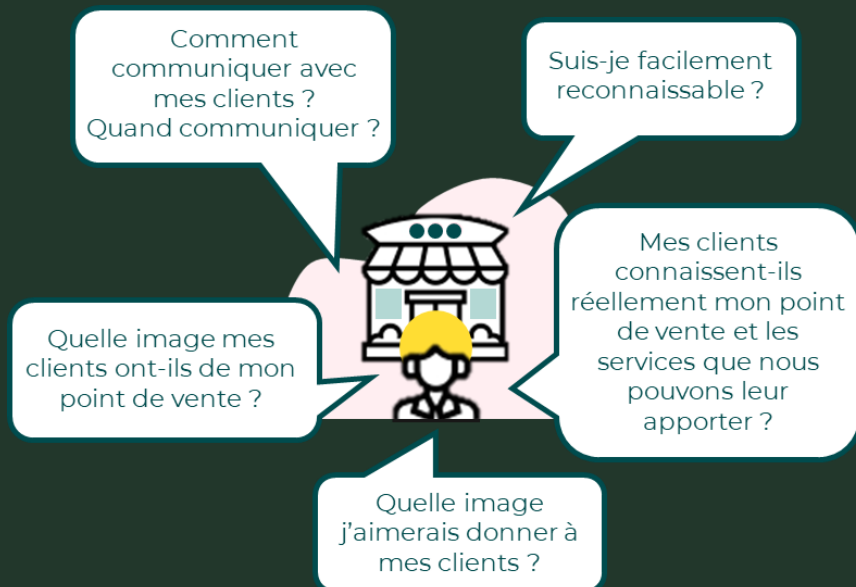


L'image est constituée de plusieurs facettes, celle souhaitée par la marque, celle traduite et transmise sur les supports de communication à destination de ses clients, et finalement, celle perçue par ses clients.

Votre identité visuelle, l'extérieur de votre point de vente, l'intérieur avec son aménagement et aussi de son offre, mais également votre image digitale à travers votre site internet, les réseaux sociaux.... doivent toutes être raccords et en totale cohérence les uns avec les autres. Cette formation permet de passer en revue les do et don't, comment mettre en place une stratégie de communication pertinente et cohérente avec vos valeurs et votre positionnement sur tous les outils que vous avez à votre disposition.



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Affirmer son identité et être reconnaissable
- Utiliser son point de vente comme vecteur de communication et d'image
- Etablir un plan de communication efficace et pertinent
- Définir un planning de communication
- Définir les outils de communication papier et digitaux

LES ÉLÉMENTS ABORDÉS

- L'importance du logo et de la charte graphique
- La façade du point de vente : la première image
- L'intérieur du point de vente : cohérence visuelle et positionnement
- Le site internet, les réseaux sociaux, les appli.... : la prolongation de l'expérience et parfois même son début
- Les étapes clés de la construction d'un plan de communication



LES MODALITÉS

- Nombre de participants : 10 personnes maximum
- Public : Dirigeants, Directeurs
- Durée : 3 heures
- Lieu : à définir