

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



Le « branding »

Thème 5 : le marketing de l'entreprise

2^e cycle
du secondaire

LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS



BONJOUR ET BIENVENUE

dans le Parcours de La grande journée!

Organisée depuis juin 2014, **La grande journée des petits entrepreneurs** est l'occasion pour les jeunes de 5 à 17 ans de fonder leur petite entreprise d'un jour, dans une ambiance festive.

Afin de permettre aux jeunes d'aller plus loin dans la préparation de leur projet entrepreneurial, nous avons créé le **Parcours de La grande journée**.

Il s'agit d'une série de thématiques qui vous sont offertes gratuitement sur notre site internet, grâce au soutien de Desjardins.

Il est possible d'obtenir chaque thématique individuellement, selon les besoins ou par blocs de thèmes stratégiquement regroupés. Les jeunes peuvent préparer leur entreprise à leur rythme et à leur image, développant ainsi leur créativité, leur débrouillardise et leur persévérance.

Les adultes qui accompagnent les jeunes (parents, professeurs, éducateurs, etc.) ont accès à des **fiches Astuce**, remplies de trucs et conseils!

Rendez-vous sur notre site pour ne rien manquer : petitsentrepreneurs.ca/apprendre



Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE

Soutenu par



En collaboration avec





PUBLICITÉ ET COMMUNICATION



IMAGE DE MARQUE

Une image de marque est composée de plusieurs aspects.

En voici quelques-uns :












- Nom : le mot ou les mots utilisés pour identifier la compagnie, le produit ou le service.
- Typographie : le ou les types de lettrage ou de police d'écriture utilisés dans les outils de communications (dépliants, affiches, cartes d'affaires, site internet, etc.)
- Logo : l'image qui permet d'identifier la marque visuellement.
- Slogan : qui donne l'authenticité et la reconnaissance de la marque.
- Couleurs : une ou des couleurs distinctives qui se retrouvent dans le logo et dans la plupart des éléments en lien avec la marque.

Chaque élément de ton image de marque doit subtilement évoquer ou expliquer le produit/service à ton client, mettre en valeur ses caractéristiques (valeur ajoutée), et donner envie à la clientèle visée de l'acheter!

Remplis le tableau suivant avec tes idées et tes choix :

ÉLÉMENTS DE TON IMAGE DE MARQUE	À VÉRIFIER	MES IDÉES (entoure ton choix final)
Nom d'entreprise Nom de produit/service	<ul style="list-style-type: none"> • Le nom n'est pas déjà employé par une autre entreprise, un autre produit/service. • Le nom se prononce facilement, il est simple et clair à l'oral comme à l'écrit. • Le nom a un sens lié à ton entreprise, produit ou service. 	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Typographie	<ul style="list-style-type: none"> • La/les typographies utilisées rendent la lecture facile et claire pour la clientèle. • Pas plus de 2 typographies sont utilisées. 	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
Logo	<ul style="list-style-type: none"> • Mon logo est distinctif et original. • Il ne ressemble pas à un autre logo d'une entreprise ou d'un produit/service dans le même domaine. • Il est simple et représente bien mon entreprise. 	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Slogan	<ul style="list-style-type: none"> • Mon slogan est distinctif et original. • Il ne ressemble pas à un autre slogan d'une entreprise ou d'un produit/service dans le même domaine. • Il représente bien mon entreprise, produit ou service. • Les mots choisis sont clairs et ont un sens pour la clientèle visée. • Des verbes d'action sont utilisés. • Chaque mot est choisi pour créer un impact. 	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Couleurs*	<ul style="list-style-type: none"> • Les couleurs utilisées représentent bien mon entreprise, produit ou service. • 1 à 3 couleurs sont utilisées. 	<input type="radio"/> <input type="radio"/>

*Le sens des couleurs :

	DOMAINE D'UTILISATION COURANTE	CARACTÉRISTIQUES MISES EN VALEUR
 BLEU	<ul style="list-style-type: none"> Technologies Voyage Produits alimentaires congelés 	<ul style="list-style-type: none"> Corporatif Rafraîchissant Évasion
 ROUGE	<ul style="list-style-type: none"> Produits de consommation rapide Agroalimentaire Produits de sécurité 	<ul style="list-style-type: none"> Virilité (sport, automobile, crème à raser) Sécurité / • Avertissement/interdiction Promotion/rabais
 JAUNE	<ul style="list-style-type: none"> Tourisme et voyages Agroalimentaire Assurance et crédit 	<ul style="list-style-type: none"> Positif Humain Ensoleillé
 VERT	<ul style="list-style-type: none"> Nature et plein air Nettoyage Médecines alternatives 	<ul style="list-style-type: none"> Environnemental/écologique Naturel Santé
 VIOLET	<ul style="list-style-type: none"> Spirituel et croissance personnelle Artistique (arts, culture et musique) 	<ul style="list-style-type: none"> Imaginaire/fantastique Sensation d'apaisement
 ORANGE	<ul style="list-style-type: none"> Sport et mise en forme Divertissement et communications Télécommunications 	<ul style="list-style-type: none"> Créativité Danger Dynamisme / • Vitalité
 ROSE	<ul style="list-style-type: none"> Confiseries et pâtisseries Enfance Produits cosmétiques et de beauté pour femmes 	<ul style="list-style-type: none"> Loisir Créativité Luxe / • Beauté / • Féminité
 TURQUOISE	<ul style="list-style-type: none"> Thérapeutique Produits hygiéniques 	<ul style="list-style-type: none"> Monde aquatique Pureté
 BRUN	<ul style="list-style-type: none"> Milieu culturel et domaine historique Culinaire (chocolat et café) Développement durable et écologie 	<ul style="list-style-type: none"> Masculin Naturel Fait main / • Luxe classique
 NOIR	<ul style="list-style-type: none"> Cinéma, arts et photographie Produits de luxe 	<ul style="list-style-type: none"> Haut de gamme Contraste Simplicité
 BLANC	<ul style="list-style-type: none"> Mariage Architecture Artistique / • Thérapeutique 	<ul style="list-style-type: none"> Propreté, netteté Pureté Contraste / • Repos / • Simplicité

RÉSUMÉ TON IMAGE DE MARQUE FINALE

Inclus tous les éléments que tu as choisis.

Dessine ton logo, rédige ton slogan dans la typographie choisie, présente la palette de couleurs que tu utiliseras dans tes différents outils publicitaires :



TU OFFRES UN PRODUIT?

Dessines-en l'étiquette! N'oublie pas : certaines normes s'appliquent à l'étiquetage, particulièrement dans le domaine alimentaire.

Voici une liste de certains renseignements à inclure sur ton étiquette si tu vends un produit alimentaire :

- Le nom du produit
- La liste des ingrédients avec l'indication des allergènes présents dans l'aliment
- La quantité
- Le nom de ta compagnie
- L'origine (fait à___)
- L'utilisation (comment l'utiliser ou le préparer)
- La date de fabrication et la date limite de conservation
- Le mode de conservation (ex. : Garder réfrigéré/congelé)



Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE

Prenez votre projet en photo et
partagez-le sur vos médias sociaux



#leparcoursdelagrandejournée

