|  |
| --- |
| Réflexion 2 - Caractériser l’identité d’une entreprise |
| **Durée** : 20’ | Homme et femme avec un remplissage uni | Une image contenant symbole, Bleu électrique, Police, Graphique  Le contenu généré par l’IA peut être incorrect. | Source |

**Travail à faire**

Lisez le **document** puis répondrez aux questions suivantes :

1. Citez des exemples d’éléments constitutifs d’une identité visuelle.
2. Citez des exemples d’éléments constitutifs d’une identité sonore.
3. Citez des exemples d’éléments constitutifs d’une identité sémantique.
4. Expliquez « le mécontentement des clients se propage par des canaux qui sont difficiles à contrôler ».
5. Citez des moyens permettant « de faire parler vos clients et de conduire régulièrement des études ».

 **Doc.   Quelques astuces pour développer l’Image de votre entreprise**

Source : <http://cameroun.smetoolkit.org>

Vous pouvez développer l’image de votre entreprise en améliorant les constituants de l’image, c'est-à-dire en insistant sur certains aspects du concept.

**Construisez le territoire de marque de votre entreprise**

* Distinguez-vous par votre identité en alliant les éléments sonores, visuels (logo, charte graphique) et sémantiques, c'est-à-dire en choisissant des couleurs et des sons (musiques, bruitage, etc.) et en élaborant des messages que vous utiliserez dans vos différentes actions de communication.
* Jouez sur la répétition des éléments (sonores, visuels et sémantiques) sur les différents supports de communication pour favoriser la mémorisation par le public.
* Soignez la présentation de votre entreprise (papeterie, plaquette, cartes de visite…) : elle témoigne de votre sérieux et de votre engagement qualité.
* La tenue vestimentaire du personnel doit être un atout et non une tare.
* La propreté de vos locaux ou de vos points de distribution doit aussi être votre souci permanent.

**Soignez votre réputation et votre présence**

* Soutenez la communication médias de votre entreprise par le comportement du personnel de l’entreprise, par exemple en élaborant et en suivant des standards de service.
* Formez votre personnel en front office pour éviter d’avoir des clients insatisfaits, car le mécontentement des clients se propage par des canaux difficiles à contrôler.
* Affiliez-vous à des réseaux professionnels, des groupements patronaux, des plateformes d’échange qui mettront à votre disposition des données nécessaires (réseau des membres, informations sectorielles…) et crédibiliseront votre entreprise par son appartenance.
* Faites parler vos clients et conduisez régulièrement des études, c'est-à-dire prenez régulièrement conscience de votre image.
* Ne faites pas l’économie des relations presse et opérations de relations publiques, elles sont souvent moins onéreuses et plus rapides à mettre en place qu’une campagne médias.

**Réponses**

**1. Citez des exemples d’éléments constitutifs d’une identité visuelle.**

**2. Citez des exemples d’éléments constitutifs d’une identité sonore.**

**3. Citez des exemples d’éléments constitutifs d’une identité sémantique.**

**4. Expliquez : « Le mécontentement des clients se propage par des canaux qui sont difficiles**

**à contrôler. »**

**5. Citez des moyens permettant « de faire parler vos clients et de conduire régulièrement des**

**études ».**