

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Construire une stratégie de marque forte

Objectif de la formation

- Comprendre les grands principes directeurs d'une marque
- Acquérir une vision claire des différentes fonctions d'une marque forte et des grandes logiques du [branding](#)
- Construire une identité de marque cohérente et différenciante pour générer de la préférence et de la création de valeur
- Faire de l'interne les ambassadeurs de votre marque au quotidien
- Intégrer les logiques d'innovation, et de co-création (b with b et b with c)

A l'issue de la formation, vous aurez une maîtrise des facteurs clés de succès pour développer une stratégie de marque cohérente et efficace.

Découvrez également notre formation [Maîtriser l'e-réputation de sa marque](#).

Elle aborde le branding en conjuguant efficacement apport théorique illustré, exercices pratiques et travail de réflexion stratégique en fin de formation afin d'assurer une bonne appropriation des nouvelles connaissances.

A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne amenée à piloter et à développer une ou plusieurs marques dans un objectif de création de valeur : directeur et responsable marketing, directeur de la communication, responsable de marque, manager et créateur d'entreprise.

Progression pédagogique :

La formation alterne entre éléments théoriques et cas pratiques et permet des temps d'échanges aussi bien sur les sujets vus en groupe que pour aborder des points spécifiques à la marque sur laquelle travaille chaque participant

Premier jour

1. Préambule

- Présentation des participants et de l'intervenant
- Echanges autour d'un cas concret de marque

2. Qu'est-ce qu'une marque ?

- Comprendre ce qu'est une marque et ses différentes fonctions, dont celle de guide à l'innovation
- Identifier des facteurs clés de succès d'une marque forte et en phase avec son époque

3. Qu'est-ce qui a changé pour la marque ?

- Décoder les différentes tendances et transformations sociétales qui impactent le développement d'une marque au XXIème siècle
- Refonder et passer un « new deal » entre une marque et ses audiences ?

4. Quels outils pour piloter la marque ?

- Déterminer la vision, le projet, l'ambition, les valeurs structurantes et la personnalité de la marque
- Savoir définir le statut, le positionnement et la plate-forme identitaire d'une marque
- Définir et construire les points d'appui du discours de la marque
- Savoir comprendre, analyser et nourrir les trois contrats de marque

Deuxième jour

5. Préambule

- Retour sur la première journée
- Echanges autour d'un cas concret de marque

6. Piloter la marque

- Comprendre et adopter des outils opérationnels pour piloter et développer la marque (co-création, design thinking, ...)
- Faire des collaborateurs un ambassadeur de la marque : réalité de l'approche

7. Organiser la marque

- Comprendre les différents modèles d'architecture de marque
- Savoir construire une architecture, approche des différents niveaux de branding et rôle de chaque marque
- Envisager un changement de marque : échanges sur la base d'un cas concret

8. Donner du contenu à la marque

- Comprendre les différents leviers à activer pour construire une stratégie efficace de « brand content »

La formation sera animée par Alain Cazes

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.