Communiquer autour de sa marque

Durée	1,5 Jours - (12 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés souhaitant améliorer la communication et l'image de leur marque
Intervenants	Formateur spécialisé en communication et marketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Alternance de démonstrations, de cas concrets et d'exercices pratiques. Mise en situation avec des exemples métiers (communication, marketing, RH…)

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique, outils numériques (CANVA, Google Docs/Sheets, ChatGPT)

Évaluation :
L'évaluation continue est réalisée par le formateur au début et fin de formation avec validation des acquis. Une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir sa stratégie de communication, son positionnement et son image de marque
- Améliorer la visibilité et la cohérence de sa marque grâce à une communication adaptée et structurée

PROGRAMME

JOUR 1

- Identifier les éléments clés de son image de marque (valeurs, cible, messages)
- Définir un positionnement clair et cohérent
- Analyse de la concurrence, étude du marché, analyse SWOT, mapping de positionnement
- Plateforme de marque : vision, mission, valeurs, promesse
- Le storytelling
- Les cibles, les personas et les typologies des communautés
- Définir les points de contact avec ses clients et leur parcours d'achat

JOUR 2 (1 demi-journée)

- La communication multicanal : éventail des possibilités
- Le dispositif de communication
- Planning, ressources et budget
- Restitution finale sous forme d'un document de référence