

De la définition des valeurs fondamentales à la conception des éléments visuels et narratifs, vous apprendrez à bâtir une marque qui se distingue et attire l'attention de vos clients. À travers des exercices pratiques et des études de cas, vous saurez créer une identité de marque impactante, capable d'évoluer avec le temps tout en restant fidèle à ses fondements.

PUBLICS :

Professionnels du marketing et de la communication.
Entrepreneurs et créateurs d'entreprise.
Designers graphiques.
Toute personne souhaitant développer ou renforcer une identité de marque.

PRÉ-REQUIS :

Pas de prérequis.

OBJECTIF GLOBAL :

Maîtriser les étapes clés de la conception d'une identité de marque complète et cohérente, en alignant les valeurs de l'entreprise, son positionnement et ses éléments visuels et narratifs pour créer une marque qui se distingue et fidélise ses clients.

OBJECTIFS :

Comprendre les principes fondamentaux de l'identité de marque.
Maîtriser les étapes de création d'une identité de marque cohérente et différenciée.
Apprendre à aligner l'identité de marque avec les valeurs et la mission de l'entreprise.
Concevoir des éléments visuels et narratifs qui renforcent l'identité de marque.
Évaluer et ajuster une identité de marque au fil du temps.

DURÉE :

2 jours (14 heures)
En présentiel ou en visioconférence

TARIF :

840 euros

MÉTHODES :

Toutes les méthodes pédagogiques sont utilisées (Affirmative, Interrogative, Démonstrative et Applicative) pour mettre en place une interaction avec les participants et favoriser l'assimilation des notions.

VALIDATION :

Date de création : 20/10/2024
Date de mise à jour :

MPOP DESIGN'
13, rue BRAME 59390 LANOY
☎ : 06.88.47.19.59

Réalisation de travaux pratiques et exercices > Evaluations formatives
Exercice final de pratique > Évaluation sommative

PROGRAMME :

Module 1 : Introduction à l'identité de marque

Définition de l'identité de marque : Qu'est-ce qu'une marque ? Différence entre identité et image de marque.

Les composantes d'une identité de marque : Nom, logo, charte graphique, ton de voix, valeurs, mission.

Importance de l'identité de marque : Comment elle influence la perception des clients et se différencie de la concurrence.

Étude de cas : Analyse d'identités de marques célèbres (Coca-Cola, Apple, Nike).

Module 2 : Positionnement de la marque

Comprendre le marché et les clients : Études de marché, analyse des cibles.

Définir les valeurs et la mission de la marque : Réflexion sur les fondements de la marque (vision, mission, valeurs).

Positionnement et promesse de marque : Élaborer une proposition de valeur forte.

Exercice pratique : Ateliers de brainstorming pour définir la mission et les valeurs de la marque.

Module 3 : Créer une identité visuelle

Éléments d'identité visuelle : Logo, typographie, couleurs, formes, illustrations, photographies.

Aligner l'identité visuelle avec la marque : Cohérence visuelle avec les valeurs et le positionnement.

Processus de création : Collaborer avec des designers, concevoir une charte graphique.

Exercice pratique : Création d'un moodboard pour une identité visuelle de marque.

Module 4 : Développer un ton de voix et un storytelling

Le ton de voix de la marque : Comment le langage renforce l'identité de marque.

Les éléments du storytelling de marque : Récit fondateur, histoire de la marque, messages clés.

Créer un storytelling impactant : Techniques et outils pour écrire une histoire qui engage les clients.

Exercice pratique : Rédaction de la mission de la marque sous forme narrative.

Module 5 : Créer une expérience de marque cohérente

L'expérience de marque à travers tous les points de contact : Comment l'identité de marque se reflète dans l'expérience client.

Aligner l'expérience digitale et physique : Sites web, réseaux sociaux, packaging, publicité, service client.

Études de cas : Analyse d'entreprises offrant une expérience de marque cohérente.

Exercice pratique : Cartographier le parcours client pour assurer une cohérence de marque.

Module 6 : Évaluer et ajuster l'identité de marque

Suivi et analyse de la performance de la marque : Indicateurs clés (notoriété, perception, fidélité).

Faire évoluer l'identité de marque : Quand et comment ajuster l'identité en fonction des tendances et des changements de marché.

Exercice pratique : Révision critique d'une identité de marque (cas réel ou fictif).

Module 7 : Atelier de création d'identité de marque

Date de création : 20/10/2024

Date de mise à jour :

MPOP DESIGN'

13, rue BRAME 59390 LANOY

☐ : 06.88.47.19.59

☐ : mpopdesign@gmail.com

Brief créatif : Travailler sur un cas pratique, créer une identité de marque de A à Z pour une entreprise fictive ou réelle.

Présentation : Les participants présentent leur projet et reçoivent des feedbacks.

Synthèse et ajustements : Derniers conseils et ajustements sur les identités proposées

CONCLUSION

Évaluation et remédiation de la progression des acquis post-formation

Quizz de validation de fin de formation

Modalités de déroulement et moyens pédagogiques :

- Entretien au préalable des participants
- Manuel de formation pour chaque participant
- Présentation du déroulé sur vidéoprojecteur
- Ateliers en cours de formation (ECF)
- Remédiation