

# TABLE DES MATIÈRES ]

<b>Préface</b> .....	9
<b>Avant-propos</b> .....	11
<b>Définitions</b> .....	13
Définition de la marque .....	13
Définition de la marque Bankable .....	14

## [Partie I] • Comment créer votre MARQUE ?

<b>[1] Qu'est-ce qu'une MARQUE ?</b> .....	19
Déterminez l'identité de la marque .....	19
Identifiez les périodes du cycle de vie de la marque .....	36
<b>[2] Qu'est-ce que le capital MARQUE ?</b> .....	45
Comprenez les critères marketing et financiers .....	47
Repérez les éléments de l'image de marque .....	59
<b>[3] Quelles sont les étapes de la création ?</b> .....	63
Trouvez le nom de marque .....	65
Créez et affirmez la reconnaissance par le logotype .....	88
Imaginez un slogan de marque comme valeur ajoutée profitable .....	107
Déterminez avec efficacité le packaging .....	113
Soignez l'identité émotionnelle de la marque .....	121

[4]	<b>Comment protéger votre MARQUE ?</b> .....	137
	Appréhendez les étapes clés du dépôt de marque juridique .....	137
	Évaluez les motifs de refus de marque .....	151
	Défendez votre marque par l'opposition .....	153

## [Partie II] • Comment déployer votre stratégie de MARQUE ?

[1]	<b>Le mix-marketing</b> .....	171
	Réalisez l'analyse comparative de votre marque ( <i>benchmarking</i> ) .....	172
	Définissez le mix-marketing de votre marque : 4P, 4C, 7P, 4D ? .....	176
[2]	<b>Comment réaliser un diagnostic externe et interne de votre marque ?</b>	191
	Déterminez les opportunités et les menaces .....	192
	Identifiez les facteurs de succès .....	195
	Répertoriez les forces et les faiblesses .....	200
[3]	<b>Les recommandations</b> .....	207
	Produisez et hiérarchisez vos options .....	208

## [Partie III] • Comment organiser votre communication de MARQUE ?

[1]	<b>Comment réaliser une stratégie de communication efficace ?</b> .....	217
	Repérez et choisissez les moyens essentiels pour bien communiquer .....	219
	Construisez une communication digitale forte pour votre marque .....	234
	Utilisez les réseaux sociaux et créez la viralité de votre marque .....	270
	Améliorez la performance de marque par une stratégie de brand content ...	285
[2]	<b>Quels sont les moyens d'influence marketing ?</b> .....	291
	Planifiez la stratégie d'influence et actionnez l'engagement .....	292
	Différenciez les influences de votre marque et mobilisez les compétences ...	299
[3]	<b>Comment concevoir et stimuler l'expérience client ?</b> .....	303
	Explorez les bonnes pratiques de l'expérience de marque pour les consommateurs .....	305
	Cernez les nouveaux usages connectés et transformez la relation .....	312

## **[Partie IV] • Comment faire évoluer votre MARQUE ou la faire renaître ?**

<b>[1] Comment utiliser le co-branding comme levier d'évolution ?</b> ... ..	<b>321</b>
Délimitez le type de co-branding ... ..	323
Cherchez à comprendre les enjeux ... ..	326
Imaginez les leviers de succès de votre marque ... ..	329
<b>[2] Comment tirer profit du naming pour prolonger sa marque ?</b> ... ..	<b>337</b>
Complétez l'évolution de votre marque par le naming ... ..	339
Identifiez les risques du naming ... ..	348
Repérez les facteurs clés de succès du naming ... ..	349
<b>[3] Comment mener un rebranding efficace ?</b> ... ..	<b>357</b>
Répertoriez les étapes de projet du rebranding ... ..	361
Anticipez votre scénario de rebranding : les stratégies différenciées de changements – fusion, substitution, rupture	373
<b>[4] Comment faire renaître une marque ?</b> ... ..	<b>381</b>
Réactivez une marque du passé par un plan de renaissance ... ..	385
Redessinez le présent d'une marque mythique ou iconique ... ..	395
<b>En guise de conclusion</b> ... ..	<b>417</b>
<b>Bibliographie</b> ... ..	<b>419</b>
<b>Index des marques</b> ... ..	<b>423</b>
<b>L'auteur</b> ... ..	<b>429</b>