

# Définition de la stratégie marketing

Bien définir votre image de marque permet de rendre votre produit identifiable dans l'esprit de vos clients. Cela crée un récit autour de votre entreprise ou de votre produit. Garder ce récit, cet imaginaire, en tête vous permettra d'orienter au mieux vos choix de communication.

Cela peut vous permettre de gagner la confiance de vos clients et de les fidéliser, de vous différencier des autres activités similaires à la vôtre, mais aussi de créer une cohérence entre les différentes actions que vous souhaitez mettre en place pour votre entreprise.

Ce quizz a pour but de vous aider à réfléchir à votre image de marque et à vos objectifs de communication.



# Votre voix

Quelle est la personnalité que vous souhaitez donner à votre marque?

Dynamique

Charmant.e

Jovial.e

Savant.e

Agréable

Créatif.ve

Sensible

Humoristique

Ambitieux.se

Déterminé.e

Spontané.e

Traditionnel.le

Bienveillant.e

Généreux.se

Amusant.e

Atypique

Calme

Honnête

Humble

Fiable

Optimiste

Pragmatique

Innovant.e

Idéaliste

Comment voulez-vous que vos clients vous perçoivent ?



# Votre histoire

**Pourquoi avez-vous choisi votre activité, votre métier ?**

**Qu'est-ce qui vous passionne dans ce travail ?**

**Que voulez-vous que vos clients sachent à propos de vous et de votre activité ?**



# Votre marque

**Définissez votre marque et les produits que vous vendez :**

**Quelle est votre plus-value, vos petits trucs en plus? Qu'est-ce qui vous démarque ?** (label, technique de production etc.)



# Vos clients

**A qui est-ce que vous vendez / prévoyez de vendre ?**

**Qu'ont-ils en commun ? (lieu de vie, âge, valeurs, régime alimentaire, etc.)**



# Vos clients

**A quels besoins voulez-vous répondre avec vos produits ?**

**Quelles sont les contraintes de vos clients ?**



# Vos objectifs marketing

**Qu'espérez-vous accomplir au travers de votre marketing ?**

**Comment mesurerez-vous la réussite ? (soyez précis)**



# Compétitivité et coopération

**Qui d'autre pourrait répondre aux besoins de vos clients ?**

**Comment pouvez-vous former des partenariats avec d'autres producteurs ou distributeurs en circuit court pour soutenir votre business et marketing ?**



# Vos canaux de marketing

Quels canaux utilisez-vous ou allez-vous utiliser pour vous aider à atteindre vos objectifs marketing ?

Canal	Objectifs (que voulez-vous faire avec ce canal ?)	Action (comment allez-vous atteindre ces objectifs ?) *
Site internet Boutique en ligne		
Email Newsletter		
Réseaux sociaux		
Profil Google Business		
Contenu marketing (flyers, panneaux, etc.)		

\*Exemples : à chaque newsletter hebdomadaire, ajouter une recette qui utilise des produits de saison que vous vendez afin de susciter l'envie d'achat de ces produits ; organiser une visite de la ferme en direct depuis vos réseaux sociaux etc.



Ce document a été réalisé en partenariat avec  
Alexandre et Juliette, deux étudiant.es à Ecologica,  
école de la transition écologique et sociale à Lyon.  
Merci à eux deux !



# ECOLOGICA

L'école supérieure de la transition  
résiliente, désirable et solidaire