COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

Identité de marque : construire la plateforme, décliner et tenir la cohérence

Une marque se délite rarement d'un coup. Elle se délite par accumulation : un ton différent sur chaque réseau un logo décliné librement un discours commercial qui ne dit pas la même chose que le site. Les équipes produisent beaucoup et vite sans référence commune sur laquelle s'appuyer. Deux jours pour construire le socle : diagnostiquer la perception réelle de la marque formuler une plateforme qui engage traduire ce positionnement en identité verbale et visuelle puis organiser son déploiement sur les points de contact. Les participants repartent avec les éléments structurants de leur propre plateforme.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 690 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Responsables communication chargés de marketing dirigeants de petites structures et chefs de projet en charge de la marque.

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Diagnostiquer la perception de la marque auprès de ses publics
- Formuler un positionnement différenciant et tenable dans la durée
- Construire une plateforme de marque articulant mission promesse et personnalité
- Traduire la plateforme en identité verbale et en territoire visuel
- Décliner la marque sur les points de contact sans perte de cohérence
- Organiser la gouvernance et le suivi de l'usage de la marque

03 Programme détaillé

M1 Diagnostic de marque

- Partir de ce que la marque dit déjà
- Recenser les productions existantes et leurs écarts
- Recueillir la perception des clients et des équipes internes
- Situer la marque face à ses concurrents et à leurs codes
- Repérer les attributs réellement distinctifs
- Atelier : Audit croisé des supports d'une marque pour mettre au jour les incohérences de discours.

M2 Plateforme de marque
- Écrire ce qui ne changera pas
- Formuler la raison d'être et la mission
- Définir la promesse et les preuves qui la soutiennent
- Caractériser la personnalité et les valeurs incarnées
- Décrire les publics visés et ce qu'ils attendent
- Cas pratique : Rédaction de la promesse et des preuves d'une marque à partir de son diagnostic.

M3 Identité verbale et territoire visuel
- Rendre la plateforme utilisable
- Définir un ton et des règles d'écriture applicables
- Construire les messages clés et leurs déclinaisons par public
- Cadrer les signes visuels et leurs règles d'usage
- Formaliser la charte et les exemples de référence
- Mise en situation : Réécriture d'un même message pour deux publics en respectant le ton défini.

M4 Déploiement et cohérence dans la durée
- Faire tenir la marque au quotidien
- Décliner la marque sur les points de contact prioritaires
- Outiller les équipes et les prestataires externes
- Organiser la validation des productions et les arbitrages
- Suivre la notoriété et l'usage effectif des repères définis
- À retenir : Une marque tient par les règles que les équipes appliquent seules et non par les validations au cas par cas.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 690 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr