



Communication

Image de l'entreprise

COMPRENDRE L'IMAGE DE L'ENTREPRISE

L'image de l'entreprise parfois nommée image de marque ou «branding», correspond à la perception que les consommateurs ont de votre entreprise. Il s'agit d'une image perçue qui peut être différente de l'image que vous avez de votre entreprise.

Cette représentation se fait par le biais d'un jugement de valeur propre à chacun, mêlant des critères objectifs (prix, qualité du produit et du service) et des critères subjectifs (réputation, publicité, partage d'expériences). L'image d'une entreprise peut évoluer au fil du temps, c'est donc à vous de faire en sorte que les consommateurs perçoivent votre entreprise de manière positive.

CONSTRUIRE SON IMAGE

L'image de votre entreprise obéit à un cycle de vie qui détermine les actions à poser pour développer positivement son image. Les principales phases sont :

- La construction de l'image (positionnement et création de l'image)
- L'entretien de l'image (évaluation et amélioration)
- La refonte de l'image (repositionnement et redéfinition)

AMÉLIORER SA MARQUE

Voici quelques conseils pour générer une image valorisée et durable dans le temps afin de se différencier positivement des concurrents.

1) Mettez sur la satisfaction de vos clients

Votre entreprise doit offrir des produits appréciés par les clients et adaptés à une clientèle déterminée ainsi qu'un service qui les satisfait. Pour améliorer votre image, vous devez consulter vos clients afin de connaître ce qui les satisfait et, à l'inverse, ce qui les satisfait moins.

VALORISER SON IMAGE D'ENTREPRISE

Puisque l'image de marque correspond à l'identité de l'entreprise perçue par les consommateurs. Toute atteinte à l'image de l'entreprise peut occasionner des conséquences à sa réputation, sa crédibilité et à la confiance que lui accordent ses clients. Il est donc essentiel que votre entreprise maîtrise sa communication externe.

Communication externe

Les objectifs de la communication externe pour votre entreprise sont essentiellement de se faire connaître, de se constituer une image forte et se différencier de la concurrence.

Moyens de communication

Pour une communication efficace, votre entreprise doit utiliser des moyens de communication externe diversifiés :

- Relations médias (journal, magazine, radio, télévision, Internet);
- Marketing direct (message personnalisé vers une clientèle cible);
- Publicité (communication de masse);
- Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, etc.).

2) Étudiez votre clientèle cible

Vous devez mieux connaître vos clients, être à l'écoute de leurs besoins, de leurs avis et de leurs idées. Plus vous en saurez sur votre clientèle et sur les personnes susceptibles d'apprécier vos produits et services, plus vous serez en mesure de leur plaire. Pour ce faire vous pouvez utiliser un questionnaire. L'analyse des réponses permet aussi d'identifier vos points forts et ensuite de les valoriser dans vos communications.

3) Soignez vos communications

Votre manière de communiquer tant à l'oral qu'à l'écrit a un impact sur l'image de votre entreprise. Il faut faire attention à tous les détails, vos communications orales doivent être professionnelles, efficaces et courtoises. Vos communications écrites doivent être claires et exemptes d'erreurs.

4) Soyez visible

Votre entreprise doit se rendre visible et faire parler d'elle pour avoir une bonne image. Votre visibilité peut s'accroître notamment, en médiatisant votre participation à des événements, en publicisant vos produits et services ainsi qu'en informant vos clients actuels et futurs des possibilités que vous leur offrez (site Internet, réseaux sociaux, publicité).

5) Ayez de la prestance

Vous devez soigner votre présentation visuelle et utiliser des supports personnalisés qui reflètent l'image de votre entreprise (logo, site Internet, dépliant, publicité). Une bonne présentation donne l'image d'une entreprise importante, imposante et puissante.

6) Soyez cohérent

Vous devez assurer une répétition et une cohérence dans l'utilisation de l'image de votre entreprise. La cohérence dans vos communications rendra votre image plus forte, vous démarquera de vos concurrents et il sera plus facile de vous faire reconnaître par les consommateurs.

7) Soyez original

Vous devez faire preuve de créativité pour améliorer l'image de votre entreprise et vous démarquer de vos concurrents. Vous pouvez par exemple, créer une publicité innovante ou ajouter une touche de votre marque dans vos locaux. L'originalité permet d'attirer l'attention du consommateur et de contribuer à garder plus longtemps en mémoire l'image de votre entreprise.

IDENTIFIER LES ÉLÉMENTS PORTEURS

Certains éléments clés porteurs de votre image doivent être pris en considération dans le processus de construction et d'entretien de l'image de votre entreprise.

Il s'agit d'éléments comportementaux qui relèvent du personnel ou de l'attitude de l'identité morale qu'est votre entreprise dans son environnement.

Voici quelques exemples:

- La qualité du personnel et sa tenue
- L'accueil réservé aux clients et autres visiteurs
- L'attitude des employés entre eux
- La responsabilité sociale
- Les engagements (commandite, mécénat, parrainage)

En intervenant de façon cohérente sur ces éléments, votre entreprise pourra se construire et véhiculer une image positive et concurrentielle.

NOUS JOINDRE

MRC de Matawinie

3184, 1^{re} Avenue
Rawdon (Québec) J0K 1S0
450 834-5441 | matawinie.org

MRC de Montcalm

1540, rue Albert
Sainte-Julienne (Québec) J0K 2T0
450 831-2182 | mrcmontcalm.com