Programme de Formation

Concevoir un positionnement de marque

Organisation

Durée : 4 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique

Public visé

Chargé de communication ou marketing

Responsable communication ou marketing

Directeur de la communication externe

Directeur de la communication marketing

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation le stagiaire aura compris les fondamentaux d'une marque

Il saura appréhender, comprendre et différencier les termes fondamentaux (positionnement, identité, stratégie, notoriété, image, mix marketing, promesse)

Il saura définir un territoire de marque

Il saura se servir des outils marketing (Mix) ou de communication (do-learn-like)

Description

Journées alternant théorie et cas pratiques grâce à des ateliers

Ces ateliers sont basés sur des cas fictifs ou réels rencontrés par le public formé

Prérequis

Aucun pré-requis (connaissance et compétence spécifique) n'est souhaité.

Modalités pédagogiques

Les programme de formations se dérouleront ainsi :

- formation avec support sur le module général

- accompagnement individualisé des acquis et l'adoption de nouvelles pratiques de pilotage et de management par des séances programmées entre les stagiaires et le formateur.

Formation générale

· Supports de formation selon programme

· Déroulé :

o Fixation des objectifs collectifs et individuels par séance

o Questionnaire d'autoévaluation

o Apport théorique et présentation des concepts

o Echanges d'expérience

o Exemples et exercice pratique par l'échange et l'exposé

o Retour sur les objectifs de la séance, tour de table et conclusions

· Le formateur proposera une série d'exemples et d'illustration des théories et des concepts mais privilégie les exemples pris sur le terrain et les illustrations proposées par les stagiaires en séances

· Le formateur en poursuivant les objectifs pédagogiques favorisera les échanges entre les stagiaires

Moyens et supports pédagogiques

Des entretiens individualisés sont prévus pour vérifier de façon complémentaire les niveaux d'appropriation

Modalités d'évaluation et de suivi

Un auto positionnement des stagiaires sera réalisé en amont de la formation. Un autre auto positionnement sera réalisé à l'issue de la formation afin d'évaluer la progression.

En complément, les stagiaires pourront exprimer leurs besoins et attentes via leur extranet.

La plupart des formations donnant lieu à des mises en applications pratiques, le formateur prévoit de consacrer du temps pour le collectif et/ ou pour chaque stagiaire dans la matérialisation et concrétisation des acquis :

- Appropriation de certains outils par la personnalisation des outils
- Mises en pratiques visibles et retours d'expérience
- Résultats opérationnels sur le terrain

Le formateur s'assure par ses contrôles pendant la formation que les stagiaires ont bien pu acquérir les connaissances et les compétences transmises.

Un questionnaire de satisfaction à chaud sera envoyé juste après la formation, puis un questionnaire à froid le sera également 1 mois après la fin de la formation.