

LES
BÉNÉFICES
DU BRANDING



**La stratégie de
marque, ça vaut
vraiment le coup ?**



Les **résultats** parlent
d'eux-mêmes.



0.1

SECONDE

C'est le temps que vous mettez à juger
n'importe quelle marque.



77%

des consommateurs effectuent des
achats sur la base d'un nom de marque.



91%

de vos clients sont plus enclins à acheter chez vous si votre marque leur paraît authentique.



80%

c'est l'augmentation qu'aurait votre notoriété
en adoptant une identité cohérente.



77%

des consommateurs achètent chez des
marques qui partagent leurs valeurs.



33%

c'est l'augmentation en revenus que perçoivent les marques adoptant une image cohérente.



Mais ce ne sont que des chiffres !



The background of the image is black with white diagonal stripes, characteristic of a zebra's pattern. The stripes are arranged in two main horizontal bands, one at the top and one at the bottom, with a gap in the middle where the text is located. The stripes are of varying thickness and are slightly curved, creating a dynamic, wavy effect.

**100% des zèbres
ont des rayures.**

STRATÉGIE DE MARQUE

Les bénéfices concrets



Plus de prospects entrants.



**Un meilleur ROI dans vos
campagnes publicitaires.**



Des cycles de ventes plus courts.



**Besoin de moins
de commerciaux.**



**Plus de conversion
sur votre site internet.**



**Moins de temps passé
à déterminer
quels contenus
produire.**



**Vos prospects se
qualifient eux mêmes.**



Vos prix sont légitimés.



Toujours pas convaincu ?



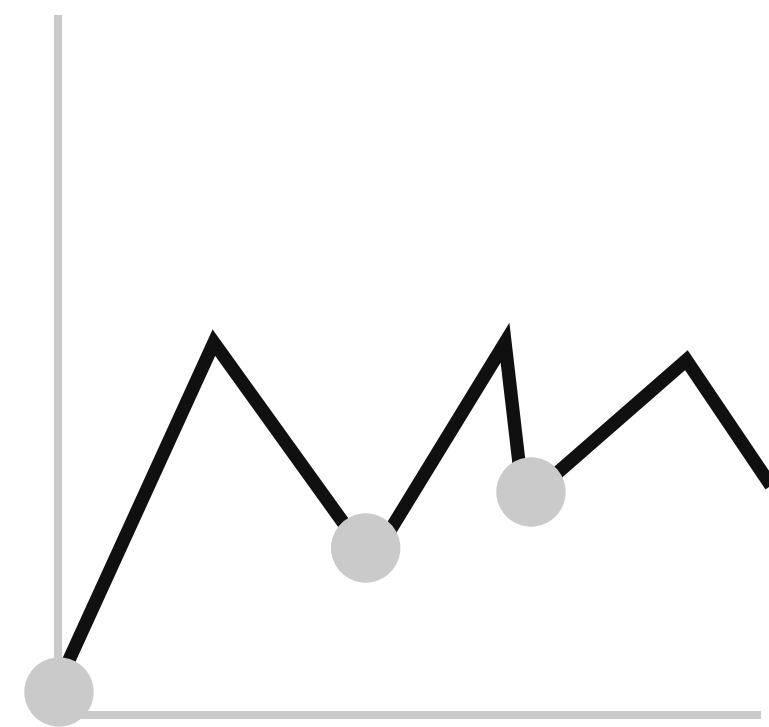
STRATÉGIE DE MARQUE

Les tactes



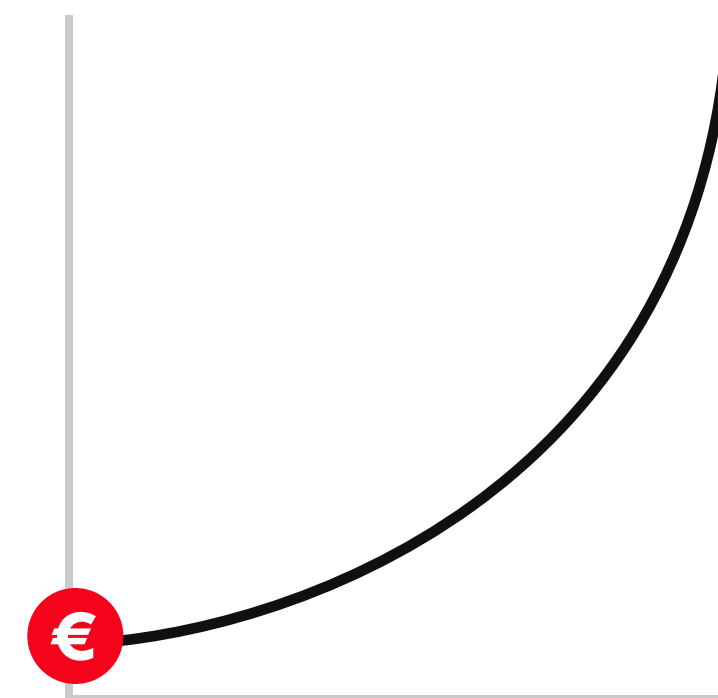
TACLE GLISSÉ N°1

Une identité sans stratégie ce n'est pas un investissement, c'est une dépense.



COÛT

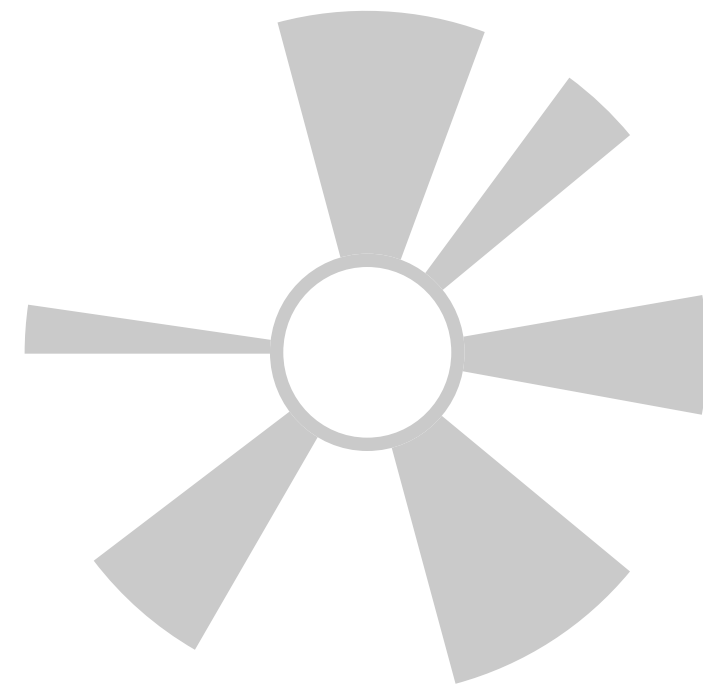
VS



INVESTISSEMENT

TACLE GLISSÉ N°2

Une vision mal articulée, c'est compliqué à partager.



FLOU

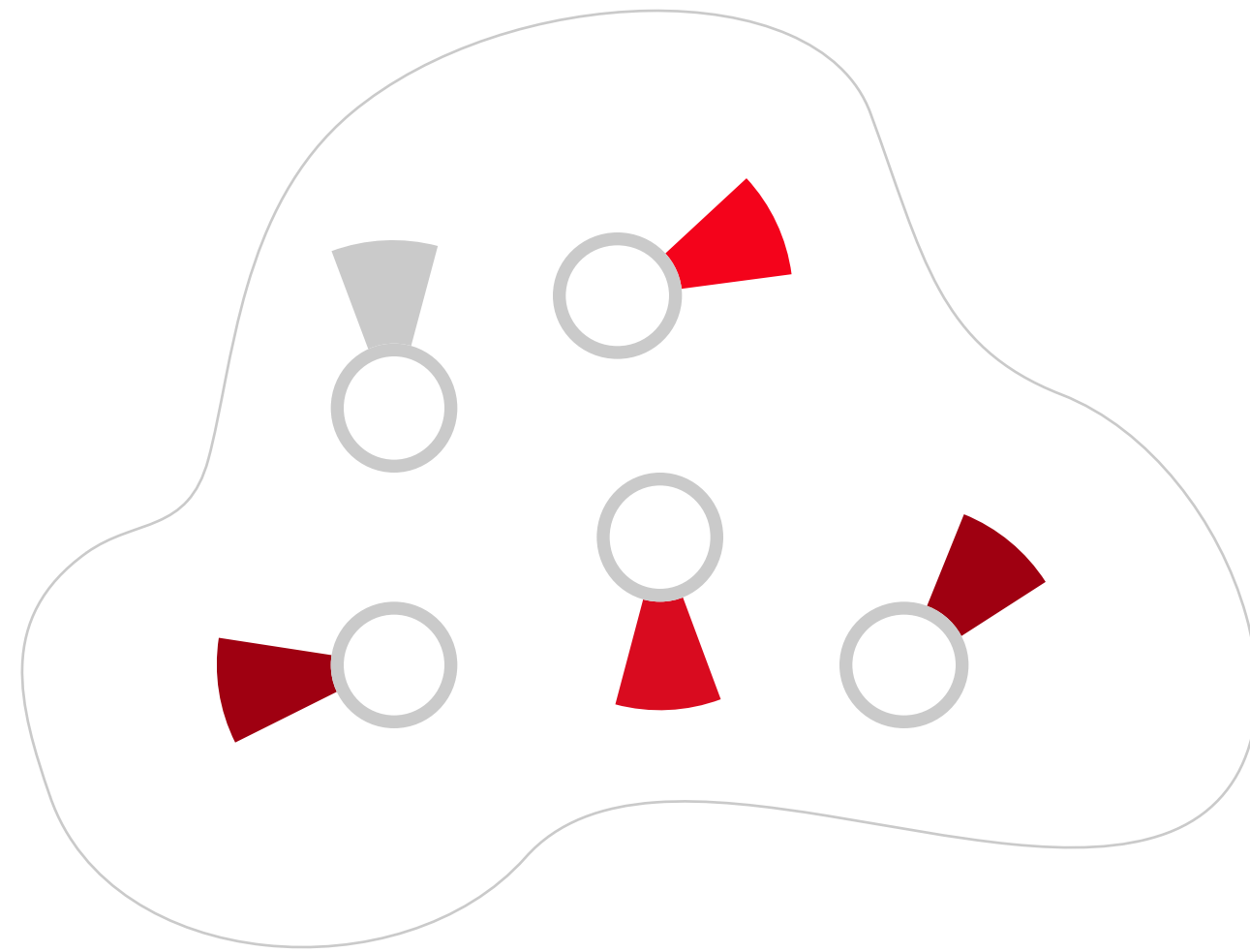
VS



FOCUS

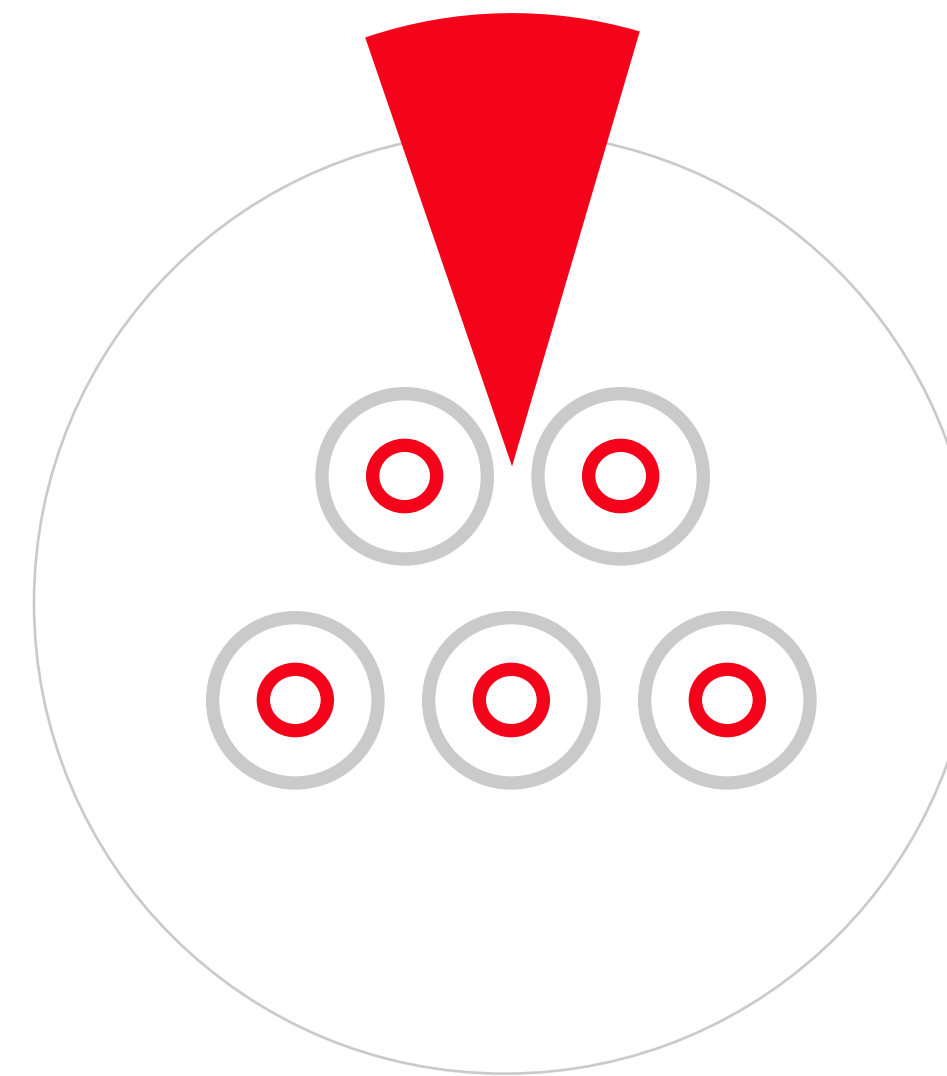
TACLE GLISSÉ N°3

Une équipe sans culture commune, ce n'est pas une équipe.



UN GROUPE

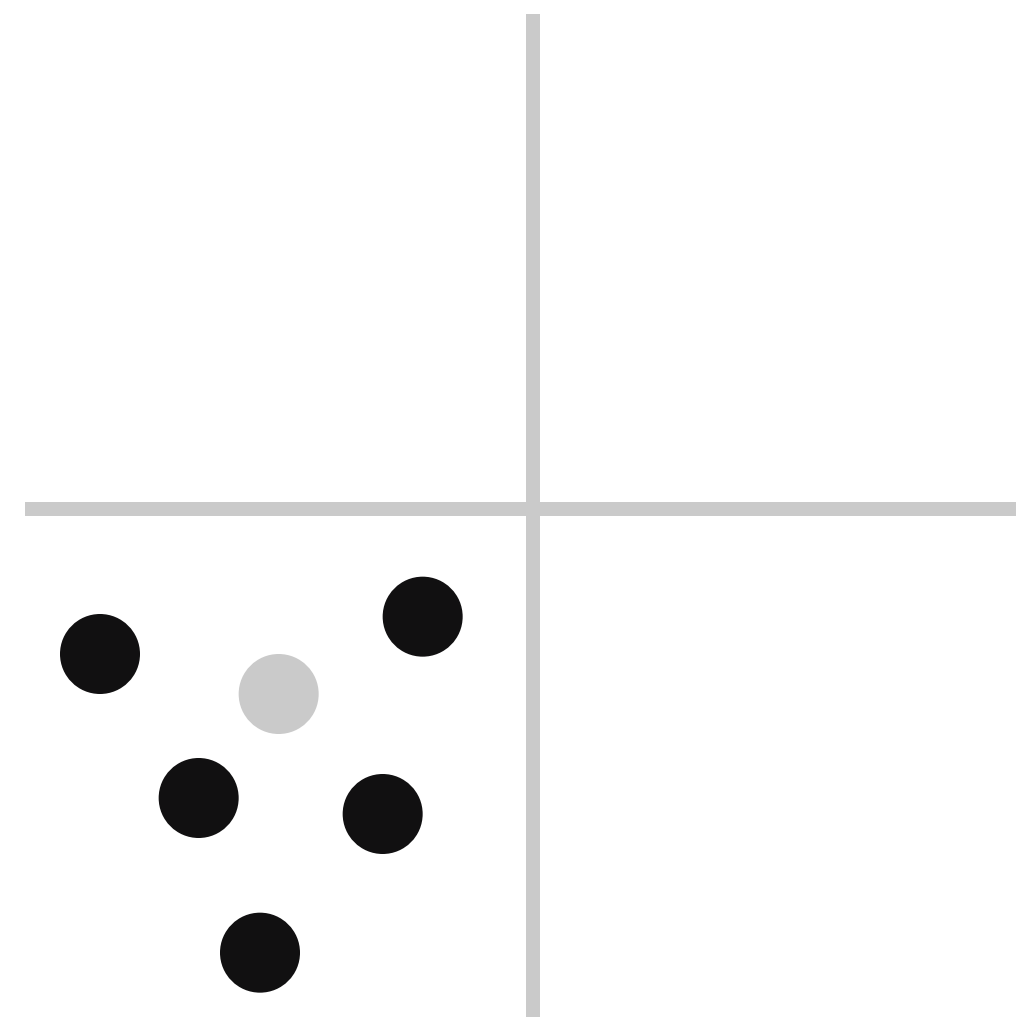
VS



UNE ÉQUIPE

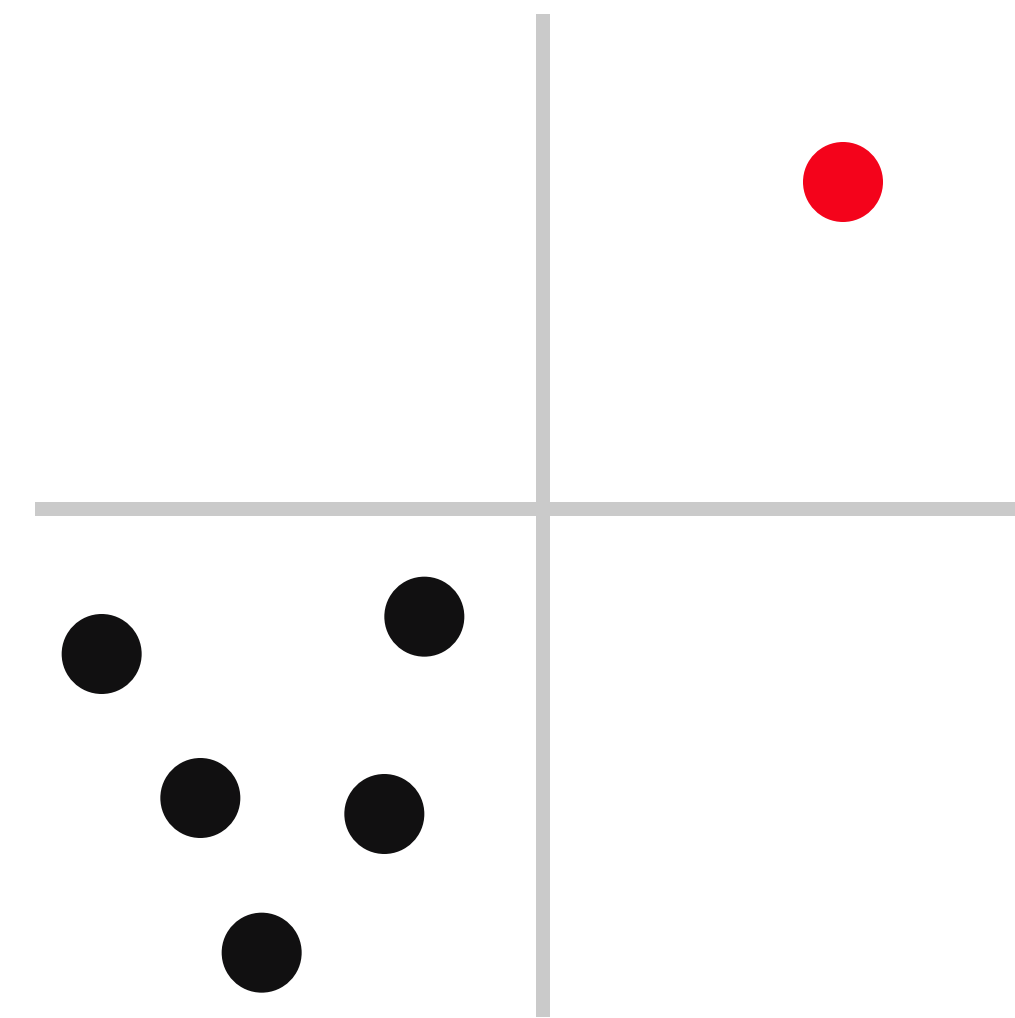
TACLE GLISSÉ N°4

Un marché mal étudié, c'est un poids qui va vous freiner.



IMITATION

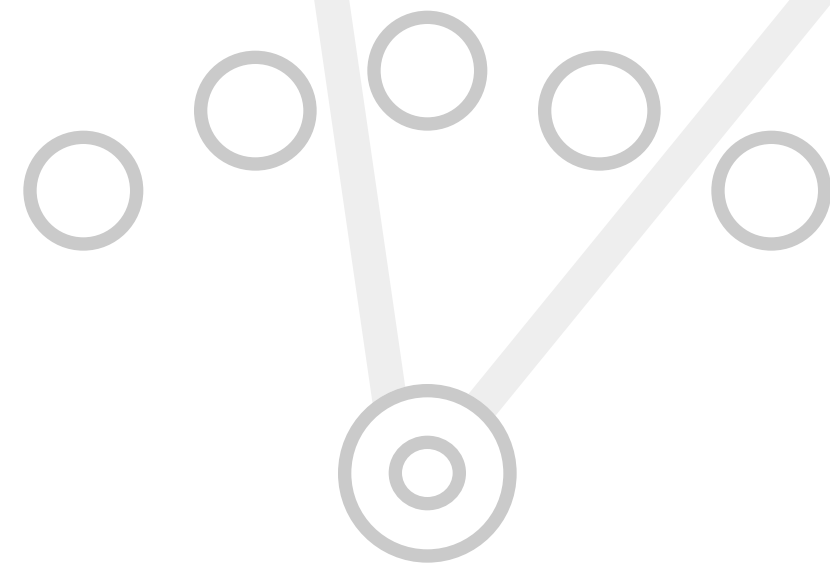
VS



DIFFÉRENCIATION

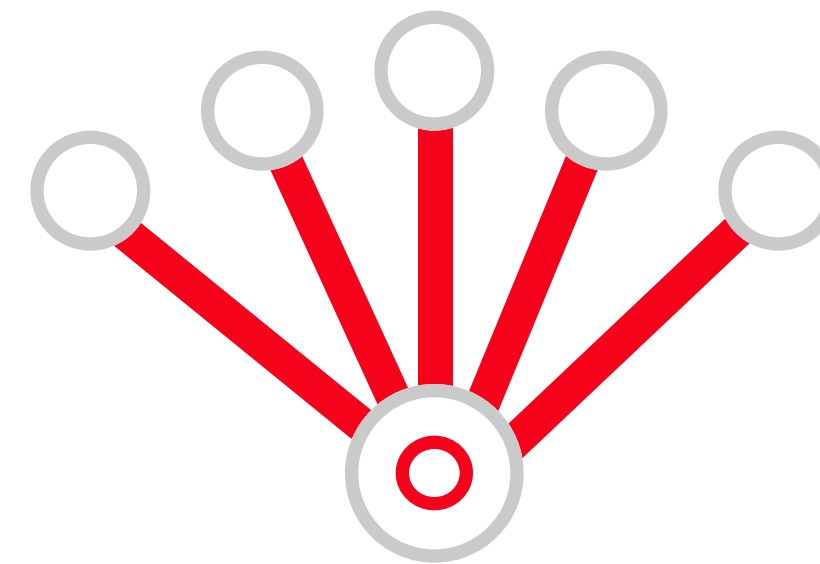
TACLE GLISSÉ N°5

Un message mal communiqué, c'est un monologue qui pourrait être évité.



CONFUSION

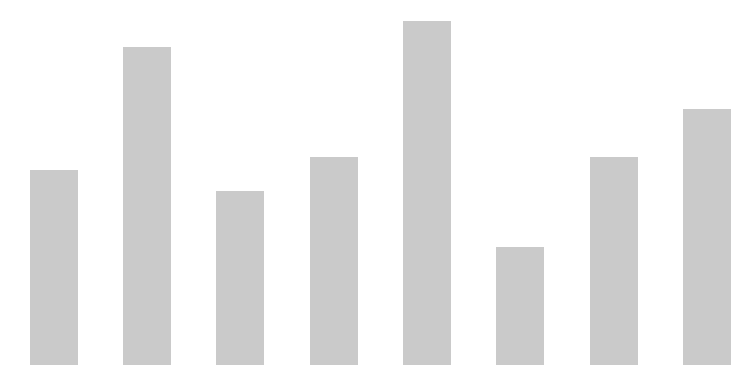
VS



CLARTÉ

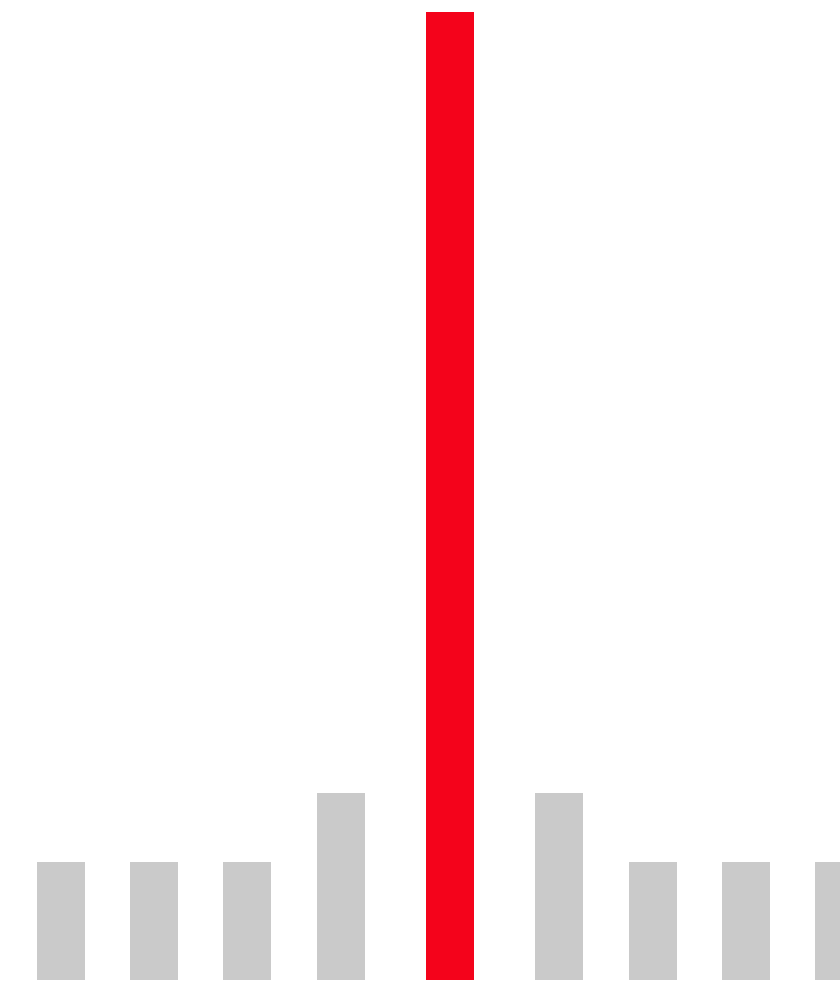
TACLE GLISSÉ N°6

Un parti-pris non assumé, c'est un branding à impact limité.



HÉSITATION

VS



ASSURANCE

TL;DR

UNE SEULE CHOSE À RETENIR



Il faut arrêter de dépenser..



et commencer à investir.





Nos sources

CAR NON, ON NE RACONTE PAS DU VENT.



Google



Visual Design: Why First Impressions Matter.

71% of consumers more likely to buy a product or service from a name they recognise.

How Bad (or No) Branding Can Potentially Hurt Your Business.

What is the importance of colour in brand recognition?

Building meaningful is good for business: 77% of consumers buy brands who share their values

Is a brand strategy worth the cost?

30 branding stats and facts

Having a strong brand is a driving force of revenue





**MENTALSM
BREAKDOWN**