

Communiquer autour des MARQUES

On dit des Marques
que ce sont les **VRAIS ENJEUX**
STRATÉGIQUES
des entreprises et organisations.

Que dit-on aujourd'hui des **Marques d'avenir** ?

- **La marque est vivante** : stratégique, créative, elle génère des émotions, déclenche de la prescription
- Les marques sont **horizontales** et **conversationnelles** : elles créent et fédèrent des communautés
- **L'influence** conditionne la **performance** des marques
- **L'expérience** est au cœur des préoccupations des marques : CX, UX, EX
- La marque est **multiculturelle** et **multi-générationnelle**
- La marque est **éthique** et **sociétale** : elle s'engage

Pourquoi parler de Marques au forum des Métiers ?

Parce que dans vos métiers futurs (webdesign, video, développement, Machine learning, infographie...), vous allez assurer le **déploiement de la Marque** et vous devez le faire de façon pertinente, cohérente et impactante pour le public auquel vous vous adressez.

Qu'est-ce qu'une Marque **aujourd'hui ?**

Au-delà d'un nom, d'un logotype, d'une signature et d'un univers graphique, **la marque est l'ADN d'une entreprise**, d'un produit, d'un service... Comme tout ADN, chaque marque est unique, identifiable et traçable.

La marque est un système complet et complexe qui vise à **donner du sens**, à **exprimer des différences** et à **générer de la confiance**.

La marque existe grâce à des **publics multiples** qui, ensemble, lui donnent vie : des clients et/ou des usagers, mais aussi des collaborateurs, des actionnaires, des partenaires, des investisseurs, des prospects, des fournisseurs, des institutions, des relais d'opinion, des prescripteurs...

Une marque repose sur 5 piliers



Comment s'exprime une Marque ?

Élément de réponse
avec un exemple



Une marque s'exprime par :

Un maning ou nom de marque

Abstrait, inventé, ancré dans le réel, poétique, patronymique, le nom d'une marque dit déjà beaucoup d'elle-même.

Une marque s'exprime par :

Une identité visuelle
constituée en général d'un
logotype et d'une signature

Couleurs, typographies, symboles, proportions...
l'infographie prend ici tout son sens.

Une marque s'exprime par :

Une sémantique,
ou encore éléments de langage

Affirmer par les mots ce que nous dit le logo, ou, au contraire l'enrichir et le décaler, créer une complicité entre les mots et l'image pour écrire une histoire...

Une marque s'exprime par :

Un univers graphique et iconographique

Quelles images, quels styles de visuel, pour quels effets et quels messages ? L'heure des choix et des parti-pris.

Prendre en compte ces paramètres,
y être **attentif** et **curieux**,
c'est pouvoir répondre à une demande
de façon professionnelle,
de donner du sens à votre travail
et de le valoriser
auprès d'un employeur ou un client.

Merci de votre attention 😊