



**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](mailto: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

---

---