

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

DÉVELOPPER UNE IDENTITÉ ET MANAGER SA MARQUE AU QUOTIDIEN

Nouveau programme

Les fondamentaux du branding à l'ère de la communication digitale et et social media

Dates : Voir le calendrier

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

Tarif : Voir ci-dessous

Modalité : Présentiel

2025 :

- Tiers (entreprises, OPCO, France Travail...) : 1680€ nets
- Individuel : 1176€ nets

OBJECTIFS

- Comprendre les attributs fondamentaux de l'identité et du positionnement d'une marque
- Comprendre l'écosystème contemporain de la communication des marques en fonction de ses audiences, de son marché et de ses objectifs
- Comprendre les tenants et aboutissant du pilotage stratégique d'une marque à l'année
- Concevoir une stratégie de branding puissante et efficace à l'ère du digital et social media
- Fournir une boîte à outils concrète à mettre en application dans la gestion d'une marque

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Jean-Baptiste Bourgeois

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

Tous les métiers au sein d'une direction Marketing et Communication, en lien avec la gestion de la marque et la production de contenus pour la marque : Directeur / Directrice Marketing et Communication, responsables et chefs de projets Design, Partenariats, Publicité, Digital, etc...

Pré-requis : avoir une connaissance de base ou un intérêt marqué pour la communication et le marketing

PROGRAMME

1) Identité de marque et branding

Fondamentaux des attributs d'une marque (positionnement, identité, fonction...)

Analyse et mesure de l'impact des marques sur leurs marchés et la société

2) Stratégie et modèles d'évolution

Étude et diagnostic des différentes stratégies de marques sur des étapes clé d'évolution

Compréhension de l'écosystème actuel des marques

Fondamentaux des objectifs de communication d'une marque et mesure de l'impact

3) Développement de marque

Ateliers de conduite d'une stratégie pour différentes typologies de marque (taille, marchés, positionnement, écosystème...)

Bilan : Méthodes, benchmark et règles d'or de construction d'une marque

Session LES 05 ET 06/11/2026

CONTACT

formations-courtes@celsa.fr

MÉTHODES

- Apports théoriques
- Ateliers collaboratifs en petits groupes
- Étude de cas concrets sur des marques actuelles

FORMATIONS

- Nouvelles stratégies de marques

CALENDRIER

Durée de la formation :

Rythme : 2 jours

SESSION

LES 05 ET 06/11/2026 de 09:30 à 17:30