

# POSITIONNEMENT MARKETING & STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

Comment les penser simplement pour concevoir un plan d'action efficace ?

## PUBLIC VISÉ

ARTISTES, ARTISANS, INDEPENDANTS, CREATEURS OU REPRENEURS D'ENTREPRISES

Pas de pré-requis

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ✓ Comprendre les rouages du marketing authentique et d'une communication efficiente
- ✓ Consolider sa réflexion stratégique
- ✓ Renforcer son identité de marque
- ✓ Concevoir et piloter un plan d'action efficace

## CONTENU

- Un positionnement marché fort
- Une plateforme de marque cohérente
- Une stratégie de communication efficiente
- Les meilleurs outils et pratiques pour démarrer

*Voir le détail du programme au verso*

## APPROCHE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Pédagogie participative alternant théorie et mises en pratique
- Etudes de cas
- Exercices individuels sur son entreprise
- Feed-back intervenante et groupe : utilisation des méthodes réflexives de l'analyse de groupe

### Supports

- Présentation PPT
- Accès aux modules Vidéos
- Ressources sur espace partagé (Slack, drive, groupe privé LinkedIn de la session)
- Cahier de route pratique

## DURÉE

24 heures

2 \* 2 jours (6h)

9h30 – 12h30 / 14h – 17h

Cette formation existe aussi en version blended : 15 modules vidéo + un carnet de travail + 5 sessions individualisées de feedback et de formation pratique (*nous contacter*)

## MODALITÉS



Présentiel Toulouse  
*Entre 5 et 8 participants*



15 et 16 septembre 2022  
22 et 23 septembre 2022

8 et 9 juin 2023  
15 et 16 juin 2023



960 € / personne - *repas non compris*  
1265 € / personne *en version blended*

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ✓ QCM, mise en pratique
- ✓ Bilan d'entrée et de sortie de formation
- ✓ Attestation de fin de formation
- ✓ 2 RDV de suivi à 1 mois et 3 mois

## DOCUMENTS CONTRACTUELS

- Contrat ou convention de formation
- Règlement intérieur
- Feuille d'émargement
- Bilan d'entrée et bilan des acquis
- Evaluation de l'action de formation

## PROGRAMME

### JOURS 1 et 2

#### CONSOLIDER SON POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ

- Expliciter la problématique traitée
- Définir son ICP client idéal
- Effectuer une étude de marché
- Définir son univers différenciant
- Le learn and test : l'approche agile de l'iteration

#### BÂTIR SA PLATEFORME DE MARQUE

- Appréhender le rôle et les objectifs d'une plateforme de marque
- Clarifier l'identité, exprimer clairement la vision, expliciter les valeurs
- Questionner ses éléments d'identité visuelle
- Intégrer les enjeux d'e-réputation

#### CONCEVOIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- Transformer son ICP en Buyer Persona
- Identifier ses habitudes transactionnelles et communicationnelles
- Cartographier les lieux physiques et digitaux les plus pertinents
- Choisir les canaux pour un bon ROI

### JOURS 3 et 4

#### STRUCTURER UN PLAN D'ACTION SIMPLE

- Savoir définir des objectifs de communication
- Mettre en place des indicateurs de suivi
- Transformer les objectifs en tâches

#### EXPLOITER LE POTENTIEL DU PLAN MEDIA ET DU MARKETING DE CONTENU

- Comprendre ce qu'est le marketing de contenu
- Savoir utiliser efficacement la création de contenus : les étapes du BOFU et les bases du SEO
- Connaître l'essentiel de LinkedIn et d'Instagram
- Concevoir un canevas éditorial et conversationnel
- Découpler son efficacité avec le plan media
- Les meilleurs outils pour commencer soi-même ou être capable de piloter les missions confiées

## INTERVENANTE



Fondatrice de Kalliope, agence conseil en contenus éditoriaux stratégiques créée en 2011 à Toulouse, Laure Durand accompagne les dirigeants de structures à impact positif dans le déploiement d'une communication porteuse de sens. Diplômée de Sciences-Po Aix-en-Provence, titulaire d'un 3<sup>ème</sup> cycle en commerce et marketing de l'IAE de Perpignan et coach certifiée en PNL, ses sujets de prédilection sont la rhétorique, le storytelling, la gestion de l'e-réputation et la communication interpersonnelle.

