

Votre identité d'entreprise

Orientation stratégique

(pourquoi vous faites ce que vous faites)

Définit vos aspirations pour votre organisation. Vous y explicitiez où vous voulez jouer et quel type de performance financière vous espérez réaliser. Il s'agit de définir quel type d'entreprise vous voulez bâtir ou devenir.

Identité
d'entreprise
(qui vous êtes)

Culture organisationnelle

(rôle et expression de vos valeurs)

Définit les comportements clés que les collaborateurs de votre entreprise doivent afficher pour mettre en œuvre l'orientation stratégique que vous avez définie. Vous y décrivez les éléments clés que vous mettrez en place pour rendre possible la culture souhaitée.

Image de marque

(ce que vous dites à propos de ce que vous faites)

Définit comment vous voulez que le monde extérieur vous perçoive – clients, actionnaires, parties prenantes et médias, l'image que vous souhaitez projeter doit être cohérente avec votre orientation stratégique et votre culture organisationnelle.