**POSITIONNEMENT DE MARQUE**

**MODÈLE STRATÉGIQUE**

STRATÉGIE 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 CIBLEAu 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. |