



 <b>DURÉE</b> 1 jour 7h	 <b>FORMAT</b> Intra Visio Présentiel	 <b>PRÉREQUIS</b> Aucun	 <b>ÉQUIPEMENT</b> Ordinateur
---	--	--	--

  
**DÉLAIS D'ACCÈS**  

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 15 jours avant le début de la formation, sous réserve de places disponibles.

  
**ACCESSIBILITÉ**  

Nous nous adaptons pour répondre aux besoins spécifiques de chaque situation de handicap.

## Pour qui ?

Équipe marketing, communication et dirigeants

## Mise en pratique

Présentation commerciale produite

## Personnalisation

Chaque formation est adaptée en fonction de votre niveau, en termes de contenu et durée

## Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle équipée pour le présentiel
- Documents de formation projetés (vidéos - PowerPoint)
- Exposés théoriques, études de cas et exemples
- Mise en pratique

## Suivi et évaluation de la formation

- Feuilles de présence signées par demi-journée
- Questionnaire de positionnement en amont
- Évaluation finale et QCM de contrôle des acquis
- Débriefing collectif en fin de session

## Objectifs

- Alimenter la réflexion de l'équipe marketing et leur donner de la hauteur à travers des exemples et bonnes pratiques sur des catégories diverses en multimarques

## Programme

- Qu'est-ce que le marketing multimarque et pourquoi est-il important ? Exemple : avec le groupe Seb
- Avantages et défis de la gestion de plusieurs marques. Exemple avec une multinationale P&G
- Comment définir un portefeuille de marques et une stratégie de positionnement. Exemple sur le marché cookware avec Pyrex et marché entretien de la maison avec Spontex
- Comment créer une identité de marque cohérente et distinctive pour chaque marque Exemple : marché de la beauté avec le groupe L'Oréal et Albea (fabricant emballage beauté)
- Comment segmenter et cibler une audience sur différents canaux
- Défi : identifier et d'atteindre la bonne audience pour chacune des marques sur différents canaux
- Comment optimiser un contenu et des messages pour chaque marque et canal
- Défi : créer et de diffuser du contenu et des messages pertinents, cohérents et engageants pour chaque marque et chaque canal