



QU'EST-CE QU'UN BON NOM DE MARQUE ?

WEBINAIRE UPE06 / BRANDSILVER

07 /01/2021



Création & Stratégie de Marques

Entreprises innovantes
techs, santé-pharma, industrie,
impact sociétal

**Construire un avantage concurrentiel
& Soutenir votre Business Model**



2020
transform awards
europe
WINNER

Une marque

C'est quoi pour vous ?

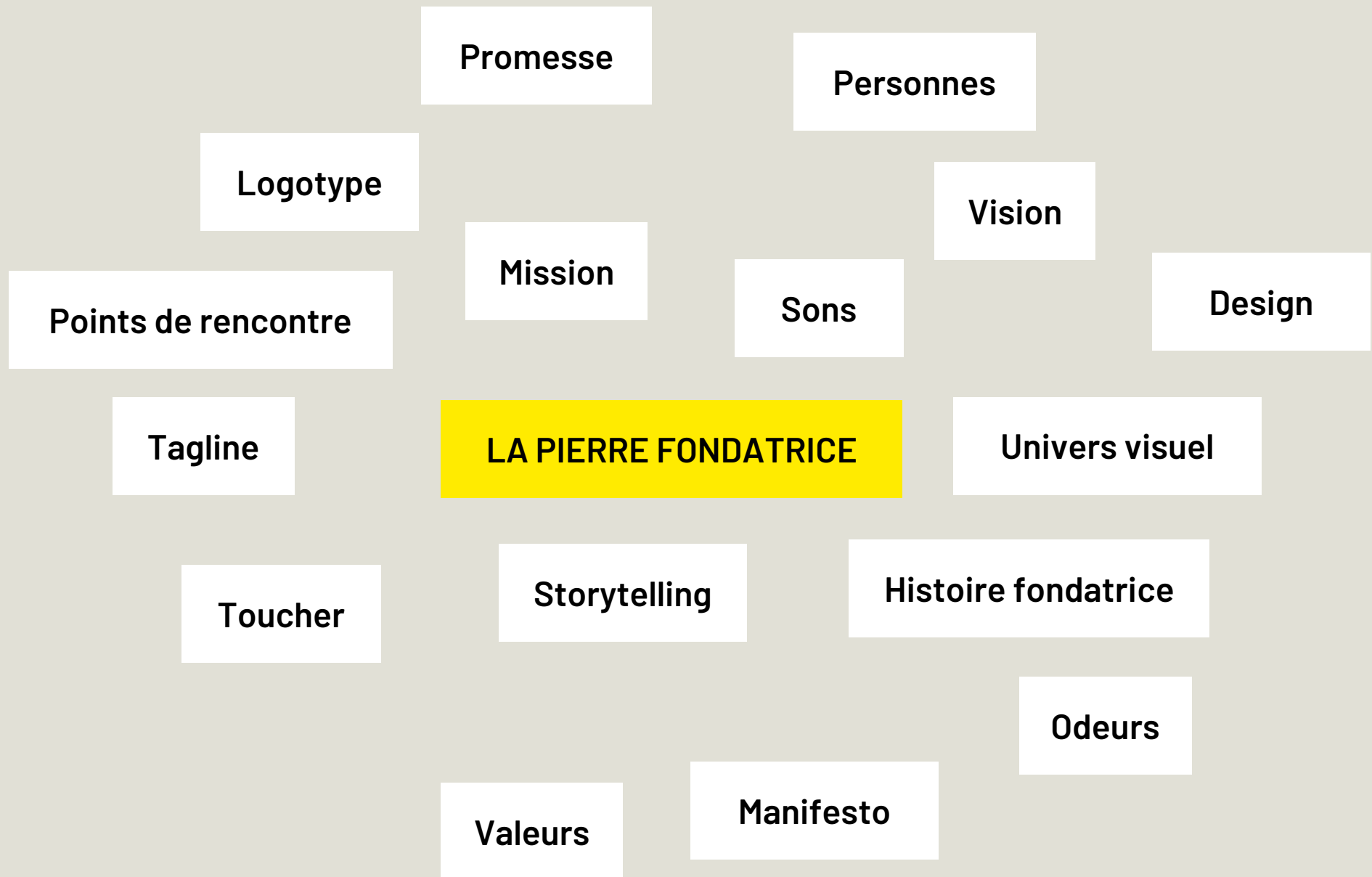
Qu'est-ce qu'une marque ?



***Le nom
de marque***

C'est quoi pour vous ?

Qu'est-ce qu'un nom de marque ?



***Marque
&
Nom
de marque***

La marque est la somme des expressions grâce auxquelles une entité est reconnue.

Le nom de marque est le pivot de ces expressions. Il joue un rôle central mais non exclusif.

Les différents types de noms de marque

NOM DE MARQUE

DESCRIPTIF

Ex : Booking

SUGGESTIF

Ex. : Amazon

FANTAISISTE

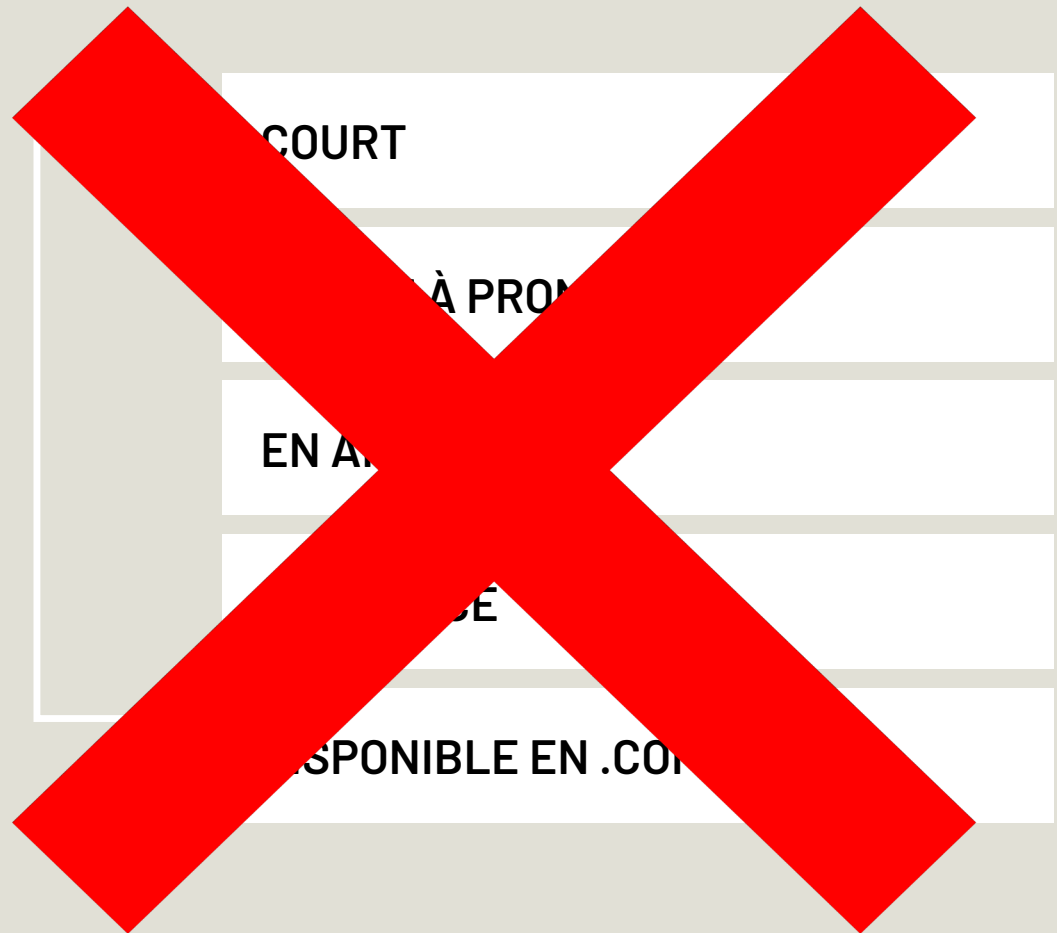
Ex. : Apple

ACRONYME

Ex. : IBM

Les critères déterminants d'un « bon » nom de marque

***Le nom
de marque***



Mythes...

Tout le monde peut le faire

La weed

Les Post-It

L'inspiration

Le doigt de Dieu

C'est divertissant

& Réalités

Le talent

La formation

La méthode

Le travail

L'expérience

C'est du business

Les 10 bonnes questions à vous poser

Quoi : qu'est-ce qui doit être nommé ?

Quoi : quel est le secteur d'activité ?

Qui : sont vos concurrents ?

Qui : sont vos clients ?

Qui : êtes-vous ?

Comment : va-t-il s'articuler avec vos autres marques ?

Où : quelle va être sa diffusion ?

Quand : quelle est sa durée de vie ?

Comment : va-t-il être communiqué ?

Comment : va-t-il être soumis à des contraintes légales ?

Les 10 principes fondamentaux à garder à l'esprit

Investissez - en temps

Ne cherchez pas le coup de foudre

Cherchez le consensus, pas le compromis

Ne cherchez pas à raconter TOUTE l'histoire

Ne bloquez pas sur le .com

Vos clients sont aptes à comprendre

Dépassez vos associations personnelles

La (le nom) vierge n'existe pas

Ayez de l'audace, accueillez l'inattendu

Déterminez-vous

Règle d'Or

Les gens aiment ce qu'ils connaissent déjà.

Si votre entourage aime un nom, c'est qu'ils l'ont déjà vu.

**NE DEMANDEZ JAMAIS L'AVIS
DE VOTRE ENTOURAGE**

Les critères déterminants

***Le nom
de marque***

OUVRE UN TERRITOIRE CRÉATIF

APPROPRIÉ VS INAPPROPRIÉ

DÉPOSABLE EN TANT QUE MARQUE

A L'ÉPREUVE DU TEMPS

Et si on organisait un focus groups ?...

Règle d'Or

Les gens aiment ce qu'ils connaissent déjà.

Si votre focus group aime un nom, c'est qu'ils l'ont probablement déjà vu.

Le moment de vérité

Du nom... au nom de marque

Le filtrage réglementaire

**Base(s)
des Marques**

**Noms
de Domaines**

**Registres
de Société**

ANSM

Le rôle du Conseil en Propriété Industrielle

A qui confier la recherche d'un nom de marque

En interne

Vous avez tout le temps devant vous

C'était ça ou canyoning,
mais la DG n'aime pas l'eau

Ça vous divertit

Vous n'avez pas d'argent

Vous allez y arriver, c'est sûr....

**Un prestataire dont c'est
occasionnellement l'activité**

Comme dirait Jean-Claude Dusse...

**Une agence spécialisée
dans la création de marque**

Vous avez un sérieux enjeu business

Vous considérez cela comme un
investissement

Vous voulez du résultat

Bien choisir son agence de création de marque

Demandez le portfolio de création de noms

Quel est leur processus créatif

Quel est leur processus de validation linguistique et réglementaire

Qui va travailler sur votre projet

Quels sont les livrables

Quel est le modèle financier et les modalités de cession de droits

Les points à aborder mais qui ne sont pas forcément pas des critères de choix :

Le planning / le temps

Le budget global

Bien collaborer avec son agence de création de marque

- I. **Impliquez vos décideurs dès le départ et dans tous les échanges**
- II. **Partagez vos informations en les ayant préalablement validées en interne**
- III. **Prenez le temps**
- IV. **Pensez « client »**
- V. **Gardez l'esprit ouvert**
- VI. **Restez positif**
- VII. **Soyez disponible**
- VIII. **Non... pas votre femme, votre mari, vos enfants, vos amis, votre beau-père....**
- IX. **Ne cédez pas à la facilité**
- X. **Faites confiance**

La maison de Mireio, marketplace de savoir-faire et produits régionaux

Nesty, distributeur d'énergie au Benelux

Akivi, plateforme éduc-tech dans le secteur anatomo-médical

Temyris, minaudière en matériaux écoresponsables

Langeline, couches lavables pour bébés

Sahmia, plateforme de gestion de la mobilité et d'hébergement des soignants en contexte de crise

Akanema, anciennement Pickyo, plateforme et méthode RH de développement des talents

ErgoMontis, anciennement Acta, conseil et coaching en développement commercial

Tamanoir pour Surgisafe, sonde chirurgicale connectée

DeepLink, anciennement Imalink Medical, plateforme d'imagerie médicale

Nexowl pour Bow Medical, anciennement Ambucare, plateforme de gestion de l'ambulatoire en hôpital

Viano, anciennement Vianoveo, plateforme innovation

Wenity pour Studeal, plateforme de gestion d'associations

Asgard, anciennement SMOB info, sécurité informatique

Ovadys, plateforme e-commerce

Gangz, anciennement Direct Booking, plateforme de gestion des intermittents du spectacle

Onklo Jobs, anciennement Aday, plateforme de recrutement à Boston

Filiater, anciennement Filiaterre, procédés d'eco-construction

Topla! pour Groupama, assurance agriculteurs

Ukhuti, plateforme de commerce circulaire

BrandSilver a reçu le prix « **Highly Commended** » aux Transform Awards Europe dans la catégorie Brand Strategy / Brand Naming pour Tamanoir.





Offre spéciale adhérents UPEo6

Quel est
votre potentiel
de marque ?

**L'audit de marque
ViV-A de BrandSilver
peut y répondre.**

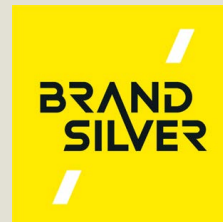
Comment procéder ?

Réservez simplement votre créneau horaire pour un entretien de contextualisation de 20 minutes.

Suite à cet entretien, nous réaliserons votre audit de marque.

Lors d'une seconde session téléphonique de 30 minutes, nous vous restituerons les résultats de l'audit et les recommandations de consolidations en toute confidentialité.

Pour prendre RDV : <https://www.timify.com/fr-fr/profile/brandsilver/?v=4>



**CRÉATION & STRATÉGIE
DE MARQUES**

Sophie Roux
Directrice associée
Directrice stratégie
+33 (0)6 41 98 21 46
sophie@brandsilver.fr

Claude Gottlieb
Directeur associé
Directeur de création
+33 (0)6 31 76 63 82
claudio@brandsilver.fr

Bureaux Vence : 32bis Place du Grand Jardin 06140 Vence - Bureaux Paris : 3/5 rue de Metz 75010 Paris
Siège social : 146 Ter Chemin du Tacon 06610 La Gaude
BrandSilver SAS au capital de 10 000 € - Siret 820 622 041 00011 - RCS Grasse

Agence primée aux
2020
transform awards
europe
WINNER



Creating Human Brands

