OLIMA GROUP
FORMATION • CONSEIL • ACCOMPAGNEMENT

STRATÉGIE ET GESTION DE LA PUBLICITÉ

Stratégie de communication et positionnement de marque

Construire une identité de marque forte et cohérente.

DURÉE **De 7 h à 35 h selon votre besoin**	MODALITÉ **Présentiel, intra-entreprise**	LIEU **Dans vos locaux**
EFFECTIF **1 à 12 stagiaires**	HORAIRES **9h – 12h30 / 13h30 – 17h**	TARIF **Inter : 490 € HT par participant et par jour · Intra : sur devis**

1 Objectifs pédagogiques

Objectif général : construire une identité de marque forte et cohérente.

Objectifs opérationnels : à l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir une stratégie de communication efficace
- Identifier et cibler le bon public
- Élaborer un message publicitaire impactant.

2 Public visé et prérequis

Public : Dirigeants, salariés et indépendants exerçant dans le secteur « Publicité ».

Prérequis : Aucun. Un test de positionnement est réalisé avant la formation.

3 Contenu de la formation

Module 1 — Diagnostic de la marque et de son environnement

- Analyse de l'existant : identité, notoriété, image perçue
- Étude de la concurrence et cartographie des positionnements
- Identification des forces, faiblesses et opportunités de la marque
- Recueil des perceptions clients et collaborateurs
- Formalisation d'une synthèse de diagnostic exploitable

Module 2 — Construction du positionnement et de la plateforme de marque

- Définition de la mission, de la vision et des valeurs de la marque
- Segmentation du marché et choix des cibles prioritaires
- Rédaction d'une proposition de valeur différenciante
- Élaboration de la promesse, de la personnalité et du ton de la marque
- Rédaction d'une plateforme de marque synthétique

Module 3 — Stratégie de communication et cas pratiques en agence

- Définition des objectifs de communication (notoriété, image, conversion)

- Construction du message clé et des preuves associées
- Choix des leviers et articulation des canaux on line et off line
- Rédaction d'une recommandation stratégique pour un annonceur
- Cas pratique : repositionnement d'une marque de commerce de proximité
- Présentation orale de la recommandation et critique collective

4 Méthodes et moyens pédagogiques

- Apports théoriques illustrés par des exemples concrets
- Études de cas pratiques issues de situations réelles
- Mises en situation et jeux de rôle
- Exercices individuels et en sous-groupes
- Remise de fiches-outils opérationnelles

5 Modalités d'évaluation

- Avant la formation : questionnaire d'analyse des besoins et test de positionnement
- Pendant : quiz de validation des acquis et évaluation des mises en pratique
- En fin de formation : test d'évaluation des acquis et questionnaire de satisfaction
- À froid : questionnaire de mise en application 2 à 3 mois après la formation
- Remise d'une attestation de fin de formation et d'un certificat de réalisation

6 Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Merci de nous signaler, avant l'inscription, tout besoin d'adaptation (matériel, logistique, rythme) : notre référent handicap étudie avec vous les solutions possibles.

Référent handicap : Olivia MARCIANO — contact@olimagroup.fr

7 Profil du formateur

Formateur expert du domaine, disposant d'une expérience professionnelle confirmée et de compétences pédagogiques en formation d'adultes. CV transmis sur demande.

8 Modalités et délais d'accès

Formation accessible sous 7 jours ouvrés minimum après l'analyse du besoin et la signature de la convention, sous réserve de l'accord de prise en charge de votre OPCO.

9 Indicateurs de résultats

Taux de satisfaction global 2026 : 98 % — 1 226 stagiaires formés, 9 780 heures de formation dispensées.
Programme mis à jour le 05/10/2026.

Inscription et devis
Olivia MARCIANO · 01 89 62 90 08 · 06 27 22 00 30
contact@olimagroup.fr · olimagroup.fr

Prise en charge possible par l'OPCO de votre entreprise selon ses critères.
Programme adaptable à vos besoins après analyse préalable.