



TECH·SPIRIT

Guide stratégique
IMAGE DE MARQUE



SOMMAIRE

STRATÉGIE DE MARQUE

- P.03 - Introduction.
- P.04 - L'histoire de la marque.
- P.05 - La mission.
- P.06 - La vision.
- P.07 - Les valeurs de la marque.
- P.08 - Positionnement stratégique.
- P.09 à 11 - Etude de la concurrence.
- P. 12 à 15 - Audience cible & personas.
- P.16 - Le ton de voix à employer.
- P.17 - Comment utiliser ces informations ?

DIRECTION ARTISTIQUE

- P.18 - Mots-clefs et valeurs.
- P.19 et 20 - Présentation du concept.
- P.21 - Logo & variations.
- P.22 - Mockups (visuels).

Introduction

Qu'est-ce qu'une stratégie de marque, et pourquoi en ai-je besoin ?

QU'EST-CE QU'UNE STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE ?

Une stratégie d'image de marque vise à définir comment la marque ou le projet sera abordé afin qu'il ait un univers graphique attrayant et cohérent vis-à-vis de sa cible.

Elle englobe donc plusieurs aspects, y compris la communication, le design, les valeurs de la marque, et la manière dont elle interagit avec son public. Cela crée une base solide pour la construction de la marque et la gestion de sa réputation.

COMMENT M'EN SERVIR ?

Une fois définie, la stratégie d'image de marque sert de guide pour la communication interne et externe.

Elle est le point d'appui pour vous guider et que vous restiez cohérent avec l'univers défini. Ce document est également un complément du Brandboard qui lui va reprendre chaque élément graphique, mais pas l'identité même de la marque. (valeurs, missions, clientèle...).

EN QUOI CETTE STRATÉGIE EST IMPORTANTE ?

Bien souvent, la stratégie de marque est tout aussi importante que le produit ou le service que l'on propose car c'est elle qui va faire le lien entre votre client et votre entreprise.

Une bonne stratégie de marque permet une crédibilité et une cohérence de l'entreprise sur son marché. Elle met en avant les réels atouts qui la démarquent de ses concurrents.

L'HISTOIRE

Tech Spirit, leader des solutions technologiques intégrées, est né en 2020 sous l'impulsion de son fondateur, après une décennie passée à co-diriger PC Expert.

Fort de son expérience, il a souhaité se recentrer sur les professionnels, en leur offrant des solutions novatrices dans les domaines de l'informatique, de la téléphonie d'entreprise et de la sécurité.

Aujourd'hui, Tech Spirit se prépare à franchir une nouvelle étape avec des locaux rénovés et pensés pour offrir un cadre chaleureux et confortable aussi bien pour les clients que pour les collaborateurs.

La disponibilité, la fiabilité et la proximité avec sa clientèle c'est la promesse des services Tech Spirit avec une équipe dynamique pour un accompagnement 100% personnalisé !



MISSION DE LA MARQUE

Accompagner les entreprises vers l'avenir en leur fournissant des solutions technologiques et innovantes dans les domaines de l'informatique, de la téléphonie et de la sécurité, avec un service personnalisé et une expertise approfondie.



STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

VISION

Tech Spirit souhaite devenir le partenaire technologique incontournable des entreprises en offrant une expertise et un service flexible pour les propulser vers un avenir numérique performant.

L'entreprise souhaite également offrir un cadre chaleureux et accueillant pour sa clientèle, ce qui se retransmet également dans sa relation clientèle de proximité.

Enfin, se développer et acquérir une plus grande notoriété dans le secteur du Valenciennois et du Nord.

COMMENT ?

- Avec un service adapté à chaque client, qu'il soit professionnel ou particulier en gardant un rapport sympathique et dynamique tout en reflétant le sérieux et la qualité du service proposé.
- Un cadre de travail accueillant.
- Un univers visuel attrayant et cohérent, garantissant une image professionnelle.

STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

VALEURS

Les valeurs d'une entreprise, d'une marque ou d'un projet permettent à la marque de se positionner sur son marché et de se différencier de la concurrence en attirant et fidélisant une clientèle qui adhère à ses valeurs.

Les valeurs font donc totalement partie de la stratégie de communication puisque c'est ce que l'univers visuel aura pour mission de véhiculer.

○ CONVIVIALITÉ

Créer un environnement cordial et accueillant, tant pour les clients que pour l'équipe en agence ou sur intervention. La qualité du service client est primordial, offrir un accompagnement sur-mesure à l'aide d'une équipe à l'écoute.

○ EXPERTISE

Fort d'années d'expérience, connaissances approfondies des domaines de l'informatique, de la téléphonie et de la sécurité.

○ FIABILITÉ

Garantir des solutions sécurisées et performantes pour bâtir une relation de confiance avec les clients et les accompagner dans leur transition vers le numérique.

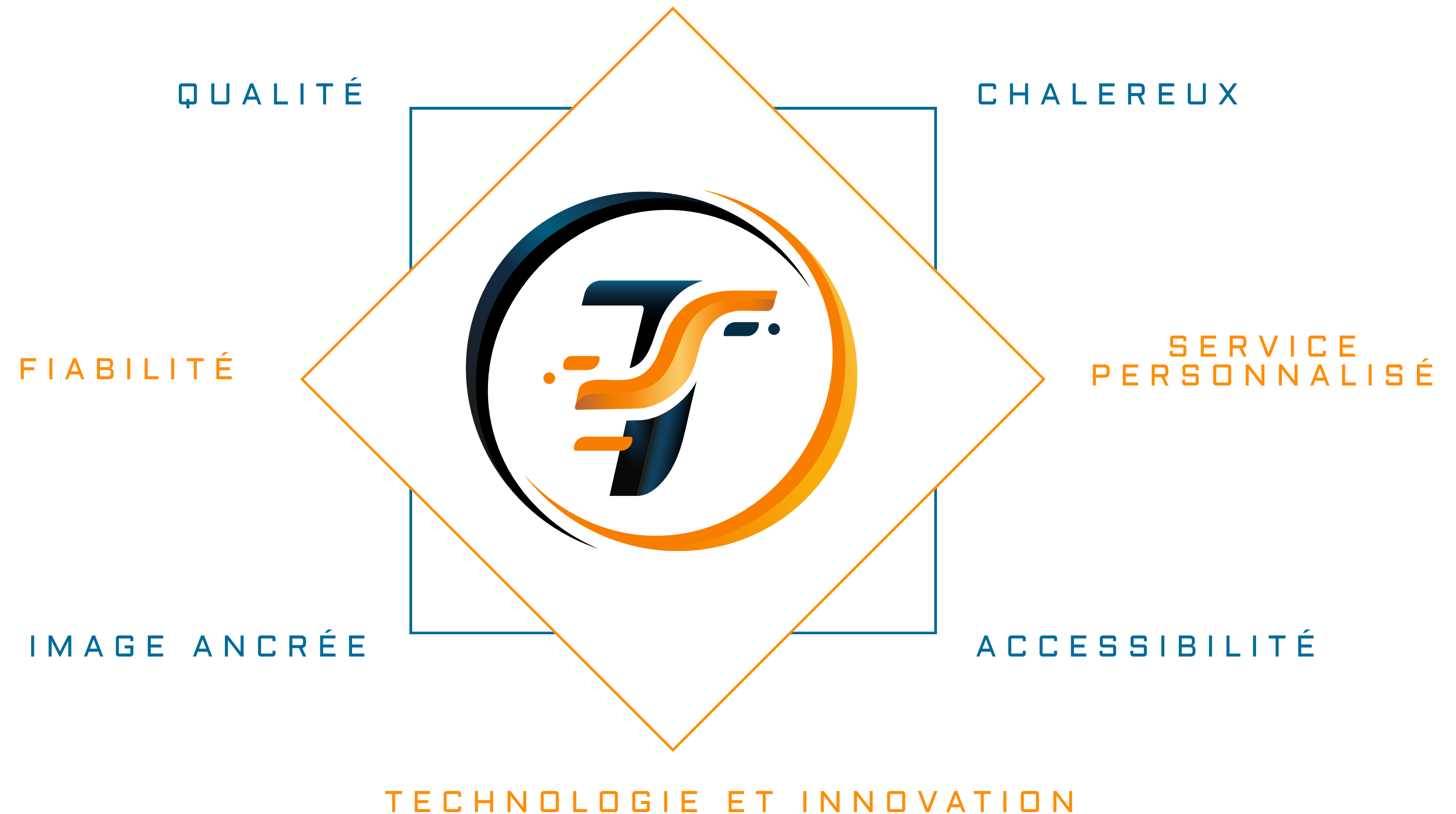


POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE

En prenant en compte les éléments vus précédemment (valeurs, vision, mission...), nous pouvons en déduire que “Tech Spirit” devrait se concentrer sur la combinaison de l’aspect expertise personnalisée, de la pluralité des services et de la proximité avec les clients afin d’attirer une clientèle professionnels qui recherchent des solutions technologiques adaptées à leurs besoins.

STRATÉGIE D’IMAGE DE MARQUE

EXPERTISE RECONNUE



ETUDE DE LA CONCURRENCE

Afin de positionner efficacement Tech Spirit sur son marché, une analyse succincte de trois concurrents clés a été réalisée pour identifier leurs forces, leurs faiblesses et les opportunités à saisir. Informations relevées le 12.09.2024

EURO INFO - INFORMATIQUE VALENCIENNES



- En service depuis 1996.
- Service informatique (maintenance, installation, développement logiciel...).
- Sécurité.
- Solutions télécom
- Achat de matériel informatique.

LEUR IMAGE DE MARQUE

Euro Info possède une image de marque qui se veut dynamique.. Le logo aux arrondis donne un aspect ludique évoquant une approche moderne et accessible. Cependant, le logo seul ne permet pas forcément la compréhension du service proposé, voir éventuellement donner une image trop “enfantine”.

Ils possèdent un site clair et performant. Beaucoup de blocs de textes qui peuvent décourager l'utilisateur.

Présence relativement performante du site web référencé en 2ème lien à la recherche “informatique Valenciennes”, après LDLC. Profil LinkedIn, en cohérence avec leur clientèle cible professionnelle.

Par rapport à EuroInfo, Tech Spirit est une structure plus petite, ce qui est une carte à jouer envers les professionnels qui pourraient avoir peur d'une grande structure et de ne pas bénéficier d'un service 100% adapté à leurs besoins ni d'une grande disponibilité.

Tech Spirit est né suite à de nombreuses années d'expérience, ce qui garanti une expertise et une fiabilité des services proposés, tout en restant innovant.

Le renouvellement justement, c'est ce sur quoi l'entreprise tend en investissant dans le nouvel aménagement des locaux, une image de marque et des supports de communication cohérents et attractifs.

Note d'amélioration : Revoir le site Internet Tech Spirit en optimisant le parcours utilisateur (UX), la lisibilité de certains éléments de texte, et la cohérence graphique et typographique des éléments entre eux.

Tech Spirit possède actuellement une page Facebook et LinkedIn, ce qui est très bien étant donné sa clientèle cible, cependant, quelques éléments à mettre à jour et changer comme la photo de couverture, publier de manière plus régulière.

ETUDE DE LA CONCURRENCE

Afin de positionner efficacement Tech Spirit sur son marché, une analyse succincte de trois concurrents clés a été réalisée pour identifier leurs forces, leurs faiblesses et les opportunités à saisir. Informations relevées le 12.09.2024

ILEN INFORMATIQUE - VALENCIENNES



- En service depuis 1997.
- Vente de composants informatiques, ordinateurs.
- Service de maintenance et de récupération des données.
- Clientèle particuliers et entreprises.

LEUR IMAGE DE MARQUE

Presque aucune image de marque. Enseigne de la boutique “vieillotte”, bien qu’un nouveau logo ait visiblement été créé. Site web à l’interface simpliste, liens non fonctionnels, très peu d’informations mises à disposition de l’utilisateur.

Locaux situés en plein cœur de Valenciennes, ce qui facilite le passage de clients, mais boutique à rafraichir, image de marque désuète.

Aucun réseau social actif.

Par rapport à Ilen Informatique, Tech Spirit propose un service bien plus complet.

Bien qu’Ilen Informatique soit dans le secteur très actuel qu’est le numérique, il semble que cette entreprise ait des difficultés à se renouveler et dégager une image actuelle et dynamique.

Sans communication sur les réseaux sociaux, et un site web peu pratique, Ilen Informatique peut rester invisible aux yeux des jeunes porteurs de projets et gérants d’entreprise. Ce qui laisse une possibilité pour Tech Spirit d’aller chercher cette clientèle.

Tech Spirit bénéficie d’une image de marque colorée, cohérente et moderne qui donne une image fiable et solide.

ETUDE DE LA CONCURRENCE

Afin de positionner efficacement Tech Spirit sur son marché, une analyse succincte de trois concurrents clés a été réalisée pour identifier leurs forces, leurs faiblesses et les opportunités à saisir. Informations relevées le 12.09.2024

ILEN INFORMATIQUE - VALENCIENNES	
 • En service depuis 2001. • Entreprise implantée dans toute la région, dont Valenciennes. • Maintenance et infogérance • Sécurité et protection informatique • Matériels et logiciels... LEUR IMAGE DE MARQUE Image de marque cohérente, dynamique avec une mascotte attachante. Site web clair, attractif, et performant. La page Google My Business étant localisée sur Avelin, n'apparaît pas dans les résultats Google My Business suite à la recherche "informatique Valenciennes". L'information de leur présence sur Valenciennes et alentours peu visible. LinkedIn actif et optimisé, mais Facebook + Twitter non fonctionnels.	Par rapport à Enova, situé à Avelin (Métropole Lilloise), Tech Spirit joue un rapport de proximité avec la clientèle Valenciennoise. Bien qu'Enova dispose d'une aile sur Valenciennes, celle-ci en particulier ne dispose pas d'une grande exposition sur Internet. La mention de celle-ci n'étant pas évidente, la clientèle professionnelle Valenciennoise peut se tourner plus facilement vers une offre plus locale, comme Tech Spirit. Attention cependant à la gestion des réseaux sociaux qui peut être décisive dans la recherche d'entreprise.



STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

AUDIENCE CIBLE

Etablir minutieusement sa cible marketing permet de trouver des clients, les attirer, les fidéliser et avoir un contact particulier avec eux puisqu'ils adhéreront à nos valeurs et à notre manière de faire.

Plus on connaît sa clientèle, plus on est apte à produire des messages percutants pour elle.

BESOINS ET INTÉRÊTS

La clientèle cible de Tech Spirit est essentiellement composée de professionnels, tels que les petites et moyennes entreprises (PME), les entrepreneurs, et les indépendants situés dans la métropole de Valenciennes et, plus largement, dans le département du Nord.

Ils cherchent un partenaire de confiance pour leurs besoins informatiques. Cette clientèle, qui représente 90% de la base de clients de l'entreprise, englobe de nombreux secteurs d'activité différents.

Ces professionnels recherchent des solutions technologiques adaptées à leurs besoins spécifiques en informatique, téléphonie d'entreprise et sécurité, tout en appréciant un service flexible, un accompagnement de proximité et surtout de confiance.

PERSONAS

STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

Maintenant que nous avons une vision globale de l'audience que nous souhaitons atteindre, précisons les profils de clients potentiels en dressant des "Personas" qui sont des portraits fictifs qui nous permettent de mieux cerner particulièrement les clients potentiels.

Ces profils partagent des caractéristiques et intérêts spécifiques, voici 3 personas possibles pour "Tech Spirit" :



MARC DUPONT

50 ans

Gérant d'une entreprise de menuiseries
Métropole Valencienne

Marc dirige une entreprise de menuiseries extérieures. Son entreprise utilise des ordinateurs de bureau pour la gestion des commandes, la conception des projets et la communication avec les clients.

BESOINS & OBJECTIFS

- **Maintenance Informatique** : Marc cherche un partenaire fiable pour assurer la maintenance régulière de ses ordinateurs de bureau, garantir leur bon fonctionnement et prévenir les pannes.
- **Soutien Technique** : Il a besoin d'une assistance rapide en cas de problème technique afin de minimiser les interruptions.
- **Sécurité des Données** : Protéger les informations sensibles des clients et les données de conception.
- **Gestion du Temps** : Marc, étant souvent occupé avec la gestion quotidienne de l'entreprise, a besoin de solutions pratiques qui ne nécessitent pas beaucoup de temps de sa part.

VALEURS & ATTENTES

- **Expertise et Fiabilité** : Il privilégie les prestataires qui montrent une expertise en informatique et une capacité à résoudre les problèmes rapidement.
- **Service Client** : Marc apprécie un service client accessible et réactif, capable de fournir une assistance personnalisée.

LOISIRS

Marc aime passer du temps à travailler sur des projets de bricolage dans son atelier et apprécie les sorties en famille.



- **Facebook** pour son usage personnel, suivre des pages de bricolage, et promouvoir son entreprise.
- **LinkedIn** pour des connexions professionnelles, réseauter avec d'autres entreprises.
- **Instagram** pour usage personnel.

PERSONAS

STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

Maintenant que nous avons une vision globale de l'audience que nous souhaitons atteindre, précisons les profils de clients potentiels en dressant des "Personas" qui sont des portraits fictifs qui nous permettent de mieux cerner particulièrement les clients potentiels.

Ces profils partagent des caractéristiques et intérêts spécifiques, voici 3 personas possibles pour "Tech Spirit" :



SOPHIE MARTIN

38 ans

Responsable des achats, entreprise BTP

Amandinois

Sophie gère les achats et les approvisionnements pour une entreprise de BTP spécialisée dans la construction de bâtiments commerciaux et résidentiels. Elle est responsable de la sélection des fournisseurs, de la négociation des contrats et de la gestion des stocks de matériel et d'équipement.

BESOINS & OBJECTIFS

- **Gestion efficace des fournisseurs** : Besoin d'un système fiable pour gérer les relations avec les fournisseurs et suivre les commandes.
- **Automatisation** : Elle recherche des solutions qui simplifient et automatisent le processus d'achat pour gagner du temps et réduire les erreurs.
- **Support technique rapide** : Elle veut un service de support qui résout rapidement les problèmes techniques pour éviter les interruptions dans les opérations d'achat. Les délais serrés dans le secteur du BTP rendent tout problème technique particulièrement urgent.

VALEURS & ATTENTES

- **Expertise et fiabilité** : Sophie cherche des partenaires qui comprennent bien ses besoins et offrent des solutions fiables.
- **Réactivité** : Un support technique rapide et efficace est essentiel pour elle.
- **Innovation** : Elle est intéressée par les solutions qui apportent une réelle valeur ajoutée à la gestion des achats.

LOISIRS

Sophie aime faire du sport et de la lecture.



- **LinkedIn** pour des connexions professionnelles, réseauter avec d'autres entreprises, poster des photos et posts d'actualité et participer à des événements réseautage.
- **Instagram** pour usage personnel.
- **Facebook** pour usage personnel.
- **Tiktok** pour usage personnel.

PERSONAS

STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

Maintenant que nous avons une vision globale de l'audience que nous souhaitons atteindre, précisons les profils de clients potentiels en dressant des "Personas" qui sont des portraits fictifs qui nous permettent de mieux cerner particulièrement les clients potentiels.

Ces profils partagent des caractéristiques et intérêts spécifiques, voici 3 personas possibles pour "Tech Spirit" :



THOMAS DUBOIS

25 ans

Développeur web

Métropole Valencienne

Thomas est un passionné de jeux vidéo et utilise son ordinateur non seulement pour le développement web mais aussi pour le gaming. Il veut optimiser les performances de son PC pour améliorer son expérience de jeu et garantir que son équipement est à la hauteur des exigences des jeux les plus récents.

BESOINS & OBJECTIFS

- **Optimisation des performances** : Thomas souhaite que son ordinateur soit configuré pour offrir les meilleures performances possibles en gaming, avec des temps de réponse rapides et des graphismes fluides.
- **Maintenance et améliorations** : Il recherche des services de maintenance pour s'assurer que son PC fonctionne de manière optimale, avec des améliorations possibles comme des mises à niveau matérielles.
- **Support technique** : Il a besoin de conseils et de support technique pour résoudre les problèmes liés au matériel et aux logiciels.

VALEURS & ATTENTES

- **Expertise technique** : Thomas recherche des experts qui comprennent bien les besoins spécifiques des joueurs et peuvent offrir des conseils précis pour l'optimisation.
- **Rapidité et efficacité** : Il souhaite que les améliorations et la maintenance soient réalisées rapidement pour minimiser les interruptions dans ses sessions de jeu.

LOISIRS

Thomas est un gamer passionné, participe à des compétitions en ligne, et aime également tester les dernières nouveautés en matière de hardware et de logiciels de jeu.



- **Twitch et Discord** : Pour suivre des streamers, participer à des discussions en direct et découvrir de nouveaux jeux.
- **YouTube** : regarder des vidéos de gameplay, des tutoriels sur l'optimisation du PC et des critiques de matériel de jeu.
- **Instagram** : usage personnel.

LE TON DE VOIX

Le choix du ton de voix influence directement la manière dont votre message est perçu et donc l'expérience globale du client. Un ton approprié permet une communication claire et efficace, favorisant la compréhension mutuelle entre la marque et ses clients.

Le ton de voix contribue à façonner l'identité de votre marque. Il crée une personnalité distinctive qui peut influencer la manière dont les clients perçoivent votre entreprise, la rendant plus mémorable et reconnaissable.

En mettant au clair ce point, cela permet de garder le même ton sur tous nos supports de communication, et donc de garder une cohérence.

EN QUOI EST-CE IMPORTANT ?

Suivant la clientèle que nous visons, elle a des sensibilités ou des expressions distinctes, en adaptant le ton de voix en fonction du public cible, nous augmentons les chances que notre message résonne de manière positive et soit bien reçu.

Un ton de voix cohérent et authentique contribue à établir la confiance.

Les clients sont plus susceptibles de se connecter avec une marque qui correspond à leurs attentes et à leur style de communication.

Dans un environnement concurrentiel, le ton de voix peut être un facteur différenciant. Si votre marque parle d'une manière unique et mémorable, elle se démarquera davantage de la concurrence.

STRATÉGIE D'IMAGE DE MARQUE

FORMEL

FRIENDLY

TRADITIONNEL

ORIGINAL

RÉALISTE

IDÉALISTE

EXCLUSIF

ACCESSIBLE

RÉFLÉCHI

SPONTANÉ



COMMENT UTILISER CES INFORMATIONS DANS TON IMAGE DE MARQUE ?

GARDER UNE IMAGE COHÉRENTE.

En ayant en tête les mots-clefs, le ton de voix et la vision de la marque, nous avons toutes les clefs pour établir des messages percutants dans notre communication.

Assures-toi que les réseaux sociaux, ton site web, tes publicités restent cohérentes avec l'image de marque établie.

PARLER AU PUBLIC CIBLE

Avec les profils établis, nous avons une idée des personnes à cibler et du ton à employer, ce qui est idéal pour orienter tes messages.

Assures toi que tous les messages que tu délivres sont pertinents et intéressants pour ton public cible, et l'aide à sa problématique.

POSITIONNEMENT CLAIR

Assures-toi que le positionnement de la marque soit clairement compris par tout le monde dans l'entreprise, que chaque employé soit en mesure de le résumer en quelques phrases.

Ainsi, tout le monde sera vecteur de l'ADN "Tech Spirit".

INTÉGRER CES INFORMATIONS

Ce document est un point d'appui pour t'aider toi et tes employés dans l'imprégnation de ce nouvel univers de marque.

Cela garantira que chaque personne est bien informée sur la marque et peut y contribuer de manière cohérente à son image.

MOTS CLEFS & VALEURS DANS MA DIRECTION ARTISTIQUE.

La direction artistique, c'est l'ensemble des informations vues précédemment (le fond) et l'ensemble des éléments composants l'univers graphique de ta marque qui viendront soutenir ton identité (la forme).

INFORMATIQUE

FIABILITÉ

CONVIVIALITÉ

ACCESSIBILITÉ

EXPERTISE

DYNAMISME

RAPIDITÉ

TECHNOLOGIQUE

COLORÉ

IDENTITÉ VISUELLE

LE CONCEPT & LE BRAND BOARD.



Brand board

La direction artistique conçue pour "Tech Spirit" repose sur une identité visuelle moderne et technologique, alliant dynamisme et professionnalisme.

Les nuances de bleu (bleu nuit, bleu light) évoquent la confiance, la fiabilité, et l'expertise technologique.

Les teintes d'orange (orange vitaminé, jaune abîme) apportent une énergie et une chaleur contrastant avec le bleu, symbolisant l'innovation et l'accessibilité.

L'utilisation des dégradés enrichit l'aspect contemporain et high-tech de l'ensemble.

Cette direction artistique positionne Tech Spirit comme une marque innovante et fiable dans le domaine des services informatiques, adaptée aux attentes d'une clientèle professionnelle.

Pour se faire, nous avons mené des recherches inspirantes de textures et d'éléments divers qui peuvent se rapporter à cette idée, ces recherches nous ont permit d'imaginer une ambiance que retranscrit le Moodboard.



Moodboard, ou planche d'ambiance.

IDENTITÉ VISUELLE

Pour former l'identité technologique et moderne de "Tech Spirit", nous nous sommes basé de plusieurs inspirations :

- **Style abstrait et moderne :**
 - Les arrière-plans flous et les motifs dynamiques donnent une impression de mouvement et de modernité, renforçant l'idée d'innovation. L'association d'éléments concrets (ordinateur, serveur) et abstraits (motifs, dégradés) traduit un équilibre entre technique et créativité.
 - Illustrations symboliques : Les icônes de cadenas et de protection d'ordinateur mettent en avant la sécurité informatique, un pilier essentiel des services Tech Spirit. L'image d'un centre de données illustre l'infrastructure technologique et le professionnalisme.
- **Ambiance technologique et dynamique :**
 - L'ensemble du moodboard communique une vision futuriste et professionnelle, adaptée à une clientèle professionnelle exigeante.
 - Le design donne une impression de maîtrise technologique et de solutions adaptées aux besoins informatiques modernes.
 - Les couleurs principales (bleu et orange) dominant et illustrent l'équilibre entre la fiabilité (bleu) et la dynamique (orange). Le noir renforce la sobriété et le professionnalisme, tandis que les nuances de bleu rappellent le domaine technologique et la sérénité.

IMAGE DE MARQUE



Moodboard, ou planche d'ambiance.

IDENTITÉ VISUELLE

IMAGE DE MARQUE

Les logos de Tech Spirit se déclinent en plusieurs versions adaptées aux besoins de l'identité visuelle de la marque, garantissant une **flexibilité** tout en conservant une **cohérence globale**.

Ces logos sont conçus pour s'adapter à une grande variété de supports : numérique (sites web, applications), print (cartes de visite, brochures) et signalétique.

Le logo combine un symbole circulaire et une typographie moderne.

Il met en avant une lettre "T" stylisée, intégrée dans un cercle dynamique qui évoque à la fois le **mouvement**, la **connectivité** et l'univers **technologique**. L'association des lignes courbes et angulaires donne une impression de fluidité et de précision.

Le dégradé de bleu et d'orange donne de la profondeur et un aspect dynamique, tout en communiquant la **fiabilité** (bleu) et **l'énergie** (orange).

La police de caractères est moderne, géométrique et légèrement futuriste. Le choix d'une typographie arrondie et épurée reflète une approche professionnelle et technologique. Le contraste entre les majuscules dans "TECH SPIRIT" et le style arrondi de la typographie apporte un **équilibre entre rigueur et accessibilité**.

Le symbole circulaire peut être utilisé indépendamment comme emblème, parfait pour les icônes, avatars ou favicon. L'utilisation du cercle et des couleurs dynamiques confère au logo une forte identité visuelle et une mémorabilité immédiate.



Logo principal
Dégradé clair



Logo principal
Dégradé foncé

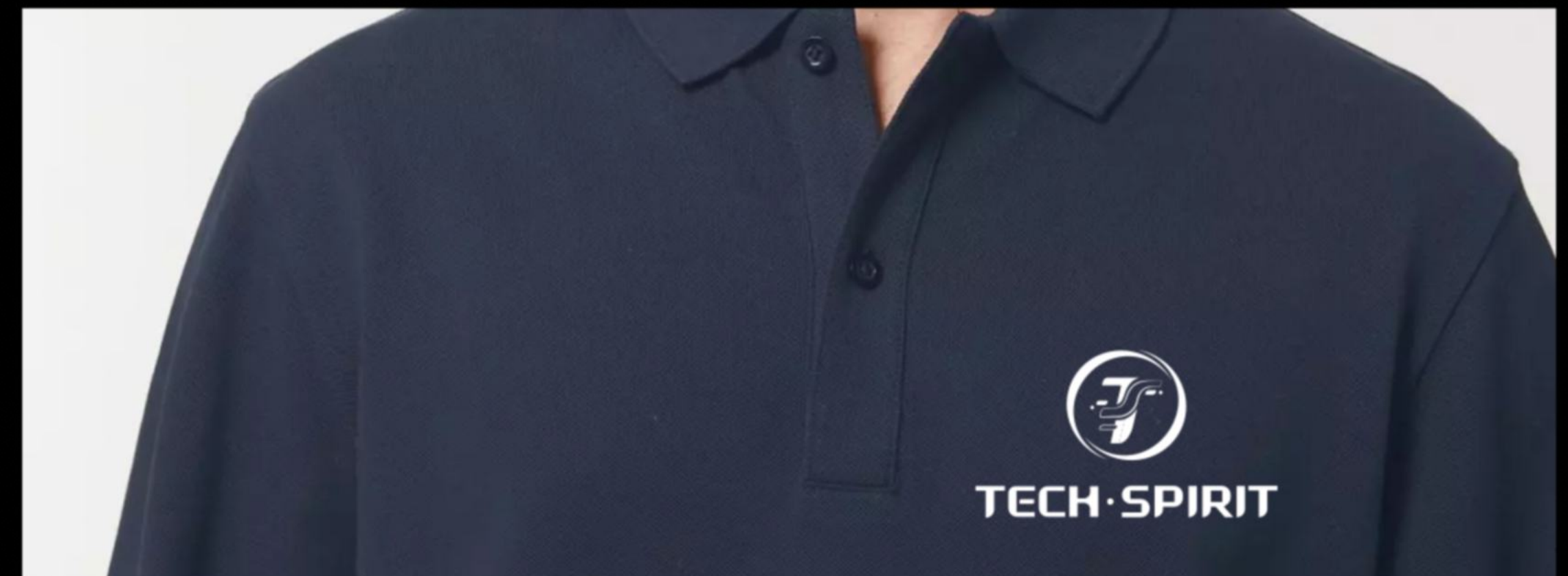


Emblème seul



Initial seul

- Chaque logo et déclinaison est disponible en version bicolore et noir&blanc.





TECH·SPIRIT