



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