

La marque : plus qu'un nom, l'image de l'entreprise...

Multiplication des canaux de communication et de distribution, concurrence accrue, mondialisation, consommateurs de plus en plus avertis et exigeants...

Pour conquérir et fidéliser ses clients, l'entreprise ne peut plus aujourd'hui seulement compter sur ses produits ou services ; elle doit être reconnue en tant que marque. Le point avec Manaf Marouane, fondateur et dirigeant de [The Branding Agency](#).



The Branding Agency, le process « branding » made in USA au service des entreprises françaises

Branding

Méthode permettant aux marques de transmettre un univers aux consommateurs qui leur sera imaginaire et totalement positif. (Dictionnaire de la langue française)

Coca-Cola, Apple, Nike, Michelin, Nestlé, Mac Donald's, Levi's... Au-delà de leurs produits, ces quelques marques sont synonymes de souvenirs, d'expériences, de valeurs... Véritable clé de voûte et catalyseur, la marque constitue un levier essentiel pour permettre aux entreprises d'accroître et de pérenniser leurs activités.

Manaf Marouane, fondateur et dirigeant de The Branding Agency, confie,

« Si les clients achètent les produits Apple, c'est parce que la marque a réussi à être identifiée en tant que repère et a créé une solide relation avec eux. »

Si le branding a déjà conquis depuis plusieurs années les Etats-Unis, il séduit en France de plus en plus d'entreprises et de responsables marketing et communication. D'ailleurs, dans une étude TNS Sofres de 2011 (*Les nouveaux métiers du marketing et de la communication au service de la marque*), 74% d'entre eux déclaraient avoir la conviction que l'importance du management de marque allait se renforcer auprès des Directions Générales.

La marque, un défi pour toutes les entreprises

Parce que la marque est un signe distinctif qui permet au consommateur de différencier un produit/service parmi ceux proposés par les concurrents,

Parce que la marque est un capital qui donne de la valeur au produit et à l'entreprise,

Parce que la marque est un instrument de conquête, de ralliement et de fidélisation,

Toutes les entreprises, quels que soient leur secteur, leur(s) cible(s) et leur taille, doivent aujourd'hui plus que jamais, investir sur leur 1^{er} actif immatériel : leur marque.

Manaf Marouane souligne,

« Le branding ne concerne pas que les grandes entreprises. Au contraire, les petites et moyennes entreprises ont plus besoin de créer une identité et se différencier des autres. Investir dans son image de marque, c'est la seule manière de construire une entreprise durable, reconnue par ses clients. »



Le branding : une vision multidimensionnelle

Conjuguant stratégie, design, marketing et communication, le branding garantit aux entreprises une vraie identité pour leur marque.

Manaf Marouane déclare,

« Une entreprise ce n'est pas juste un logo, un site web, ou une présence sur les réseaux sociaux... C'est l'ensemble du processus qui doit être cohérent. Multidimensionnel et complexe, le branding permet de dépasser l'analyse comportementale et les attentes des consommateurs pour identifier les leviers d'adhésion et les sujets sur lesquels la marque est susceptible de faire autorité. »

Pour accompagner les entreprises françaises à se démarquer et faire valoir leurs savoir-faire et leurs produits, The Branding Agency développe un processus unique qui englobe l'image de marque, le design et la stratégie.

Création de marque, audit de marque, rebranding, renaming, corporate, communication, site web, réseaux sociaux... A travers ses compétences et packs, The Branding Agency assure la maîtrise totale de la cohérence de l'image de marque.

Manaf Marouane poursuit,

« Nous n'aidons pas les entreprises à réaliser une vente demain, mais à gagner des clients pour la vie ! »

A propos de Manaf Marouane

C'est à l'occasion d'une formation aux Etats-Unis, lorsque des entrepreneurs américains lui citent Dior pour identifier la France que Manaf Marouane saisit tout l'impact et toute la force que peut avoir une marque. Il réalise alors dans le même temps que malgré leurs exceptions à la française et toute la richesse de leurs savoir-faire, la plupart des entreprises françaises concentrent leurs efforts de communication et de marketing sur leurs produits plutôt que sur leur marque.

Déterminé à importer en France le branding en tant que discipline à part entière, Manaf Marouane se nourrit de très nombreuses lectures et suit plusieurs formations aux Etats-Unis. Après une carrière dans le conseil et la finance, Manaf Marouane quitte son emploi et la grisaille parisienne pour s'installer en province, exactement à Villebois-Lavalette dans le Sud-Ouest. Il crée alors The Branding Agency pour aider les entreprises à avoir une « vraie » identité.



C'est notamment le cas des Châteaux du bordelais, ainsi que des maisons de Cognac. Ces châteaux et domaines ont un besoin important de se démarquer de leurs voisins et d'attirer plus de clients.

Si certains grands crus privilégiés sont déjà dans cette démarche, la plupart des autres ne sont pas encore sensibilisés, et n'entreprennent rien pour développer leur marque. Ainsi, l'entrepreneur a déjà commencé à démarcher un certain nombre de ces châteaux pour leur expliquer le concept.

Pour en savoir plus

Site web : www.thebranding-agency.com

Contact presse

Manaf Marouane

Mail : manaf.marouane@thebranding-agency.com

Tél. 06 04 51 13 52