

Identifier les aspérités RSE de la marque

Si vous n'avez pas encore établi de plateforme de marque, cet outil vous aidera à faire émerger les aspérités RSE de votre marque. Pour ce faire, travaillez en équipe et répondez aux questions ci-dessous. Cela vous permettra d'identifier les thèmes RSE les plus pertinents (cf. illustration ci-après [p 42](#)).



ETAT DES LIEUX ADN DE MARQUE

Raison d'être

*Pourquoi la marque a-t-elle été créée ?
Quelle est sa mission ?*

Promesse

Qu'offrez-vous à vos clients (produits et expériences) ?

Concurrence

*Qui sont vos principaux concurrents ?
Les marques "modèles" qui vous inspirent ?*



Personnalité

Caractère, ton, style...



Différenciation

Comment vous différenciez-vous de vos concurrents ? Quels produits iconiques ?

Les forces de la marque et axes d'amélioration

Valeurs

3 ou 4 valeurs clés, ce sur quoi la marque ne transige pas.

Clients

*Qui sont vos client(e)s cibles idéal(e)s ?
Qui sont vos client(e)s réel(le)s ?*

Vision

*Business : Comment la marque se projette à 5/10 ans ?
Aspirationnelle : qu'est-ce qu'apporte la marque aux clients ?*

