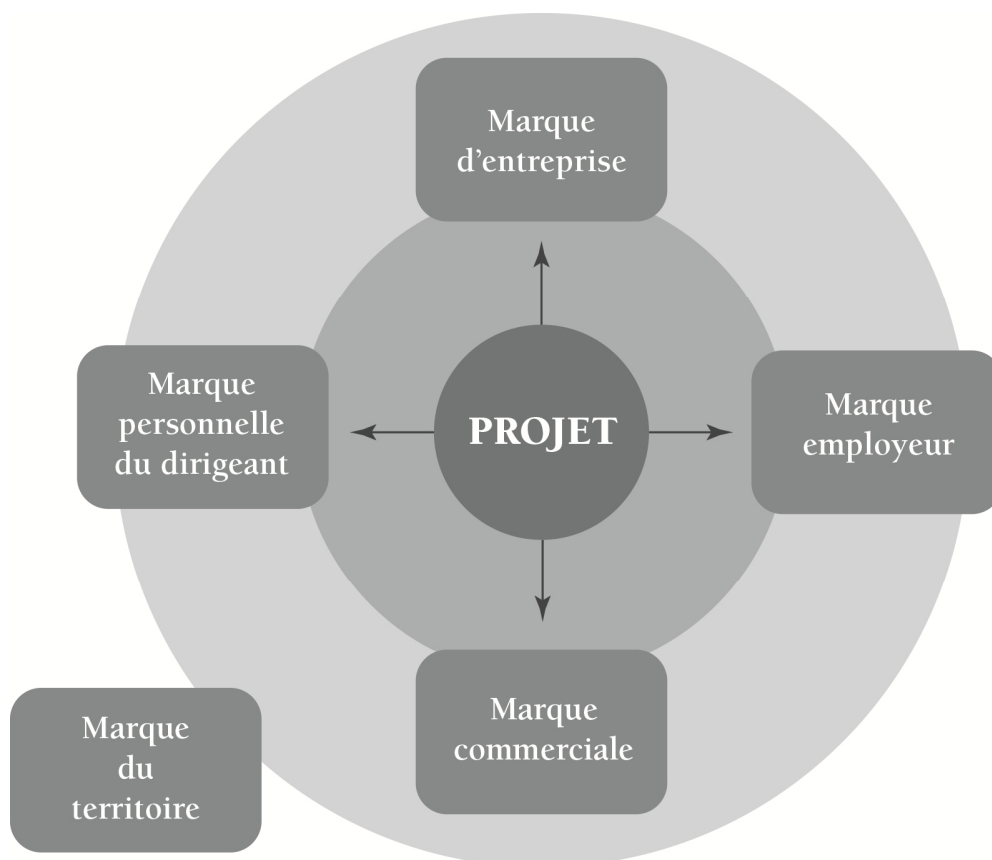


METTRE EN COHÉRENCE LES MARQUES DE L'ENTREPRISE

L'attractivité est la capacité d'une entreprise à donner envie à ses différents publics de se joindre à son projet. Elle est le résultat d'une dynamique globale, qui met en cohérence toutes les marques de l'entreprise.



- **La marque d'entreprise**

Elle exprime la raison d'être de l'entreprise : son ADN, sa vision, sa mission, ses orientations stratégiques...

- **Les marques commerciales**

Elles identifient les offres : produits, services et gammes.

- **La marque employeur**

Elle affiche les bénéfices de la collaboration, auprès des candidats (recrutement) et des salariés (fidélisation).

- **La marque personnelle du dirigeant**

Elle permet d'incarner la vision, l'engagement et le leadership.

Les 4 marques de l'entreprise sont à associer à une 5^e marque, à laquelle l'entreprise participe sans avoir sur elle de prise directe : **la marque du territoire**. L'attractivité du territoire, qui dépend de sa situation géographique, de ses infrastructures, de son cadre de vie, etc., entre particulièrement en ligne de compte dans la marque employeur. L'investissement de l'entreprise dans les activités de son territoire, ses engagements en matière de RSE, constituent des arguments auxquels sont de plus en plus sensibles candidats, prospects et clients.

▶ Quelles représentations vos différents publics ont-ils de vos marques ?

Renseignez chaque case du tableau avec les feedbacks de vos différents publics (ce qu'ils disent de votre entreprise) :

MARQUES PUBLICS	CLIENTS PROSPECTS	SALARIÉS CANDIDATS	PARTENAIRES	MEDIAS GRAND PUBLIC
MARQUE D'ENTREPRISE				
MARQUES COMMERCIALES				
MARQUE EMPLOYEUR				
MARQUE PERSONELLE DU DIRIGEANT				
MARQUE DU TERRITOIRE				