



BY ABILWAYS

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19MARQUE

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1490  
€ HT

# CONSTRUIRE SA STRATÉGIE DE MARQUE

## Concevoir une marque forte et unique

La marque d'une entreprise est primordiale car elle définit la vision globale et influence le taux d'engagement des consommateurs. Cette formation permet de repérer les leviers pour construire une marque forte, mettre en œuvre les stratégies de développement efficaces et évaluer la pertinence des actions menées.

### OBJECTIFS

- Comprendre les concepts et le fonctionnement de la marque.
- Les replacer dans le cadre de la stratégie d'entreprise et de l'offre.
- Déterminer son capital marque et le faire évoluer.

### EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

### POUR QUI ?

Directeurs marketing et/ou communication, responsables marketing, chefs de marques/produits.

### PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing.

### COMPÉTENCES ACQUISES

Définir une stratégie de marque pertinente et différenciante.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quiz amont  
Présentiel  
E-quiz aval

### PROGRAMME

Construire sa stratégie de marque

#### Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Comment définir ses objectifs ?

#### Adapter sa marque aux nouveaux besoins et usages des consommateurs et des salariés

- Rôles, grands principes, évolutions : s'approprier les enjeux du phénomène de marque.
- Appréhender les incidences des mutations de la société sur sa marque pour s'y adapter.
- Expérience, émotion et ambition sociétale : construire son univers de marque.
- Définir le rôle du Brand content et les objectifs du content marketing pour alimenter sa marque.
- Miser sur la Brand Advocacy pour fédérer et toucher ses « utilisateurs » comme ambassadeurs et créateurs de contenus pour sa marque.
- Travailler sa marque employeur pour impacter ses salariés et ses parties prenantes.

#### Mettre sa marque au cœur du business model de son entreprise



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr  
Siret 712 010 362 000 28

- Formaliser la vision de son entreprise pour révéler la raison d'être et la mission de sa marque.
- Faire de sa marque l'élément clé de la proposition de valeur de son entreprise : exemples et recommandations.
- Prospective, design et co-développement : faire émerger les fondamentaux de sa marque.
- Décrypter le parcours d'achat de ses clients pour optimiser tous les points de contact avec sa marque.
- Co-branding et partenariats : inscrire sa marque dans un écosystème pour amplifier son rayonnement.

### Construire sa plateforme de marque

- Étudier ses cibles pour identifier le problème résolu par sa marque.
- Analyser sa concurrence pour définir son positionnement et déterminer les éléments différenciants à actionner.
- Formuler une promesse réelle et exclusive pour s'engager auprès de ses clients.
- Imaginer le storytelling de marque pour amener des éléments de preuve et crédibiliser sa marque.
- Réfléchir à une identité visuelle cohérente avec sa plateforme de sa marque pour préparer sa future charte graphique.

### Faire évoluer sa marque pour préserver sa cohérence

- Rester à l'écoute de ses clients et de son environnement pour préserver l'alignement de sa marque.
- Extension, alliances, nouveaux produits... : arbitrer les stratégies de développement pour rester aligner avec sa marque.
- Saisir les nouvelles opportunités de la Loi Pacte pour sa marque : nouvelles formes de marque, sociétés à mission...
- Incarner sa marque sur toute sa chaîne de valeur : points de vigilance et bonnes pratiques.
- Maîtriser les spécificités de la communication digitale pour protéger son identité de marque sur le web.

## INTERVENANTS

Aurélie FOULON

Stéphanie Barrois

## MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

## LIEUX ET DATES



À distance  
11 et 12 avr. 2022  
27 et 28 oct. 2022

Paris  
04 et 05 nov. 2021  
31 janv. et 01 févr. 2022  
14 et 15 juin 2022  
01 et 02 sept. 2022  
05 et 06 déc. 2022



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : [serviceclient@ism.fr](mailto:serviceclient@ism.fr)  
Siret 712 010 362 000 28