

# TALENTS & FORMATIONS

ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ

A photograph of a man and a woman looking at a tablet together. The man is wearing glasses and a brown turtleneck, and the woman has long dark curly hair and is wearing a light blue shirt. They are both looking intently at the tablet held by the man.

**STRATEGIE ET  
IDENTITÉ DE  
MARQUE**

[ MAJ 07.02.25. V1 ]

### MARKETING OPERATIONNEL

#### CONTEXTE GÉNÉRAL :

Cette formation s'adresse aux startups en construction ou en (re)lancement, qui souhaitent structurer leur stratégie d'entreprise avant de pouvoir déléguer à une agence de communication la gestion de leur image et pouvoir déployer avec leurs forces de ventes une image cohérente de leur marque. Elle vise à poser les bases d'une identité forte, alignée avec leur vision, leur marché et leurs ambitions. À travers une approche concrète, elle leur permet de bâtir une marque cohérente et singulière. Un socle stratégique essentiel avant toute action de communication ou de marketing.

#### Compétences

#stratégie marketing #stratégie d'affaire (business) #stratégie communication #brand marketing

#### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Équipe de direction souhaitant coordonner les actions de communication externes - Responsable marketing / communication en prise de fonction.

#### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Comprendre et maîtriser les fondamentaux de la stratégie et de l'identité de marque.
- Construire une marque forte et cohérente alignée avec les valeurs et la vision de l'entreprise.
- Appliquer des outils et méthodologies pour définir et structurer une marque.

**DURÉE** : 2 jours (14 heures) – Formation intra-entreprise – Maximum de 4 participants pour les formations de groupe.

#### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

La formation alterne 40 % d'apports méthodologiques (théorie, modèles, retours d'expérience) et 60 % de mise en pratique (diagnostics, ateliers, feedbacks).

Les sessions s'appuient sur une pédagogie active et adaptative, centrée sur les cas concrets des participants.

Un encadrement personnalisé est assuré tout au long du parcours.

#### EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

## CONTENU :

### ⇒ Première journée :

#### **Module 1 : La stratégie de marque**

1. Stratégie marketing et marque, de quoi parle t'on ?
1. Bis Les 5 erreurs à ne surtout pas commettre
2. Le positionnement

Mise en pratique : diagnostic de l'existant

#### **Module 2 : La vision**

Construire son pourquoi ?

La proposition de valeur

Mise en pratique : diagnostic de l'existant

#### **Module 3 : La mission**

Mission de l'entreprise, le comment

Les stratégies de croissance les plus courantes

La matrice stratégie de diversification Ansoff

La matrice de position stratégique Mac Kinsey

La méthode et la matrice SPARTE

Mise en pratique : diagnostic de l'existant

#### **Session pratique (4h)**

Atelier guide sur les thèmes des modules 1, 2 ou 3 selon le besoin. (Adaptive learning)

## CONTENU :

⇒ Deuxième journée :

**Module mix (3h30)** méthode – feedback - pratique

Feedback #1 – Diagnostic Stratégie

Retour à chaud sur les résultats les modules 1 à 3

### **Module 4 : La stratégie de marque**

1- Les valeurs

Comment on fait les choses ?

Mise en pratique : diagnostic de l'existant

2- L'ambition de l'entreprise : Clarifier l'ambition

La pyramide stratégique

Mise en pratique : diagnostic de l'existant

### **Module 5 : L'image de marque**

Les 4 composantes de la stratégie marketing

L'image de marque sa définition / à l'identité de marque

Le prisme de Kapferer

Mise en pratique : diagnostic de l'existant

L'identité de marque

Charte de communication

Mise en pratique : check point de cohérence

Préparer vos prompts en cohérence

Focus objectifs, ton, posture, valeurs en communication.

Brand Guidelines : les caractéristiques

Mise en pratique : méthode pour faire un Mood Book

Le bief agence de communication

### **Session pratique (3h30)**

Atelier guide sur les thèmes des modules 4 ou 5 selon le besoin. (Adaptive learning)

**FORMATEUR (TRICE) AGRÉÉ(E) :**



**Céline Salomon**, ingénieure maitre avec 25 années d'expérience en marketing. Elle a acquis son expertise au sein de centrales d'achat et en brand marketing international pour des enseignes renommées telles qu'Auchan, Groupement des Mousquetaires, Jardiland et SIA Home Fashion. Mentore et intervenante dans les programmes de préincubation du Développement Économique de Courbevoie pour Paris Ouest La Défense.

*“Agilitateur d'inspiration...”*

**Pour toutes questions sur la formation, nous contacter :**

[talentsetformations@gmail.com](mailto:talentsetformations@gmail.com)

**+33 (0)6 98 45 35 99**



PARIS - VERSAILLES - ORLÉANS - NANTES

**STRATÉGIE**  
**RESSOURCES HUMAINES**  
**MARKETING**  
**ADMINISTRATIF ET FINANCE**  
**FORMATIONS**

**groupe-sparte.fr**

**TALENTS  
& FORMATIONS**  
ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ

AUDITÉ PAR

**apave**  
Certification

**Qualiopi**  
processus certifié  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée à au titre d' ACTIONS DE FORMATION