



Fatou Gueye
CEO & Fondatrice
DIGAL Consulting

Partagez-vous les mêmes **valeurs** que votre client cible ?



5 étapes pour y arriver



1 mn - temps de lecture

Branding /
Economisez des
heures de recherche

Si vous souhaitez bien positionner votre marque

Éviter de faire cette erreur



1 mn - temps de lecture

**Branding /
Economisez des heures
de recherche**

**S'adresser à tout le monde,
c'est ne s'adresser à personne.**

**Vouloir vous adresser à tout le
monde sans ciblage, sans
distinction, sans segmentation**



**Si vous souhaitez bien
positionner votre marque
il vous faut partager les mêmes
valeurs que votre cible client**



1 mn - temps de lecture

**Branding /
Economisez des heures
de recherche**

Pourquoi?

C'est de la **psychologie** **humaine.**

....Les gens ont tendance à choisir ceux
qui leur ressemblent



1 mn - temps de lecture

Branding /
Economisez des heures
de recherche

Voici comment nous aidons les marques à déterminer leurs valeurs...

**....et comment vous pouvez en faire de
même en 5 étapes**



1 mn - temps de lecture

**Branding /
Economisez des heures
de recherche**

1.

Recherche sur de vos clients cibles

Chaque cible client a des
valeurs qui le caractérisent



1 mn - temps de lecture

1.

Il est important de bien connaître vos différents segments clients afin de déterminer quelles valeurs sont importantes pour chaque cible.

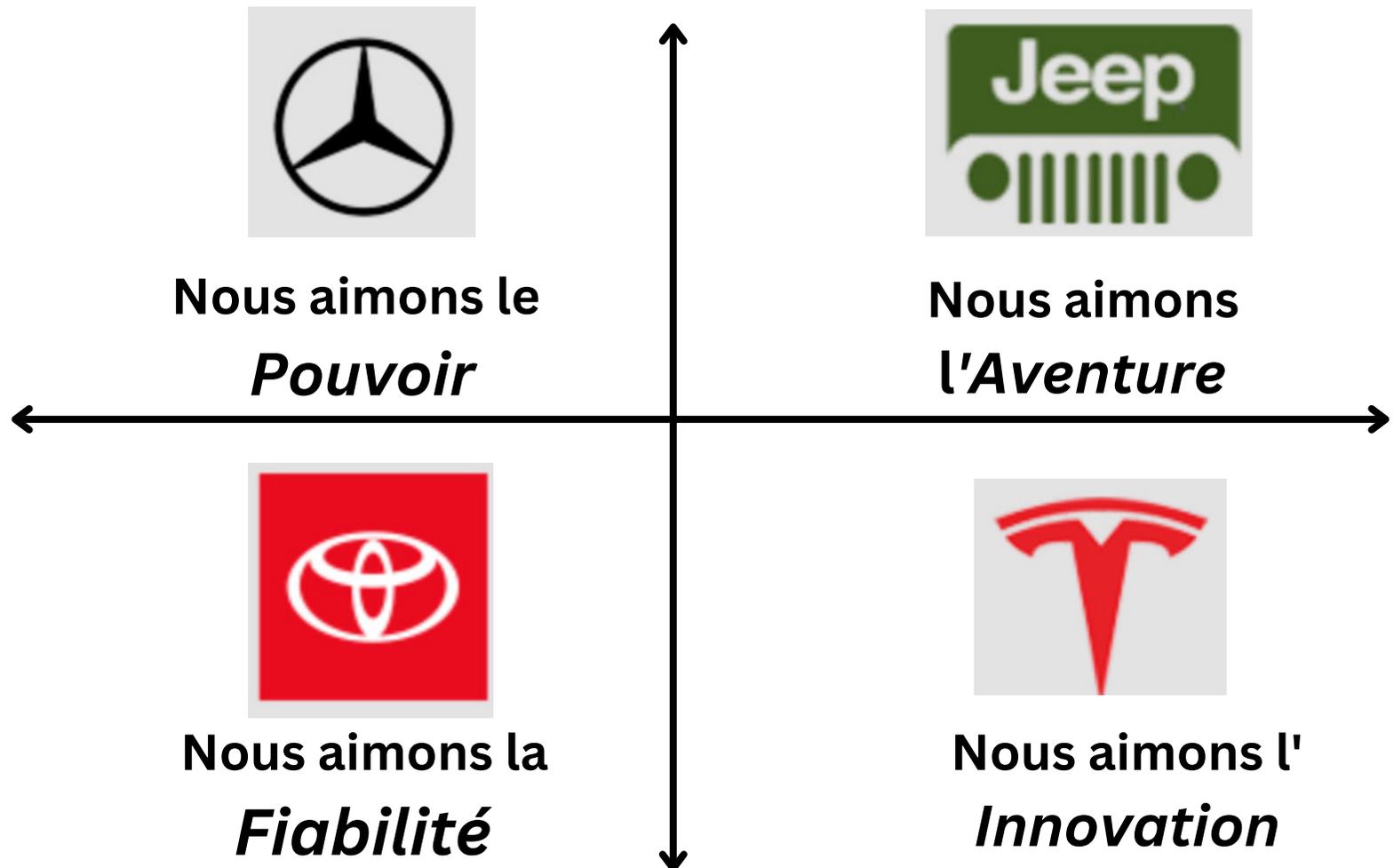
Comment mener ces recherches?

- sur le web (Google, site web,..)
- sur les réseaux sociaux
- ChatGPT, BARD, Claude...
- Interviews et/ou Questionnaires clients



1.

Chaque **cible client** a ses **propres valeurs**



1 mn - temps de lecture

1.

Retrouver l'ensemble de nos guides de recherche sur votre client idéal

A télécharger gratuitement :

<https://www.digalconsulting.com/category/blog-fr/>



1 mn - temps de lecture

2.

Recherche sur vos concurrents

Étudiez vos concurrents

- leurs valeurs,
- leur communication,
- leurs clients cibles.

Comment mener ces recherches?

- sur le web (Google, site web,...)
- sur les réseaux sociaux
- ChatGPT, BARD, Claude...
- Interviews et/ou Questionnaires clients



3.

Définir les valeurs de votre marque

**A l'issue des étapes précédentes,
l'analyse de toutes les informations
collectées doit vous permettre de
définir les valeurs de votre marque**



1 mn - temps de lecture

4.

Tester et Finaliser

Vous pouvez faire réagir vos clients cibles ainsi que vos collaborateurs sur vos valeurs ainsi identifiées et si besoin, itérer pour valider votre choix final.



1 mn - temps de lecture

5.

Incarner les valeurs de votre marque

**Une fois que vous avez défini vos valeurs,
elles doivent être incarnées par vos
collaborateurs et à chaque point du
parcours client avec votre entreprise.**



1 mn - temps de lecture

Bonus TIP

**Qui se ressemble s'assemble.
Votre clientèle sera plus à même de
choisir votre marque si vous partagez
les mêmes valeurs qu'elle.**

Besoin d'aide?



contact@digalconsulting.com





**Vous savez désormais comment
trouver les valeurs de votre marque.**

**Partagez-nous vos résultats sur
LinkedIn**

Et une dernière chose :



Partagez ce mémo

Pour aider d'autres à trouver les
valeurs qui vont résonner
auprès de leurs clients



**Suivez-moi sur LinkedIn pour ne rien
râter de mes publications**

#Entrepreneuriat #marketing #branding

Fatou Gueye
CEO & Fondatrice
DIGAL Consulting



Pour devenir Incontournable

contact@digalconsulting.com

www.digalconsulting.com