



DEFINIR SA VISION ET TROUVER DES VOIES DE DEVELOPPEMENT

FORMATEUR : Guy ETCHETO. Avec une double formation en design et en marketing/stratégie de marque, j'ai commencé ma carrière comme directeur artistique en agences de design et de branding pour des marques comme Procter & Gamble, Samsung, SNCF, Pernod Ricard... Aujourd'hui spécialisé dans le pilotage du développement par la marque (stratégie, innovation, marketing et communication), j'ai créé Preuves de Marque, cabinet conseil associant la formalisation d'une vision stratégique partagée à un déploiement pragmatique au quotidien dans tous les secteurs de l'entreprise.

OBJECTIFS

- Traduire une réflexion stratégique sur le développement de l'entreprise à long terme en une vision et un positionnement de l'entreprise sur son marché pour engager les équipes, mieux communiquer et mieux vendre
- Expérimenter des scénarii de développement et identifier des axes d'innovation sur son offre, son business model ou sa qualité de service
- Planifier des actions pour motiver les équipes et les rendre pro-actives dans la construction du développement de l'entreprise

PROGRAMME

JOURNÉE 1 MATIN

- vos attentes et votre activité
- Pourquoi les entreprises peuvent disparaître mais pas les marques puissantes : passer d'une logique d'entreprise à une logique de marque pour piloter le développement
- Atelier : à partir des success stories et des forces de l'entreprise et des aspirations du dirigeant : Se projeter dans son meilleur futur

JOURNÉE 1 APRÈS-MIDI

- un positionnement fort c'est avant tout des choix stratégiques traduits dans les faits : exemples et méthodes
- Atelier : construire des scénarii de développement et les évaluer pour prioriser ses fondamentaux
- Atelier : choisir le bon positionnement en le traduisant en objectifs et actions concrètes

JOURNÉE 2 MATIN

- Les différentes méthodes pour construire sa marque
- Atelier : formaliser sa vision autour des 3 axes entreprise/marché/concurrence
- Atelier : innover tout de suite ! Revisiter son offre et ses process pour créer plus de valeur au regard de sa vision

JOURNÉE 2 APRÈS-MIDI

- Rh et vision : impliquer et motiver les équipes autour de sa vision pour les engager dans les actions de développement
- échanges autour de vos problématiques : développement et innovation, marketing/communication, RH
- dessin de votre feuille de route

METHODE PEDAGOGIQUE

Apports de concepts et études de cas

Questionnaires réflexifs

Exercices projectifs et interactifs en sous-groupes, mises en situation

Outils de stratégie de marque et de positionnement

Matrices d'innovation et de créativité

DUREE : 2 jours -14heures

PUBLIC : Dirigeants ou cadres dirigeants d'entreprise

PREREQUIS : Être en situation de décision sur la stratégie de l'entreprise. En amont de la formation, il vous sera demandé de communiquer (en toute confidentialité) une présentation de votre structure.

SUIVI ET EVALUATION

Feuille de présences émargées sur place.

Attestation de présence et de fin de formation envoyée à l'issue du stage

Evaluation des acquis à la fin du stage.

Evaluation à chaud de la satisfaction fait en ligne et évaluation à froid.