Stratégie marketing

# Construire sa stratégie de marque

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19MARQUE | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Stratégie marketing

*Document mis à jour le 13/11/2026*

## Objectifs de formation

- **C**onstruire une plateforme de marque cohérente et alignée avec la stratégie de l'entreprise.
- Déployer une identité et un récit de marque.
- Piloter et mesurer sa stratégie de marque en intégrant les nouvelles attentes et les nouveaux usages.

## Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

## Prérequis

Connaître les fondamentaux du marketing.

## Public concerné

Directeurs marketing et/ou communication, responsables marketing, chefs de marques/produits.

## Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

# Programme

## Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

## Fonder sa stratégie de marque dans un monde en mutation

- Adapter sa marque aux nouveaux besoins des consommateurs et collaborateurs.
- Comprendre le rôle stratégique de la marque dans un monde en mutation.
- Identifier les transformations sociétales majeures (digital, climat, quête de sens) et leur impact.
- Mettre la marque au cœur du modèle économique :
    - Articuler vision, mission, raison d'être.
    - Travailler l'alignement marque-business.
- Construire un univers de marque intégrant expérience, émotion, ambition sociétale.
- Activer la brand advocacy : engager les collaborateurs et utilisateurs comme ambassadeurs.
- Déployer des leviers de brand advocacy et de co-création (design thinking, insight).
- Assurer la cohérence interne/externe avec une marque employeur alignée.
- Activer la marque en interne pour renforcer engagement et culture partagée.
- Décrypter le parcours d'achat de ses clients.

## Construire une plateforme de marque cohérente, engageante et évolutive

- Étudier ses cibles pour identifier le problème que la marque résout.
- Analyser sa concurrence pour identifier les zones de différenciation et clarifier le positionnement stratégique.
- Incarner l'ADN de marque à travers les points de contact et la proposition de valeur.
- Définir un positionnement fort, clair et durable.
- Déployer le Golden Circle (Why/How/What) pour structurer la plateforme.
- Travailler les fondations stratégiques : vision, mission, raison d'être.
- Associer archétype de marque et personnalité narrative (Jung).
- Formuler une promesse réelle et exclusive.
- Définir les valeurs et la personnalité (ton, style, posture).
- Développer un récit de marque fort : storytelling, storydoing, manifeste.
- Réfléchir à une identité visuelle cohérente avec sa plateforme de marque
- Allier design et signification pour un impact visuel durable.

## Activer, manager et mesurer sa stratégie de marque dans le temps

- Identifier les différents âges d'une marque.
- Rester à l'écoute de ses clients et de son environnement pour préserver l'alignement de sa marque.
- Extension, alliances, nouveaux produits… : arbitrer les stratégies de développement pour rester aligner avec sa marque.
- Saisir les nouvelles opportunités de la Loi Pacte pour sa marque : nouvelles formes de marque, sociétés à mission…
- Incarner sa marque sur toute sa chaîne de valeur : points de vigilance et bonnes pratiques.
- Maîtriser les spécificités de la communication digitale :
    - Déployer une stratégie de contenu multicanale cohérente.
    - Protéger et valoriser l'identité de marque sur les plateformes digitales.
- Définir et suivre les bons KPIs (Notoriété, préférence, engagement, social listening, NPS, etc.)

## L'intelligence artificielle appliquée à la stratégie de marque

- Identifier les usages pertinents de l'IA : formulation d'USP, archétypes, benchmark, tonalité, storytelling, insight.
- Travailler avec l'IA sans se faire déposséder de sa singularité.
- Décryptage de limites et biais : concilier vision humaine et outils automatisés pour enrichir la stratégie de marque.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

## Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis :

Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :

À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :

À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

## Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

## Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.