L'AKADÉMIE DU DIGITAL · TRAINING PROGRAMME Qualiopi certification being prepared

Image de Marque & Communication

FOR-MKT-M5-A · Digital Marketing & Communication

Construire une identité de marque forte et une communication cohérente

DURATION
7 h

PRICE
450 € HT

AUDIENCE
Companies & individuals

ACCESS
Access within 2 working days after validation of needs and prerequisites.

Tarifs indiqués « à partir de », hors devis spécifique et promotions. Prix HT, à partir de 2 participants. TVA 20 %.

Learning objectives

- Comprendre les notions de marque, d'identité et d'image de marque (perçue vs voulue)
- Définir une plateforme de marque : mission, valeurs, positionnement, personnalité
- Construire une identité verbale (voix de marque, messages clés) et visuelle (logo, couleurs, typographie)
- Élaborer une charte et garantir la cohérence sur tous les points de contact
- Maîtriser les bases du storytelling de marque et du récit de marque
- Décliner la marque en communication digitale cohérente et mesurer sa perception

Target audience

- Entrepreneurs, indépendants, créateurs de marque ou de projet
- Responsables marketing/communication souhaitant structurer leur image de marque
- Toute personne en charge de la cohérence de communication d'une organisation

Prerequisites

- Savoir utiliser un ordinateur, un navigateur web et les outils en ligne.
- Connaître les fondamentaux du marketing digital (module 5.1 conseillé).
- Disposer d'une marque ou d'un projet à structurer (un atout).
- Aucune compétence en design graphique n'est exigée.

Programme

THEORY Module Théorique — Construire et incarner sa marque

Ce module définit les notions de marque, d'identité et d'image (image perçue vs voulue, capital de marque), puis détaille la plateforme de marque (mission, vision, valeurs, positionnement, personnalité et archétypes). Il aborde l'identité verbale (voix de marque, ton, messages clés, baseline), l'identité visuelle au niveau des notions (logo, couleurs, typographie, univers graphique), le rôle et le contenu d'une charte de marque garantissant la cohérence sur les points de contact, et les bases du storytelling de marque (récit, valeurs incarnées, différenciation).

Objective : savoir construire une plateforme de marque cohérente et l'incarner dans une communication alignée sur tous les points de contact.

- Méthode de plateforme de marque (mission, valeurs, positionnement, personnalité).
- Identité verbale et visuelle au service de la cohérence.
- Storytelling de marque et différenciation.

Assessment : QCM sur les notions, exercice d'analyse d'une marque (image perçue vs voulue).

Accueil & présentation	15 min	Présenter le programme, les objectifs et le déroulé. Présentation orale, support visuel (slides), tour de table.	
Marque, identité & image	45 min	Définitions, image perçue vs voulue, capital de marque. Exposé interactif, exemples de marques, échanges.	Questions orales ; QCM sur les notions.
Plateforme de marque	55 min	Mission, vision, valeurs, positionnement, personnalité (archétypes). Exposé, modèle de plateforme, exemples, atelier flash.	Exercice d'analyse d'une marque.
Identité verbale & visuelle	45 min	Voix de marque, messages, baseline ; logo, couleurs, typographie (notions). Exposé, exemples, panorama des éléments d'identité.	QCM sur l'identité de marque.
Charte & storytelling	40 min	Charte de marque, cohérence des points de contact, storytelling. Exposé, exemples de chartes et de récits de marque.	QCM sur la charte et le storytelling.
Synthèse	10 min	Résumer les points clés et préparer l'atelier. Récapitulatif, feedback des participants.	QCM rapide de fin de module.

WORKSHOP **Atelier Pratique — Bâtir sa plateforme de marque**

À partir d'un cas fil rouge ou d'une marque/projet réel, les participants réalisent un diagnostic de l'image actuelle, construisent leur plateforme de marque (mission, valeurs, positionnement, personnalité), définissent leur voix de marque et quelques messages clés, puis ébauchent une charte (verbale et visuelle) qu'ils déclinent sur deux à trois points de contact.

Objective : repartir avec une plateforme de marque, une voix de marque et une ébauche de charte déclinée sur plusieurs points de contact.

- Travail possible sur la marque ou le projet réel du participant.
- Construction d'une plateforme de marque complète.
- Définition de la voix de marque et des messages clés.
- Ébauche de charte et déclinaison sur des points de contact.

Assessment : production des livrables (plateforme de marque, voix de marque, ébauche de charte), restitution orale courte et revue collective.

Lancement de l'atelier	15 min	Présenter l'objectif et choisir son cas (réel ou fil rouge). Présentation, constitution des groupes.	
Diagnostic de l'image	40 min	Diagnostiquer l'image actuelle (perçue vs voulue). TP guidé, grille de diagnostic, accompagnement.	Livrable : diagnostic d'image.
Plateforme de marque	55 min	Construire mission, valeurs, positionnement, personnalité. TP, modèle de plateforme, exemples.	Livrable : plateforme de marque.
Voix de marque & messages	45 min	Définir la voix de marque et les messages clés. TP, gabarit de voix de marque, accompagnement.	Livrable : voix de marque + messages.
Charte & restitution	25 min	Ébaucher une charte, décliner sur des points de contact, présenter. Modèle de charte, déclinaison, présentations, feedback.	Évaluation sommative : plateforme + charte + QCM final.
Enquête de satisfaction	10 min	Recueillir la satisfaction à chaud. Questionnaire de satisfaction.	Enquête de satisfaction.

Teaching methods and resources

In-person training at our premises or yours, in small groups. A mix of theory, hands-on workshops and practical scenarios.

Required equipment :

8 Go de Ram

Assessment methods

Learning outcomes are assessed during and at the end of the training; an attendance certificate is given to every learner.

Accessibility

Training accessible to people with disabilities. Contact us before registering so we can study the adjustments needed.

Funding

Quote or training agreement on request. Qualiopi certification is being prepared: eligibility for OPCO funding will open once it is obtained.

Certification audit planned for T1 2027. No OPCO eligibility before it is obtained.