



STRATÉGIE DE MARQUE »»

Une démarche globale de management par la marque

Quelle est la force de votre marque ?

Comment renforcer la cohérence de votre positionnement ?

Quels sont les potentiels de développement par une meilleure gestion de votre marque ?

Comment repositionner votre marque ?

Toute entreprise repose sur une marque qui va constituer sa promesse unique de valeur.

La marque est au coeur de vos défis tant **externes** (vis-à-vis de vos clients et de vos concurrents) qu'**internes** (vis-à-vis de vos salariés et de vos actionnaires). C'est pourquoi, la marque constitue un enjeu global de management pour votre entreprise.

La marque concentre avant tout une promesse qui fera que votre entreprise est unique sur le marché. Elle constitue votre engagement vis-à-vis de vos clients.

Trois éléments clés vont forger la marque :

> **L'identité**, reflet à la fois des perceptions externes (l'image qu'en ont les clients) et des valeurs de l'entreprise (l'histoire et le vécu interne).

> **Le territoire préempté**, reflet du positionnement choisi en regard de l'identité de votre marque, du positionnement des concurrents et des attentes des consommateurs. Il s'incarne par un ancrage publicitaire d'ordre marketing (métier, produit, bénéfique, prix) ou plus sociétal (vision, style de vie, engagement).

> **La signature publicitaire**, le slogan visible par tous.

Mais la marque n'est pas qu'une affaire de spécialistes du marketing et de la communication. L'un des défis des entreprises va être de **faire comprendre à l'ensemble de l'organisation cette promesse et de la tenir.**

> Les salariés contribuent à tous les niveaux de l'entreprise à la perception de la marque et à la satisfaction du client. La **compréhension** qu'ils en ont est donc essentielle.

Depuis plus de 5 ans, Atos Consulting accompagne ses clients dans leurs réflexions stratégiques et opérationnelles pour optimiser leur stratégie de marque.

Nous réalisons nos missions en étroite collaboration avec les clients afin d'obtenir des résultats dont la compréhension et l'appropriation par les collaborateurs se construisent au fil de l'intervention.

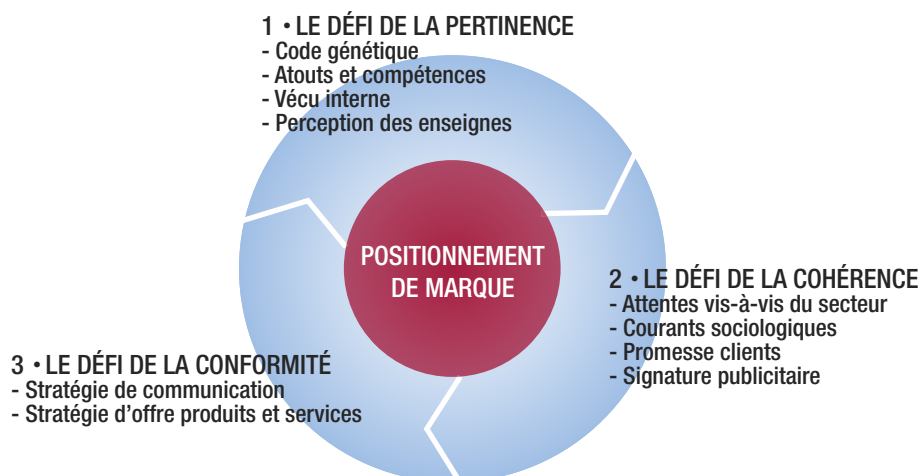
Nos propres consultants travaillent en équipes mixtes afin d'allier expertises marketing et connaissance sectorielle.

> L'interprétation qu'en font les salariés et, le cas échéant les **évolutions** apportées, sont autant une opportunité qu'une menace dans la pérennité du positionnement de marque.

La réflexion sur la marque devient alors **une démarche plus globale de management.**

Stratégie marque

Une démarche globale de management par la marque



Notre démarche repose sur 3 modules principaux qui visent à créer le **consensus sur le capital de la marque**, les **scenarios de positionnement** et les **défis à relever** en termes de management de la marque.

> Le diagnostic ou capital Marque

Eclairer les composantes et les forces de votre marque en explorant tant la dimension externe (promesse clients et perceptions) que la dimension interne (code génétique de votre entreprise et vécu interne des collaborateurs).

> Les scenarios de positionnement

Définir des positionnements alternatifs en regard de territoires peu ou pas préemptés par des concurrents.

Choisir selon différents ancrages entre un ancrage plus marketing (métier, produit, bénéfice, prix) ou un ancrage plus sociétal (vision, style de vie, engagement sociétal).

> Les défis du management de la marque

Répondre aux trois défis liés à la pertinence, la cohérence et la conformité.

-défis de **pertinence** : assurer la pertinence entre des scénarii de positionnement de marque et l'histoire de la marque (son capital identitaire ou code génétique), ses atouts et compétences distinctives, son image actuelle et son vécu en interne.

- défis de **cohérence** : assurer la cohérence entre des scenarios de positionnement de marque et les attentes des clients, les grandes évolutions consuméristes et sociétales et in fine la promesse client et la signature publicitaire.

- défis de **conformité** : assurer la conformité entre le positionnement de marque et la stratégie de communication (logo, symboles, messages publicitaires) mais aussi la stratégie d'offre (produits, services, innovations).

Nos Offres

> Diagnostic Capital Marque :

Eclairer les composantes et les forces de votre marque.

> Stratégie Positionnement Marque :

Explorer les scenarios de positionnement et assurer la pertinence, la cohérence et la conformité par rapport à votre entreprise.

Ils nous font confiance

Nous intervenons pour le compte de grandes organisations dans de nombreux secteurs.

A titre d'exemple, Atos Consulting a accompagné un grand groupe bancaire français dans la définition du positionnement complémentaire de ses deux marques en radicalisant les valeurs revendiquées, les territoires préemptés et la promesse clients.

CONTACTS

Atos Consulting

Practice Stratégie & Innovation
fr-ac.contact@atosorigin.com

www.atos-consulting.com

Atos Consulting, le pôle conseil d'Atos Origin, est l'un des leaders sur le marché des services de conseil en management et en systèmes d'information.

Avec plus de 2 500 collaborateurs dans le monde, Atos Consulting accompagne ses clients dans leurs projets de transformation organisationnelle et technologique en leur apportant des solutions pragmatiques et innovantes dans les télécommunications, l'industrie, les services financiers et le secteur public.