

Bilan de marque

Ton parcours vers une marque mémorable commence ici. Prépare-toi à découvrir des opportunités d'amélioration, à identifier les points forts et les points faibles de ta marque. De plus, ce bilan t'aidera à prendre des décisions éclairées pour l'avenir de ta startup. Commence maintenant le voyage vers une marque de référence dans ton secteur !

Non

1. As-tu une vision claire pour ton entreprise sur le long terme ?

2. Es-tu capable de formuler ta mission en une phrase ?

3. Est-ce que ta marque possède des valeurs qui orientent les choix de ton équipe ?

4. As-tu identifié une clientèle cible principale ?

5. As-tu analysé tes principaux concurrents ? Connais-tu leurs forces et faiblesses ?

6. As-tu une idée précise de comment ta marque est perçue sur le marché ?

7. As-tu défini un positionnement stratégique et unique ?

8. Utilises-tu une personnalité et un ton de voix spécifiques pour communiquer ?

9. As-tu un message clair à transmettre ? Est-il cohérent à travers tous tes points de contact ?

10. Est-ce que ton identité visuelle reflète efficacement ta personnalité de marque ?

Total du nombre de "NON" :

The
LADY ACE
· branding ·

1. Tu as entre 1 et 3 “Non” :

Félicitations ! Ta startup dispose déjà d'une base solide en termes de branding pour devenir une marque de référence. Cependant, il peut y avoir quelques points à affiner pour renforcer davantage ton positionnement sur le marché et ta communication de marque.

2. Tu as entre 3 et 5 “Non” :

Bien que quelques lacunes subsistent dans ton branding, tu es sur la bonne voie ! Cette situation représente une opportunité exceptionnelle pour une analyse approfondie. Une consultation stratégique serait particulièrement bénéfique pour identifier les points spécifiques à améliorer et consolider davantage ta présence de marque.

3. Tu as plus de 5 “Non” :

À ce stade, il est difficile de qualifier ta startup de véritable marque. Cependant, c'est le moment propice pour des changements significatifs. Les opportunités d'amélioration sont nombreuses, et une révision approfondie de ta stratégie de marque s'avère nécessaire. C'est une étape cruciale pour transformer ta startup en une marque forte et mémorable.

[Réserver un appel découverte](#)

Pour ne rien louper, rejoignez-moi sur les réseaux sociaux:

