

Concevoir votre stratégie de marque

-Référence: **MR-170**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Définir les éléments constitutifs de la marque
- Comprendre la relation des consommateurs à la marque
- Déterminer la cible et l'identité de la marque
- Rendre visible son identité de marque

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsable marketing, responsable communication, chef de produit, chef de projet marketing et toute personne en charge de la communication de marque.

Programme

- **Identifier les fonctions de la marque pour l'entreprise**
 - Définition et principaux éléments constitutifs du nom de marque : mots, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles.
 - Un élément de différenciation fonctionnelle et symbolique.
 - Un outil de création de valeur.
 - Un instrument de fidélisation du consommateur.
 - Travaux pratiques Analyse des valeurs d'une marque à travers ses publicités.
- **Comprendre la relation entre la marque et le client**
 - La fonction de garantie : la notion de confiance, les labels.
 - La fonction d'identification : image de la marque et reconnaissance par le consommateur.
 - L'attachement affectif du consommateur à la marque : fidélité, renouvellement d'achats, rôle de prescripteur.
 - L'émergence de communautés de marques : clubs de consommateurs, réseaux sociaux.
 - Travaux pratiques Analyse de relations marques/consommateurs.

- **Construire une marque forte**

- Passer de la stratégie d'entreprise à la stratégie de marque.
- Identifier le public à viser : les critères de segmentation, la politique de ciblage.
- Définir son identité de marque : ADN, personnalité, signification et positionnement de la marque.
- Développer la notoriété et l'image de sa marque : les concepts de saillance et de résonance.
- Elaborer la plateforme de sa marque : ADN, valeur, cible, positionnement.
- Travaux pratiques Identifier la cible et l'identité de marque d'une gamme de produits.

- **Exprimer son identité de marque**

- Valoriser le nom de sa marque et ses qualités : capitaliser sur ses points forts.
- Optimiser les signes de reconnaissance de la marque : le logo, la charte graphique, la signature, les slogans.
- Développer une communication à 360° : on-line et off-line.
- Architecture et extension de la marque : marque-produit, marque-gamme, marque-ombrelle, marque-caution.
- Alliance de la marque : le co-branding et la licence.
- Travaux pratiques Analyser les composants de la signalétique de plusieurs marques.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc