

Checklist : le Corporate Language étape par étape

Grâce à un Corporate Language clairement défini, votre marque développe une voix identifiable sur tous les canaux et tous les marchés. Cette checklist vous donne une vue d'ensemble des étapes les plus importantes à réaliser pour réussir.

1. Examiner l'existant

- **Vérifier le profil linguistique de la marque** : des directives, la tonalité ou le choix des mots ont-ils déjà été définis ?
- **Analyser les canaux et les contenus** : quels textes et médias utilisez-vous (site Internet, réseaux sociaux, communication interne) ?
- **Clarifier la question du multilinguisme** : dans quelles langues communiquez-vous aujourd'hui, et dans lesquelles communiquerez-vous à l'avenir ?

2. Soigner la phase de préparation

- **Analyser le groupe cible** : par quelles parties prenantes le Corporate Language sera-t-il utilisé (marketing, RH, service clientèle, service technique) ? Quels sont leurs besoins respectifs ?
- **Traduire en mots les valeurs de la marque** : comment transcrire les valeurs essentielles de la marque en lignes directrices concrètes sur la façon de s'exprimer ? (Exemple : être « novateur » = utiliser des verbes actifs, des phrases courtes et des appels à l'action clairs.)
- **Observer la concurrence** : comment les entreprises concurrentes communiquent-elles ? Comment s'en différencier sur le plan linguistique ?

3. Définir des lignes directrices

- **Déterminer la tonalité** : définissez la manière dont vous souhaitez que votre marque sonne, p. ex. aimable, factuelle, sérieuse ou décontractée.
- **Choisir des mots et mots-clés** : quels sont les termes centraux qui reflètent les valeurs de votre marque ?
- **Définir les exemples à suivre et à éviter** : quels sont les formulations, tournures stylistiques ou termes qui doivent être évités ? Lesquels doivent être activement utilisés ?
- **Déterminer la structure et le format** : choisissez si vous préférez utiliser un document simple, un guide stylistique ou une base de données.

4. Assurer la cohérence

- **Mise en place de règles** : assurez-vous que les lignes directrices sont mises à la disposition de l'ensemble du personnel et des prestataires.
- **Formation et sensibilisation** : planifiez une introduction ou une formation concernant la communication interne, le marketing et la traduction.
- **Établissement de processus** : qui est responsable de la gestion, de la validation et de l'adaptation du langage de marque ?
- **Suivi et feed-back** : déterminez la manière dont vous souhaitez contrôler l'utilisation du langage et collecter les retours (p. ex. audits de style, commentaires des utilisatrices et utilisateurs).

5. Adaptabilité et gestion

- **Planifier la mise en œuvre multilingue** : comment vos textes sont-ils transposés dans d'autres langues, sans perdre la spécificité de votre marque ?
- **Agencer la mise à jour** : quand les lignes directrices seront-elles contrôlées et adaptées (p. ex. remaniement de la marque, nouvelle identité sur le marché) ?
- **Vérifier l'assistance technique disponible** : existe-t-il des outils ou des bases de données pour les glossaires, les traductions ou les guides stylistiques ?
- **Gérer les versions et les changements** : comment les nouvelles règles seront-elles communiquées ? Comment l'entreprise s'assurera-t-elle que toutes les personnes impliquées travaillent avec la version actuelle ?
- **Mesurer la réussite** : quels indicateurs démontrent l'efficacité de l'approche (p. ex. identification de la marque, feed-back de la clientèle, mesures de l'efficacité) ?

6. Victoires rapides face au lancement imminent

- **Sélectionner un projet pilote** : choisissez un canal ou un produit pour effectuer un rapide test. Montrez sur la base du projet ce qu'apporte le Corporate Language.
- **Documenter les termes centraux** : commencez par dresser une petite liste de 5 à 10 termes clés.
- **Introduire des exemples de phrases** : les exemples avant-après sont souvent plus parlants que de longues directives.
- **Diffuser la communication** : informez votre équipe de la nouvelle approche adoptée et motivez-la à l'appliquer.

De l'analyse à la mise en œuvre et au contrôle, en passant par la définition, vous connaissez désormais les étapes essentielles à suivre. Lancez-vous en procédant de manière consciente et systématique et, bientôt, votre Corporate Language fera effet et renforcera votre marque à tous les niveaux.



Consultez-nous pour découvrir comment nos services en matière de Corporate Language peuvent vous aider à atteindre vos objectifs de communication. Ensemble, nous boosterons votre communication d'entreprise.

Nadia Gaille
Head of Apostroph Switzerland

+41 44 265 40 30
sales@apostrophgroup.ch

apostrophgroup.ch