

Concevoir sa stratégie de marque

Cours Pratique de 2 jours

Réf : CSM - Prix 2021 : 1 460€ HT

Une marque forte renforce la relation d'une entreprise avec ses clients et permet de créer de la valeur. Cette formation vous montrera comment concevoir et mettre en place une stratégie de marque performante.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- Définir les éléments constitutifs de la marque
- Comprendre la relation des consommateurs à la marque
- Déterminer la cible et l'identité de la marque
- Rendre visible son identité de marque

TRAVAUX PRATIQUES

Apports théoriques, retours d'expériences, réflexions collectives et études de cas.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 08/2018

1) Identifier les fonctions de la marque pour l'entreprise

- Définition et principaux éléments constitutifs du nom de marque : mots, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles.
- Un élément de différenciation fonctionnelle et symbolique.
- Un outil de création de valeur.
- Un instrument de fidélisation du consommateur.

Travaux pratiques : Analyse des valeurs d'une marque à travers ses publicités.

2) Comprendre la relation entre la marque et le client

- La fonction de garantie : la notion de confiance, les labels...
- La fonction d'identification : image de la marque et reconnaissance par le consommateur.
- L'attachement affectif du consommateur à la marque : fidélité, renouvellement d'achats, rôle de prescripteur...
- L'émergence de communautés de marques : clubs de consommateurs, réseaux sociaux...

Travaux pratiques : Analyse de relations marques/consommateurs.

3) Construire une marque forte

- Passer de la stratégie d'entreprise à la stratégie de marque.
- Identifier le public à viser : les critères de segmentation, la politique de ciblage...
- Définir son identité de marque : ADN, personnalité, signification et positionnement de la marque...
- Développer la notoriété et l'image de sa marque : les concepts de saillance et de résonance.
- Elaborer la plateforme de sa marque : ADN, valeur, cible, positionnement.

Travaux pratiques : Identifier la cible et l'identité de marque d'une gamme de produits.

4) Exprimer son identité de marque

- Valoriser le nom de sa marque et ses qualités : capitaliser sur ses points forts.
- Optimiser les signes de reconnaissance de la marque : le logo, la charte graphique, la signature, les slogans...

PARTICIPANTS

Responsables marketing, responsables communication, chefs de produit, chefs de projet marketing et toutes les personnes en charge de la communication de marque.

PRÉREQUIS

Expérience souhaitable en marketing et/ou communication d'entreprise.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers différents moyens (QCM, mise en situation, quiz...). Le stagiaire évalue sa progression et ses acquis à l'issue de la formation. L'intervenant valide la progression pédagogique du stagiaire et précise les outils utilisés pour la validation des acquis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Développer une communication à 360° : on-line et off-line.
- Architecture et extension de la marque : marque-produit, marque-gamme, marque-ombrelle, marque-caution...
- Alliance de la marque : le co-branding et la licence.

Travaux pratiques : Analyser les composants de la signalétique de plusieurs marques.

LES DATES

Nous contacter