

Check-list pour créer une marque efficace

[] 1. Clarté et concision

- [] Votre mission est-elle concise (une ou deux phrases maximum) ?
- [] Est-elle facile à comprendre par vos employés, vos clients et vos partenaires sans avoir besoin d'explications supplémentaires ?
- [] Utilisez-vous des termes simples et directs plutôt que des mots techniques ou trop vagues ?

[] 2. Raison d'être de l'entreprise

- [] Votre mission répond-elle clairement à la question : Pourquoi votre entreprise existe-t-elle ?
- [] Déclarez-vous ce que vous faites pour vos clients ou la valeur que vous apportez sur le marché ?
- [] Est-elle alignée avec le problème que vous résolvez pour vos clients ?

[] 3. Cohérence avec les valeurs

- [] Votre mission reflète-t-elle les valeurs fondamentales de votre entreprise ?
- [] Est-elle en adéquation avec vos principes et convictions ?
- [] Vos valeurs se manifestent-elles à travers la formulation de votre mission ?

[] 4. Cohérence avec la vision à long terme

- [] Votre mission est-elle en lien avec la vision de ce que votre entreprise souhaite devenir à long terme ?
- [] Aide-t-elle à clarifier où vous souhaitez emmener votre entreprise dans le futur ?

[] 5. Orientation client

La mission de votre entreprise mentionne-t-elle clairement pour qui vous travaillez (vos clients ou utilisateurs) ?

Exprimez-vous comment votre entreprise impacte positivement la vie de vos clients ?

Est-elle suffisamment centrée sur les besoins et attentes de vos clients ?

6. Inspiration et motivation

Votre mission inspire-t-elle vos équipes et les incite-t-elle à se dépasser ?

Apporte-t-elle un sentiment de fierté et de motivation pour vos collaborateurs ?

Est-elle formulée de manière à être engageante et mémorable ?

7. Crédibilité et faisabilité

Votre mission est-elle réaliste et crédible en fonction de vos ressources actuelles ?

Est-elle en adéquation avec les capacités de votre entreprise (technologiques, humaines, financières) ?

Peut-elle être mise en oeuvre dans toutes les dimensions de votre activité ?

8. Alignement avec la stratégie d'entreprise

Votre mission guide-t-elle les décisions stratégiques que vous prenez au quotidien ?

Est-elle utilisée comme un cadre de référence pour prioriser les initiatives et projets ?

Favorise-t-elle la cohérence entre vos actions à court terme et vos objectifs à long terme ?

9. Différenciation

Votre mission vous différencie-t-elle clairement de vos concurrents ?

Est-elle unique et reflète-t-elle ce qui rend votre entreprise spéciale ?

Évitez-vous les formulations génériques ou trop similaires à celles d'autres entreprises de votre secteur ?

[] 10. Vécue au quotidien

- [] La mission de votre entreprise est-elle intégrée dans toutes les décisions et actions quotidiennes ?
- [] Est-elle connue et partagée par tous vos collaborateurs ?
- [] Vous engagez-vous à 'vivre' votre mission dans vos opérations et vos interactions avec vos clients ?