

Diagnostic Management

Il consiste à déterminer le positionnement et ses caractéristiques fondamentales (*modèle d'affaire, compétences clé, gestion des intuitions, gestion projets*) qui guident l'entreprise en fixant son credo.

Le diagnostic comprend :

- La vision de la marque (fixe sa direction stratégique)
- La mission de la marque
- L'identité de la marque
- La promesse
- L'utilité et la justification

L'objectif :

À chaque phase du diagnostic, une recommandation est faite et donne lieu à un échange pour validation ou invalidation.

Le but est de finaliser un document de référence qui fixe la direction stratégique.

Pour plus d'infos :

→ **03 88 44 07 04**

welcome@claudevictor.com

