

# 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

Atelier de réflexion individuelle sur la personnalité de marque (Cas des participants)

Atelier de réflexion individuelle 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

Atelier CAP/SONCASE en équipes sur deux 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**

1 540 € HT - Réf : MPC-CAMA

Validité : 30 juin 2024

**PROCHAINES SESSIONS**

**Formation à distance :**  
 les 12 et 13 septembre 2024

**Paris Montparnasse :**  
 les 27 et 28 mai 2024  
 les 19 et 20 décembre 2024

## Participant(e)

Mme  M. Nom.....  
Prénom.....  
Fonction.....  
E-mail .....  
(obligatoire pour accéder à vos documents personnalisés, avant et après votre formation)  
Tél. (ligne directe).....  
Tél. mobile (pour infos de dernière minute).....

Merci de nous indiquer si nous devons prévoir des mesures à mettre en œuvre pour les personnes nécessitant des aménagements particuliers :

## Entreprise / Établissement

Raison sociale.....  
Adresse.....  
Code postal | | | | | Ville.....  
Téléphone..... Fax.....  
N° d'identification (TVA intracommunautaire).....  
Code APE / NAF..... N° Siret | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

## Responsable de l'inscription

Mme  M. Nom..... Prénom.....  
Service/Fonction.....  
Tél. (ligne directe)..... E-mail.....

## Facturation/Règlement

### FACTURE À ADRESSER À L'ENTREPRISE / L'ÉTABLISSEMENT :

À l'attention de  Mme  M.  
Nom.....  
Prénom.....  
Service/Fonction.....  
E-mail.....  
Libellé de la facture.....

Si la facture est à adresser à l'entreprise mais à une autre adresse ou un autre service, merci de préciser .....

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur la facture ?

OUI  NON

Si OUI, numéro : .....  
*GERESO se réserve le droit de facturer une pénalité forfaitaire si le client n'a pas transmis son bon de commande avant le début de la formation*

### Prise en charge (si parcours certifiant) :

CPF  Entreprise  OPCO

## Formation choisie

Titre.....  
Référence.....  
Dates.....  
Lieu.....  
Option proposée pour certaines formations : un accès e-ressources pendant un an, à un tarif très avantageux (remise de 50% sur le prix public).  
Merci de préciser votre choix :

Formation + Accès e-ressources pendant un an \*  Formation seule

## Tarif

Indiquez le tarif HT selon l'option choisie .....

### FACTURE À ADRESSER À L'OPCO :

Nom de l'OPCO.....  
Numéro de prise en charge.....  
Adresse de votre OPCO.....  
Code postal | | | | | Ville.....

*Si GERESO n'a pas reçu l'accord de prise en charge de l'OPCO le dernier jour de la formation, le client sera facturé de l'intégralité du prix de la formation.*

Fait à :	Le :
Signature et cachet de l'Entreprise / l'Établissement, précédés de la mention « bon pour accord » :	
La signature de ce bulletin d'inscription vaut acceptation des conditions générales de vente précisées sur <a href="http://www.gereso.com/cgv/">www.gereso.com/cgv/</a>	