BOOSTAMARK

PLATEFORME DE MARQUE

Sommaire

PLATEFORME DE MARQUE

Vision à court et moyen terme 03
Ma mission 04
Ma personnalité 05
Mes valeurs 06
Mon positionnement marketing 07
Ma promesse de compétences 08
Les raisons de croire en ma promesse 09

CHARTE GRAPHIQUE

Les logos 11
Les couleurs 12
Les polices 13
Le Moodboard 14

CHARTE EDITORIALE

Les personas 16
Les thématiques de communication 19
Ton et style du discours 20
Les mots clés de la communication 21
Hashtags 23
Exemples de communication 24
Canaux de communication 25

Vision à court et moyen terme

À COURT TERME

- Se positionner comme une entité innovante et dynamique dans le domaine du marketing et de la communication, reconnue pour sa créativité et son efficacité.
- Construire une base solide de clients fidèles en offrant des services de consulting personnalisés et des solutions adaptées.
- Étendre le réseau professionnel par des partenariats stratégiques et des collaborations qui enrichissent l'offre de service.

À MOYEN TERME

- Consolider mon personal branding en se positionnant comme une figure de pensée et d'influence dans le secteur.
- Investir dans la recherche et le développement pour créer des outils et des méthodes exclusifs à BOOSTAMARK, offrant ainsi des solutions uniques sur le marché.
- Proposer des programmes de formation en marketing et communication pour aider les clients à développer leurs compétences en interne.

Ma mission

Ma mission principale est de simplifier le marketing et de le rendre accessible à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité. Je suis convaincu que le succès en marketing ne devrait pas être le privilège des grandes entreprises dotées de budgets conséquents.

C'est pourquoi je m’engage à fournir des solutions claires, simples et efficaces, facilement applicables. Mon objectif est de permettre à chaque entreprise d'élaborer et de mettre en œuvre des stratégies marketing concrètes qui se traduiront par une croissance tangible.



Ma personnalité

Dynamique

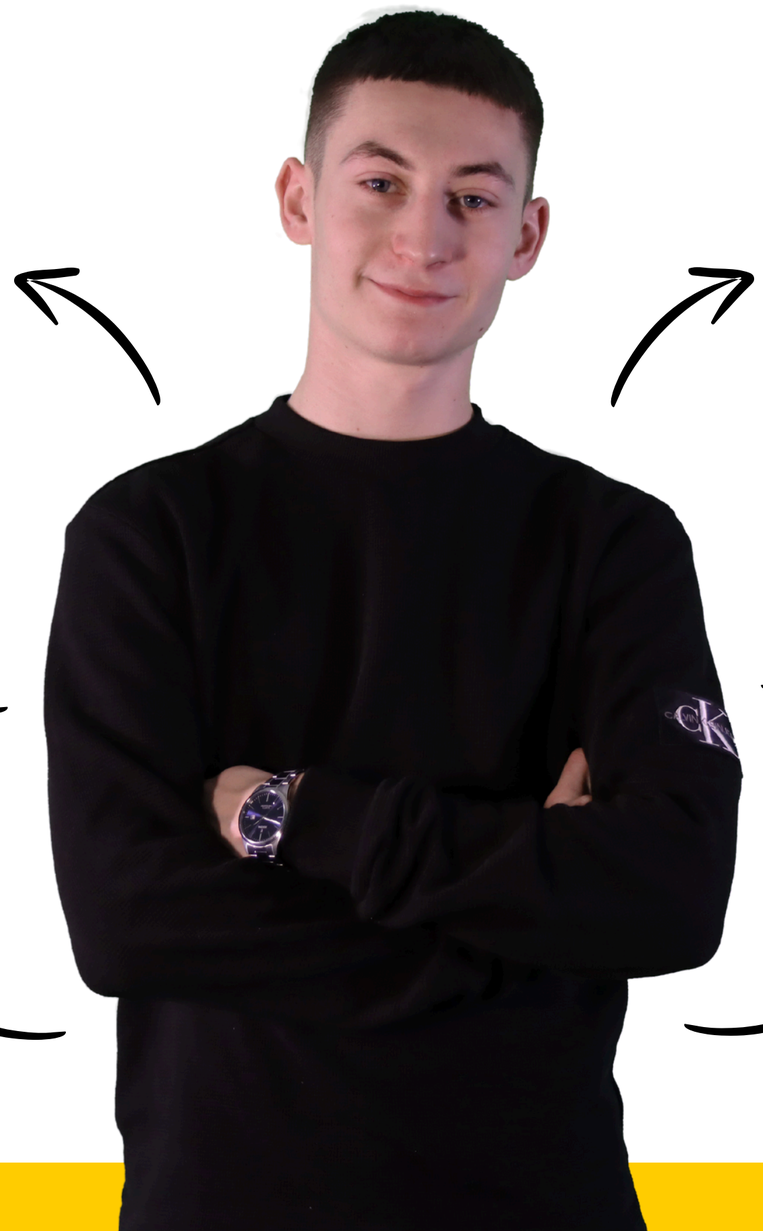
Mon énergie et mon enthousiasme pour le marketing motivent mes clients à adopter une attitude proactive dans leurs propres stratégies marketing.

Transparent

Je communique de manière honnête et directe, ce qui établit une relation de confiance immédiate et une attente claire en matière de résultats.

Compréhensif

Les clients se sentent compris et valorisés, je prends le temps de vraiment saisir leurs besoins et de personnaliser mon approche.



Réactif

Je me montre disponible auprès de mes clients et réactif pour les accompagner dans leurs problématiques en matière de marketing et de communication.

Méticuleux

Les clients apprécient mon soucis du détail dans nos moments de collaboration. Ce qui garantit que même les plus petits éléments de la stratégie marketing de ne sont pas négligés.

Collaboratif

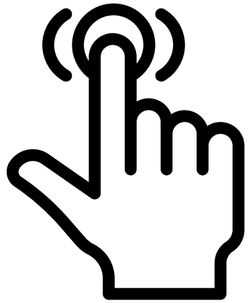
Je favorise l'esprit d'équipe et le travail collaboratif, créant ainsi une dynamique participative avec mes clients.

Mes valeurs



Accessibilité

Je m'engage à rendre le marketing accessible à tous. Je crois que chaque entreprise, grande ou petite, mérite de bénéficier d'une stratégie marketing solide. Mon approche vise à décomplexifier le marketing, à le rendre plus abordable et à le simplifier, permettant ainsi à mes clients de comprendre et d'implémenter des actions efficaces sans être submergés par la complexité ou le coût.



Simplicité

Je valorise la simplicité, non seulement dans ma communication mais aussi dans la conception de mes stratégies marketing. BOOSTAMARK se consacre à trouver l'essence de ce qui rend une marque unique et à communiquer cela de la manière la plus directe et impactante possible. J'élimine le superflu pour concentrer mes efforts sur ce qui génère réellement de la valeur pour mes clients.



Empowerment

Mon objectif est d'autonomiser mes clients. Avec BOOSTAMARK, je souhaite équiper les entreprises avec les outils et les connaissances nécessaires pour prendre en main leur marketing. Nous nous engageons à construire des collaborations où le client se sent habilité et confiant dans la gestion de sa présence et de son impact sur le marché.

Mon positionnement marketing

Secteurs d’activité privilégiés

- **PMEs et Start-ups :** Accompagner les petites et moyennes entreprises, ainsi que les start-ups, en quête de stratégies marketing novatrices et personnalisées pour se faire une place sur le marché.

- **Entrepreneurs et indépendants :** Soutenir les solo-preneurs et freelances qui nécessitent une aide spécifique pour mettre en avant leur marque personnelle et leurs offres.

- **Secteurs en évolution :** Cibler les secteurs d’activité en pleine transformation digitale qui bénéficient d'un potentiel de croissance.

Zone géographique

- **Local et national :** Commencer par un développement fort local et national, offrant des services en ligne et des consultations physiques pour tisser des liens de proximité avec la clientèle.

- **Expansion Internationale** : À moyen terme, viser une expansion internationale en capitalisant sur des stratégies digitales permettant de servir une clientèle globale tout en respectant les spécificités culturelles et linguistiques.

Approche du service

- **Sur mesure et agile :** Proposer une approche sur mesure, agile et flexible pour répondre de façon précise aux besoins et objectifs spécifiques de chaque client.

- **Facilitateur de croissance :** Être vu comme un partenaire stratégique facilitant la croissance, l'innovation et l’amélioration continue.



Ma promesse de compétences

Avec BOOSTAMARK, je m'engage à rendre le marketing compréhensible et accessible pour toutes les entreprises, indépendamment de leur taille ou de leur domaine d'activité.

Ma philosophie est de travailler main dans la main avec mes clients, adoptant une posture d'accompagnement continue pour naviguer ensemble dans le paysage marketing en constante évolution.

En privilégiant la clarté, la transparence et une communication ouverte, je transforme les stratégies marketing en plans d'actions concrets et mesurables, axées sur la croissance de mes clients.

Mon engagement est simple : fournir les outils, les connaissances et le soutien nécessaires, en faisant du succès de mes clients ma mission principale.



Les raisons de croire en ma promesse



Formation spécialisée

Mon parcours de formation est entièrement orienté vers le marketing et le management, débutant par un BTS MCO pour comprendre les bases du commerce, suivi d'un Bachelor Chef de projet digital pour développer mes compétences en gestion de projet et en marketing opérationnel. J'ai terminé mon parcours par un Master en tant que Brand Manager, pour professionnaliser davantage mes compétences.



Apprentissage en alternance

Toute ma formation supérieure a été réalisée en alternance, me fournissant des expériences au sein d'entreprises variées. Cette immersion totale dans le monde professionnel dès le début de ma carrière m'a permis de confronter la théorie à la pratique et d'apporter une contribution réelle et mesurable.



Une passion au quotidien

Au delà de l'aspect professionnel, le marketing et l'entreprenariat sont devenus mes passions du quotidien. En constante recherche de nouvelle stratégie, je suis animé par les différents moyens de création de valeurs à disposition des entrepreneurs.



Expériences diverses

Tout au long de mon parcours scolaire, j'ai eu l'opportunité de travailler sur de nombreux cas d'entreprises. Ces expériences m'ont non seulement permis d'appliquer mes connaissances théoriques dans un contexte pratique, mais elles m'ont également offert une perspective diversifiée sur les défis et les stratégies marketing à travers différents secteurs. Chaque projet a été une chance d'explorer des approches innovantes, me dotant ainsi d'une richesse de connaissances et d'une flexibilité que je mets aujourd'hui au service de mes clients chez BOOSTAMARK.

BOOSTAMARK

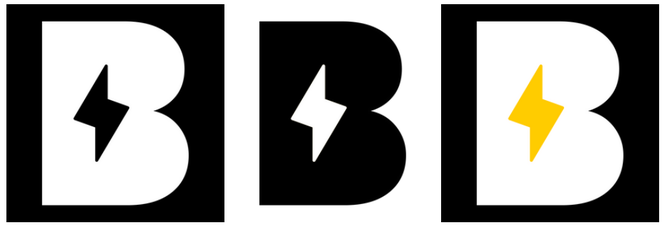
CHARTE GRAPHIQUE & ÉDITORIALE

Les logos

Logo principal 1000x1000



Logo 1000x1000 - Déclinaisons



Logotype 1920x380



Logotype 1920x380 - Déclinaisons





Détails :

Le jaune, symbolise l'innovation et la pensée créative, tandis que le noir offre un contraste puissant qui renforce l'impact visuel.

L'éclair est souvent associé à la vitesse, à l'intelligence et à la clarté d'idées brillantes : des caractéristiques essentielles dans le monde du marketing et de la communication. Il peut aussi représenter une transmission d'énergie, suggérant que BOOSTAMARK est un catalyseur qui va charger et dynamiser la stratégie de marque de ses clients.

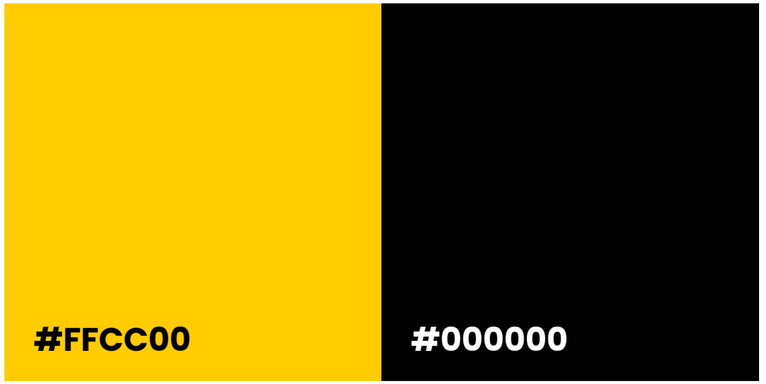
En somme, ce logo est une métaphore visuelle forte qui promet d'apporter des solutions rapides, efficaces et ingénieuses.

Les couleurs

Jaune : Le jaune, éclatant et énergique, symbolise la créativité et le dynamisme. Cette couleur vive est choisie pour représenter l'énergie et la passion que BOOSTAMARK apporte à chaque projet.

Noir : Le noir est synonyme d'élégance et de professionnalisme. Cette couleur intemporelle confère à BOOSTAMARK une allure sérieuse, soulignant notre engagement envers l'excellence et la fiabilité. Le noir est également puissant pour le contraste, améliorant la lisibilité du logo et des messages de la marque, ce qui est essentiel pour capturer rapidement l'attention et être facilement identifiable par les clients.

Combinaison Noir/Jaune : L'association du noir et du jaune crée un contraste visuel fort. Cette combinaison évoque un sentiment d'équilibre entre sérieux professionnel et innovation créative, aligné sur notre mission de fournir des solutions de marketing stratégiques et impactantes. Le dynamisme du jaune, tempéré par la solidité du noir, illustre parfaitement notre philosophie : être une force motrice de croissance et d'amélioration pour les marques de nos clients, tout en maintenant une fondation de confiance et de professionnalisme.



Les polices

Titres H1 & H2

POPPINS

Aa Bold	**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**
Aa Medium	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Aa Regular	0123456789

Corps de texte

League Spartan

Aa Medium	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Aa Regular	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
	0123456789

Détails :

Poppins est une police sans-serif qui offre une apparence moderne, adaptée à une marque innovante comme BOOSTAMARK. Avec différents poids, de Bold à Regular, cette police offre une flexibilité pour hiérarchiser l'information et attirer l'attention sur les éléments clés comme les titres et sous-titres.

League Spartan est claire et lisible, ce qui facilite la lecture des paragraphes et des descriptions détaillées. Elle complète bien Poppins en maintenant une cohérence visuelle tout en offrant un contraste subtil pour les textes de corps.

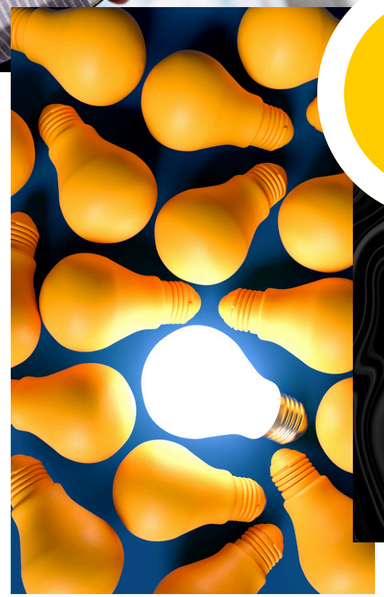
Le Moodboard





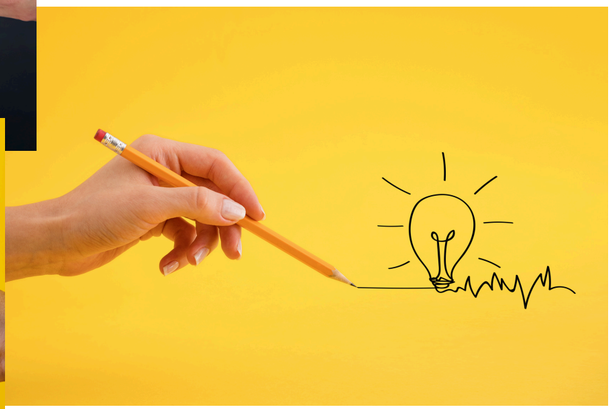












LA CHARTE ÉDITORIALE

Mes personas



Claire MARTIN, Gérante d’une boutique

Age : 38 ans
Localisation : Saint-Etienne, FRANCE
Secteur d’activité : Commerce de proximité

Bio

Claire Martin est la gérante d'une petite boutique située dans le cœur historique de Saint-Étienne, spécialisée dans la vente de produits artisanaux locaux. Claire a ouvert sa boutique avec l'espoir de promouvoir l'artisanat local et de contribuer à l'économie de sa ville. Face à la concurrence en ligne et à la baisse de fréquentation physique, elle est désormais déterminée à développer sa communication

Moyens de communication utilisés



Ses objectifs — Cœur de cible

- Accroître la visibilité de sa boutique dans la communauté locale et au-delà.
- Créer des campagnes de communication efficaces pour promouvoir ses produits et événements spéciaux.
- Développer une stratégie de communication digitale pour compléter son commerce physique et atteindre une clientèle plus jeune.

Ses frustrations

- Manque de connaissances techniques pour mettre en œuvre des stratégies de communication digitale.
- Budget de marketing restreint, ne permettant pas de grandes dépenses en publicité ou en services de consultation coûteux.

Mes personas

Cible primaire



Emma LEROY, Entrepreneuse Start-up

Age : 32 ans
Localisation : Lyon, FRANCE
Secteur d'activité : Technologie

Bio

Emma Leroy est une entrepreneuse dynamique et visionnaire, fondatrice d'une start-up tech spécialisée dans les solutions de mobilité durable. Motivée et ambitieuse, elle cherche constamment des moyens d'accroître la visibilité de son entreprise et d'attirer à la fois des investisseurs et des utilisateurs.

Moyens de communication utilisés

Ses objectifs

- Augmenter la notoriété et la visibilité de sa start-up dans le secteur compétitif des technologies vertes.
- Bâtir une communauté engagée autour de la marque, fidéliser les premiers utilisateurs et attirer de nouveaux clients.

Ses frustrations

- Manque de compétences internes en marketing et communication pour promouvoir efficacement son entreprise.
- Budget marketing limité, rendant difficile l'engagement avec des agences de marketing de grande envergure.

Mes personas

Cible secondaire



Julien LEFEVRE, Graphiste en freelance

Age : 30 ans
Localisation : Bordeaux, FRANCE
Secteur d'activité : Design graphique

Bio

Julien Lefèvre est un freelance créatif spécialisé dans le design graphique. Après plusieurs années d'expérience en agence, il a décidé de se lancer en tant qu'indépendant pour poursuivre sa passion avec plus de liberté. Talentueux et innovant, Julien cherche à se démarquer dans un marché compétitif en construisant une marque personnelle forte.

Moyens de communication utilisés

Ses objectifs

- Développer une identité de marque personnelle distinctive qui communique son approche unique du design.
- Établir une présence en ligne solide qui met en valeur son portfolio et attire des collaborations enrichissantes.
- Élargir son réseau professionnel et attirer des clients à la recherche de créations originales et de haute qualité.

Ses frustrations

- Difficultés à se distinguer parmi de nombreux freelances dans le domaine du design graphique.
- Manque de connaissance en marketing digital pour promouvoir efficacement son travail.

Mes thématiques de communication



Tips pour un marketing accessible à tous

- Présenter des conseils pratiques, des astuces et des stratégies marketing simples que mes clients peuvent mettre en œuvre rapidement et à faible coût.
- Partager des études de cas ou des success stories d'entreprises ayant réussi à optimiser leur communication avec des moyens limités.



Les tendances du marketing digital

- Analyser les dernières tendances en marketing digital et expliquer comment les entreprises peuvent les adapter à leur stratégie.
- Organiser des webinaires ou des podcasts avec des invités experts pour discuter des innovations dans le secteur.



Partage de réalisations client

- Mettre en lumière le succès des projets menés avec mes clients pour démontrer l'efficacité de mes stratégies marketing et ma capacité à générer des résultats concrets
- Partager des citations ou des retours de clients satisfaits qui peuvent attester de la qualité de mon travail et de l'impact positif sur leur entreprise.



Mon parcours en tant qu'entrepreneur

- Partager mes expériences personnelles, les défis et les succès rencontrés pour inspirer mes abonnés et renforcer la connexion avec ma marque.

Ton et style du discours

Ton général

- **Professionnel mais accessible :** Mon discours doit transmettre une expertise dans le secteur du marketing. J'utilise un langage clair pour que mes messages soient compréhensibles par tous.
- **Inspirant :** J'encourage mes abonnés et mes clients à poursuivre leurs objectifs marketing avec des messages positifs et constructifs.
- **Authentique et personnel :** Je partage mes expériences et mes histoires personnelles pour créer une connexion émotionnelle avec mon public. L'authenticité renforce la confiance et l'engagement.

Style de communication

- **Amical :** J'adopte un style de communication ouvert et engageant, comme si je parlais à un ami, favorisant ainsi l'interaction et l'engagement sur mes publications
- **Didactique :** J'explique des concepts marketing complexes de manière pédagogique et simple. L'objectif est d'éduquer sans submerger.
- **Visuel :** J'utilise des images, des graphiques et des vidéos pour compléter mes messages écrits, rendant l'information non seulement plus digeste mais aussi plus engageante.

Adaptation aux canaux de communication

Plus formel, axé sur le networking professionnel et les réalisations client. Je garde un ton professionnel tout en étant engageant et accessible.

Plus visuel et personnel, je montre les coulisses de mon travail, je partage des moments de ma vie d'entrepreneur, et mets en avant des réalisations de manière esthétique. Le ton est plus détendu.



Un mixe entre professionnel et personnel, j'approfondis des sujets, partage des études de cas et des leçons apprises en tant qu'entrepreneur. Le style est plus narratif et informatif.



Directes et informatives, les newsletters sont idéales pour les annonces spéciales, et le partage de contenu exclusif. Le ton est amical, il encourage les lecteurs à s'engager davantage avec mon contenu.

Les mots-clés

Liste de mots-clés génériques pour les communications de Boostamark

Marketing
Stratégie
Communication
Innovation
Branding
Digitalisation
Réseaux sociaux
Contenu
Croissance
Visibilité
Identité de marque
SEO
Performance
Engagement
Transformation

Analyse des mots-clés génériques (Données GoogleAds 2024)

Mot clé	Nbr moy. de recherches mensuelles	Concurrence	SEA (CPC Haut)
branding	1 k – 10 k	Faible	1,87€
communication	10 k – 100 k	Faible	1,62€
contenu	1 k – 10 k	Faible	0,53€
croissance	1 k – 10 k	Faible	-
digitalisation	1 k – 10 k	Faible	3,59€
engagement	10 k – 100 k	Faible	3,03€
identité de marque	1 k – 10 k	Faible	2,87€
innovation	10 k – 100 k	Faible	2,78€
marketing	10 k – 100 k	Faible	1,64€
performance	10 k – 100 k	Moyen	1,29€
réseaux sociaux	10 k – 100 k	Faible	12,57€
seo	10 k – 100 k	Faible	2,30€
stratégie	10 k – 100 k	Faible	1,23€
transformation	1 k – 10 k	Faible	-
visibilité	1 k – 10 k	Faible	-

Les mots-clés

Liste de mots-clés spécifiques pour les communications de Boostamark

Stratégie de marque
Marketing digital
Optimisation SEO
Contenu créatif
Médias sociaux
Campagnes publicitaires
Analyse de données
Engagement client
Identité visuelle
Storytelling d'entreprise
Marketing d'influence
Conception web
E-mail marketing
Croissance de marque
Innovation marketing

Règles d'utilisation des mots-clés pour les communications Boostamark

Pour optimiser le référencement naturel de Boostamark, l'utilisation de ces mots-clés dans les articles de blog est nécessaire. Ils devront se trouver à différents endroits :

- Dans le titre de l'article (H1)
- Dans l'URL de l'article
- Dans le corps de l'article (1 fois tous les 100 caractères)
- Dans le nom des images de l'article

Les hashtags

Liste de hashtags pour les communication de Boostamark

#Boostamark
#Marketing
#Innovation
#Créativité
#Digital
#Stratégie
#SEO
#Contenu
#SocialMedia
#Engagement
#Branding
#Storytelling
#Influence
#Design
#Emailing
#Croissance
#Simplicité
#Performance
#Analytique
#RéseauxSociaux
#Visibilité
#Publicité
#Webdesign
#Ecommerce
#Conversion
#Trafic
#Communauté
#Optimisation
#Entrepreneuriat
#Succès

L’utilisation hashtags dans les communications de Boostamark

- **Pertinence avant tout :** Utiliser uniquement des hashtags directement liés au contenu publié. Ils doivent refléter clairement le sujet, le secteur ou l'intérêt du message.

- **Quantité :** Limiter le nombre de hashtags par publication pour éviter la saturation. Sur Instagram, par exemple, un maximum de 5 à 10 hashtags est recommandé.

- **Localisation :** Utilisation des hashtags géolocalisés lorsque cela est pertinent pour toucher une audience locale spécifique, surtout si le message ou service s'adresse à une région ou une ville particulière.

Exemple de communication

Exemple de publication LinkedIn

🗣️"Je communique sur Instagram car j'aime bien ce réseau social !"

❌ Une erreur que beaucoup de gens font quand ils souhaitent développer leur présence en ligne !

Dans le vaste univers du marketing digital, choisir le canal de communication le plus adapté à votre marque peut sembler être un défi de taille. Chez Boostamark, nous sommes là pour vous simplifier la tâche ! Voici quelques astuces pour vous aider à prendre la bonne décision :

🎯 Connaissez votre public : Identifiez où votre audience cible passe la majorité de son temps en ligne. Les jeunes adultes sont-ils plus actifs sur Instagram ? Votre public professionnel est-il concentré sur LinkedIn ? Choisir le bon canal commence par comprendre qui vous cherchez à atteindre.

📍 Définissez vos objectifs : Votre objectif est-il d'accroître la notoriété de la marque, de générer des leads ou d'engager la communauté ? Certains canaux sont mieux adaptés à certains objectifs. Par exemple, LinkedIn est idéal pour le B2B, tandis qu'Instagram peut être parfait pour le storytelling visuel.

⏳ Évaluez les ressources disponibles : Chaque canal demande un investissement en temps et en ressources. Avez-vous les moyens de créer du contenu vidéo de qualité pour YouTube ? Votre équipe peut-elle maintenir une présence active sur plusieurs réseaux sociaux simultanément ? Soyez réalistes quant à vos capacités

👀 Analysez la concurrence : Observez où et comment vos concurrents communiquent en ligne. Cela peut vous donner des indications précieuses sur les canaux efficaces dans votre secteur, mais aussi sur les opportunités de vous démarquer.

📈 Testez et mesurez : N'ayez pas peur d'expérimenter avec différents canaux pour voir ce qui fonctionne le mieux. Utilisez des outils d'analyse pour mesurer l'efficacité de vos efforts et ajustez votre stratégie en conséquence.

Choisir le bon canal de communication est crucial pour maximiser l'impact de votre marketing. Avec ces astuces de Boostamark, vous êtes déjà un pas plus près de construire une stratégie de communication gagnante. 🏆







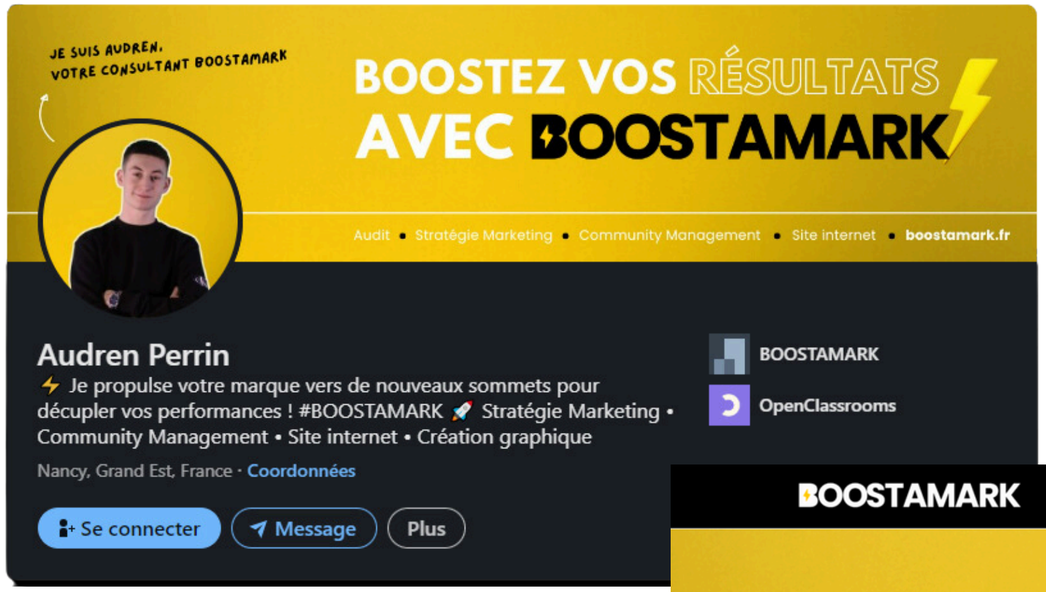






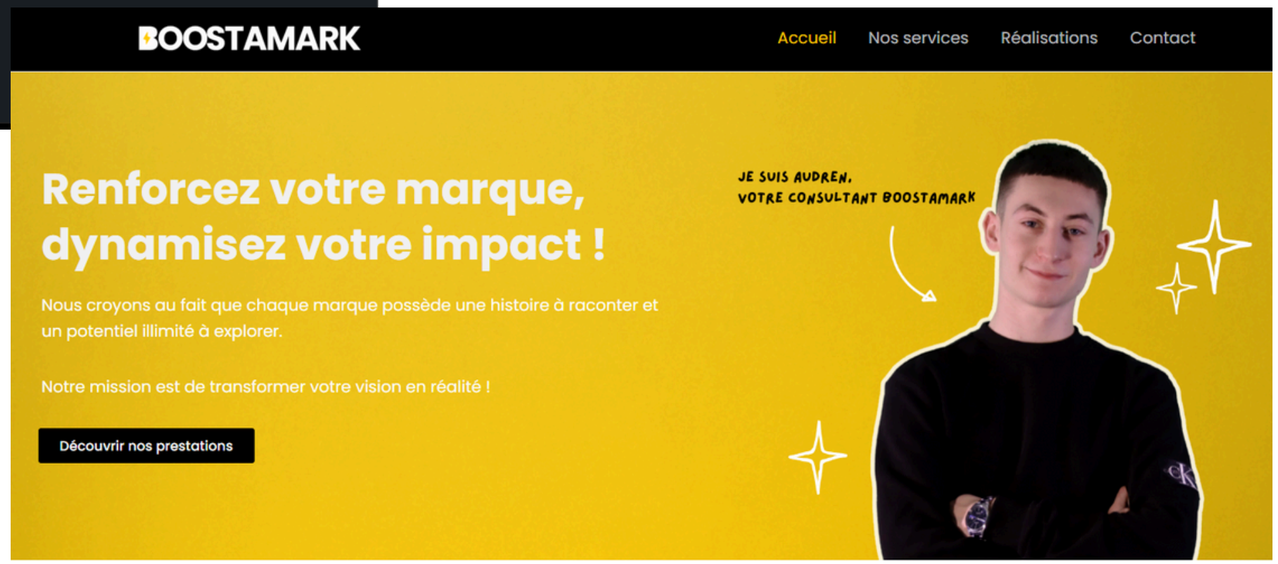
Canaux de communication

Ma page LinkedIn



Cliquez pour accéder

Mon site vitrine



Cliquez pour accéder

BOOSTAMARK

Avril 2024