



C.2 – Construire et exprimer son identité de marque

Dans un environnement en pleine mutation, les marques doivent constamment s'adapter afin de rester des marques désirables et mémorables. Multiplication des expériences, défi de la mobilité, bataille de l'attention, nouvelles quêtes de sens : les marques doivent se refonder et redessiner leur patrimoine. Plus qu'hier... et moins que demain, la marque est une composante essentielle de la relation avec ses clients !

Objectifs

- Maîtriser les enjeux stratégiques d'une identité de marque
- Traduire les valeurs & la personnalité de l'entreprise et ses marques
- Concevoir et/ou faire évoluer une identité visuelle

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Rôle et fonctions de la marque** : Eléments de la marque. Marque-mère et marques filles. Outil de création de valeur et de fidélisation. La fonction de garantie (confiance, labels qualité). La fonction d'identification par le consommateur.
- **Construire une marque forte** : Penser sa marque à travers ses cibles (les personas). Définir & valoriser son identité de marque : prisme de la marque – audit de marque. Développer la notoriété et l'image de sa marque. E-réputation.
- **Traduire l'essence de la marque en identité visuelle** : le logo et la charte graphique. Symbolique des couleurs. Symbolique des formes. Symbolique des typographies. Le rôle du logo. La charte graphique. Les supports imprimés. Les supports digitaux.
- **Concevoir un univers spécifique à la marque.** . Univers symbolique, univers visuel, univers sonore...
- **Traduire la marque dans une stratégie éditoriale** : l'univers sémantique de la marque, le storytelling, le brand content, la stratégie « social media », la video.
- **Traduire la marque en vidéo** : les différents types de vidéo, construire un storyboard, bonnes pratiques à respecter, diffuser la vidéo et favoriser sa viralité.

 2 formules

 7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises 390 € par pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur votre entreprise 790 € pour 1 à 4 pers

 Public

Toute personne animant un site internet. Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi.

 Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet et le marketing
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.