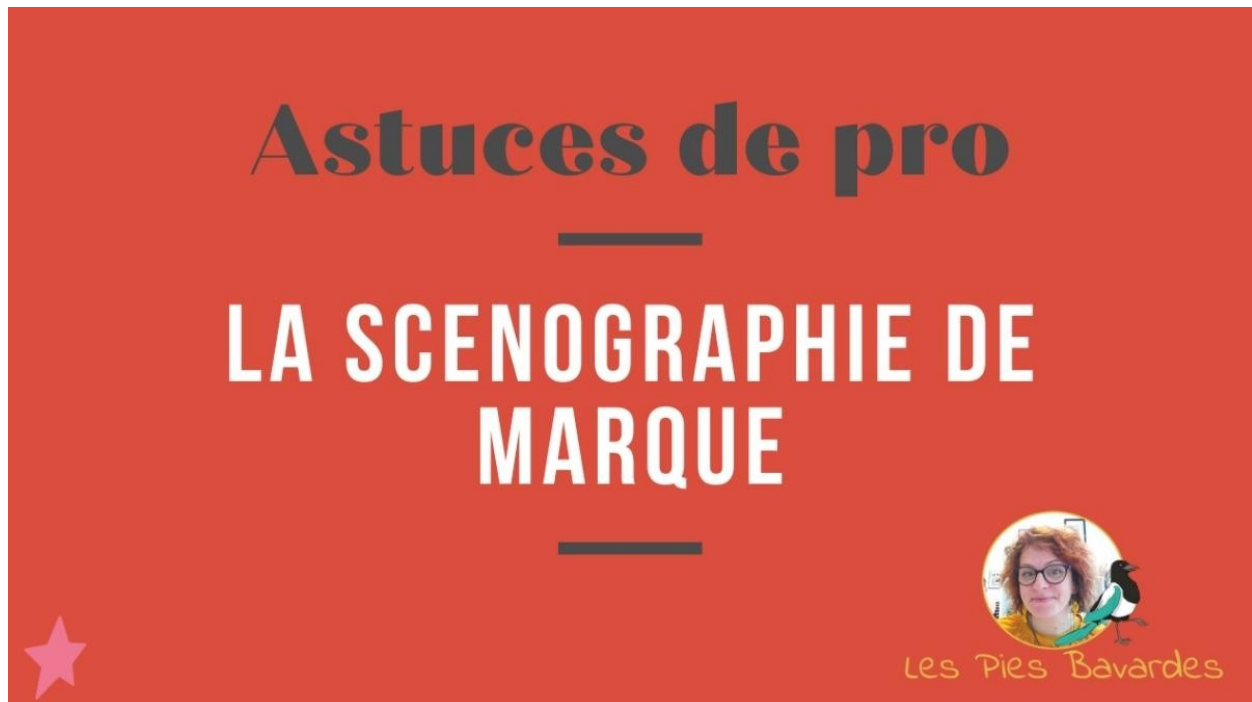


ASTUCES DE PRO (ÉPISODE #6) : L'IMAGE DE MARQUE ET LA SCÉNOGRAPHIE

Par : Les pies bavardes



Comment faire de la scénographie ?

Nous sommes ravis de retrouver Mélanie, l'auteur du blog Les Pies Bavardes, pour le sixième épisode vidéo de nos rencontres. Comme chaque mois, Mélanie vous donne ses conseils pour faire grandir votre entreprise et vous accompagne sur le chemin du succès.

Dans cette nouvelle vidéo, Mélanie revient sur l'image de marque ou plutôt sur la scénographie de la marque lors d'un marché des créateurs, d'un salon ou d'une exposition.

Pour rappel, l'image de marque d'une entreprise, c'est l'image perçue par le public et donc par votre clientèle.

Comment se créer une image de marque ?

Pour construire une image de marque forte, vous devez bien connaître votre marque et surtout votre pourquoi (épisode #5 : la signature émotionnelle). Ensuite, il faut développer son image de marque en trouvant des références cohérentes avec ses produits, sa clientèle cible, son univers, ses prix, son pourquoi...

Pour savoir comment définir une image de marque, retrouvez l'épisode #2 de ces astuces de pro.

Quelles sont les composantes de l'image de marque ?

- la charte graphique de l'entreprise : les couleurs, les motifs...,
- la typographie utilisée doit être cohérente,



- un nom de marque et un logo qui correspond à son univers,
- le bon positionnement de l'entreprise,
- les photos proposées en adéquation avec la clientèle ciblée. Par exemple, si vous ciblez une clientèle haut de gamme, les visuels doivent être de très belle qualité,
- une communication basée sur son univers.

Tous ces éléments doivent être présents et visibles sur votre site Internet, dans vos supports de communication (flyers, cartes de visites...), mais aussi sur votre stand lorsque vous participez à un marché de créateurs ou à un salon.

Comment faire de la scénographie ?

La scénographie, c'est tout un art !

La scénographie de votre marque fait partie de votre stratégie de communication, de vos arguments de vente. Il s'agit de mettre en scène vos produits, votre marque pour attirer la bonne clientèle cible. L'éclairage, le mobilier, la signalétique, la décoration, les couleurs... Tout a son importance !

La décoration de votre stand doit refléter votre univers. Il ne s'agit de poser vos produits sur un stand et d'attendre votre clientèle. Il s'agit de mettre en scène, de mettre en valeur votre travail pour attirer LA bonne clientèle. En entrant dans votre univers, vos clients potentiels sont plus susceptibles de faire un achat.

A vous de trouver les bons éléments de déco (même du matériel ou des objets déco pas chers ou ramassés dans la nature) pour créer une mise en scène appropriée à votre univers !

Et il y a un élément important de votre scénographie qui est parfois oublié et pourtant il ne faut pas le négliger : c'est le kakémono.

C'est quoi un kakémono ?

Le kakémono est une sorte de grande affiche sur un support vertical, originaire d'Asie. Il s'agissait alors d'une peinture ou une calligraphie sur soie ou sur papier encadrée de deux baguettes pour le maintenir bien droit. Il était utilisé par le pouvoir dynastique, les religieux ou les artistes et était accroché aux murs ou sur les mâts des éclairages publics.

Aujourd'hui, nous utilisons encore cet élément d'information et de communication, mais il a été adapté à notre époque.

Agréable à regarder, il doit être aussi pratique avec des informations sérieuses. À la différence du roll-up, le kakémono est suspendu.

Pourquoi faire un kakémono ? Ce n'est pas juste un élément de décoration, c'est aussi un support de communication idéal pour les salons, les marchés, les foires, les expositions... En seul coup d'oeil, le public ciblé doit comprendre votre identité visuelle, votre univers et votre message.

comment faire un bon kakémono ?

- Soignez le visuel. Choisissez un visuel adapté au format vertical et représentant votre univers et votre pourquoi.
- Les couleurs, la typo, les formes d'avoir être en adéquation avec votre image de marque.
- Le nom ou le logo de votre marque, une phrase accrocheuse (un slogan ou votre pourquoi) devront être idéalement placés à hauteur des yeux de vos potentiels clients. Éventuellement, vous pouvez préciser où vos créations sont fabriquées. La localisation peut entraîner une vente.
- Le texte doit être lisible sur un fond uni en harmonie avec le reste du visuel.
- Privilégiez les informations sérieuses comme votre numéro de SIRET qui pourra être ajouté en bas du kakémono. En revanche, il est préférable que vos coordonnées et vos réseaux sociaux soient présents sur vos cartes de visites professionnelles, les clients pourront mieux les retenir.

Tous ces conseils et ces astuces ne s'appliquent pas qu'aux stands sur les marchés de créateur, vous pouvez aussi les transposer dans l'espace qui vous est dédié si vous êtes présent dans une boutique dépôt-vente.

