



Quel que soit ton projet, prends le temps de te poser les questions suivantes. Tu y as certainement déjà les réponses. Cette fiche mémo te permettra de les conserver pour y revenir à chaque nouvelle collaboration.

*Dresse une liste des valeurs de ton entreprise par ordre d'importance. Garder tes valeurs en tête est précieux pour maintenir le cap dans ta communication. Surtout si tu décides d'en déléguer une partie !*

**Tu as 4 ou 5 valeurs dans ta liste ?  
C'est parfait!**



*N'hésite pas à te faire aider par tes proches, ton équipe, etc.*



## 1.1 TES VALEURS

1

2

3

4

5

**Tu es hésitant ?**

*Les valeurs d'une entreprise constituent son « compas moral », la base sur laquelle l'entreprise prend ses décisions. Pour être viables à long terme, elles doivent donc te « parler » et refléter la vision que tu as de ton entreprise. Souvent, les valeurs de l'entreprise reflètent celles de l'entrepreneur qui l'a créée.*

**En tant qu'individu, quelles sont tes valeurs ?**

*Astuce : pense aux comportements qui t'horripilent ou te choquent le plus. Souvent, c'est parce qu'ils contredisent tes valeurs. Fonctionner à l'envers te mettra sur la piste.*



Pouvoir identifier clairement ta mission est indispensable pour inscrire ton entreprise dans la durée : garder ta mission en tête te permet de mieux évaluer si les idées qui te viennent ou qu'on te propose sont pertinentes pour ton entreprise.

**« Une superbe idée qui ne correspond pas à sa cible »**

C'est souvent l'erreur de l'entrepreneur tombé amoureux de son service. Il est important de définir ton public cible, tu peux t'aider en créant des « personas\* ».



*Pour t'aider, internet est ton ami, n'hésite pas à lancer une recherche sur les personas\* ou un sondage sur les réseaux sociaux.*

(\*) Personne fictive dotée d'attributs et de caractéristiques qui représentent un groupe cible.



## 1.2 TA MISSION

Dans la colonne « Services », établis la liste de tes services; dans la colonne de droite, les besoins auxquels chaque service répond.



TES SERVICES

LES BESOINS

1)

2)

3)

4)

5)

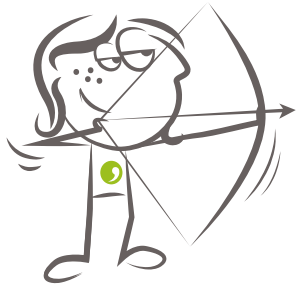
6)

**La mission de ton entreprise = Une réponse à un besoin.**

Maintenant que tu as identifié la raison d'être de ton entreprise, tu peux préciser ta mission en un slogan court, clair, et facile à retenir.



## « Quel est mon public cible aujourd'hui ? »



Est la question à te poser régulièrement. Tout change à toute vitesse, et le public peut aussi changer. C'est donc un point à garder à l'œil.

**La vision de ton entreprise**  
 =  
**Un pont entre le réel et le devenir.**



Projette cette vision sur le court et le long terme.



# 1.3 TA CIBLE

Situation géographique :

Canaux de communication\*\* :



Langue(s) :

Autre (s):

Autre(s) :

(\*\*) Exemple : Réseaux sociaux, newsletters, journaux...

### Entreprise (B2B)

TPE  
 PME  
 TGE

Secteur d'activité :

Autre :

### Consommateur (B2C)

Tranche d'âge

Interêts/Loisirs

Sexe

Revenus

Situation prof.

Diplôme(s)

Situation familiale

Autre

### Autre

ASBL  
 Association

Secteur

Autre

# 1.4 TA VISION

La description de ta vision doit susciter de l'émotion.