



CHARTRE DE MARQUE COMPLÈTE

Stratégie • identité • voix • produit • marketplace • déploiement

Marketplace conversationnelle EX | TECH

Une marque de confiance, pas seulement une marketplace.

Le branding transforme le conseil multi-vendeurs en promesse claire, cohérente et vérifiable.

POSITIONNEMENT

Marketplace tech conversationnelle,
premium dans l'expérience et
transparente dans le classement.

PROMESSE

Décris ton besoin. EX | TECH compare les
offres, explique et prépare le bon
panier.

DIFFÉRENCE

Sélection gérée, recommandations
reconstructibles et continuité jusqu'au
SAV.

Le système de marque en six blocs.

01 Fondations

Vision, mission, positionnement, audiences, proposition de valeur.

02 Identité

Logo, couleurs, typographie, composition et accessibilité.

03 Expression

Voix, messages, iconographie, photographie et contenu.

04 Produit acheteur

Conversation, catalogue, comparateur, confiance et SAV.

05 Produit vendeur

Portail, données, qualité, paiements et communication B2B.

06 Déploiement

Réseaux, campagnes, CRM, gouvernance et production.

Construire une place de marché que l'on peut croire.

La marque n'est crédible que si le produit, les vendeurs et les opérations respectent la même promesse.

01

Vision, mission et promesse.

VISION

Rendre le choix technologique aussi simple qu'une conversation avec un conseiller compétent.

MISSION

Relier chaque besoin à la bonne offre, au bon vendeur et au bon accompagnement.

PROMESSE

Décris ton besoin. EX | TECH compare, explique et prépare le bon panier.

Signature principale

La technologie, choisie par l'intelligence.

Cinq piliers de marque.

UTILE

Réduire réellement
l'effort de décision.

SÉLECTIVE

Choisir vendeurs et
produits avant
d'élargir.

EXPLICABLE

Montrer les raisons et
les limites.

RESPONSABLE

Assumer sécurité,
support et médiation.

HUMAINE

Parler simplement et
permettre l'escalade.

Deux audiences, une même promesse de confiance.

ACHETEURS

Non-experts, étudiants, familles, créateurs et acheteurs de reconditionné. Ils cherchent compréhension, compatibilité, prix total et sécurité.

VENDEURS

Revendeurs, reconditionneurs, marques et commerces spécialisés. Ils cherchent demande qualifiée, visibilité équitable, données et outils.

Personnalité de marque.

Quatre équilibres à préserver dans chaque message et interface.

CALME

pas froid

EXPERT

pas complexe

PREMIUM

pas ostentatoire

DIRECT

pas agressif

Un système visuel sobre pour une plateforme complexe.

L'identité réduit le bruit et rend les décisions visibles.

02

Logotype et hiérarchie.



MONOGRAMME

Utilisable seul uniquement quand la marque est déjà identifiée.

LOGO COMPLET

Version prioritaire pour produit, documents, partenaires et campagnes.

Protection et usages interdits.

**01**

Ne pas étirer ou compresser.

02

Ne pas incliner.

03

Ne pas ajouter d'ombre ou de contour.

04

Ne pas recolorer le logo principal en cobalt.

05

Ne pas réduire au point de perdre TECH.

06

Ne pas placer sur un fond sans contraste.

Palette principale et ratio.

NOIR OBSIDIEN

#090A0D

Fond premium, texte fort

BLANC PERLE

#F5F6F8

Fond principal, respiration

ARGENT TITANE

#B8C0CB

Séparateurs, états, détails

BLEU COBALT

#4D67FF

Action, IA, sélection active

45 % clair / 40 % sombre / 10 % neutre / 5 % cobalt

Couleurs fonctionnelles et contraste.

SUCCÈS

Commande validée, vendeur certifié.

ATTENTION

Stock faible, délai ou donnée à vérifier.

ERREUR

Paieement, incompatibilité, sécurité ou blocage.

Toujours associer couleur + texte + icône pour les états critiques.

Inter : une famille, une hiérarchie.

Marketplace conversationnelle

Comparez les offres sans perdre le contexte.

Le vendeur, le prix total, le délai et la garantie restent visibles.

ÉCHELLE

Display 48/52 H1 32/38 H2 24/30 H3
18/24 Body 16/24 Small 13/18

Grille, rayon, bordure et espace.

GRILLE

8 pt Alignements et rythme.

RAYON

12-16 px Cartes, chat,
panneaux.

BORDURE

1 px Séparation
fonctionnelle.

OMBRE

0-8 % Profondeur très légère.

Parler comme un conseiller responsable.

La voix doit simplifier sans cacher les limites.

03

Cinq règles de voix.

1

Commencer par le besoin.

2

Expliquer le compromis.

3

Nommer l'incertitude.

4

Séparer conseil et
sponsoration.

5

Proposer un contrôle ou
un humain.

Matrice de messages.

ACHETEUR

VENDEUR

PARTENAIRE

INVESTISSEUR

SUPPORT

Iconographie : fonction avant décoration.

CONSEIL

Bulle ou étincelle simple.

COMPARAISON

Colonnes ou curseurs.

VENDEUR

Boutique ou badge.

CONFIANCE

Bouclier, vérification.

LIVRAISON

Colis et trajet.

SUPPORT

Casque ou dialogue.

Photographie : usage réel, lumière calme, peu de bruit.

PRODUIT

Plans nets, fonds neutres, détails utiles, échelle compréhensible.

HUMAIN

Situations d'usage naturelles, diversité, pas de pose publicitaire excessive.

INTERFACE

Conversations lisibles, produits contextualisés, prix et vendeur visibles.

La conversation devient l'interface commerciale principale.

Elle guide, mais ne supprime jamais le contrôle manuel.

04

Structure de l'interface.

SIDEBAR FLOTTANTE

Accueil Explorer Comparer Favoris
Commandes Communauté Compte

CENTRE DÉFILANT

Conversation Cartes produits Offres vendeurs
Comparatifs Paniers Suivi et support

BARRE FIXE

Texte Voix Critères Actions
rapides Ajout de contexte

Hiérarchie produit, offre et vendeur.

PRODUIT

Nom canonique Usage Points forts
Limites Compatibilités

OFFRE

Prix total Stock Délai État Garantie
Date de mise à jour

VENDEUR

Raison sociale Pays Score qualité SLA
Politique de retour Statut de vérification

Classement : séparer les scores.

PERTINENCE

Correspondance au besoin.

COÛT TOTAL

Prix, livraison, accessoires.

QUALITÉ VENDEUR

SLA, satisfaction, incidents.

CONFIANCE DONNÉES

Fraîcheur et complétude.

COMMERCIAL

Commission et sponsorisation, séparées.

Patrons de confiance obligatoires.

IA IDENTIFIÉE

Dire clairement que la réponse est générée par une IA.

SPONSORISÉ

Étiquette visible, raison et séparation.

INCERTITUDE

Dire ce qui manque et empêcher l'achat si nécessaire.

VENDEUR

Qui vend, livre, garantit et rembourse.

HUMAIN

Accès rapide pour litige, sécurité ou cas ambigu.

Après-vente : la marque doit rester présente.



Le vendeur voit ce que la plateforme attend de lui.

Qualité, conformité et performance deviennent lisibles.

05

Dashboard vendeur : cinq priorités.

COMMANDES

Actions et délais.

CATALOGUE

Erreurs, fraîcheur,
conformité.

QUALITÉ

SLA, annulations,
retours.

PAIEMENTS

Reversements,
commissions, réserves.

SUPPORT

Tickets et preuves.

Statuts vendeur et messages associés.

CANDIDAT

Votre dossier est incomplet ou en vérification.

PILOTE

Votre volume est plafonné pendant la période probatoire.

CERTIFIÉ EX

Votre qualité permet une visibilité normale.

PREMIUM

Vous accédez aux services avancés.

SUSPENDU

Les nouvelles ventes sont bloquées ; les commandes ouvertes restent suivies.

Voix B2B : précise, factuelle et orientée action.

BON

« 14 offres seront masquées demain car leur stock n'a pas été confirmé depuis 72 heures. »

À ÉVITER

« Votre catalogue semble avoir quelques petits problèmes. »

BON

« Votre taux d'annulation dépasse le seuil pilote. Voici les 6 commandes concernées. »

À ÉVITER

« Améliorez votre performance pour rester visible. »

Déployer la marque par preuves successives.

Chaque canal doit montrer un bénéfice concret ou renforcer la confiance.

06

Réseaux sociaux : Conseil, Sélection, Communauté.

01 CONSEIL

Une demande réelle, deux questions utiles, trois options expliquées.

02 SÉLECTION

Produits, vendeurs ou bundles choisis selon une méthode visible.

03 COMMUNAUTÉ

Avis, setups, besoins et retours après achat.

CRM et notifications : informer, jamais harceler.

UTILE

Stock revenu, baisse de prix demandée, commande ou support.

CONTEXTUEL

Rappeler le besoin et le produit concerné.

LIMITÉ

Fréquence explicite et contrôle utilisateur.

HONNÊTE

Pas de faux compte à rebours ni de rareté artificielle.

Documents vendeurs et partenaires.

ONE-PAGER VENDEUR

Valeur, commission, catégories, qualité et onboarding.

GUIDE CATALOGUE

Champs, identifiants, images, stock et sécurité.

POLITIQUE DE CLASSEMENT

Critères, sponsorisation et suspension.

KIT SUPPORT

Rôles, SLA, preuves, retours et incidents.

RAPPORT QUALITÉ

Scores, tendances, actions et décisions.

Gouvernance de marque et produit.

PROPRIÉTAIRE

VALIDATION

BIBLIOTHÈQUE

REVUE

INCIDENT

Douze contrôles avant mise en ligne.

Une marque cohérente est une promesse vérifiable.

1 Logo et contraste

2 Cobalt fonctionnel

3 Vendeur visible

4 Prix total lisible

5 Délai daté

6 État et garantie

7 Classement expliqué

8 Sponsoration séparée

9 IA identifiée

10 Incertitude nommée

11 Accès humain

12 Après-vente cohérent