



Le 'branding' - Comprendre la marque pour mieux gérer sa marque

La marque devient de plus en plus importante pour les consommateurs. Et face au nombre croissant de plateformes de communication, le gestionnaire est confronté au défi de faire vivre l'authenticité de sa marque auprès d'un public de plus en plus segmenté.

Cette journée de formation vous exposera les origines de l'identité de la marque, ses fondements et les grands principes du développement et de la gestion de la marque.

Objectif

Ce séminaire représente l'abécédaire de l'identité de la marque. De ses origines en passant par ses catégories, son architecture et les principes de sa gestion efficace, cette formation vous permettra de mieux saisir l'importance de la marque dans le mix marketing d'aujourd'hui. Parallèlement, on vous transmettra les notions de base qui entourent le monde de l'Identité visuelle. Ainsi outillés, les participants auront un regard global sur leur marque.

Qui devrait participer?

Le séminaire s'adresse aux professionnels du marketing et de la communication qui prennent des décisions qui affectent une marque. Quiconque développe une campagne de communication (publicitaire, relations publiques, interactive, promotionnelle), développe des produits ou des services, ou encore a un rôle dans la gestion ou l'aménagement des points de service en bénéficiera particulièrement. **Bref, ce séminaire s'adresse à quiconque désire contribuer à construire une marque.**

Programme

L'Identité de marque dans son contexte

- Quelques définitions de base
- Vision, Marque et Identité de marque
- Son rôle dans le cadre stratégique de l'entreprise

La marque dans tous ses états

- La marque et les points de contact avec les clients
- Les types d'identité, leurs attributs et le rôle de la cognition humaine
- Les codes et les filtres culturels

Le développement d'une identité de marque

- Les étapes-clés et les tâches et responsabilités qui en découlent

La naissance d'une identité publicitaire

- Les défis de son application
- Le rôle du mix marketing
- Comment « faire vivre » la marque dans tous les points de contact ?

Atelier de formation

Le conférencier: Benoît Bessette

Benoît Bessette œuvre dans le monde des communications depuis 1987. Familier avec les tendances, il a su développer une sensibilité à l'influence de la marque et de toutes les formes de communication sur les choix des consommateurs. À l'emploi de Cossette depuis 1994, il a été impliqué ou est toujours impliqué dans l'évolution de plusieurs grandes dont Bell, BMO Banque de Montréal, le Musée des beaux-arts de Montréal, l'Orchestre symphonique de Montréal et la Croix-rouge canadienne. Parallèlement, Benoît est intervenu à des moments-clé dans le repositionnement et la communication de deux importantes marques montréalaises (La Presse et le Groupe Pages Jaunes) et d'une marque américaine au Québec : Home Depot.

Benoît est détenteur d'un MBA exécutif de l'Université de Sherbrooke.

Les coûts

Les frais d'inscription à la formation (incluant la documentation, le dîner et les pauses-santé) sont les suivants :

- 400 \$ pour les membres de l'ACA (taxes en sus)
- 700 \$ pour les non-membres (taxes en sus)

Lieu

Sauf indication contraire, tous les séminaires ont lieu au bureau de l'ACA qui est situé :

2015 rue Peel, Bureau 925,
Montréal QC H3A 1T8
Station de Métro : Peel
Tel / Fax : (514) 842-6422

Pour plus d'information, veuillez contacter

Davina Wong au 1-800-565-0109 / dwong@ACAweb.ca
ou Paul Hétu au (514) 842-6422 / phetu@ACAweb.ca