



#098 - Marketing vs Branding : comprendre les différences pour bâtir une marque forte

# Numéro	98
# Saison	3
Statut	Publié
Publication	@07/02/2023
Enregistrement	

Intro

Vous pensez tout connaître sur le marketing et le branding, mais êtes-vous sûr de bien les différencier ? Comprendre ce qui les sépare et ce qui les rassemble est absolument crucial pour bâtir une stratégie solide pour votre marque. Dans cet épisode, nous allons décoder les 7 différences clés entre le marketing et le branding afin de vous permettre de mieux comprendre comment construire une marque forte et efficace. Écoutez jusqu'au bout pour ne rien manquer !



Bienvenue dans La Potion, le podcast qui vous révèle les secrets de marques mémorables. Chaque mardi, nous partageons des idées novatrices, des outils et des techniques qui ont fait leurs preuves pour vous aider à maximiser l'impact de votre marque. Nous vous invitons à vous abonner pour ne rien manquer de nos épisodes et pour bénéficier des dernières tendances en matière de branding et de design. Super gentil !

Nous faisons cet épisode, car le marketing et le branding sont souvent confondus. Pourtant, des deux disciplines ont des fonctions et des objectifs très différents, bien que complémentaires. Et connaître ces différences va vous aider à tirer le meilleur des avantages de chaque stratégie pour atteindre vos objectifs. Nous sommes ici pour vous guider et vous aider à découvrir comment le marketing et le branding peuvent travailler main dans la main pour renforcer votre marque.

Le branding c'est le "pourquoi" et le marketing le "comment"

Le branding se concentre sur la définition de la mission, des valeurs et de la proposition de valeur unique de la marque. Pourquoi ma marque existe ? Pourquoi devrais-tu nous choisir ? Il vise à se différencier de la concurrence et à construire une image cohérente pour les consommateurs. Le branding c'est définir la raison d'être de sa marque et en construire une image cohérente pour les consommateurs.

Le marketing, quant à lui, met en œuvre la stratégie de marque en utilisant des tactiques telles que la publicité, les offres et les programmes de fidélité pour inciter les clients à acheter. Il va donc mettre en œuvre le branding, il va l'activer. Il se concentre sur les actions concrètes pour générer des ventes. Le marketing peut, par exemple, mettre en avant les matériaux écologiques utilisés pour produire les vêtements si la marque se concentre sur l'écologie. Voilà, avec le marketing, on montre comment nos valeurs se concrétisent, on le prouve !

En utilisant les deux stratégies ensemble, vous pouvez construire une marque forte et développer une relation durable avec votre public. Retenez que le branding définit le "pourquoi" de la marque, tandis que le marketing définit le "comment". C'est super important de comprendre cette différence pour développer une stratégie cohérente entre ce qu'on affirme et la manière de le montrer.

Le branding c'est le "long terme" et le marketing le "court terme"

Effectivement, le branding vise à construire une image de marque sur le long terme, pour créer une relation étroite avec ses clients. C'est une démarche qui prend en compte la vision que l'on a du secteur sur le long terme, pour anticiper les évolutions du marché. Le marketing, lui, se concentre sur la génération de ventes à court terme

en utilisant des techniques isolées comme la publicité, les promotions et les programmes de fidélité.

Lui, le branding est un processus continu, c'est-à-dire que le branding se pense et se repense. Il s'ajuste et grandit, un peu comme une personne murie. Le marketing lui est la traduction de notre personnalité en actes concrets. Alors s'il nous arrive de faire des bêtises marketing cela peut se ressentir sur l'image que l'on a de nous, sur notre branding personnel.

Alors, sachez qu'il est important pour votre entreprise de se concentrer sur le futur pour construire une marque à l'épreuve du temps et des balles. Pourtant, utilisez quand même le marketing pour générer des ventes immédiates. Ces deux stratégies doivent être combinées pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

Le branding c'est le "Macro" et le marketing le "Micro"

Le branding est une stratégie de long terme qui se concentre sur la création d'une image pour une marque. Ça comprend la définition de la mission, des valeurs et du positionnement de la marque sur le marché. Le but est de donner à la marque une image globale qui reflète tout ce qu'elle représente, de son logo à ses actions en matière de responsabilité sociale. À travers le branding, on essaie de créer un univers, un imaginaire collectif. Et cet imaginaire collectif s'adresse au groupe, à la totalité de votre cible.

Le marketing, quant à lui, se concentre sur les actions concrètes pour promouvoir la marque auprès de segments bien spécifiques. Il se concentre sur les techniques pour attirer l'attention de clients A, B, C ou D. Le but est de zoomer dans le groupe pour aller chuchoter à l'oreille de chaque client. C'est quelque chose que l'on a abordé longuement dans l'épisode 95 "Comment transformer vos clients en fans de votre marque grâce à la personnalisation ?". Avec le marketing, on va personnaliser l'expérience que l'on a mise en place avec le branding. On vient donner une réponse personnelle et unique à chaque personne.

Pour donner un exemple rapide, imaginez une entreprise de chaussures qui a mis en place une stratégie de branding forte. Elle a défini sa mission, ses valeurs et son positionnement sur le marché de la chaussure. Elle a créé un logo et une image cohérente pour sa marque qui reflète tout ce qu'elle représente. Elle a créé un univers, un imaginaire collectif qui s'adresse à l'ensemble de sa cible.

Maintenant, pour mettre en pratique cette stratégie de branding, l'entreprise peut utiliser le marketing pour promouvoir ses chaussures auprès de segments spécifiques. Par exemple, elle peut cibler les sportifs en utilisant des techniques de marketing pour attirer leur attention et les inciter à acheter ses chaussures. Le marketing permet de personnaliser l'expérience pour chaque segment cible en leur donnant une réponse unique et personnelle pour répondre à leurs besoins spécifiques.

Le branding c'est la "stratégie" et le marketing la "tactique"

C'est une analogie que les joueurs d'échecs comprendront très facilement. Car la stratégie n'est pas la tactique. Le branding se concentre sur la direction générale et la définition de la marque, tandis que le marketing se concentre sur les actions spécifiques pour atteindre les objectifs de l'entreprise. Le branding établit la trajectoire de la marque, tandis que le marketing met en place les tactiques pour la suivre. Comme aux échecs, la stratégie consiste à déterminer une grande idée pour gagner, et la tactique une suite de mouvements pour y parvenir.

Un exemple concret serait de définir la personnalité de la marque via le branding, puis d'utiliser les tactiques de marketing pour la faire connaître au public. Par exemple, la marque pourrait être positionnée comme étant durable et respectueuse de l'environnement, et les tactiques de marketing pourraient inclure la mise en place de campagnes publicitaires ciblées en ligne et la participation à des événements associatifs. C'est ce que Tomojo fait brillamment, nous vous renvoyons là à l'épisode 97, c'était la semaine dernière avec la grande Madeleine Morley, co-fondatrice de cette marque.

Le branding c'est la "loyauté" et le marketing la "réponse"

On peut voir la différence entre le branding et le marketing comme la différence entre une relation amoureuse à long terme et une rencontre sans lendemain. Le branding vise à construire une relation forte et durable avec le public, tout comme une relation amoureuse qui nécessite du temps, de l'investissement et de l'engagement pour établir une confiance mutuelle et une proximité étroite. On veut faire en sorte que les gens tombent amoureux de notre marque, tout simplement.

Le marketing, quant à lui, se concentre sur obtenir une réponse immédiate, comme une rencontre occasionnelle qui vise à obtenir une réaction immédiate sans pour autant nécessiter un engagement à long terme. Mais nous, nous voulons les deux. Qu'ils tombent amoureux et qu'il y ait une réponse immédiate, une action de leur part. Le marketing va donc nous aider à mettre en place un jeu de séduction irrésistible.

Le branding c'est "être" et le marketing c'est "faire"

C'est peut-être la différence fondamentale entre le branding et le marketing. Le branding se concentre sur l'identité de l'entreprise tandis que le marketing se concentre sur les actions concrètes pour promouvoir cette identité. Le branding c'est "être" qui vous êtes en tant qu'entreprise, alors que le marketing c'est "faire" quoi pour promouvoir cette identité.

Un exemple concret de cette différence peut être vu dans la création d'une marque. Le branding c'est définir l'identité de la marque, y compris les valeurs, la mission et les objectifs, tandis que le marketing c'est mettre en œuvre des actions concrètes pour faire connaître cette identité au grand public, telles que la publicité, les relations publiques, les événements marketing, etc.

Il est crucial pour les entreprises de comprendre cette différence entre le branding et le marketing pour atteindre leurs objectifs. En effet, une entreprise qui ne comprend pas cette différence peut se retrouver à investir beaucoup d'efforts et de ressources dans le marketing sans avoir une identité claire, ce qui peut entraîner une image confuse et une absence de reconnaissance de la marque. À l'inverse, une entreprise qui se concentre uniquement sur le branding peut ne pas réaliser les bénéfices de son identité en l'absence de plan de marketing pour la promouvoir. Il est donc important de comprendre que le branding et le marketing sont complémentaires et doivent être travaillés ensemble pour obtenir les meilleurs résultats.



C'est tout pour cet épisode, merci d'avoir écouté. Nous espérons que ces conseils et astuces vous aideront à renforcer votre marque ! Si vous avez aimé ce podcast, n'oubliez pas de vous abonner. La Potion c'est chaque mardi pour toujours plus de secrets de marques. N'hésitez pas à nous faire part de vos commentaires et de vos questions, et nous nous ferons un plaisir de vous répondre. Pour ceux qui se questionnent sur leur branding, nous proposons des appels gratuits pour vous conseiller personnellement. Pour cela, contactez-nous sur notre site [Hermits.fr](https://hermits.fr) ! Sinon on vous dit à mardi prochain pour un nouvel épisode ! Et n'oubliez pas, une potion est un secret bien gardé !