

Réflexion autour de la marque

PROGRAMME

1 - Données de base sur la marque

- Qu'est ce qu'une marque ?
- Qu'est ce qu'une marque forte ?
- Une PME/PMI/TPE peut-elle se positionner comme une marque forte ?
- Les 3 phases de la marque :
 1. L'identité visuelle de la marque (nom, logo, charge graphique)
 2. Stratégie de marque
 3. Zoom sur la création de l'univers graphique :
 - * Recherche et création du nom de la marque,
 - * Protection juridique de la marque,
 - * Les spécificités graphiques liées à la création de logotype,
 - * Concevoir un univers d'expression graphique (Univers visuel, symbolique, coloriel, typographique, digital),
 - * La charte graphique,
 - * Etude de cas de ESR,
 - * Les grandes familles identitaires de marque,
 - * Différence entre le branding d'une marque de produits et celle d'une marque corporate (branding 1-2-3 étages).
- Synthèse de ce premier chapitre avec l'étude de cas Saint Gobain
- Echange sur les identités de marques de l'entreprise

2 - Méthodologie de création de marque

- Qu'est ce que la valeur unique de marque ?
- Comment trouver un territoire unique de marque ?
- Méthodologie de l'entonnoir :
 - * Analyse de l'univers concurrentiel
 - * Analyse des données internes
 - * Synthèse, verbatim, nuage de mots
 - * Emergence d'univers de marque possibles en co-création
 - * Préconisation d'axes de positionnement (mission, vision, promesse)
 - * Finalisation de l'axe retenu
- Le prisme de marque
 - * Etude de cas So Toulouse
- Le discours de marque
 - * L'engagement de marque (exemples)
 - * Etude de cas A Derma (marque de produit)

3 - Recherche de repère mental de marque

Une fois la charte graphique conçue, le prisme de marque défini, reste à mettre en place l'univers mémoriel de la marque.

- Théories de Chétochine : marques absolues, relatives et transparentes
- La théorie de la peur
- Les 3 leviers d'encrage dans l'esprit du consommateur :
L'utilité / Le lien / Le plaisir – l'émotion
- Le ladder :
 - * Stratégie de top of mind
 - * Stratégie d'attribut de marque
 - * Stratégie de bénéfice client
 - * Stratégie de territoire
 - * La charte graphique,
 - * Stratégie de valeur
 - * Stratégie de mission

4 - Mise en place du Brand Book

- Au-delà de la charte graphique, du storytelling de la marque, installer la narration de la marque
- Étude de cas *Audition Santé*
- Quel storytelling pour votre marque ?

BRANDING



2 JOURS

REF : BR10

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Sortir des approches conventionnelles de la marque

Croiser différents regards

Mobiliser différentes disciplines (stratégie amont, planning stratégique, communication)

Obtenir une réflexion globale et un retour aux fondamentaux

PUBLIC

Toute entreprise ayant une stratégie d'entreprise construite autour de sa (ou de ses) marque.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire.

TARIF

INTER : 1 340€ HT / 1 610€ TTC

INTRA : 1 810€ HT / 2 170€ TTC

SUR-MESURE : programme personnalisable pour répondre à vos besoins spécifiques ou pour un accompagnement individuel.

FORMATS

DISTANTIEL - PRÉSENTIEL

SATISFACTION & RÉSULTATS

D'ACCOMPLISSEMENT

Qualité globale de la formation : .../5

En cours de notation.

Taux de participation: En cours de notation.

NOS SESSIONS

DISTANCIEL : 5-7 OCTOBRE 2021 / 16-18 NOVEMBRE 2021 / 2-4 DÉCEMBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022 / 8-10 FÉVRIER 2022 / 2-4 MARS 2022 / 16-18 MARS 2022

MONTPELLIER : 5-7 OCTOBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022

PARIS : 12-14 OCTOBRE 2021 / 9-11 NOVEMBRE 2021 / 15-17 DÉCEMBRE 2021 / 5-7 JANVIER 2022 / 16-18 FÉVRIER 2022

TOULOUSE : 16-18 NOVEMBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022

MARSEILLE : 16-18 NOVEMBRE 2021

BORDEAUX : 5-7 OCTOBRE 2021 / 16-18 NOVEMBRE 2021

NICE : 16-18 NOVEMBRE 2021

RENNES : 16-18 NOVEMBRE 2021 / 2-4 DÉCEMBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022

En cas d'impossibilité administrative d'organiser l'évènement, les séances programmées en présentiel seront effectuées en distanciel (décision gouvernementale ou préfectorale).

NOS FORMATEURS

Jean-Charles Espy

Jean-Charles Espy a fondé en 2017 Brand Consulting Team, dont il est le gérant. Il a acquis son expérience en travaillant sur plus de 140 marques en audit et conseil stratégique, en élaboration de plate-forme de marque, en stratégie de communication et création de contenus. Depuis près de 20 ans, Jean-Charles Espy est présent au sein de l'université de Toulouse Capitole comme Maître de conférence et directeur des Etudes des masters 2 communication Infocom, mais fut également Directeur des Etudes des masters 1 & 2 communication pour le groupe ISCOM.

MODALITÉS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES D'ENCADREMENT, SANCTIONS DE LA FORMATION

Chaque participant complète en ligne un autodiagnostic de ses connaissances, compétences et attentes. Un audit préalable sera réalisé, les réponses obtenues par le formateur permettront d'adapter son animation en fonction des objectifs et des niveaux de chacun.

Durant la formation, les participants acquièrent du savoir et du savoir-faire via de nombreux cas pratiques en lien avec leurs propres traitements.

Le support pédagogiques et une bibliothèque de documents en ligne accompagnent le participant dans la mise en pratique de cette formation, de retour en entreprise.

La formation sera sanctionnée par un QCM d'évaluation des connaissances et des compétences nouvellement acquises, un émargement et une attestation de formation.

Séquences pédagogiques détaillées page précédente.

CONTACT

Sabrina ELHAIK

Référente pédagogique et administrative

04 83 43 80 43

sabrina.elhaik@360objets.com

MODALITÉS D'ENTRÉE & DÉLAIS D'ACCÈS

Une fois la formation sélectionnée, plusieurs dispositifs sont mis en place pour vous aider dans le financement de votre formation. L'inscription se fait auprès de notre responsable pédagogique.

Durée estimée entre la demande et le début de la prestation :

4 SEMAINES

Des dates supplémentaires peuvent être ajoutées, contactez nous.

BESOINS D'AMÉNAGEMENTS SPÉCIFIQUES

Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques pour accéder ou suivre cette formation merci de nous prévenir afin que nous prenions les mesures nécessaires à certains handicaps.

CONDITIONS SANITAIRES

Le port du masque tout au long de la journée est obligatoire.

Les stagiaires veilleront à apporter une quantité suffisante de masques pour une protection efficace pendant toute la durée de la formation.

Nous rappelons que le masque se porte au maximum pendant 4 heures consécutives.

Le respect des gestes barrières sera strictement contrôlé par nos formateurs.

