



Profil	Volonté
Sécurité	Être rassuré
Orgueil	Être valorisé
Nouveauté	Être "in", à jour
Confort	Ne pas être brusqué
Argent	Réduire les coûts
Sympathie	Être en confiance
Ecologie	Être responsable

Méthode SONCASE : répertoire de sept besoins primaires, rationnels ou irrationnels, à prendre en compte pour élaborer son discours de marque.