



# SOMMAIRE

4 L'AGENCE PURE

20 #1 CONTEXTE & ENJEUX

28 #2 CISBIO,  
UN NOUVEAU SITE INTERNET

54 #3 HTRF: QUEL POSITIONNEMENT  
POUR LA MARQUE?

58 #4 PLATEFORME DE MARQUE

68 #5 PLANNING

70 #7 POURQUOI TRAVAILLER  
AVEC NOUS?

## L'AGENCE PURE

## L'ÉQUIPE

### Communication innovante, adaptée

- › 20 ans en 2017
- › Une équipe de 9 talents
- › Une agence intégrée
- › Pluridisciplinarité des secteurs d'activité traités
- › Utilisation des méthodes agiles



“ Seul on va plus vite, Ensemble on va plus loin ”

## L'ÉQUIPE POUR VOTRE PROJET

### MARJORIE THEUZILLOT DIRECTRICE DE STRATÉGIE



#### 15 ans d'expérience en marketing et communication

> Accompagnement en stratégie de communication et dans le déploiement de dispositifs opérationnels.

**Langues parlées :** anglais, espagnol  
**Diplôme :** Toulouse Business School 2002.

#### Expertises

Stratégie de marque et positionnement :  
- audit, diagnostic marketing  
- plateforme de marque, positionnement  
- territoire de communication

Identité graphique et système de communication (branding), charte graphique.

Élaboration et mise en œuvre de campagnes de communication.

#### Références Stratégie de marque :

Qatari Diar : positionnement et nouveau branding  
Circuit Automobile de Nogaro : plateforme de marque et positionnement

ATR : plateforme de marque et positionnement  
Valiantys : plateforme de marque et identité d'un nouveau pack produits

Edenis : plateforme de marque, positionnement et branding  
Agence HVA : nouveau positionnement de l'agence, nouveau branding.

### ÉMILIE CHEF DE PROJET



#### 10 ans d'expérience en marketing et communication

> Mise en œuvre opérationnelle des stratégies de communication.

**Langues parlées :** anglais  
**Diplôme :** ECS 2007.

#### Expertises

Médias Plannings  
Décisions opérationnelles  
Plan de communication  
Expertise créative  
Application et Cohérence des concepts de communication  
Gestion budgétaire

#### Références :

Centre commercial Espace Saint-Georges :  
Gestion du budget 320 000 € H

Centre commercial Saint-Martial :  
Gestion du budget : 200 000 € HT

Biomega service : Accompagnement et réflexion dans la création des nouveaux supports 2017

Esprit Traiteur : Stratégie et plan de communication 2017

## L'ÉQUIPE POUR VOTRE PROJET

### PHILIPPE DIRECTEUR DE CRÉATION



**23 ans d'expérience en graphisme et design graphique**

> Création des concepts de communication

**Langues parlées :** Français

**Diplôme :** Université Littéraire et Création Graphique,  
Toulouse Mirail

#### Expertises

Définition des concepts de création en cohérence avec  
le concept de communication

Valorisation de l'image de l'entreprise,

Manager l'équipe de création,

IDÉES lumineuses

Visuels attractifs

#### Références :

L'ensemble de nos créations depuis 17 ans !

### ARMAND, ET ANTHONY DIRECTEURS ASSOCIÉS DE L'AGENCE



**23 ans d'expérience / 5 ans d'expérience  
(27 ans de dynamisme)**

**Diplôme :** L'envie et l'écoute depuis 20 ans / Master 2  
IAE Toulouse 2013

#### Expertises

Stratégie de marque et positionnement

Gestion (Respect des contraintes Budgétaires)

Expérience Client

Disponibilité

Relation Client

Expérience Terrain

Éthique projet

#### Références :

L'intégralité des projets de l'agence depuis 20 ans

## QUELQUES RÉALISATIONS

### VIBIOSPHEN

Science / Recherche / Technologique



#### ETAT DES LIEUX

Entreprise en création  
Image de marque  
et supports de communication  
non existants



#### OBJECTIFS

Création  
d'une entité  
cohérente avec  
le positionnement  
de l'entreprise et  
de son secteur  
d'activité



#### BUDGET

6 250€ HT



# CENTRE COMMERCIAL ESPACE STGEORGES

Centre commercial Urbain - Hyper Centre Toulouse



## ETAT DES LIEUX

Baisse importante de la fréquentation Image perçue négative  
Positionnement du centre et cibles non adaptés  
Projet de rénovation du centre 2016 - 2018



## OBJECTIFS

Repositionner le centre commercial  
Recommandations stratégiques, et plan d'action 2016  
Travailler l'image perçue du centre



## PROJET RÉALISÉ

Elaboration d'un plan de communication annuel  
Création d'une nouvelle ligne éditoriale de réseaux sociaux  
Créations de 12 temps forts (Animations, Evénements, Campagnes institutionnelles)  
Refonte du site internet



## BUDGET

306 000 € HT / an



# INTRASPEC TECHNOLOGIES



## ETAT DES LIEUX

Entreprise technologique spécialisée dans l'analyse de défaillances sur circuits imprimés. Créée en 2013 l'entreprise se diversifie en 2016 avec de nouveaux produits.



## OBJECTIFS

Accompagner l'entreprise dans sa diversification et dans son développement



## PROJET RÉALISÉ

Restructuration de l'entreprise, autour d'une marque mère et de trois marques filles  
Création d'une charte graphique  
Déclinaison sur tous les supports de communication externe



## BUDGET

25 000 € HT



**INTRASPEC**  
TECHNOLOGIES



**INTRASPEC**  
FAILURE ANALYSIS



**INTRASPEC**  
MAGNETIC MICROSCOPY



**INTRASPEC**  
RESEARCH





# HYPHEN

Expertise de la Donnée  
Système d'information  
Digitalisation



## ETAT DES LIEUX

Entreprise en création  
Image de marque et supports de communication non existants



## OBJECTIFS

Création d'une entité cohérente avec le positionnement de l'entreprise et de son secteur d'activité



## PROJET RÉALISÉ

Création du logo  
Création du site internet



## BUDGET

5 250€ HT



# NOTRE MÉTHODOLOGIE

## MÉTHODE AGILES

### DOUZE PRINCIPES GÉNÉRAUX

SATISFACTION

BROAD-MINDED

VOLUME IMPORTANT DE LIVRABLES OPÉRATIONNELS

RELATION PERMANENTE ÉQUIPE - CLIENT

DÉVELOPPER ET RELANCER LA MOTIVATION:  
VENTRE MOU DU PROJET

FACE TO FACE

CALIBRER LE PROJET TOUT AU LONG DES ÉTAPES

PÉRIODE D'INACTIVITÉ SUR LE PROJET INTERDITES

TECHNICITÉ ET CONCEPTION (PROJETS DE DÉVELOPPEMENT)

SIMPLICITÉ

RESPONSABILISATION

AJUSTEMENT DES PRATIQUES AU FIL DES ÉTAPES  
(ANALYSE DES ÉTAPES PRÉCÉDENTES)

## 4 VALEURS FONDAMENTALES



L'ÉQUIPE



L'APPLICATION

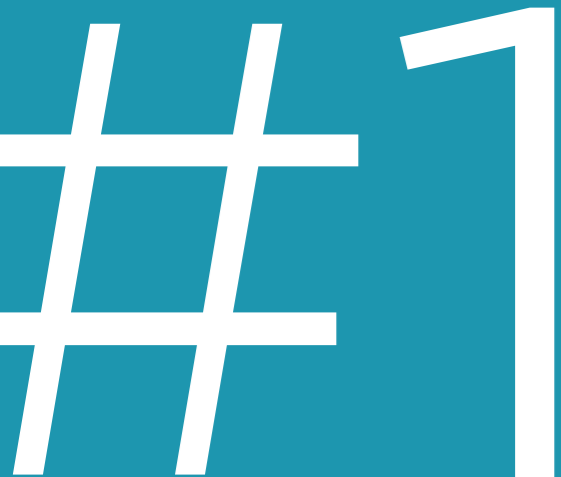


LA COLLABORATION



L'ACCEPTATION  
DU CHANGEMENT

# CONTEXTE & ENJEUX



## CISBIO AUJOURD'HUI,

L'expert français du diagnostic in vitro  
et de la recherche pharmaceutique.

Créée en 1990 en tant que développeur d'Immunoessais (test utilisé pour le diagnostic, le dépistage, le suivi ou le pronostic d'une maladie, qu'elle soit d'origine virale, cardiovasculaire, tumorale ou bien encore faisant suite à un dérèglement hormonal), la société poursuit son développement en combinant son savoir-faire, et recherche chimique.

Aujourd'hui grâce à sa technologie propriétaire HTRF, la société affiche une position de leader en matière de méthodes de détection par fluorescence en milieu homogène. Cisbio offre également une large gamme de produits pour le Diagnostic in Vitro. De par un réseau de plus de 70 distributeurs dans le monde entier, la société affiche une croissance soutenue.



## FORCES

- 30 ans d'expérience
- Technologie propriétaire HTRF
- Un réseau de développeurs importants
- Une relation clients importante / Une équipe de consultants (interne / externe) pluridisciplinaires (Équipe technique)
- Un réinvestissement important dans la R&D > Plus de 10% des revenus
- Plusieurs plateformes technologiques, conférant à HTRF le statut de technologie de référence.
- Formation à l'utilisation de la technologie HTRF
- Une équipe de 200 personnes
- Un management coopératif: Salle de sport au sein de l'entreprise
- Image perçue favorable
- Un savoir-faire unique, une offre sur-mesure
- Groupe indépendant
- Tournée à l'international, et un volume à l'exportation important
- Une technologie PROPRIÉTAIRE > Évolution et décisions facilitées, Expertise accrue
- Produit adapté à des marchés connexes

## FAIBLESSES

- HTRF une marque à l'image non perçue
- Une image corporate dispersée
- Dilution de l'information
- Une notoriété à développer

# OPPORTUNITÉS

- Une offre tournée vers l'international  
> Répartition de l'offre et du Chiffre d'Affaires
- Une ouverture importante pour la Recherche & Développement
- Un savoir faire pluriel
- Une pénétration de marché facilitée
- Des produits adaptés aux chercheurs identifiés de laboratoire

# MENACES

- « Un marché dirigé par l'innovation »
- Une concurrence accrue
- Une R&D en perpétuelle mutation et croissance
- Positionnement de Leader
- Le marché du « nucléaire » en pleine mutation et décroissance, au profit des technologies non radioactives.
- Pédagogie importante sur la pénétration des nouveaux marchés

# OBJECTIFS

CISBIO, QUEL POSITIONNEMENT ?  
QUEL SITE INTERNET ?

## 1/

### UN SITE INTERNET À L'IMAGE DE L'ENTREPRISE

« Accroître la valeur de la société au travers d'une image tangible, concrète, forte et positionnée sur les médias digitaux »

Préparer l'évolution de notre business vers la vente en ligne, via un site propre ou les nouvelles places de marché

Augmenter notre "empreinte" commerciale au travers de nos outils d'automation marketing, inbound, et contenu »

## 2/

### VALORISATION DE HTRF

Capter plus de business en dehors de notre cœur de marché, et en particulier dans les laboratoires avec des besoins moindre en volume

Diffuser plus largement HTRF comme une alternative technologique aux méthodes conventionnelles existantes, augmenter notre nombre de clients et le business récurrent. Baser cette conquête sur le statut d'HTRF et sur ses succès dans l'industrie

**Développer un branding qui s'appuie sur les fondamentaux de la technologie, tout en développant une proposition de valeur distincte, spécifique à ce nouveau marché**

# CISBIO

## UN NOUVEAU SITE INTERNET

# #2

“ UN JOUR,  
UNE RENCONTRE,  
UN BRIEF !

### NOTRE APPROCHE

Les bonnes idées peuvent venir de partout: pour reconnaître et intégrer les expériences, créer l'adhésion...

Le choix d'une agence, d'une méthodologie, d'une approche comme un point de départ du processus créatif.



## UNE APPROCHE EN 4 TEMPS

1/

DES ENVIES, DES  
IDÉES, UN CAHIER  
DES CHARGES

2/

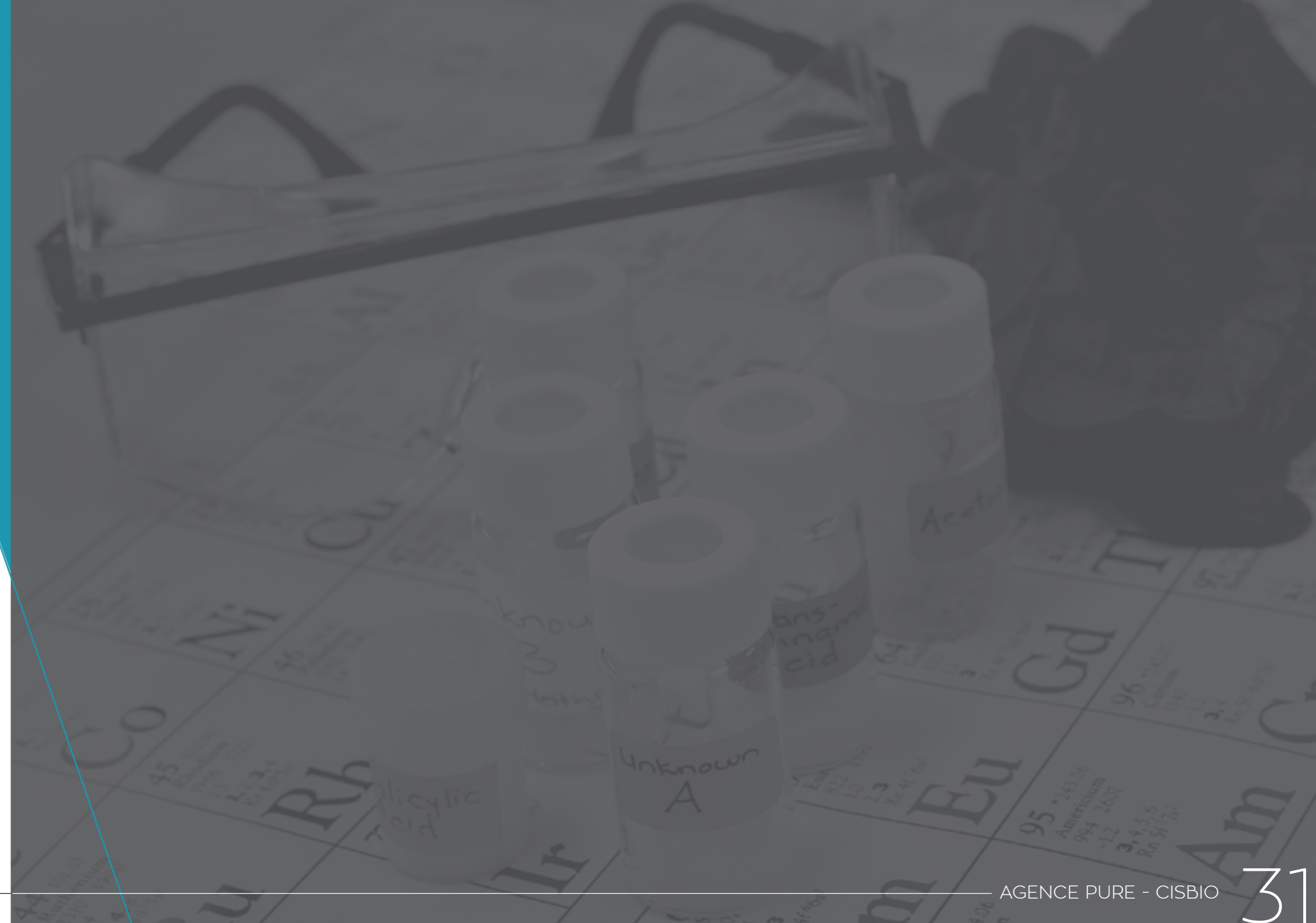
UNE RÉPONSE,  
UNE IDÉE CRÉATIVE

3/

DES ÉCHANGES

4/

UN PROJET ABOUTI,  
MENÉ MAIN DANS  
LA MAIN





# PRÉ-REQUIS

## DE VOTRE FUTUR SITE INTERNET

### FONDAMENTAUX

- RESPONSIVE DESIGN
- DÉVELOPPÉ SOUS WORDPRESS / 1ER CMS DE DÉVELOPPEMENT DE SITE INTERNET AU MONDE
- ADMINISTRABLE
- SANS ABONNEMENT
- MAINTENANCE ANNUELLE AVEC MISE À JOUR

### RÈGLES D'ERGONOMIE

- AFFICHER CLAIREMENT LE NOM ET LE LOGO
- MISE EN AVANT DES FONCTIONS PRINCIPALES
- UNE PAGE CONTACTEZ-NOUS AUX MULTIPLES ENTRÉES
- DES CONTENUS ORIENTÉS CLIENTS: L'ESSENTIEL ET SEULEMENT L'ESSENTIEL
- DES CONTRASTES IMPORTANTS POUR UNE MEILLEURE LISIBILITÉ
- DE GRANDES PHOTOS
- DES LIENS FACILEMENT RECONNAISSABLES
- NE PAS UTILISER UN FOND SONORE, NI D'ANIMATIONS
- NE PAS UTILISER PLUS DE 3 POLICES
- INTERDIRE LE DÉFILEMENT HORIZONTAL
- UNE NAVIGATION OPTIMISÉE ET INTUITIVE
  - ZONE DE NAVIGATION EN PARTIE HAUTE ET FACILEMENT ACCESSIBLE
  - MISE EN AVANT DE LA PARTIE ACCÈS RÉSERVÉ
  - OPTIMISATION DE LA TECHNIQUE DU 0 CLICS = TENDANCE 3.0
  - NE PAS DUPLIQUER DES PAGES DE CONTENUS, ET D'OUTILS DÉJÀ PROPOSÉS PAR LES NAVIGATEURS

### ACCESSIBILITÉ

- S'ADAPTER, ET RÉPONDRE À LA DEMANDE DE CHACUN
- CONTRASTES
- TAILLES DE TEXTES AJUSTABLES
- DES ÉLÉMENTS FACILEMENT CLIQUABLES

### STANDARDS DU WEB

- NORME W3C = COMPATIBILITÉ DU LANGAGE, BÉNÉFICIER DES DERNIÈRES INNOVATIONS, S'ASSURER DE LA PÉRENNITÉ DU SITE INTERNET
- UTILISATION DES DERNIÈRES TECHNOLOGIES
- NORME UNIVERSELLE = COMPATIBLE AVEC TOUS LES NAVIGATEURS (AUX NORMES).
- COÛTS & TEMPS DE MAINTENANCE RÉDUITS
- DESIGN ACCESSIBLE
- ALLÈGEMENT DU CODE = RAPIDITÉ DU SITE INTERNET

# AUDIT

## SITE EXISTANT



### AVANTAGES

La sectorisation de l'information permet une simplification de la recherche

Site internet responsive

Présence d'un accès réservé

Webinars

### INCONVÉNIENTS

— Perte d'information

— Image de marque non perçue

— Diffusion de l'information limitée

— HTRF, une technologie relayée au second plan

— Une organisation en entonnoir non respectée (montrer via un screen shot, qu'avoir autant de news sur le site ça ne sert pas car les personnes ne viennent pas chercher cela).

— Duplicate Content

— Expérience Content To Sale non optimisée

— Principe de pop-up = Difficulté sur certains Devices

# NOTRE PROPOSITION

POUR VOTRE FUTUR SITE





AU CŒUR DES CELLULES

PROFESSIONNELS  
LABORATOIRE  
TECHNOLOGIE  
INTERNATIONAL

MÉDICAL

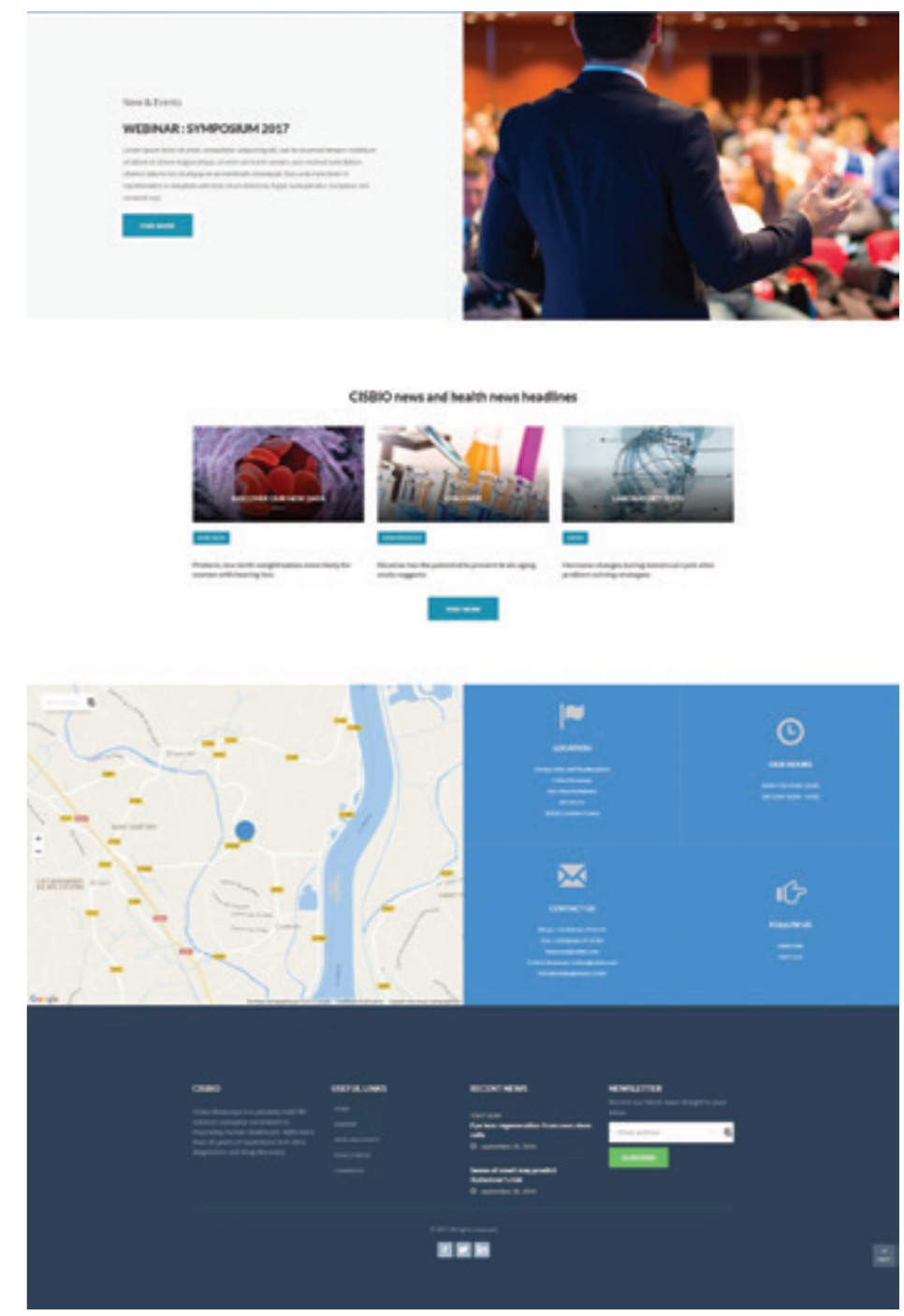
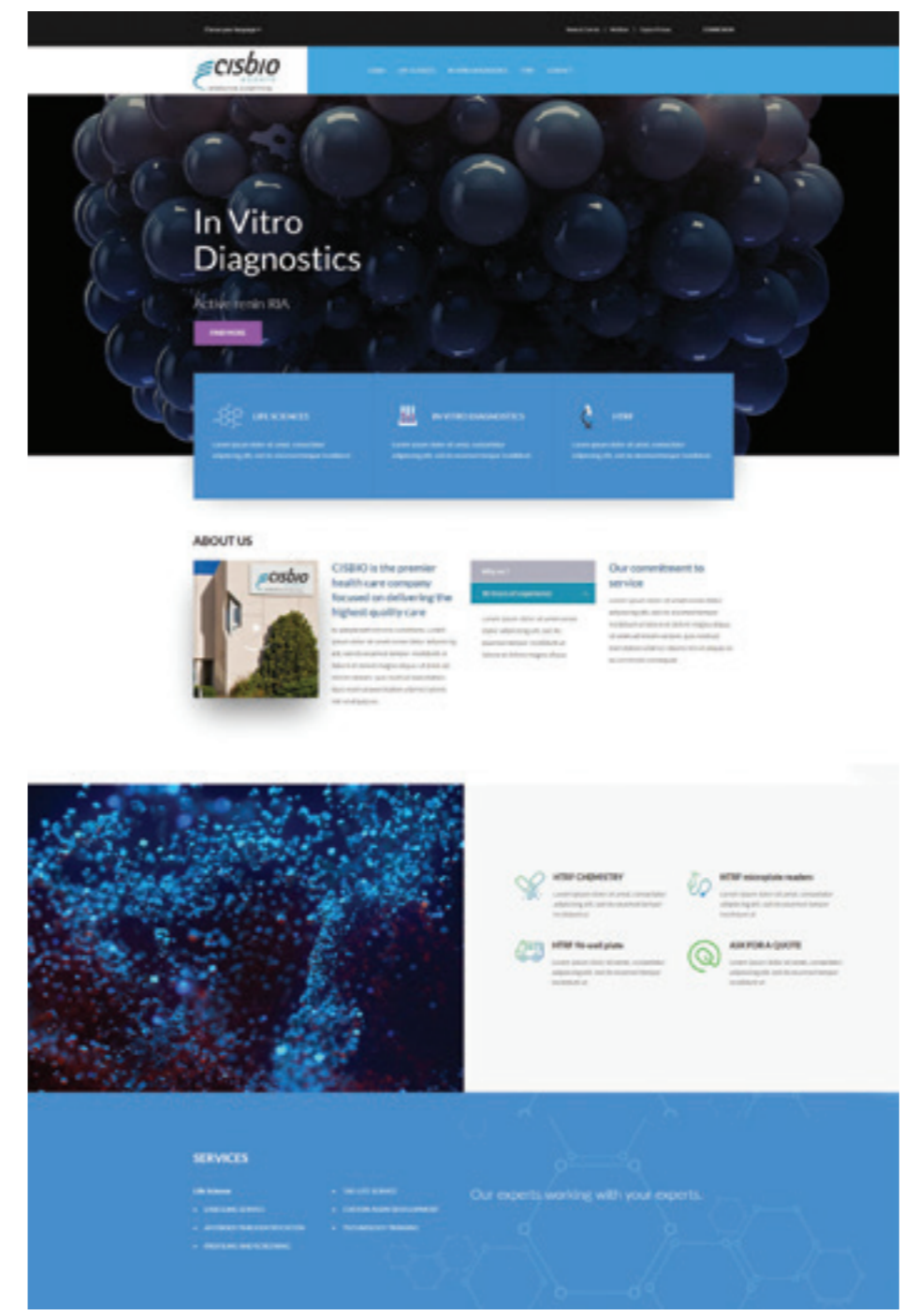
PROFESSIONNELS

LABORATOIRE

SCIENCE DE LA NATURE

TECHNOLOGIE

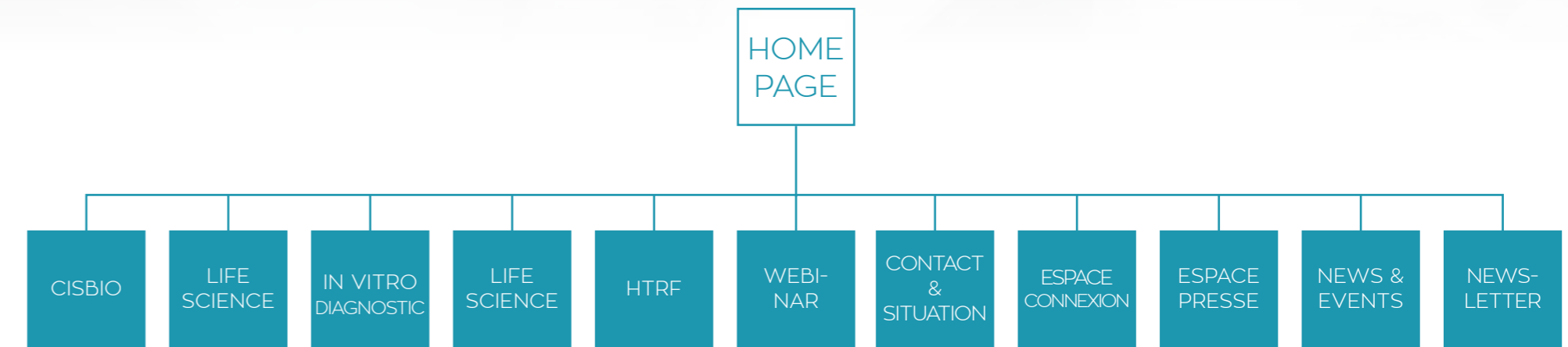
PROFESSIONNELS



# ARBORESCENCE

NIVEAU 1

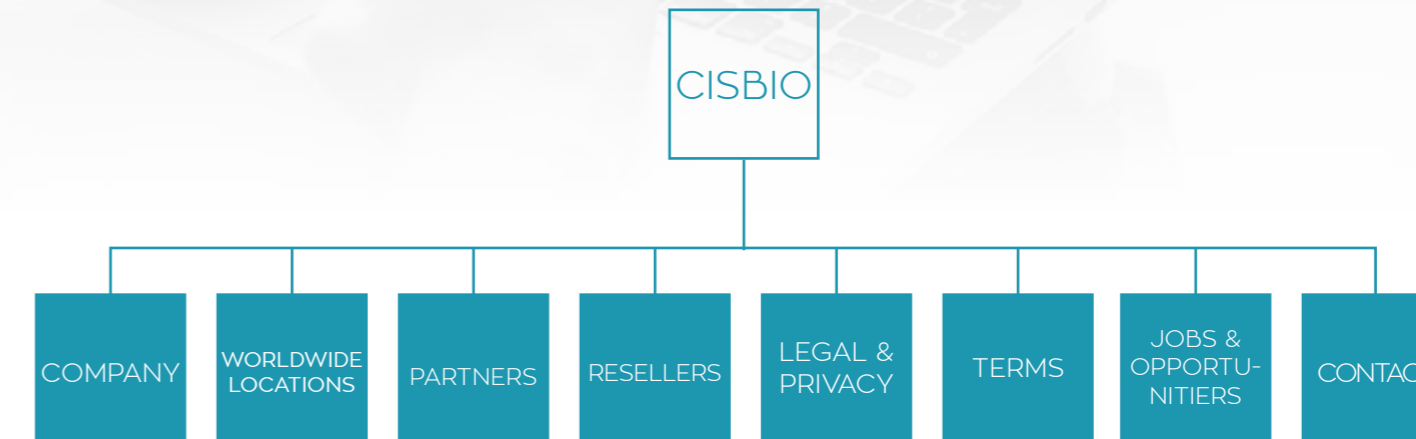
## HOME PAGE



# ARBORESCENCE

NIVEAU 2

## PAGE CISBIO



### COMPANY

Présentation de l'entreprise

### WORLDWIDE LOCATIONS

Carte du monde avec emplacements  
Possibilité de cliquer pour faire apparaître les coordonnées.

### PARTNERS

Logos & Présentation des partenaires

### RESELLERS

Carte du monde avec emplacements  
Possibilité de cliquer pour faire apparaître les coordonnées

### LEGAL & PRIVACY

Registre de propriété

### TERMES

CGV

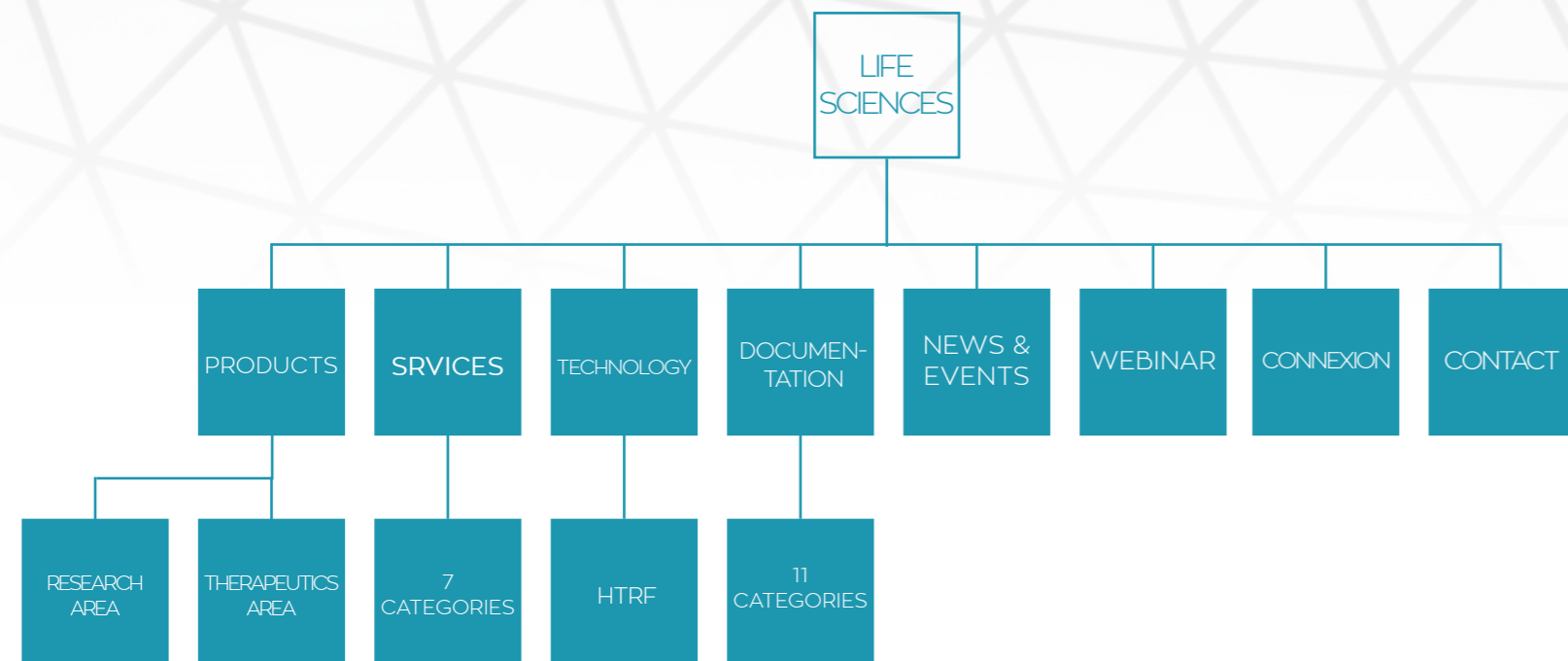
### JOB & OPPORTUNITIES

Ensemble des offres  
Équipée d'un module de recherche  
+ Possibilité de déposer un CV

### CONTACT

Formulaire de contact

## PAGE LIFE SCIENCES



### PRODUCTS

Répartis en deux catégories  
150 Pages Produits  
(Texte + Téléchargement fiches  
+ Formulaire de contact  
+ Médias + Images)

### SERVICES

7 Catégories  
Pages Tag-Lite déjà créées  
pour « GPCR ».

### TECHNOLOGY

Liens vers les différentes parties de HTRF

### DOCUMENTATION

11 Catégories  
Sans « Website Pages »

### NEWS & EVENTS

News & Event de « Life Sciences »  
Reprise sur la page générique.

### WEBINAR

Espace Connexion

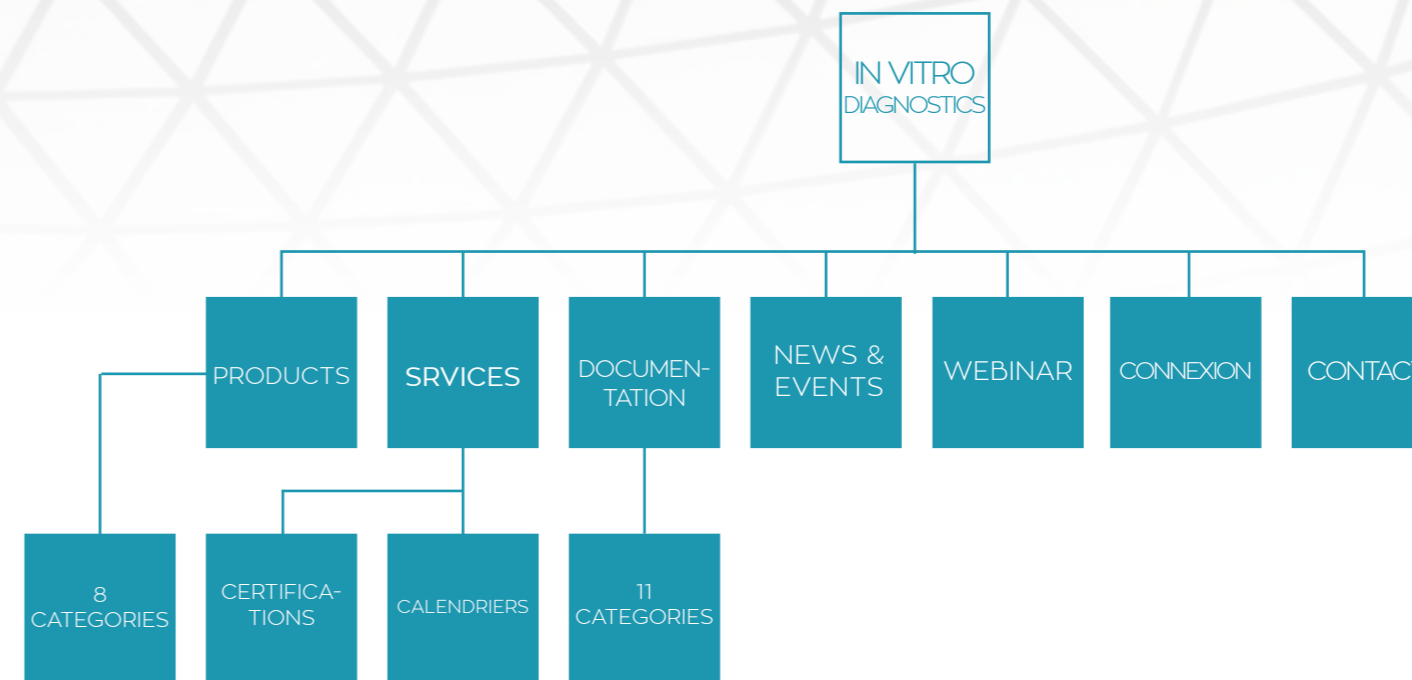
### CONNEXION

Espace Clients

### CONTACT

Formulaire de contact

## PAGE IN VITRO DIAGNOSTICS



### PRODUCTS

8 Catégories  
Autres  
(renommée en Marqueurs & Néonatalogie)  
90 Pages Produits  
(Texte + Téléchargement fiches + Formulaire  
de contact + Médias + Images)

### SERVICES

Certifications et Calendriers  
Téléchargement en PDF.

### DOCUMENTATION

14 Catégories

### NEWS & EVENTS

News & Events de « NEWS & EVENTS »  
Reprise sur la page générique.

### WEBINAR

Espace Connexion

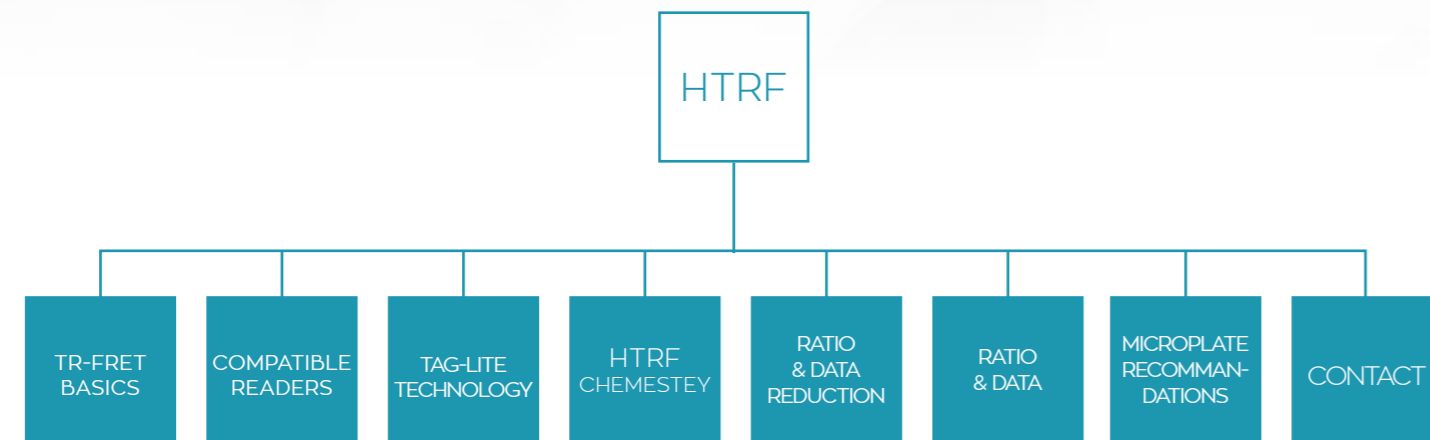
### CONNEXION

Espace Clients

### CONTACT

Formulaire de contact

## PAGE HTRF



## FONCTIONNALITÉS SPÉCIFIQUES DU SITE INTERNET

Gestion d'une base de données  
Nom / Prénom / Mail / Numéro  
Gérée par CISBIO

Gestion des vidéos et des photos  
(hébergées sur YouTube afin de  
éviter le référencement et éviter  
toute surcharge).

Téléchargements de PDF

Évolution potentielle > Boutique en  
Ligne



## POINTS CRITIQUES

### — Choix du système de gestion de contenu

- Word Press
- Etape 2 > Prestashop :  
Décorrélation de la partie shop et vitrine
- Autonomie sur le développement  
et la gestion du contenu ultérieurs
- Formation à la gestion du site internet  
+ livret de formation
- Hotline Maintenance annuelle

### — Interconnexion avec les outils d'automation marketing

- Mise en place de flux RSS,
- Mise en place de flux Sociaux (linkedin...)

### — Support au rédactionnel (fr/eng), SEO

- Agence de relation publics et presse
- Traduction par traducteur officiel



# L'IDÉE +

## UNE STRATÉGIE LINKEDIN

### UNE STRATÉGIE SMO : LINKEDIN

Donner de la visibilité à la marque sur le web, se servir de LinkedIn comme un outil de notoriété et de prospection.

Définir une stratégie de présence, évaluer les ressources en interne, impliquer les collaborateurs.

VOTRE PRÉSENCE UNE  
STRATÉGIE LINKEDIN

## VOTRE PRÉSENCE UNE STRATÉGIE LINKEDIN



### POURQUOI ET COMMENT ÊTRE PRÉSENT SUR LINKEDIN POUR CISBIO?

AVEC PLUS DE 450 MILLIONS D'INSCRITS (AOÛT 2016),  
LINKEDIN EST LE RÉSEAU SOCIAL PROFESSIONNEL  
INCONTOURNABLE, EN BTOB PARTICULIÈREMENT.

### QUEL EST L'INTÉRÊT DE DÉVELOPPER SA PRÉSENCE SUR LINKEDIN ?

Renforcer sa e-réputation d'entreprise (notoriété);  
dynamiser sa marque employeur pour attirer de  
nouveaux talents; toucher directement des cibles  
BtoB (intérêt commercial).

### L'ENJEU CLÉ :

Faire des Top Managers de CISBIO des relais qui  
peuvent être considérés comme des « ambassadeurs »  
sur LinkedIn:

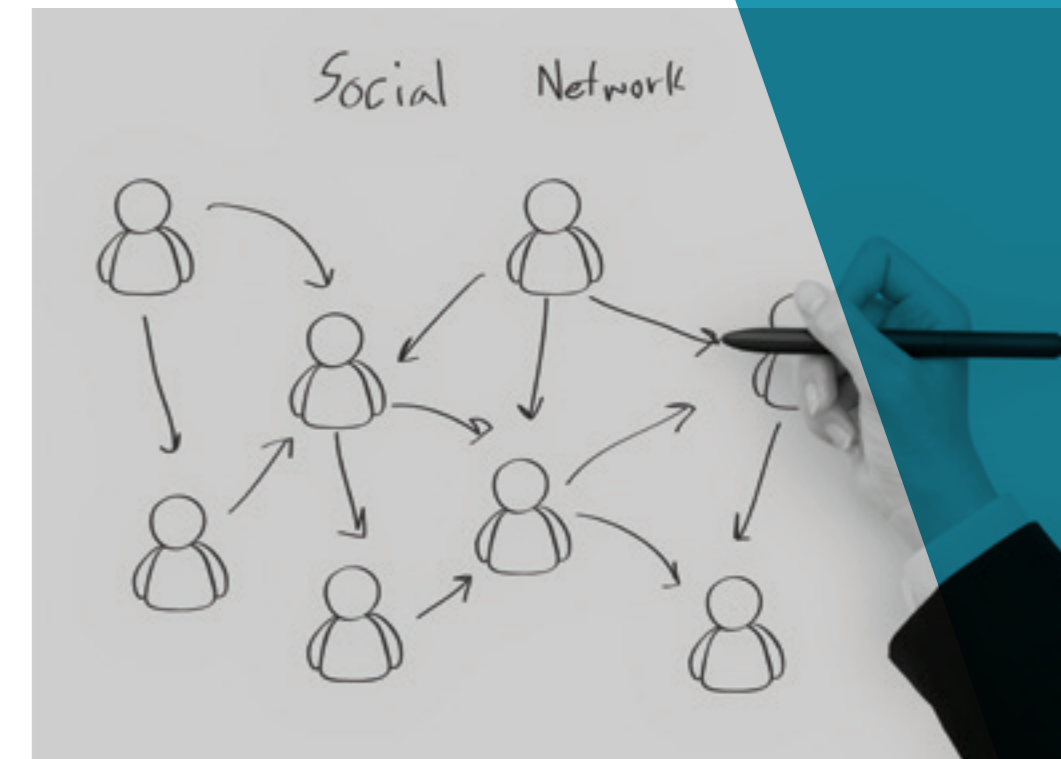
Levier fort pour développer la page entreprise de  
CISBIO ; Renforcer la e-réputation (notoriété) générale  
de l'entreprise par la communication positive de ses Top  
Managers. Accroître les opportunités commerciales  
de Cisbio en utilisant le potentiel de réseau de ses Top  
Managers.

### SOLUTION 1 LA PRÉSENCE DE CISBIO EN TANT QU'ENTREPRISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

#### OBJECTIFS:

**SUR LA FORME :**  
identifier les réseaux sociaux adaptés aux  
objectifs de Cisbio

**SUR LE FOND :**  
définir des axes de contenu pour une présence  
au hebdomadaire des réseaux sociaux de Cisbio



### ETAPES CLÉS

- ÉTAT DES LIEUX DES FORCES ET FAIBLESSES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.
- BENCHMARK DE 3 CONCURRENTS ET IDENTIFICATION DE BONNES PRATIQUES.
- ÉLABORATION DE RECOMMANDATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX À RETENIR ET LES AXES DE CONTENU À METTRE EN AVANT.
- ARBITRAGE ET REMISE D'UN RAPPORT OPÉRATIONNEL SUR L'UTILISATION CONCRÈTE DES RÉSEAUX SOCIAUX

## VOTRE PRÉSENCE UNE STRATÉGIE LINKEDIN



### SOLUTION 2

LA PRÉSENCE DES TOP MANAGERS DE CISBIO EN TANT QUE COLLABORATEURS SUR LE RÉSEAU SOCIAL PROFESSIONNEL QU'EST LINKEDIN.

### OBJECTIFS :

Faire des Top Managers de CISBIO des relais ambassadeurs de la marque sur LinkedIn. Permettre aux Top Managers de mettre en avant leurs expertises sur LinkedIn.



### ETAPES CLÉS

- PERSONNALISATION ET CADRAGE DU PROGRAMME DE FORMATION.
- UNE JOURNÉE DE FORMATION SUR L'USAGE PROFESSIONNEL DE LINKEDIN.
- UNE DEMI-JOURNÉE DE FORMATION POUR CONSOLIDER LES ACQUIS DE LA JOURNÉE PRÉCÉDENTE.

### SUR LINKEDIN :

débuter sur LinkedIn ;  
développer son influence ;  
définir sa stratégie de communication ;  
communiquer comme un Pro ;  
chercher de nouveaux prospects.

# HTRF

QUEL POSITIONNEMENT  
POUR LA MARQUE ?

## HTRF TECHNOLOGY,

- / Robuste
- / Time Resolved
- / Homogène
- / Criblage à très haut débit
- / Technologie de référence, adaptable
- / Gain de temps sur les combinaisons

## L'IDÉE D'UN REPOSITIONNEMENT

L'importance d'une image de marque.

*L'image de marque* correspond à la place occupée de la marque dans l'esprit des consommateurs, l'idée étant d'être la première ou l'une des premières marque qui viennent à l'esprit des consommateurs lorsque l'on parle du secteur de marché correspondant. L'image de marque permet à l'entreprise d'affirmer son identité et par la même occasion de se distinguer de ses concurrents. Elle constitue une réelle source de valeur. À l'inverse, une mauvaise image de marque peut entraîner l'insuccès d'une entreprise.

Le branding contribue ainsi à la réussite d'une entreprise. On parle même de « *re-branding* » lorsqu'il s'agit de rafraîchir l'image de marque d'une entreprise ou d'un produit. Il s'agira par exemple de se repositionner par le changement de charte graphique ou de logotype ou encore par exemple par modification des communications.

## L'IDÉE D'UN REPOSITIONNEMENT

### QUELLE FONCTION POUR HTRF ?



La fonction dite transactionnelle : les marques doivent faciliter l'acte d'achat en réduisant l'incertitude du consommateur devant un choix à prendre parmi plusieurs marques. C'est pourquoi il est important de garantir la qualité du produit, son origine... Par exemple, avoir un label qui garantit un produit de qualité auprès des consommateurs.

La fonction dite relationnelle et identitaire: Le consommateur construit ses projets et ses modes de vie à travers les marques des produits qu'il achète. En ce sens, la marque devient une projection du consommateur lui-même à travers des codes, un style ou une image qu'elles transmettent.

La fonction aspirationnelle: Il s'agit de donner un sens particulier à la consommation au-delà des produits consommés. Apprécier une marque, ce n'est pas seulement apprécier ses produits mais également ses valeurs, son univers, ses prises de positions culturelles. Par exemple, la fonction aspirationnelle de la marque Évian est de décliner l'importance de la jeunesse, comme valeur de mode de vie, à tout âge, même (surtout) pour les plus âgés.



### QUELLE NOTORIÉTÉ POUR HTRF ?

La notoriété spontanée : le consommateur cite spontanément le nom d'une marque lors d'un questionnaire sur des produits ou services d'un marché.

La notoriété dite top of mind (le premier mot qui vient à l'esprit) : dans un questionnaire de type spontané, le consommateur cite en premier le nom d'une marque, ce qui signifie que cette marque est un symbole de marché, presque un réflexe pour le consommateur. Ce sont souvent les marques leaders qui sont ici citées.

La notoriété assistée : le sondé affirme ou non sa connaissance d'une marque lorsque le sondeur lui demande s'il la connaît.

La notoriété qualifiée : le consommateur connaît à la fois le nom de la marque et ses principaux produits/services. Cette notion dépasse la notoriété car cela signifie que le consommateur s'identifie à cette marque. Il y a donc des critères d'attributions, on s'approprie la marque.

# PLATEFORME DE MARQUE

#4

## ÉTAPE 1: NOS CONVICTIONS

NOUS NE SOUHAITONS PAS ARRIVER  
AVEC DES SOLUTIONS TOUTES FAITES.

Nous avons des convictions mais elles  
restent à vérifier.

Les bonnes idées peuvent venir de partout :  
pour reconnaître et intégrer les expériences,  
créer l'adhésion.

Nous vous proposons ici une méthodologie  
de co-création, des intentions, une première  
approche créative à adapter, ajuster, optimiser  
grâce à votre expérience et votre connaissance  
de l'entreprise.

Le choix d'une agence, d'une méthodologie,  
d'une approche comme point de départ du  
processus créatif.





## TERRITOIRE DE COMMUNICATION & CONCEPT

### CONCEPT DE COMMUNICATION

Définir un concept global à CISBIO, pérenne et déclinable sur les différentes activités. Du concept émanera la signature.

### TERRITOIRE DE COMMUNICATION

La définition des éléments constitutifs de la marque qui vont transparaître et inspirer la communication : traits de personnalité, éléments graphiques, tendances iconographiques, champs sémantique. Il s'exprime sous forme d'exemples d'applications, moodboards, phrases clefs, textes de présentation.

## TERRITOIRE GRAPHIQUE

### IDENTITÉ VISUELLE

Nous adapterons l'identité graphique aux conclusions du travail sur la stratégie de marque, nous pourrions également confirmer et faire évoluer les premières orientations proposées en amont.

### CHARTER GRAPHIQUE

L'objectif de ce document, est de donner un ensemble de règles cohérentes pour l'utilisation du logo de CISBIO sur les différents supports de communication. La charte graphique vise à harmoniser et à renforcer la lisibilité de toutes les actions de communication en interne comme à l'externe.

## PROJET ÉTAPE 2: STRATÉGIE DES MOYENS

DÉPLOIEMENT DE L'IDENTITÉ SUR  
TOUS LES SUPPORTS

MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE  
COMMUNICATION



# NOTRE IDÉE PRIMAIRE

POUR CISBIO

## MARQUE TRANSACTIONNELLE



FACILITER L'ACHAT

en réduisant



L'INCERTITUDE DU CONSOMMATEUR

pour lui



FACILITER LE CHOIX

## NOTORIÉTÉ QUALIFIÉE

NOTORIÉTÉ



NOTORIÉTÉ  
QUALIFIÉE



IMAGE POSITIVE



IDENTIFICATION



ACHAT



# NOS TRAVAUX

DE REPOSITIONNEMENT



## BIOMEGA

### ETAT DES LIEUX

Des DAS non définis. Un panel produit large > Risque potentiel de cannibalisation





## ESPRIT TRAITEUR

### ETAT DES LIEUX

Transmission de l'entreprise 4ème Place sur le marché toulousain en 2013. Repositionnement de l'entreprise. Association avec Jérôme Fernandez: Sportif Français le plus capé. Aucune image de marque et territoire de communication. EN 2016 1er Traiteur Toulousain avec 5 Millions d'Euros de CA. Projet 2017: Lancement de la nouvelle gamme plateau repas. Projet 2018 à Lancement du concept « Esprit Boutique ».



## ENEDIS

BY MARJORIE THEUZILLOT

### ETAT DES LIEUX

Repositionner l'entreprise à travers un nouveau nom et une nouvelle identité Graphique. Revaloriser l'entreprise et modifier l'image perçue. Définition du territoire de communication de l'entreprise à 5 ans. 12 mois de travail.



## INTRASPEC

### ETAT DES LIEUX

Diversification importante de l'entreprise. Afficher clairement la diversification d'Intraspect.



## ESPACE SAINT-GEORGES

### ETAT DES LIEUX

Plus grand centre commercial du centre ville Toulousain. Phase de déclin (60% des boutiques fermées). Rénovation complète du centre. Repositionnement du centre par un cabinet spécialisé. Transformation digitale du centre.



# PLANNING

#5

Chaque étape fait l'objet d'un planning validé entre notre agence et Cisbio.

## TEMPS ESTIMATIF

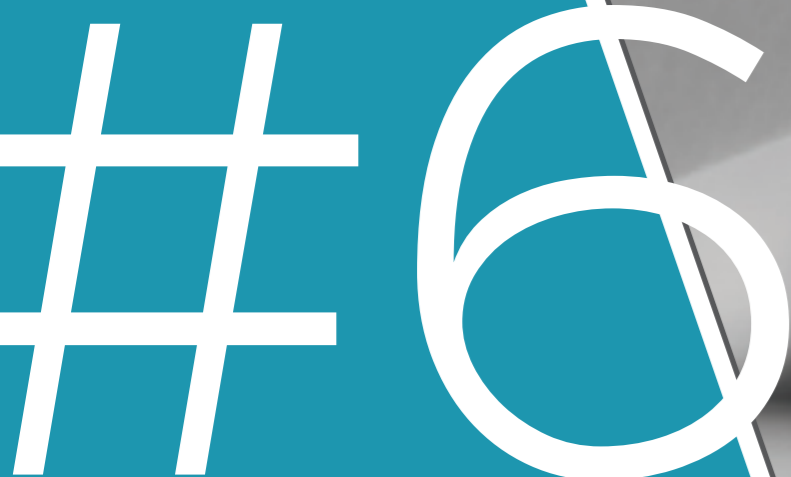
PLATEFORME DE MARQUE  
TERRITOIRE DE MARQUE  
CONCEPT DE COMMUNICATION  
6 MOIS

CHARTE GRAPHIQUE  
2 À 4 MOIS

SITE INTERNET  
3 À 6 MOIS

Qualifié, et quantifié > éviter « Project Waiting »

# POURQUOI TRAVAILLER AVEC NOUS ?



MÉTHODE AGILE : STEP BY STEP

DISPONIBILITÉS ACCRUE

EQUIPE INTÉGRÉE

INDÉPENDANCE

UNE RELATION FORTE AVEC LES CLIENTS :  
15 ANS DE FIDÉLITÉ

CRÉATIFS, ADAPTÉS

UNE CAPACITÉ D'ADAPTATION FACILE  
DE PAR UNE TAILLE COHÉRENTE

TECHNICO-COMMERCIALE

PÉDAGOGIE ET ANTICIPATION

ON AIME LE CHOCOLAT ET ON EST SUPER SYMPAS





33 rue Paul Gauguin - 33110 TOULOUSE  
tél. 05 61 22 50 78

[www.agence-pure.com](http://www.agence-pure.com)