

# BRAND BOOK

---

POUR CONSTRUIRE UN BRANDING FORT



# POURQUOI & COMMENT ÉCRIRE TON BRAND BOOK ?

Ecrire ton brand book va te permettre de clarifier l'identité de ta marque :

- en externe (communication, pub)
- en interne (alignement de l'équipe, collaboration, etc)

Rappel :

Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. **Tu dois simplement être sincère, authentique et naturelle** lorsque tu écris ton **Brand Book**.

Le **Brand Book** est un document de quelques pages qui reste interne à ton entreprise.

Tu peux toutefois le décliner par le biais de ton identité visuelle notamment ou **du copywriting**.

Prends le temps de remplir ce document correctement, il te sera vraiment d'une **grande aide dans ton business**.





# LE MOT DE LA FONDATRICE

**COMMENT ?**

---

---

---

---

**POURQUOI ?**

---

---

---

---

**STORYTELLING :**

---

---

---

---

---

---

---

---

**ÉCRIS 5 LIGNES :**



# LE BIG WHY

## POURQUOI ?

## RAPPEL :

Le Big Why est très personnel & propre à chacune;  
Demande toi pourquoi tu fais ça, pourquoi tu es dans  
ce domaine, pourquoi tu persistes.



# LA VISION

**DANS QUEL MONDE  
JE VEUX VIVRE ?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUEL AVENIR  
J'IMAGINE ?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**DÉCRIS TA VISION**

:



# LA MISSION

**QUELLE EST TA  
PROMESSE ?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUELLE EST TA  
DIFFÉRENCE ?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**TAGLINE (SLOGAN)/ PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE :**



# HISTORIQUE

**DEPUIS SA CRÉATION, MA MARQUE SE  
CONSTRUIT SUR ...**

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

**ICI, AJOUTE QUELQUES CHIFFRES & TÉMOIGNAGES :**



# LES VALEURS

**EN ACCORD AVEC MA  
VISION**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**TRADE OFF  
VALEURS OPPOSÉES**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**NOTES :**



# LES PRINCIPES

**EN ACCORD AVEC MA  
VISION**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**TRADE OFF  
PRINCIPES OPPOSÉS**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**NOTES :**



# L'AVATAR

**QUI EST TON AVATAR  
(CLIENT IDÉAL) ?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**MOTIVATION POUR  
FAIRE SES ACHATS ?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**NOTES TOUTES LES INFOS SUR TON AVATAR :**