

OSER SE MONTRER : STRUCTURER SON IDENTITE ET SA COMMUNICATION

Formatrice : Claire Destruel

Date : 24 mars 2026

Durée : 3 heures (présentiel)

Format : collectif

Lieu : Saint-Germain-en-Laye

Public : entrepreneures, dirigeantes, indépendantes

Pré-requis : avoir une activité lancée ou en cours de lancement

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participantes seront capables de :

- Clarifier leur positionnement et les fondamentaux de leur identité de marque
- Identifier leurs piliers de communication
- Structurer une base de stratégie éditoriale cohérente
- Déterminer leurs besoins en contenus (fond et forme)
- Se présenter avec assurance à travers une image alignée à leur marque

Compétences visées

- Formaliser un positionnement clair et différenciant
- Traduire son identité en axes de communication opérationnels
- Structurer un calendrier éditorial simple et réaliste
- Définir une stratégie de contenus adaptée à ses objectifs
- Incarner sa marque à travers des visuels professionnels

Déroulé pédagogique

1. Présentation des intervenantes et des participantes
 - Tour de table guidé : activité, cible, difficulté principale
 - Introduction à la thématique « Oser se montrer »
 - Présentation du déroulé et des livrables

Méthodes : échange collectif, questionnement guidé.

2. Apprenons à nous connaître – Clarifier son identité
Objectif : (re)poser les bases de l'identité de marque.

- Travail guidé à partir du cahier de positionnement
- Valeurs, mission, vision
- Cible idéale
- Proposition de valeur
- Différenciation

Méthodes : exercices individuels, partage en binômes, restitution collective.

OSER SE MONTRER : STRUCTURER SON IDENTITE ET SA COMMUNICATION

Livrable : cahier de positionnement de marque complété (questionnaire guidé).

3. Déterminer ses piliers de communication

Objectif : structurer les axes de prise de parole.

- Définition des piliers (expertise, pédagogie, coulisses, engagement, etc.)
- Sélection de 3 à 4 piliers alignés au positionnement
- Cohérence entre message, image et posture

Méthodes : travail individuel guidé + validation collective.

Livrable : formalisation des piliers de communication.

4. Travailler ses contenus

Objectif : transformer la stratégie en actions concrètes.

- Identification des besoins en contenus (photo, vidéo, texte, formats courts, etc.)
- Définition des thématiques prioritaires
- Bases d'un calendrier éditorial simple (mensuel ou trimestriel)
- Alignement entre objectifs business et contenus

Méthodes : atelier pratique, trame fournie, échanges en sous-groupes.

Livrables :

- Bases du calendrier éditorial
- Identification des besoins en contenus
- Première ébauche de stratégie de communication

5. Brief photo et incarnation de la marque

Objectif : relier identité de marque et image personnelle.

- Posture, intention, message transmis par l'image
- Cohérence entre univers visuel et positionnement
- Préparation au shooting : tenues, accessoires, ambiance

Intervention de Laura Briault : conseils pratiques pour des portraits alignés à l'identité de marque.

6. Debrief et plan d'action

Objectif : sécuriser la mise en œuvre.

- Partage des prises de conscience
- Engagement individuel : 3 actions à mettre en place sous 30 jours
- Questions / réponses

OSER SE MONTRER : STRUCTURER SON IDENTITE ET SA COMMUNICATION

Modalités pédagogiques

- Formation en présentiel
- Alternance d’apports méthodologiques et d’ateliers pratiques
- Supports remis en version papier ou PDF
- Interaction permanente et dynamique collaborative

Modalités d’évaluation

- Auto-positionnement en début et fin de session
- Validation des livrables produits pendant l’atelier
- Feedback oral en fin de formation

Livrables remis aux participantes

- Cahier de positionnement de marque (questionnaire guidé)
- Bases personnalisées du calendrier éditorial
- Identification formalisée des besoins en contenus
- Stratégie de communication synthétique
- 3 portraits retouchés en HD

Personne en situation de handicap : Nous contacter