

Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Marque

STAGES COURTS

MARQUE ET RSE

🕒 **Durée de la formation :** 14h

📅 **Dates :** Voir le calendrier

📍 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

€ **Tarif :** 1400 €

Modalité : Présentiel

OBJECTIFS

- Argumenter en interne pour convaincre d'adapter l'offre produit/service aux enjeux environnementaux et sociétaux qui impactent votre secteur
- Maîtriser les principaux impacts de votre activité avec la refonte du cycle de vie produit/service et des indicateurs – KPI's RSE mesurables et vérifiables
- Intégrer les enjeux du marketing durable dans la stratégie de votre entreprise en restant fidèle à vos engagements RSE par un discours de marque responsable

CONTACT

✉ formations-courtes@celsa.fr
Nous contacter pour cette formation

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

- Tout professionnel de la communication ou du marketing, en agence ou chez l'annonceur, en charge de la stratégie globale de marque
- Juniors confirmés ou seniors ayant envie de découvrir de nouvelles approches et de nouvelles pratiques méthodologiques
- Non spécialistes dans les domaines RSE appelés à utiliser l'information sur l'engagement de la marque dans la production de contenus éditoriaux ou conversationnels

PROGRAMME

1) Comprendre le nouvel environnement de la marque et les axes d'engagements RSE pour gagner en réputation

- Prospective sur les principales tendances sociétales qui impactent les grands secteurs d'activité
- Revue des principales études des nouveaux usages et comportements d'achat

Exercice d'appropriation :

Convaincre en interne : savoir argumenter sur les bénéfices d'une démarche RSE réfléchie et structurée

2) Adapter le positionnement de la marque aux injonctions sociétales

Approche méthodologique : les outils de pilotage et d'aide à la décision pour l'élaboration d'une stratégie porteuse de sens

- Les différents profils d'entreprises engagées et leur Raison d'être : entreprise à mission, Bcorp, entreprise à impact positif, focus sur les labels et les référentiels certifiants

- Matrice de matérialité : savoir prioriser ses actions en conciliant profit et durabilité par le dialogue avec les parties prenantes
- Refonte du cycle de vie : repenser l'offre produit / service selon 5 critères de durabilité
- Définir les KPI's de suivi et de performance RSE

3) Intégrer les enjeux du marketing durable dans la stratégie de l'entreprise en restant fidèle aux engagements RSE par un discours de marque responsable

- Benchmark d'exemplarité : modèles de communication responsable efficace et réussie
- Les principales erreurs à éviter et prévenir une crise réputationnelle
- Concevoir une ligne éditoriale pour les contenus éditoriaux et conversationnels de la marque

Mise en situation en sous-groupe :

- Définir les principaux messages aspirationnels pour un public cible / client
 - Valoriser les engagements RSE sur le site corporate de la marque
-

MÉTHODES

Travail applicatif en sous-groupe, cas pratique sur une marque
Présentations et débriefing collectif
