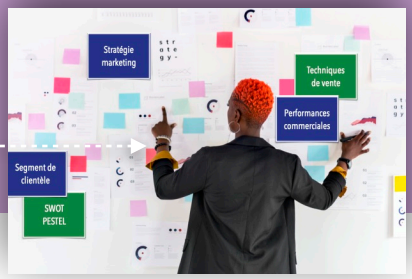
Marketing authentique 1 - Valoriser son identité (Personal Branding)

MARKETING - COMMERCE



OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront en capacité de construire une communication professionnelle authentique à partir des indicateurs et des préférences de leur personnalité

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques

Autodiagnostics et études de cas : individuellement ou en sous-groupes

Support diaporama durant les apports théoriques (transmis aux apprenants sous forme PDF)

DISPOSITIFS D'ÉVALUATION

Évaluations formatives durant l'action par des travaux pratiques et exercices

Évaluation des acquis en fin de formation sous forme de questionnaire (QCM, QCO, QCU)

Évaluation à chaud de l'action de formation réalisée en fin de parcours afin de mesurer le niveau de satisfaction

VALIDATION

Certificat de réalisation de formation

PUBLIC

Entrepreneurs, futurs entrepreneurs, managers, intrapreneurs, étudiants

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

DURÉE

1 jour, soit 7 heures, en présentiel ou en distanciel

Possibilité sur 3 jours, soit 21 heures

MODALITÉS ET DELAIS D'ACCÈS

Inscription définitive par la signature de la convention sous 10 jours après accord de principe

Formation possible chez le client, en intra ou inter

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mettre des mots sur sa personnalité et assumer les spécificités qui nous distinguent des autres
- Acquérir les méthodes pour valoriser ses compétences professionnelles
- Donner du sens à sa démarche marketing en étant libre des formatages et du regard des autres
- Être cohérent et authentique afin de communiquer de façon cohérente et authentique

PROGRAMME

- **Première partie : Découvrir qui je suis pour communiquer avec justesse**
  - Types de personnalité et d'intelligence
  - Profil et talents entrepreneuriaux
  - Culture entrepreneuriale
  - Choix des mots clés de ses différents indicateurs de personnalité et de talents
  - Alternative au marketing inauthentique
  - Préparation de son pitch et de sa communication sur les réseaux sociaux
- **Deuxième partie : Développer une stratégie de communication efficace**
  - Booster son leadership (force de proposition)
  - Pitcher son activité
  - Se distinguer par son projet entrepreneurial
  - Se distinguer par sa marque
  - Supports de communication (CV, cartes de visite, flyer, réseaux sociaux, etc.)

Référence	Tarif	Nombre de participants	Lieu	Planning	Formateur
10-007-01	**Grille tarifaire ou sur devis**	**3 à 20 personnes**	**Sur site ou à définir**	**Sur demande**	**Luc MARONI**

CoopLearning by COMMERCE

Activité enregistrée sous le n° 32620301162 auprès du préfet de région Hauts-De-France
Certificat Qualiopi n° FRCM21084, délivré pour la catégorie «Actions de formation»

Société Coopérative d'Intérêt Collectif par Actions Simplifiées - Siret : 824 395 396 00016 - Capital social : 38 400€ - TVA intracom. : FR92 824 395 396