**[A blue background with white text

Description automatically generated](https://fr.smartsheet.com/try-it?trp=17966&utm_language=FR&utm_source=template-word&utm_medium=content&utm_campaign=ic-Brand+Positioning+Strategy-word-17966-fr&lpa=ic+Brand+Positioning+Strategy+word+17966+fr)POSITIONNEMENT DE MARQUE**

**MODÈLE STRATÉGIQUE**

Shape, background pattern

Description automatically generatedSTRATÉGIE DE POSITIONNEMENT DE MARQUE

NOM DU RESPONSABLE DE LA MARQUE

RESPONSABLE DE LA MARQUE

00/00/0000

STRATÉGIE DE POSITIONNEMENT DE MARQUE

Répondez à ces questions pour clarifier votre énoncé de positionnement :

|  |  |
| --- | --- |
| Comment la marque doit-elle être positionnée par rapport aux concurrents ? |  |
| Qui est la concurrence ? |  |
| Qui est le client cible ou quel est le secteur d’activité ? |  |
| Qu’essayez-vous de communiquer ? |  |
| Quels sont nos slogans ? |  |
| Pourquoi cette entreprise a-t-elle été lancée ? |  |
| Comment le produit ou service a-t-il été conçu et créé ? |  |
| Quelle est la particularité du produit ou du service ? |  |
| Comment la marque se positionne-t-elle actuellement ? |  |
| Comment les concurrents positionnent-ils leurs marques ? |  |

ÉCHELLE DES AVANTAGES DE LA MARQUE

AVANTAGES D’ORDRE SUPÉRIEUR

AVANTAGES FONCTIONNELS

Valeurs

et croyances

Avantages psychologiques et émotionnels

Avantages fonctionnels

Attributs/

Fonctionnalités

Marché visé

Description du marché cible

Description des caractéristiques/fonctionnalités

Description des avantages fonctionnels

Description des avantages psychologiques et émotionnels

Description des valeurs et croyances

DÉCLARATION DE POSITIONNEMENT

|  |  |
| --- | --- |
| CLIENT CIBLE  Au service de qui se met cette marque. | Pour... |
| PROBLÈME  Le besoin non satisfait du client auquel votre marque répond. | Qui a besoin ou veut... |
| CATÉGORIE  Le contexte concurrentiel de  la marque. | Nous sommes... |
| PROPOSITION DE VALEUR  L’avantage unique  de votre marque. | Qui... |
| DISTINCTIONS  Ce qui nous distingue de nos concurrents. | Contrairement à... |
| ARGUMENTS  Un ou deux points prouvent pourquoi votre avantage est réel. | Parce que... |

DÉCLARATION FINALE DE POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**  Tous les articles, modèles ou informations proposés par Smartsheet sur le site web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |