

CONSEILS EN MARKETING ET EN COMMUNICATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION - A l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

- Élaborer un message marketing efficace et pertinent : savoir définir son image afin de promouvoir son produit ou service.
- Créer la stratégie social media en vue d'atteindre des objectifs marketing préalablement définis.
- Apprendre les bonnes pratiques afin de se démarquer auprès de la concurrence.
- Élaborer une stratégie de communication sur les canaux digitaux.
- Utiliser les outils de création de campagnes marketing.
- Repérer et trouver de nouveaux partenariats.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

- Personnes souhaitant améliorer sa stratégie marketing.
- Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.

DURÉE

18 heures

MATÉRIEL NECESSAIRE

Un ordinateur ou smartphone, une caméra, une connexion internet.

FORMAT

Cours collectif de 10 personnes maximum . A distance, En visioconférence .

TARIF

1 600 € net de taxes*

*TVA non applicable de l'art.293B du CGI

MODALITÉS D'ENTRÉE EN FORMATION

Vous aurez accès à la formation dans un délais d'un mois suite à un entretien effectué par téléphone et selon le planning établi avec la formatrice . Lors de cet entretien, vous aurez un test de positionnement.

DÉLAIS D'ACCÈS À VOTRE FORMATION

Possibilité d'entrer en formation dans un délais d'un mois.

MÉTHODES MOBILISÉES

- **Méthodes pédagogiques :**
 - Pédagogie active et participative avec alternance de théorie et de pratique. Les exercices seront basés sur des mises en situation diverses et variées, études de cas pratiques, exercices oraux et écrits.
 - Assistance pédagogique : Mr Lucas MONVOISIN se tient à votre disposition tous les lundis de 13h à 14h pour répondre à toutes vos questions , il suffit de vous connecter sur ce lien : <https://meet.google.com/zij-qirm-vvy>
- **Méthodes techniques :**
 - Synchrones, partage d'écran, powerpoint, lien Google Meet.
 - Assistance technique : Pour toute problématique technique vous pouvez nous joindre au 01.89.62.32.39 (appel local, du lundi au vendredi de 9h30 à 18h), ou bien par mail formation@citronformation.com

ÉVALUATIONS

- **Évaluation initiale :** QCM de 20 min en entrée de formation.
- **Évaluations continues :** Exercices, étude de cas, conception et réalisation de contenus promotionnels
- **Évaluation finale :**
 - Présentation du projet personnel de l'apprenant, élaboré tout au long de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Notre référente Handicap est à votre disposition. Nos formations sont ouvertes à tout public, y compris aux personnes en situation de handicap. Notre organisme est engagé dans une démarche d'accueil et d'accompagnement des personnes en situations de handicap. Si vous présentez une situation de handicap, merci de me contacter au plus vite : contact@citronformation.fr ou par téléphone, sms au **06 76 94 59 69** ou tout autre canal à votre convenance, afin que nous puissions convenir d'aménagements spécifiques éventuels. En tant que Référente Handicap, je m'engage à donner les moyens adéquats pour compenser les situations individuelles de handicaps éventuels au regard du degré d'accessibilité des formations dispensées. Il se peut que je ne puisse pas toujours être en mesure de former certaines personnes en situation de handicap. C'est pourquoi, j'ai mis en place un réseau de professionnels qui a les compétences et expertises nécessaires pour pouvoir accueillir, accompagner, former ou orienter certains publics.

PROGRAMME DE FORMATION

- **JOUR 1** : Matin (9h30 à 12h30)
 - Se présenter, évaluer l'expérience ainsi que le niveau de chaque apprenant permettant ainsi d'ajuster le plan de cours.
 - Évaluation initiale pour situer le niveau des stagiaires.
 - Définition du projet personnel de chaque apprenant qui lui servira de ligne conductrice tout au long de la formation.
 - Travail autour du message marketing à travers le storytelling et le personal branding : comment incarner l'histoire et les valeurs de sa marque ?
 - Comment utiliser l'histoire de la marque pour attirer et fidéliser la clientèle ? Comment incarner ses valeurs et son histoire à travers sa communication ? Savoir tirer parti du meilleur de son histoire afin de créer une communication forte.
 - **Exercice 1** : Écrire l'histoire de la marque pour renforcer l'identification du consommateur et/ou le capital sympathie à la marque / personnalité.
 - **Objectif pédagogique** : Élaborer un message marketing efficace et pertinent : savoir définir son image afin de promouvoir son produit ou service.
- **JOUR 1** : Après-midi (13h30 à 16h30)
 - L'identité visuelle et savoir élaborer une ligne éditoriale (sujets à traiter, le ton, le style, la fréquence).
 - **Exercice 2** : Création de l'identité visuelle, imaginez un décor adapté à votre stratégie de communication.
 - Histoire de la marque
 - Tone of voice
 - Stratégie de marque
 - Identité visuelle,
 - Le client du coeur ou persona,
 - Couleurs
 - Visuel

Objectif pédagogique : Créer la stratégie social media en vue d'atteindre des objectifs marketing préalablement définis.

PROGRAMME DE FORMATION

- **JOUR 2 : Matin (9h30 à 12h30)**
- Mettre en place une stratégie social media pour adapter sa communication et découvrir les différentes étapes clés qui la compose.
 - Veille
 - Ciblage
 - Objectifs clairs
 - Positionnement
 - Axe de communication et de marketing
- **Exercice 3 :** Définir sa stratégie social média concernant son projet personnel.
- Veuillez élaborer les éléments suivants :
 - Veille
 - Ciblage
 - Objectifs clairs
 - Positionnement
 - Axe de communication et de marketing.
- Etude de cas de publication marketing. Comment se lancer et se démarquer des concurrents à travers sa communication ? Comment se renouveler au fil du temps pour assurer sa pérennité ? Exemples de réussites et exemples d'échecs. Analyse des campagnes.
 - Exercice 4 : Définir un plan d'action de communication :
 - Définir les objectifs
 - Connaître sa cible
 - Les actions et budgets à mettre en place
 - Les canaux, KPI
 - Le retour sur investissement
 - **Objectif pédagogique :**
- Apprendre les bonnes pratiques afin de se démarquer auprès de la concurrence.
- Élaborer une stratégie de communication sur les canaux digitaux.
- **JOUR 2 : Après-midi (13h30 à 16h30)**
- Bonnes pratiques de contenus en marketing digital adaptés en fonction des différents canaux et des cibles.
- Connaître et découvrir les logiciels et applications permettant la création des contenus. Découverte des outils comme Canva, les Réels, les Carrousels etc ...
 - **Exercice 5 :** Création de contenus marketing : chaque apprenant devra les élaborer en fonction du projet initial.
 - **Objectif pédagogique :** Utiliser les outils de création de campagnes marketing.

PROGRAMME DE FORMATION

- **JOUR 3** : Matin (9h30 à 12h30)
 - Savoir comment créer des nouveaux partenariats.
 - Savoir repérer les meilleurs opportunités au niveau du marketing d'influence. 3. Se servir du marketing d'influence :
 - Placement de produit,
 - Sponsorisation de contenus,
 - Unboxing (déballer un produit reçu en direct et faire passer ses émotions), Buzzkits.
 - **Exercice 6** : Savoir repérer et contacter les futurs partenaires avec qui créer de la synergie pour promouvoir plus largement. Dresser la liste des partenariats envisageables pour le projet défini en amont.
 - **Objectif pédagogique** : Repérer et trouver de nouveaux partenariats.
- **JOUR 3** : Après-midi (13h30 à 16h30)
 - Révisions des objectifs et présentation du projet final par chaque apprenant : Élaborer un message marketing efficace et pertinent,
 - Maîtriser la stratégie social media,
 - Se démarquer auprès de la concurrence,
 - Savoir élaborer une stratégie de communication sur les canaux digitaux, Elaboration d'outils de création de campagnes marketing,
 - Savoir comment créer de nouveaux partenariats.
 - **Évaluation finale** : Présentation de son projet personnel élaboré tout au long de la formation.