur les réseaux sociaux peut être un véritable défi, mais avec les bonnes stratégies, il est possible de maximiser l'impact de vos publications.



La valeur sociale

+ INFO



Les déclencheurs

+ INFO



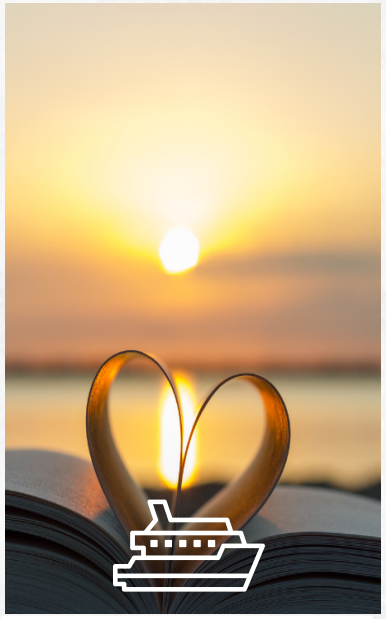
Les émotions

+ INFO



La valeur pratique

+ INFO



Les histoires

+ INFO

Les émotions

Faites en sorte que votre publications dégage une émotion postiive ou négative.

Votre public se chargera lui-même de faire votre promotion !

Les déclencheurs

C'est un classique dans les publicités, pensez à associer votre message à un déclencheur psychologique!

La valeur sociale

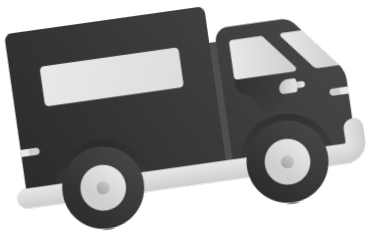
Avant de publier penser à votre audience, demandez-vous pourquoi elle voudrait partager votre contenu ? Votre contenu a-t-il assez de valeur pour être partagé ?

Les histoires

Racontez votre histoire ou celle de votre entreprise, vos abonnés veulent vous connaitre !

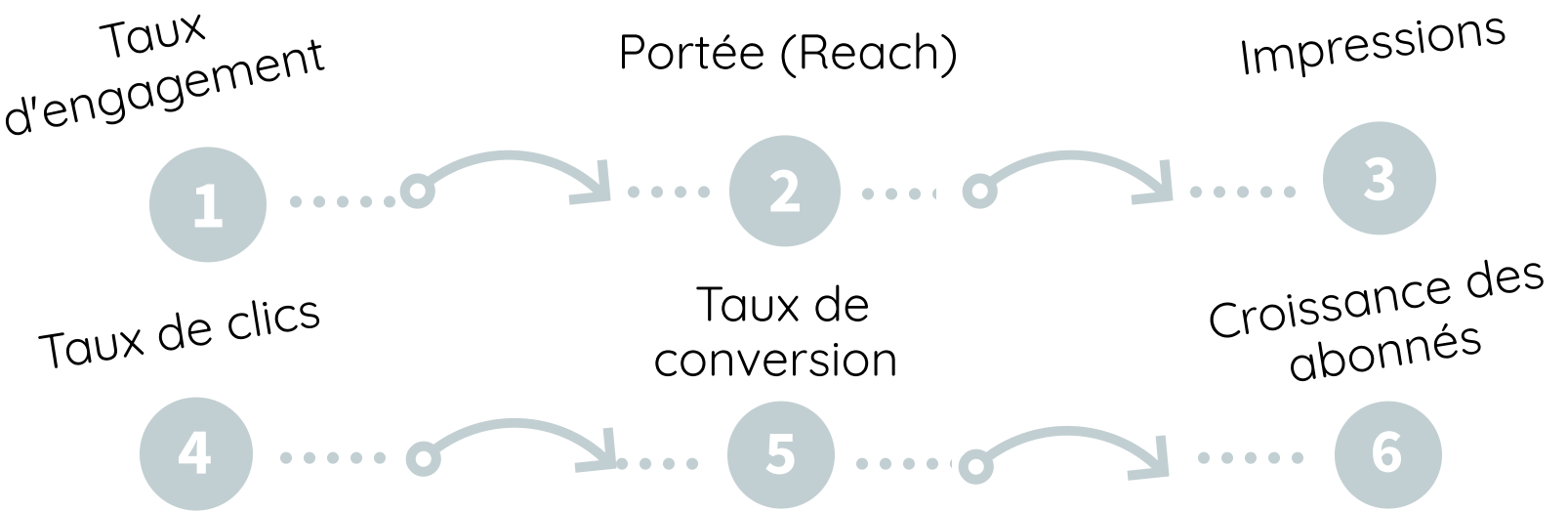
La valeur pratique

Produisez du contenu utile aux autres (des tutos, des vidéos explicatives, ...). C'est de cette façon que l'on vous remarquera et partagera votre publication !



6. ANALYSE ET SUIVI

UN SUIVI EFFICACE VOUS AIDE À OPTIMISER VOS ACTIONS POUR ATTEINDRE VOS OBJECTIFS



A vous de jouer

15:00

Rédiger un post !
Sur quel réseau le publier ?

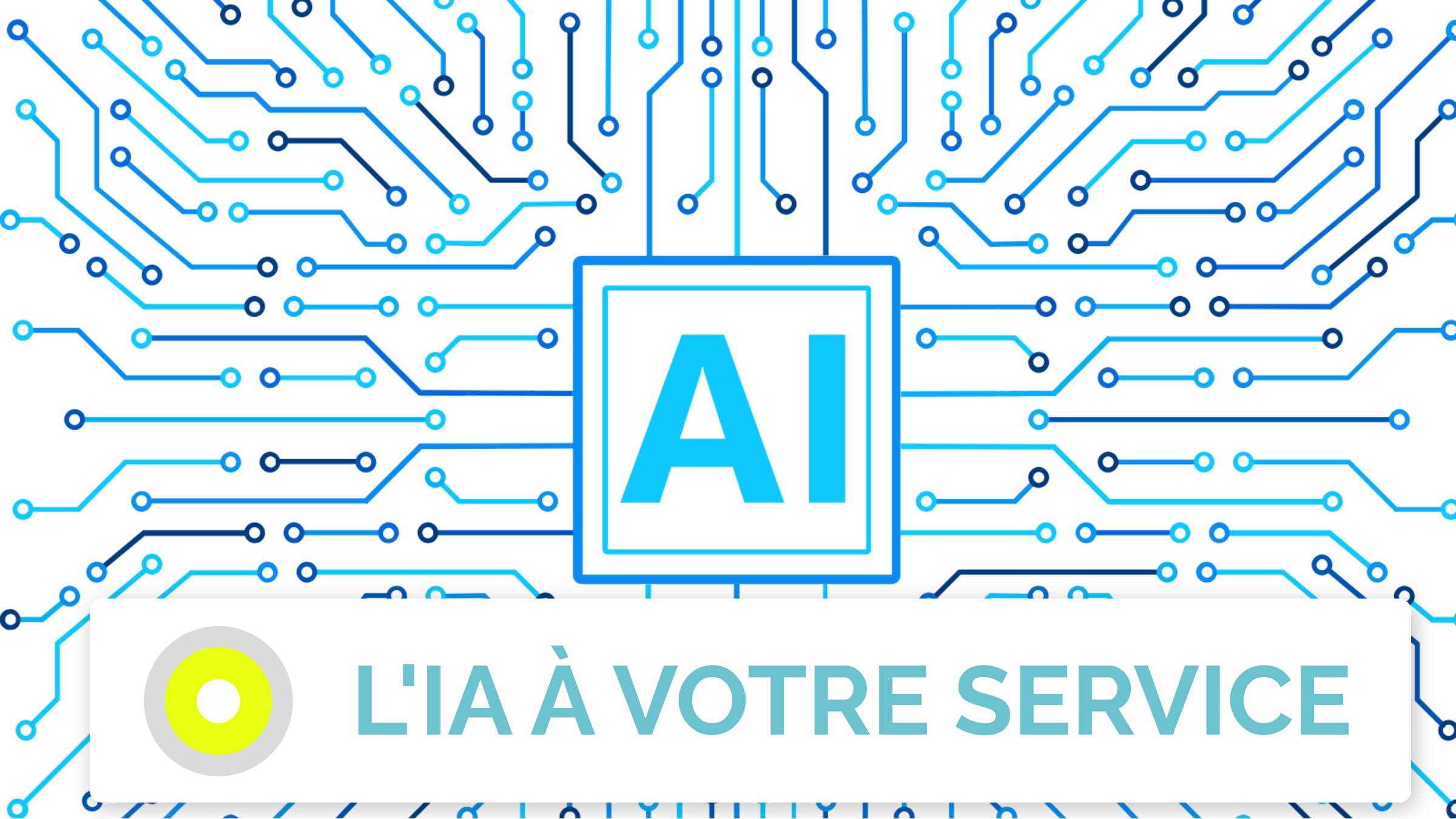






Réseaux sociaux : fin du voyage





L'IA À VOTRE SERVICE

Ce que l'**IA** peut faire pour vous

1 **Idéation**

Idées de posts, angles, calendrier éditorial.

2 **Rédaction**

Légendes, e-mails, descriptions produit.

3 **Visuels**

Générer ou retoucher des images.

4 **Planification**

Structurer un planning, proposer des hashtags.

5 **Traduction**

Adapter un message à un autre public.

6 **Analyse**

Résumer des avis, repérer des tendances.

Bonnes **pratiques**



Restez aux commandes

Relecture

Toujours vérifier et ajuster ce que l'IA produit.

Indiquer quand un contenu est généré ou assisté par IA.

Données

Ne jamais confier d'informations sensibles ou confidentielles.

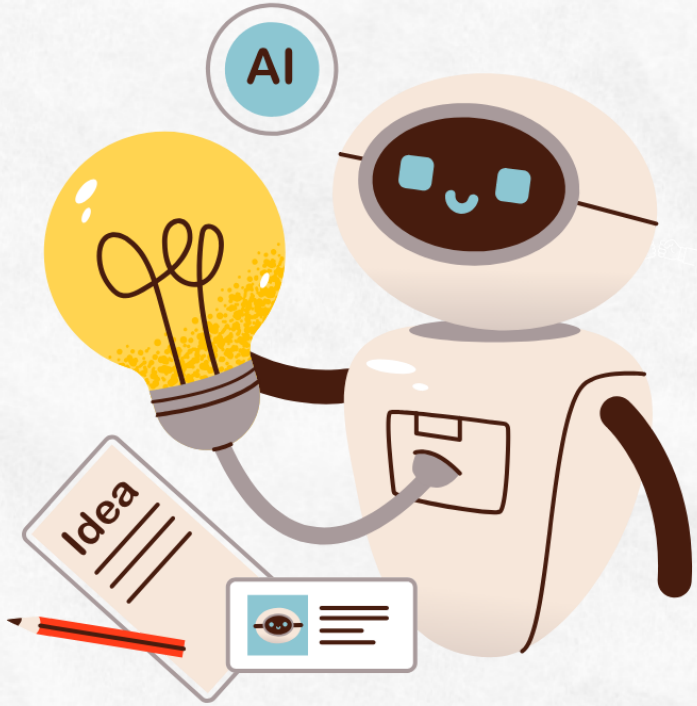
Réécrire pour garder le ton de la marque, éviter le « trop lisse ».

A vous, de **jouer** !

20:00

- Rédigez une consigne (prompt) claire pour un post sur votre réseau prioritaire

- Générez une 1re version, puis retravaillez-la avec votre identité



Que retenez-vous ?

Un point positif
Un point à améliorer

"Votre marque est ce que les autres disent de vous lorsque vous n'êtes pas dans la pièce"

Jeff Bezos


A
Merci de votre participation
Admin Compta
Retrouvez les supports de formation sur votre centre de ressources
Watch on YouTube