

Définir sa stratégie de marque

Présentation synthétique :

Cette formation permet d'identifier sa stratégie de marque en mettant en l'essence même de sa marque, de son entreprise, de son projet avec la mise en avant de ses valeurs, son positionnement, ses personas...

Objectif pédagogique

Objectif pédagogique global :

A l'issue de la formation, les stagiaires seront en mesure de définir leurs éléments distinctifs en termes de branding (marque) et de définir une stratégie de communication propre.

Objectifs pédagogiques partiels :

Objectif pédagogique partiel 1 : le stagiaire sera capable de définir ses valeurs de marque et ses personas

Objectif pédagogique partiel 2 : le stagiaire sera en mesure de déterminer ses éléments de langage propres et ses territoires de dialogue

Objectif pédagogique partiel 3 : le stagiaire sera capable de fixer sa ligne éditoriale et les outils à déployer pour valoriser sa marque.

Public et pré-requis

Public : Toute personne souhaitant définir une stratégie de marque

Prérequis : Avoir une marque propre (pour un indépendant, vouloir travailler son personal branding)

Durée et horaires

Dates : à définir

Horaires : 9h00 à 12h30 puis 13h30 à 17h00

Durée totale : 1 jour soit 7h

Modalité de la formation : 100% présentiel

Adresse de la formation : dans les locaux de l'entreprise ou adresse précisée par ADN by Claire

Méthodes et moyens pédagogiques

Méthode affirmative : exposé théorique via présentation powerpoint

Méthode démonstrative : démonstration des bonnes pratiques par le formateur

Méthode active : cas pratiques et simulation par les stagiaires

Moyens techniques : ordinateur connecté à internet, vidéo-projecteur, smartphone

Ressources pédagogiques : programme de formation, support de cours, fiche pédagogique

Formateur : Claire DESTRUEL, 38 ans dont 13 ans d'expérience dans le marketing et la communication et certifiée Social Media Manager (CFPJ).

Dispositifs d'évaluation pendant la formation

Analyse critique lors des ateliers

1 exercice imposé : la création d'un persona lié à sa marque / activité professionnelle.

Après la formation :

Suivi par mail pour chaque stagiaire.

Sanction :

Attestation de suivi de formation remise au stagiaire

Itinéraire pédagogique -

Jour 1 - Matin de 9h-12h30

Stratégie de marque

- Identifier les nouveaux enjeux des marques
- Définition des éléments marketing fondamentaux pour créer une marque (SWOT, personae, valeurs...)
- Connaître les règles du brand content
- Validation des acquis : mise en avant de 3 valeurs de marque

Jour 1 - Après-midi de 13h30 à 17h00

Bâtir une stratégie de communication

- Comment s'intègre la stratégie de communication dans la stratégie de l'entreprise
- Pourquoi une ligne éditoriale
- Focus sur le content marketing
- Mise au point de la stratégie éditoriale
- Validation des acquis : Cas pratique : définition d'une stratégie éditoriale

Suivi et évaluation

Pendant la formation : analyse critique lors des ateliers

A la fin de la formation : enquête de satisfaction à chaud pour chaque stagiaire

Après la formation : échange et suivi par mail avec les stagiaires

Accessibilité aux personnes handicapées : nous contacter