



## Stratégie de positionnement

Définissez votre positionnement unique en vous inspirant des meilleures pratiques!

### Livrables

1. Analyse de la concurrence
2. Éléments différenciateurs
3. Orientations
4. Message

Carrefour Québec International  
819 475-0039  
info@cqinternational.org  
www.cqinternational.org

## Une proposition de valeur percutante, fidèle à votre promesse de marque!

En identifiant soigneusement vos éléments différenciateurs, nous pouvons vous aider à définir votre proposition de valeur unique, créant ainsi une véritable raison d'être choisie par les clients parmi la concurrence. Cette approche créative permet d'établir des bases solides pour une communication efficace et une croissance durable, en mettant en avant ce qui rend réellement votre entreprise spéciale aux yeux de votre public cible.

- Pourquoi faire une stratégie de positionnement**
- Identifier ce qui rend votre entreprise unique
  - Comprendre votre public cible
  - S'assurer d'une image cohérente
  - Guider votre approche commerciale et créer une base solide pour le développement de vos affaires

## Les étapes de la stratégie de positionnement

- 1. Analyse des tendances du secteur**
  - Portrait des mouvements de l'industrie
  - Indices nécessaires pour déceler les directions d'avenir
- 2. Identification du public cible prioritaire**
  - Besoins et attentes de cette audience clé
- 3. Analyse de la concurrence**
- 4. Définition des éléments différenciateurs de la marque**
  - Identification des éléments qui vous rendent unique
- 5. Construction de la proposition de valeur**
  - Proposition de valeur et avantages uniques
- 6. Recherche de marques inspirantes**
  - Exemples de marques fortes : architecture de marque, emballage, imagerie, etc.
- 7. Élaboration de la stratégie de marque**
  - Alignée avec votre vision et vos objectifs
- 8. Promesse de marque**
  - Pistes de formulation reflétant votre identité et vos valeurs et répondant aux attentes de votre public cible