

PROGRAMME DE FORMATION : Développer l'image et le rayonnement de la marque

Objectifs :

1. Comprendre les fondements de l'image de marque

- **Analyser les composantes de l'image de marque** : logo, slogan, identité visuelle, valeurs et mission.
- **Étudier l'importance de la cohérence** entre l'image perçue par le public et l'identité souhaitée par la marque.
- **Savoir identifier et définir le positionnement de la marque** sur son marché cible.

2. Élaborer une stratégie de branding cohérente

- **Concevoir une identité de marque forte et distincte** en tenant compte du marché, des concurrents et des clients cibles.
- **Développer un storytelling de marque** convaincant pour créer un lien émotionnel avec les clients.
- **Créer des guidelines de marque** (charte graphique, ton de voix, etc.) pour assurer la cohérence de la communication à travers tous les canaux.

3. Améliorer la visibilité de la marque en ligne et hors ligne

- **Mettre en place une stratégie de présence digitale** : réseaux sociaux, site web, blog, newsletters.
- **Optimiser la visibilité sur les moteurs de recherche (SEO/SEA)** pour renforcer le rayonnement en ligne.
- **Exploiter les événements physiques et digitaux** (salons, webinaires, collaborations) pour promouvoir la marque et engager les audiences.

4. Renforcer la notoriété et l'engagement client

- **Développer des campagnes de communication ciblées** en fonction des segments de clientèle.
- **Apprendre à utiliser l'influence marketing et les partenariats** pour accroître la notoriété de la marque.

- **Maîtriser les outils de suivi et d'analyse** (Google Analytics, KPIs sociaux) pour évaluer l'impact des actions de communication.

5. Développer une stratégie de contenu impactante

- **Créer et diffuser du contenu de qualité** (articles, vidéos, podcasts) aligné avec les valeurs de la marque.
- **Adopter une stratégie de contenu omnicanal** pour une diffusion cohérente et régulière sur toutes les plateformes.
- **Apprendre à gérer une communauté en ligne** pour encourager l'engagement, la fidélisation et l'ambassadeur de marque.

6. Gérer la réputation de la marque

- **Mettre en place des outils de veille d'image** pour surveiller la réputation de la marque en ligne.
- **Gérer les crises de réputation** : apprendre à anticiper, répondre et corriger les perceptions négatives.
- **Fidéliser les clients en répondant efficacement aux retours et aux avis clients.**

7. Mesurer et optimiser le rayonnement de la marque

- **Définir et suivre les indicateurs clés de performance (KPIs)** pour mesurer la croissance de l'image de marque et son rayonnement.
- **Analyser les retours des campagnes de communication** (quantitatifs et qualitatifs) pour ajuster les actions.
- **Élaborer un plan d'amélioration continue** pour affiner la stratégie de marque au fil du temps et maximiser son rayonnement.

Modalité d'accès, prérequis :

Prérequis :

- **Compréhension de base du marketing** : Avoir une connaissance élémentaire des concepts de marketing (objectifs, cibles, positionnement) facilitera l'assimilation des notions de branding.
- **Maîtrise des outils informatiques de base** : Être à l'aise avec l'utilisation d'outils bureautiques comme Word, PowerPoint, et Excel, ainsi que la navigation sur Internet.

- **Sensibilité aux réseaux sociaux** : Avoir une familiarité avec les principales plateformes de réseaux sociaux (Instagram, Facebook, LinkedIn) et une compréhension basique de leur usage.
- **Capacité de recherche et d'analyse** : Être capable de faire des recherches simples en ligne et d'analyser des tendances de consommation ou des stratégies de marques existantes.
- **Bonne communication écrite et orale** : Savoir rédiger et communiquer clairement pour faciliter les échanges et la création de contenu autour de la marque.

Délais d'accès à la formation :

Les délais sont estimés à 30 jours environ à compter de votre demande

Durée :

40 heures

Tarif Ttc :

2400 €

Modalités pédagogiques

1. Méthodes d'enseignement

- **Cours théoriques** : Présentation des concepts fondamentaux du branding, des stratégies de développement de marque et de rayonnement à travers des supports visuels (slides, vidéos, etc.).
- **Études de cas** : Analyse de marques existantes et de leurs stratégies de développement afin de comprendre les bonnes pratiques et les erreurs à éviter.
- **Ateliers pratiques** : Création de projets fictifs ou réels pour permettre aux participants de développer leur propre marque ou de travailler sur des exercices concrets (identité visuelle, message de marque, etc.).
- **Mise en situation** : Simulation de scénarios de branding (lancement de marque, rebranding, création de contenu) pour renforcer la compréhension pratique des concepts.

2. Outils et supports pédagogiques

- **Documents pédagogiques** : Fiches récapitulatives, manuels, articles et ressources en ligne sur le développement de marque et le marketing digital.
- **Supports numériques** : Utilisation de logiciels ou d'outils en ligne (Canva, outils de réseaux sociaux, Google Trends) pour des exercices pratiques liés à la création d'identité visuelle et à l'analyse de tendances.
- **Plateformes en ligne** : Utilisation de plateformes e-learning (si formation à distance) pour le partage de ressources et d'évaluations, ainsi que pour les discussions entre participants et formateurs.

3. Modalités d'évaluation

- **Évaluation continue** : Des mini-quizz ou exercices à la fin de chaque module pour tester la compréhension des concepts.
- **Projet final** : Chaque participant travaillera sur le développement et la présentation d'une marque fictive ou réelle, en appliquant les concepts vus durant la formation. Ce projet sera évalué en fonction de critères comme la cohérence de l'identité, la stratégie de communication, et le rayonnement de la marque.
- **Feedback individuel** : Sessions de retour sur les projets des participants pour un suivi personnalisé et des conseils spécifiques.

4. Interaction et accompagnement

- **Sessions de questions/réponses** : Moments dédiés à la clarification des concepts vus en cours et à l'accompagnement du/des participant(s) dans leurs projets.

Mode de formation :

En présentiel

Coordonnées de la personne en charge de la demande :

Corentin@marmignonbrothers.com

Politique tarifaire :

Nous sommes sur une démarche sur mesure, pour les tarifs merci de nous contacter.

Conditions d'accès pour les personnes en situation de handicap :

Si vous êtes en situation de handicap, veuillez nous contacter afin que nous puissions vous guider.

L'accueil des personnes en situation de handicap est assuré sur tous nos lieux de formation et vous pouvez contacter Clotaire MARMIGNON pour toute demande par e-mail à l'adresse suivante : contact@marmignonbrothers.com

Programme

Module 1 : Introduction au Branding

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

- Définition et rôle d'une marque.
- Différence entre produit, service et marque.

2. Les éléments constitutifs d'une marque

- Identité visuelle (logo, couleurs, typographie).
- Ton de voix et valeurs.

3. L'importance du branding dans la stratégie d'entreprise

- Différenciation face à la concurrence.
- Impact sur la perception du public et la fidélité des clients.

Exercice pratique : Analyse de grandes marques et de leur identité visuelle.

Module 2 : Positionnement et Cible

1. Définir le positionnement de sa marque

- Analyse concurrentielle : identifier son marché et ses concurrents.
- Trouver son avantage concurrentiel.

2. Définir sa cible de clientèle

- Segmentation du marché : comment choisir ses cibles ?
- Création de personas : comprendre les attentes et comportements des consommateurs.

Exercice pratique : Création d'un persona client et réflexion sur le positionnement d'une marque fictive.

Module 3 : Stratégie de Communication de Marque

1. Construire un message de marque efficace

- Storytelling de marque : comment raconter une histoire autour de la marque.
- Ton de communication adapté à la cible.

2. Définir les canaux de communication

- Choisir les bons supports : réseaux sociaux, site web, publicité.
- Utiliser les influenceurs et les ambassadeurs de marque.

Exercice pratique : Élaboration d'une stratégie de communication pour un lancement de marque fictif.

Module 4 : Identité Visuelle et Création de Contenu

1. Conception de l'identité visuelle



- Création d'un logo et charte graphique.
- Choix des couleurs et typographies selon les valeurs de la marque.

2. Création de contenu attractif

- Types de contenus (images, vidéos, textes).
- Outils de création graphique simples (Canva, Adobe Spark).
- Cohérence entre le message et l'identité visuelle.

Exercice pratique : Création d'une identité visuelle de base (logo, couleurs, typographies) pour une marque fictive.

Module 5 : Rayonnement de la Marque sur le Web

1. Développer la présence digitale

- Utilisation des réseaux sociaux pour le branding.
- Optimisation du site web pour renforcer l'image de marque.

2. Stratégies de visibilité

- SEO (référencement naturel) pour renforcer le rayonnement de la marque.
- Publicité digitale (Google Ads, réseaux sociaux) pour attirer l'attention.

Exercice pratique : Simulation d'une campagne de visibilité en ligne pour une marque fictive.

Module 6 : Gérer la réputation et la relation client

1. Gestion de l'e-réputation

- Comment surveiller et répondre aux avis en ligne.
- Stratégies de gestion de crise en ligne.

2. Créer une communauté autour de la marque

- Fidéliser les clients à travers des actions engageantes.
- Programmes de fidélité, événements, newsletters.

Exercice pratique : Élaboration d'une stratégie de gestion de la réputation et de fidélisation client.

Module 7 : Évaluation et Projet Final

1. Présentation du projet final

- Chaque participant présente le développement de sa propre marque (fictive ou réelle) : identité visuelle, stratégie de communication et rayonnement.
- Évaluation et retours du formateur sur la cohérence de la stratégie.

2. Feedback personnalisé

- Conseils et axes d'amélioration.