

# CAPITAL DE MARQUE

**2 jours**
**FAITES DE VOTRE MARQUE UN ACCÉLÉRATEUR DE CROISSANCE !**

## PROGRAMME DE LA FORMATION

Ce programme est mis à jour en temps réel pour prendre en compte les dernières nouveautés

### STRATÉGIE DE CAPITAL MARQUE

- › Introduction : qu'est-ce qu'une marque ?
  - la marque, reflet du positionnement
  - importance de la marque pour le client / pour l'entreprise
  - les différents statuts de marques

#### Réflexion en équipes

- › Créer une marque forte
  - les sept critères de création
  - la procédure d'attribution de nom
  - les emblèmes
  - la plateforme de marque
  - les facteurs clés de succès d'une marque forte

#### Atelier en équipes sur les emblèmes de marques

Atelier de réflexion individuelle ou en équipes sur la plateforme de marque (cas participants)

- › Evaluer le capital marque
  - la notoriété et l'image
  - la personnalité de la marque
  - la pyramide du capital marque

#### Ateliers de réflexion individuelle (cas des participants)

- sur la personnalité de marque  
- sur la pyramide de marque (identité, signification, réaction, relation)

- › Gérer une marque
  - la faire évoluer
  - développer des partenariats
  - gérer l'e-réputation
- › Optimiser un portefeuille de marques
  - l'architecture de marque
  - rationaliser le portefeuille de marques

Atelier de réflexion individuelle ou en équipe sur l'architecture de marque (cas participants)

### STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE MARQUE

- › Déterminer l'objectif et les cibles
  - les trois objectifs de communication
  - cibles marketing / cibles de communication
- › Construire un message attractif
  - les composantes d'un message
  - le modèle CAP/SONCASE
  - le storytelling

#### Ateliers CAP/SONCASE en équipes sur 2 cas participants

- › Bâtir un plan de communication multicanal efficace
  - le choix des canaux d'amplification off line et on line
  - le media planning et l'audience planning

Atelier en équipes d'un cas pratique d'entreprise avec des cibles BtoB/BtoC

– la mesure des résultats des campagnes

Application des KPI au cas d'entreprise

### OBJECTIFS

Créer une marque forte.  
Gérer une marque.  
Optimiser un portefeuille de marques.  
Construire un message attractif.  
Bâtir un plan de communication multicanal efficace.

### LES PLUS DE CETTE FORMATION

L'élaboration d'un plan d'action pour optimiser votre démarche  
Une formation pratico-pratique avec de nombreux ateliers

### PUBLIC ET PRÉREQUIS

Responsables marketing, marketing-communication, digital, marketing client / relationnel, expérience client, promotion des ventes, chefs de marque / produit / marché, chefs de projet digital, et toutes les personnes en charge de la communication de marque.  
Aucun niveau de connaissance préalables n'est requis

### MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

### SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation  
Évaluation à chaud et à froid

### TARIFS

1 600 € HT - Réf : MPC-CAMA

Validité : 30 juin 2026

### PROCHAINES SESSIONS

Paris Montparnasse :  
les 21 et 22 mai 2026  
les 19 et 20 novembre 2026

Formation à distance :  
les 12 et 13 mars 2026  
les 1 et 2 octobre 2026

