



La légende dit que, quelque part au Brésil au plus profond du Minas Gerais, lassé de marcher pieds nus, et d'entendre sa pauvre mère lui répondre **NÃO** à chaque demande de sa part pour acheter une simple paire de chaussures, le petit Adilson prit l'habitude de s'en fabriquer avec toutes les matières colorées qu'il récupérait dans les quartiers pauvres de Belo Horizonte. Au fil des ans, ses chaussures devinrent de plus en plus belles. Aujourd'hui, il se dit qu'Adilson est un homme heureux, à la tête d'une petite entreprise qui fabrique des milliers de chaussures multicolores pour le bonheur de tous. Lorsqu'on lui demandait s'il avait donné un nom à ses chaussures, il se rappelait sa mère et répondait invariablement **NÃO**, un sourire énigmatique aux lèvres...

Ainsi naquit la marque sous le nom de **NÃO**, c'est la légende qui le dit ...

Panel On The [®]
Promise
Le langage
des décideurs


Monitoring Brand Identity[®]
Pour cerner l'identité et la personnalité des marques.

Monitoring Brand Identity[®]

Les marques nous rassurent ; elles veulent être proches de nous, une réalité amplifiée par la communication Web 2.0. Mais comment cerner l'identité et la personnalité de la marque ?

Reprenant les dimensions du prisme d'identité, la démarche Monitoring Brand Identity[®] repose sur un questionnement standardisé suivi d'une modélisation.

Le modèle mesure les contributions des différentes facettes de l'identité à la construction de la clarté, de la valence et de l'attractivité de la marque.

Choisir Monitoring Brand Identity[®]
c'est opter pour :

- ▶ La compréhension des forces et des faiblesses de son identité de marque.
- ▶ L'identification des actions prioritaires à mener et le choix des critères d'identité.
- ▶ Une approche hybride, qualitative et quantitative.

Panel On The Web
76-78 rue St. Lazare
75009 Paris, France

Tel : +33 (0)1 78 09 03 50

Fax : +33 (0)1 78 09 03 89

philippe.jourdan@panelontheweb.com

Qualification
des Services
Intellectuels
ISQ
OPQCM

Panel On The [®]