



Construire une identité de marque impactante

L'identité de marque est bien plus qu'un logo : c'est un levier puissant de différenciation et de connexion avec son audience. Cette formation vous accompagnera dans la construction d'une identité verbale forte et authentique, en structurant votre message, votre storytelling et vos valeurs pour maximiser l'impact de votre marque.

Durée: 7.00 heures (1.00 jours)

Profils des apprenants

- Dirigeants d'entreprise
- Responsable marketing et communication
- Entrepreneurs établis souhaitant structurer leur identité de marque

Prérequis

- Avoir une entreprise en activité ou un projet de création avancé
- Envisager une refonte ou un repositionnement de marque

Accessibilité et délais d'accès

Conformément à la réglementation (loi du 11 Février 2005 et Articles D.5211-1 et suivants du code du travail), LE COWORK NEXTSTEP s'engage à répondre aux besoins particuliers des stagiaires en situation de handicap en proposant des aménagements en termes de durée, rythme, méthodes et supports pédagogiques.

14 jours

Qualité et indicateurs de résultats

Objectifs pédagogiques

- Définir un message central fort qui reflète l'ADN de votre marque
- Construire une identité verbale cohérente et différenciante
- Élaborer un manifeste de marque impactant
- Structurer une stratégie de communication alignée avec vos valeurs

Contenu de la formation

- 1 · Introduction à l'identité verbale de la marque
 - Présentation de l'expert
 - Tour de table des apprenants
 - Ice-breaker : "Qu'est-ce que l'identité de marque ?"
- 2 · Définir le Message Central
 - Comprendre le rôle du message central dans la cohérence et l'impact de la marque
 - Transformer l'ADN de la marque en une promesse forte et différenciante
- 3 · Définir les Messages Fonctionnels et Émotionnels
 - Identification des bénéfices rationnels (fonctionnels) et émotionnels de la marque
 - Alignement du message avec les attentes et la perception du public cible
- 4 · Créer un Storytelling Impactant

NextStep Formation

60 esplanade des fontaines

73400 UGINE

Email : contact@nextstep-formation.fr

Tel : +33479376097



- Apprentissage les clés du storytelling pour captiver l'audience
- Structurer un pitch de marque différenciant et mémorable
- 5 · Élaborer un Manifeste de Marque
 - Définition des engagements et des ambitions de la marque
 - Rédaction d'un manifeste de marque percutant
- 6 · Comprendre et utiliser les Archétypes de Marque
 - Présentation des 12 archétypes de marque et de leur impact sur l'image perçue
 - Identification de l'archétype principal et secondaire pour aligner le ton et le message
- 7 · Structurer l'Identité Verbale
 - Définition du ton de voix (formel, inspirant, disruptif...)
 - Construction du lexique de marque pour garantir une cohérence dans tous les supports
 - Détermination des piliers de contenu stratégiques
- 8 · Définir les Éléments Verbaux de la Marque
 - Création et validation du nom de la marque (si besoin)
 - Rédaction de slogans et accroches percutantes
 - Ajustement du wording pour garantir une différenciation forte
- 9 · Atelier pratique et livrables
 - Utilisation de ChatGPT pour générer et affiner du contenu adapté
 - Structuration des éléments définis dans un workbook réutilisable
 - Présentation des livrables et ajustements collectifs

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

- Formateurs spécialisés en stratégie de marque et communication
- Experts en branding et storytelling

Ressources pédagogiques et techniques

- Supports de présentation
- Outils et guides pour le storytelling et le branding
- Checklists et templates pour structurer l'identité verbale
- Modèles d'archétypes de marque

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Test d'évaluation de positionnement avant l'entrée en formation
- Évaluation diagnostique orale en début de session
- Évaluations formatives via des questions orales et écrites
- Atelier pratique évalué sur l'élaboration d'une identité verbale
- Quiz final pour mesurer l'assimilation des connaissances
- Évaluation à chaud des participants en fin de formation
- Évaluation à froid 6 semaines après la formation
- Feuille d'émargement et certificat de réalisation remis à l'entité bénéficiaire

Prix : 1500.00