

Beeboost

FORMATIONS



PROGRAMME DE FORMATION COLLECTIVE

Créer une identité de marque cohérente



Deux journées de 5 heures pour construire une identité de marque claire, reconnaissable et cohérente avec son positionnement, ses valeurs et ses publics.



Formation collective



Approche opérationnelle



12 participants maximum



Lieu : 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges



SARL Groupe Cobalt – Détenteur de la marque BEEBOOST FORMATIONS
NDA : 75870210787 – SIRET : 90962948700010 | 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges

V09-26-1

INFORMATIONS PRATIQUES

DURÉE 10 heures – 2 journées de 5 heures	LIEU – EN PRÉSENTIEL 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges
PARTICIPANTS Maximum : 12 – Formation collective	PRIX 300 € HT par participant
DATES DE LA FORMATION 18 et 19 mars 2027	HORAIRES 8H00 – 13H00 (Jour 1 et Jour 2)
FORMATRICE Loize LE BELLEC	ORGANISME DE FORMATION BEEBOOST FORMATIONS

PRÉAMBULE Donner les bons leviers pour construire une marque cohérente

Cette formation vise à accompagner les entrepreneurs dans la construction d’une identité de marque cohérente, lisible et reconnaissable. Pendant deux journées de 5 heures, les participants travailleront sur les fondations de leur marque, leur positionnement, leur univers visuel et les règles de cohérence permettant de professionnaliser l’ensemble de leurs supports de communication.

Chaque participant est invité à venir avec son propre projet d’entreprise, ses supports actuels (logo, site, réseaux sociaux, plaquettes, documents commerciaux...) et un ordinateur portable afin de produire des livrables concrets à chaque étape.

OBJECTIF GÉNÉRAL

Être capable de définir et formaliser une identité de marque cohérente, alignée avec son positionnement, ses valeurs et ses cibles, puis de la décliner de façon homogène sur ses principaux supports de communication.

LES 4 OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Clarifier le positionnement, les valeurs, la personnalité et la promesse de marque afin de construire des fondations identitaires cohérentes et différenciantes.
- Définir un univers visuel harmonisé en choisissant des principes graphiques adaptés : couleurs, typographies, formes, iconographie, photographies et ambiance générale.
- Construire une cohérence éditoriale en définissant le ton, les messages clés et les règles de prise de parole permettant d’exprimer une identité reconnaissable sur tous les canaux.
- Formaliser une mini-chartre de marque et savoir l’appliquer à plusieurs supports afin d’assurer une image professionnelle, constante et facilement identifiable.

PROGRAMME DÉTAILLÉ Identité de marque • Communication

Jeudi 18 et vendredi 19 mars 2027 – 10 heures

JOUR 1 • 08H00 - 10H30	OBJECTIF 1 – POSER LES FONDATIONS DE SA MARQUE	2H30
-------------------------------	---	-------------

- Distinguer identité de marque, image de marque, identité visuelle et communication.
- Clarifier son positionnement : cible, besoins, promesse, différenciation et bénéfices clients.
- Identifier les valeurs, la personnalité, les attributs et les émotions que la marque doit transmettre.
- Formaliser les mots-clés et les marqueurs identitaires servant de base aux choix graphiques et éditoriaux.

JOUR 1 • 10H30 - 13H00	OBJECTIF 2 – CONSTRUIRE SON UNIVERS VISUEL	2H30
-------------------------------	---	-------------

- Comprendre le rôle des couleurs, typographies, formes, visuels et photographies dans la perception d'une marque.
- Choisir une palette chromatique cohérente avec son positionnement et définir des règles simples d'utilisation.
- Sélectionner des typographies et principes de hiérarchie visuelle adaptés aux supports imprimés et digitaux.
- Créer un moodboard de référence permettant de guider la création ou l'évolution de ses supports de communication.

JOUR 2 • 08H00 - 10H30	OBJECTIF 3 – HARMONISER SON IDENTITÉ ÉDITORIALE	2H30
-------------------------------	--	-------------

- Définir le ton de marque, la posture et le niveau de langage adaptés à ses cibles et à son positionnement.
- Formaliser les messages clés : présentation de l'entreprise, promesse, preuves, bénéfices et éléments différenciants.
- Déterminer les règles de cohérence à appliquer sur le site, les réseaux sociaux, les documents commerciaux et les échanges clients.
- Identifier les incohérences existantes et prioriser les corrections à apporter aux supports actuels.

JOUR 2 • 10H30 - 13H00	OBJECTIF 4 – FORMALISER ET DÉPLOYER SA CHARTE DE MARQUE	2H30
-------------------------------	--	-------------

- Structurer une mini-charte de marque rassemblant les fondamentaux stratégiques, visuels et éditoriaux.
- Définir des règles simples d'utilisation pour garantir une cohérence dans le temps et entre les différents supports.
- Décliner les principes de marque sur des exemples concrets : publication réseau social, document commercial, présentation ou support digital.
- Construire une liste d'actions prioritaires pour déployer ou mettre à jour son identité de marque après la formation.

LIVRABLE DE FORMATION

KIT « MINI-CHARTRE DE MARQUE »

Chaque participant constitue au cours des deux journées un dossier de marque personnalisé et directement exploitable comprenant :

- une synthèse de son positionnement, de sa promesse, de ses valeurs et de la personnalité de marque ;
- un moodboard de référence ;
- une palette de couleurs et des principes typographiques ; des règles d'iconographie et de style visuel ;
- le ton de marque et les principaux messages à utiliser ;
- une mini-chartre de marque synthétique accompagnée d'un plan d'actions de déploiement sur les principaux supports.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques (10 % du temps maximum par module).
- Co-construction des livrables.
- Travaux individuels appliqués à la marque et aux supports réels de chaque participant.
- Échanges collectifs, analyses de cas et retours croisés sur les productions.
- Accompagnement personnalisé de la formatrice.
- Supports numériques remis à chaque stagiaire.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

- QCM de positionnement et d'acquisition.
- Évaluations formatives au travers des échanges, exercices et productions intermédiaires.
- Production finale des livrables présentée en fin de parcours.
- Enquête de satisfaction à chaud.

PRÉREQUIS

- Aucun diplôme préalable.
- Disposer d'un projet, d'une activité ou d'une marque à créer ou faire évoluer.
- Ordinateur portable personnel exigé.

ACCESSIBILITÉ

Les formations en présentiel se déroulent au :

37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges

Référent handicap : Sébastien Lamaud

Téléphone : 07 63 17 26 65

E-mail : sebastien.lamaud@gmail.com

VOTRE CONTACT

Ludovic Oliveira

BEEBOOST FORMATIONS

Téléphone : 09 80 80 42 24

E-mail : beeboostformations@gmail.com

SARL Groupe Cobalt – Détenteur de la marque BEEBOOST FORMATIONS

NDA : 75870210787 – SIRET : 90962948700010 | 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges

V09-26-1