

SKETCH BRAND
STORYTELLERS

LIFESTYLE

COMMUNICATION

SKETCHBOOK

SKETCHBOOK

Le Sketchbook, votre première étape vers une identité de marque plus forte.

Le Sketchbook est un carnet de travail d'environ 40 pages où stratégie, créativité et développement de marque se rejoignent. Considérez-le comme un livre de croissance : un mélange de guide de communication, de manuel de branding et d'outil de création de contenu – conçu pour vous accompagner activement dans votre démarche.

Dans ce carnet, nous esquissons les contours de l'histoire de votre marque. Nous passons d'idées brutes à des choix stratégiques, de l'identité visuelle au ton de voix et de la stratégie de contenu à des plans de communication concrets. Tout dans le Sketchbook est pensé pour faire rayonner votre marque de manière claire, cohérente et percutante.

Nous explorons le type de contenu que vous souhaitez créer, les histoires que vous voulez raconter, les canaux à utiliser et la manière de le faire.

Cette version comprend 3 outils que nous utilisons régulièrement et offre un premier aperçu de la manière dont nous accompagnons les marques dans leur trajectoire de croissance, de façon stratégique, créative et entièrement adaptée à votre identité.

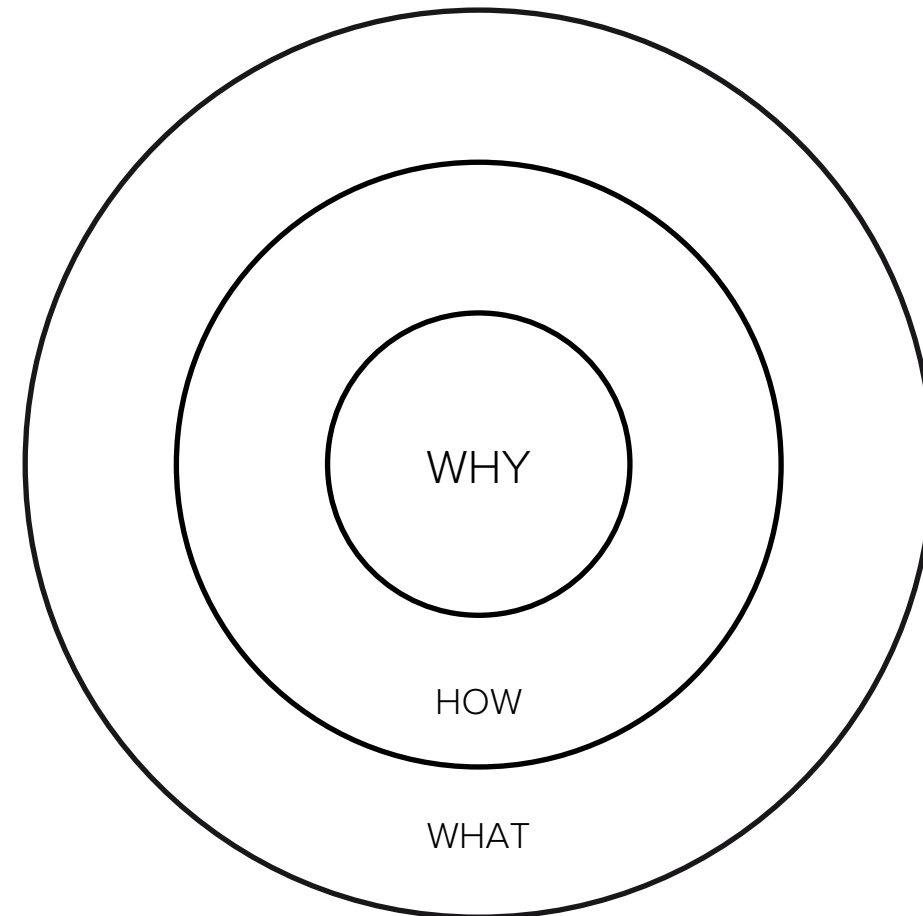
À propos ↗

Golden Circle

Le **Golden Circle** est un modèle développé par Simon Sinek pour expliquer pourquoi certaines marques, certains leaders et certaines organisations sont particulièrement inspirants et connaissent un succès remarquable. Le modèle se compose de trois cercles, de l'intérieur vers l'extérieur : **Why** (Pourquoi), **How** (Comment) et **What** (Quoi).

Selon Sinek, les marques les plus fortes commencent de l'intérieur : elles communiquent d'abord **pourquoi** elles font ce qu'elles font, ensuite **comment** elles le font et enfin ce qu'elles **font**. À la page suivante, vous découvrirez comment nous traduisons concrètement le modèle du Golden Circle pour votre marque, votre activité ou votre entreprise.

GOLDEN CIRCLE



WHY

Le **Why** est le cœur de votre marque. Il ne s'agit pas de faire du profit, mais de vos motivations profondes, de votre mission ou de vos convictions.

👉 Pourquoi votre entreprise existe-t-elle ? En quoi croyez-vous ? Quelles sont vos valeurs fondamentales ?

HOW

Le **How** décrit la manière dont vous donnez vie à votre mission. Votre approche unique, vos valeurs ou vos méthodes.

👉 Comment vous distinguez-vous des autres ? Qu'est-ce qui rend votre façon de faire particulière ?

WHAT

Le **What** correspond à ce que vous proposez : vos services, vos produits ou vos solutions. C'est ce que la plupart des entreprises communiquent en premier.

👉 Que proposez-vous ? Que vendez-vous ?

Golden Circle

BRAND LADDER

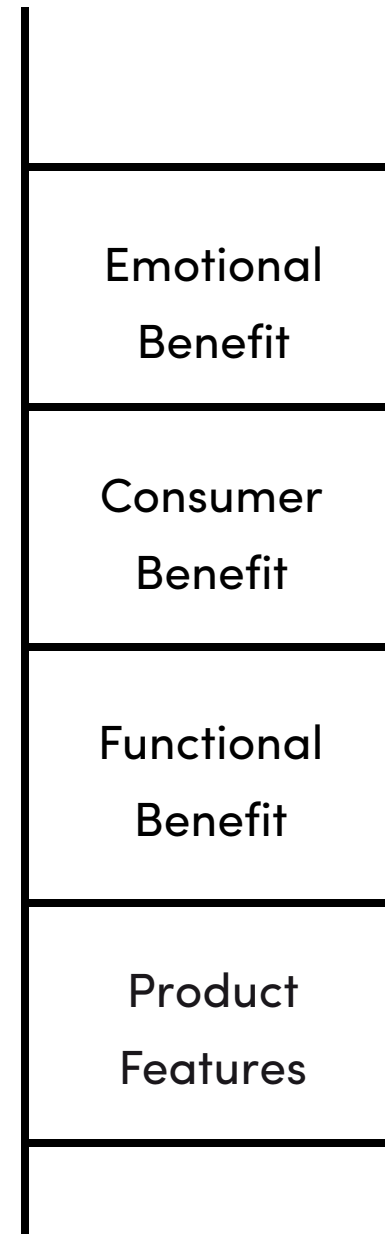
Brand ladder

La Brand Ladder est un modèle stratégique qui aide à définir l'essence de votre marque, étape par étape. Elle commence par la base : les caractéristiques fonctionnelles de votre produit ou service, et progresse vers le haut en mettant en évidence les bénéfices émotionnels et l'essence unique de votre marque.

Grâce à ce modèle, vous visualisez clairement comment votre marque apporte non seulement une valeur pratique, mais répond aussi aux émotions et aspirations de votre public cible. À la page suivante, vous découvrirez comment nous traduisons concrètement la Brand Ladder pour votre marque, votre activité ou votre entreprise.

BRAND LADDER

Brand ladder




Que ressent le consommateur en utilisant votre marque ? Quel type de connexion plus profonde se crée ? *Exemples : fierté, sentiment d'appartenance, confiance en soi, sécurité, inspiration.*

Que signifie l'avantage fonctionnel pour l'utilisateur lui-même ? Qu'est-ce que cela améliore concrètement dans sa vie ? *Exemples : plus de temps libre, moins de stress, un sentiment de contrôle, plus de facilité au quotidien.*

Que fait le produit ou le service pour le consommateur ? Quel avantage pratique apporte-t-il ? *Exemples : gain de temps, facilité d'utilisation, réduction des coûts, meilleures performances.*

Ceci est la base de votre marque : que proposez-vous concrètement ? Pensez aux caractéristiques tangibles et mesurables de votre produit ou service. *Exemples : livraison rapide, ingrédients bio, application avec notifications push.*

KLT MODEL



Le KLT Model est un principe marketing basé sur trois éléments essentiels qui déterminent si quelqu'un a envie de vous suivre, d'acheter chez vous ou de collaborer avec vous :

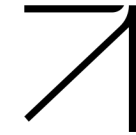
Know (*Connaître*) : les gens doivent d'abord vous découvrir

Like (*Apprécier*) : et ils doivent vous trouver sympathique

Trust (*Faire confiance*) : ils doivent vous faire confiance

Les marques fortes construisent des relations en s'appuyant sur ces trois piliers. Elles veillent à leur visibilité (**know**), à leur crédibilité et à la valeur qu'elles apportent (**trust**), mais aussi à leur personnalité et à la connexion qu'elles créent (**like**).

Know, Like, Trust, Buy Model



KLT Model est un concept marketing fondé sur l'idée que les gens achètent plus facilement auprès d'une marque avec laquelle ils entretiennent une relation. Le modèle KLTB décrit les différentes étapes de la relation client et accompagne le processus de création de lien et d'expérience positive tout au long du parcours client. C'est également un modèle idéal pour structurer votre contenu. À chacune des quatre étapes, vous pouvez informer, divertir, impliquer et inspirer.



<ul style="list-style-type: none"> • Montrez qui vous êtes • Mettez en avant votre expertise • Partagez les valeurs de votre marque • Montrez votre culture d'entreprise et vos valeurs fondamentales • Mettez en lumière vos partenariats • Montrez visuellement vos processus • Partagez des statistiques et des faits • Présentez votre équipe ou votre entreprise • Racontez l'histoire et la mission de votre marque • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Concours • Jeux • Giveaways • Aperçus exclusifs (sneak peek) • Coulisses • Exprimez votre gratitude, remerciez vos fans • Astuces et conseils • Partage d'insights • Partagez vos réussites • Montrez l'équipe (et leurs préférences personnelles) • Citations inspirantes • Photos de partenaires • Mettez en avant des influenceurs, clients ou partenaires • Des problèmes ? Parlez des solutions • Partagez du contenu de vos clients et fans • Posez des questions • Discutez de sujets tendance • Partagez les publications de vos abonnés • Faits intéressants • Contenu vidéo • Webinaires • Publications interactives comme des sondages, quiz ou challenges • Anecdotes personnelles de membres de l'équipe • Accès anticipé à de nouveaux produits ou services • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Avis clients détaillés • Témoignages de réussite (clients, collaborations, etc.) • Interviews avec des experts du secteur • Articles sur les tendances et insights, adaptés à votre audience • Analyses d'experts et actualités sur les dernières évolutions professionnelles • Coulisses & aperçus exclusifs (sneak peeks) • Mettre en avant les bénéfices de votre offre • Défis du secteur et pistes de solution • Contenu qui démontre votre expertise • Transparence sur vos processus et les efforts de votre équipe • Webinaires avec des experts • Sessions de questions-réponses (Q&R) • Explication de concepts ou tendances du secteur • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Offre early bird • Giveaways • Promotion / Faites la promotion • Offres groupées (bundles) • Récompenses de fidélité • Parrainage / Invitez un ami • ...
---	---	--	--

SKETCH BRAND STORYTELLERS

Vous venez de découvrir un aperçu concis de la manière dont nous intégrons une approche *lifestyle* dans votre stratégie marketing. Pour certains projets, nous utilisons l'ensemble du Sketchbook, pour d'autres seulement certains éléments, tout dépend des besoins de votre marque, votre activité ou votre entreprise.

Envie de découvrir comment nous pouvons faire évoluer votre marque ? N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec Laurence.

laurence@sketchagency.be
