



Définir l'identité et le positionnement de votre organisation

Contexte et objectifs généraux :

L'identité de marque est l'ensemble des caractéristiques déterminées par l'entreprise qui permettent de fonder l'unicité de la marque dans une perspective de long terme. C'est une représentation mentale construite grâce à une charte graphique, un nom, un positionnement, des valeurs, un prix, une histoire, des canaux de distribution. Elle diffère de l'image, qui est la façon dont elle est perçue en réalité.

Définir une identité et un positionnement doit être un préalable à toute création d'outil de communication.

Cette formation pratique vous permet de mieux comprendre les enjeux, savoir faire un brief pour ensuite créer votre identité visuelle en interne ou la déléguer à des professionnels.

Compétences visées :

à l'issue de cette formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Comprendre les fondamentaux d'une identité de marque
- Savoir déterminer son positionnement
- Savoir exprimer son identité

Moyens pédagogiques :

Pédagogie interactive et participative. alternance d'exposés et de cas pratiques. Support de cours

Modalités et délais d'accès :

Nous avoir renvoyé la convention signée au plus tard 24h avant la formation

Suivi de l'exécution :

Feuilles d'émargement signées par le stagiaire, attestation de fin de formation individuelle mentionnant la nature, la durée de l'action ainsi que les résultats des acquis de la formation. Questionnaires stagiaire et formateur

Situations particulières :

Pour toute difficulté ou handicap, veuillez contacter celine.robert@com3elles.com pour voir les éventuelles adaptations à prévoir. 

Durée : à partir de 1 jour

Disponible en :

- Présentiel
- Distanciel
- Mixte

Intervenant : Céline ROBERT

Prérequis :

Savoir présenter son activité

Public visé :

- Dirigeant d'entreprises
- Chargés de communication

Avant la formation, un entretien avec le formateur ou le responsable pédagogique permettra d'évaluer les compétences, prérequis et besoins réels pour adapter la formation : contenu, durée et modalités.

[Demander un entretien](#)

Programme* :

Définitions : identité, marque & charte graphique

L'analyse du positionnement : écosystème, histoire, stratégie, ...

L'analyse de l'identité : valeurs, mission, ...

Atelier : identité et positionnement

De l'identité de marque à l'identité visuelle : notions graphiques

Faire ou faire faire : le brief

Atelier : construire un brief graphique

* Personnalisable : programme indicatif pouvant être ajusté en fonction des évaluations et des besoins réellement identifiés

Le plus :

Des outils pratiques pour vous permettre de travailler ensuite avec votre équipe

Discutons-en !

Dernière modification : Jeudi 18 Avril 2024