

Diagnostic sémiologique d'identité

POUR QUEL PUBLIC ?

Tout organisme, entreprise, petite ou grande, association ou collectivité.... qui entreprend de réfléchir sur son identité et d'optimiser l'image de sa marque.

QUELS OBJECTIFS ?

Mieux gérer l'identité et la cohérence de sa marque à travers tous ses supports d'expression, à l'interne et à l'externe

Renforcer l'efficacité de son discours d'image de marque.

> VOS PROBLÉMATIQUES

Repositionnement de l'image commerciale produits/services ou de l'image corporate ou institutionnelle d'entreprise
 Mise en œuvre du cahier des charges en amont d'une refonte d'identité visuelle
 Bilan diagnostic d'une étape clé de développement (acquisition, nouveau partenariat, développement nouveaux services etc.)

> NOTRE DÉMARCHE

Diagnostic sémiologique d'identité à travers les différents supports d'expression
 - du discours de la marque (logotype, divers signalétiques, locaux, enseignes /boutiques, packagings, mise en scène produits/ services etc.)
 - du discours sur la marque (discours presse et divers media)

Entretiens auprès des responsables de la marque, et divers publics externes
 - Réunion "Brand Foundation" (les 7 piliers et la promesse de marque)
 - Remise d'un corps de recommandations stratégiques et opérationnelles pour aide à la gestion d'identité et optimisation de l'image et de sa cohérence

> NOS SPÉCIFICITÉS – ORIGINALITÉ

La démarche est **sur mesure**, adaptée à la problématique spécifique, elle peut consister en 1 journée de conseil ou en plusieurs prestations intégrées auprès des publics internes et externes de l'entreprise, y compris à l'international, et repose sur des outils d'expertise validés de longue date.