

L'IMAGE DE MARQUE

OBJECTIF :

Prendre conscience de son image, pour renforcer sa communication en valorisant l'image de l'entreprise tout en respectant sa propre personnalité.

Consolider la qualité de sa communication non-verbale.

PUBLIC CONCERNE :

Chef d'entreprise, manager, directeur, assistant produit ou marché.

CONTENU :

- Qu'est-ce que l'image d'une marque ?
- A quoi sert-elle ? Comment la construit-on ?
- Analyse stratégique et culturelle d'un projet en image de marque
- Analyse de la typologie des consommateurs
- Analyse de la concurrence
- Identité visuelle
- La stratégie de communication
- Eléments de communication
- Analyse stratégique de l'image de la marque de l'entreprise
- Analyse typologique du consommateur
- Analyse de la concurrence
- Analyse de l'univers culturelle de la marque
- Le logo d'une marque
- Les Couleurs

DURÉE RECOMMANDÉE :

2 jours - 14 heures.

HONORAIRES : La mise en œuvre donne lieu à l'établissement d'un devis.