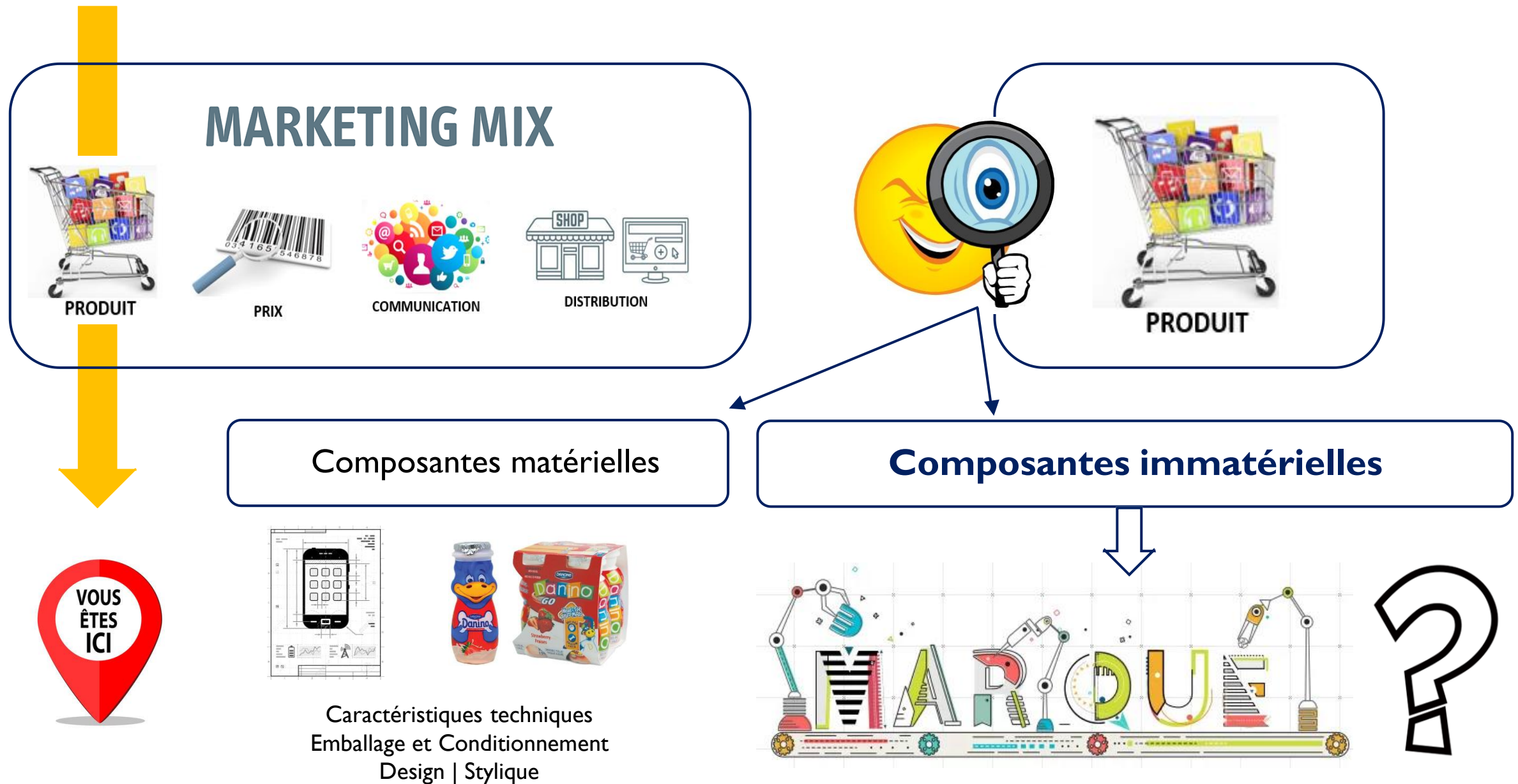


**EN QUOI LA MARQUE EST-ELLE
UNE COMPOSANTE IMMATÉRIELLE
DU PRODUIT ?**



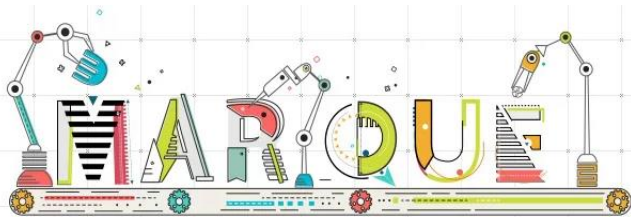
DANS LES ÉPISODES PRÉCÉDENTS...



QU'EST-CE QU'UNE MARQUE ?



Ensemble de **signes distinctifs reconnaissable** par les consommateurs et **créant de la valeur** sur un marché pour une entreprise.



Traduction du **positionnement marketing** (*identité*)

Un nom → Nike, Renault, Samsung, Hyper U, M&Ms, TikTok ...

Un logo →



Un slogan →

JUST DO IT.

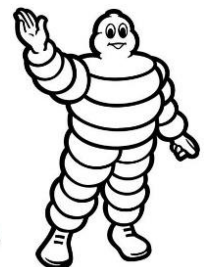
What else?

ParamOù du gOût

i'm lovin' it™

parce que je le veux bien











Un personnage →



Un jingle | une musique



LES COULEURS SONT-ELLES NEUTRES?

ROUGE audace, puissance, énergie, passion		MARRON naturel, relaxation, réconfort, authenticité	
ROSE innocence, féminité, apaisement, romance		ORANGE équilibre, ambition, enthousiasme, espièglerie	
VIOLET élégance, créativité, spiritualité, mystère		JAUNE énergie, optimisme, chaleur, enfance	
BLEU fiabilité, fraîcheur, tranquillité, confiance		VERT naturel, optimisme, harmonie, croissance	
NOIR profondeur, mystère, sophistication, élégance		GRIS technicité, maturité, fiabilité, expertise	

A QUOI ÇA SERT UNE MARQUE ?

FAIRE CONNAITRE

→ *élément cognitif*

FAIRE AIMER

→ *élément affectif*

DONNER ENVIE D'ACHETER

→ *élément conatif*



Être identifié

Se démarquer | Paraître unique



Promesse de qualité

**Justifier un prix (souvent)
plus élevé**



QUELS SONT LES CRITÈRES À RESPECTER ?

Critères commerciaux



Facilement prononçable
(même dans une autre langue)



Evocatrice
CONFORAMA



Mémorisable
(facile à retenir)



Déclinable

Nescafé, Nesquick, Nespresso, Nestea...

Critères de validité



Licite
(ordre public, bonnes mœurs...)



Distinctive
(du produit qui porte la marque)



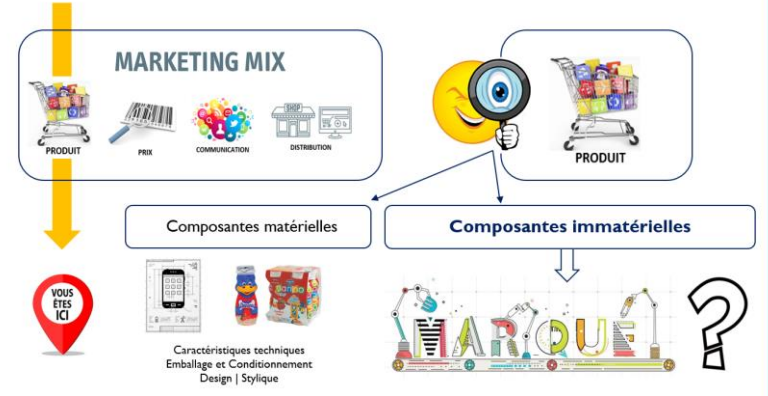
Ne pas être source de confusions



En Bref

« En quoi la marque est-elle une composante immatérielle du produit ? »

DANS LES ÉPISODES PRÉCÉDENTS...



QU'EST-CE QU'UNE MARQUE ?

Ensemble de signes distinctifs reconnaissable par les consommateurs et créant de la valeur sur un marché pour une entreprise.

Traduction du positionnement marketing (identité)

Un nom → Nike, Renault, Samsung, Hyper U, M&Ms, TikTok ...

Un logo →

Un slogan → **JUST DO IT.** What else?
i'm lovin' it Think different. *parce que je le veux bien*
ParamOur du gOût

Un personnage →

Un jingle | une musique →

LES COULEURS SONT-ELLES NEUTRES ?

ROUGE passion, énergie, jeunesse		MARRON nature, réassurance, confort, autorité	
ROSE souplesse, féminité, apaisement, jeunesse		ORANGE optimisme, enthousiasme, nouveauté	
VIOLET élégance, créativité, mystère		JAUNE optimisme, chaleur, confiance	
BLEU fiabilité, fraîcheur, tranquillité, confiance		VERT nature, optimisme, harmonie, croissance	
NOIR profondeur, mystère, sophistication, élégance		GRIS technologie, modernité, fiabilité, expertise	

A QUOI ÇA SERT UNE MARQUE ?

FAIRE CONNAÎTRE
→ élément cognitif

FAIRE AIMER
→ élément cognitif

DONNER ENVIE D'ACHETER
→ élément conatif

Être identifié

Se démarquer | Paraître unique

Promesse de qualité

Justifier un prix (souvent) plus élevé

ATTITUDES

QUELS SONT LES CRITÈRES À RESPECTER ?

Critères commerciaux

Facilement prononçable
(même dans une autre langue)

Evocatrice
CONFORAMA

Mémorable
(notoriété)

Déclinable
Nestlé, Nesquik, Nespresso, Nестea...

Critères de validité

Licite
(ordre public, bonnes mœurs...)

Distinctive
(du produit qui porte la marque)

Ne pas être source de confusions

MERCI... À BIENTÔT

