

EXECUTIVE EDUCATION 2018

MANAGEMENT DE LA MARQUE

Comment construire une marque forte ?



Formation courte professionnalisante / 4 jours
8-9 juin et 22-23 juin 2018



Géraldine MICHEL
Professeure,
Directrice de la Chaire Marques & Valeurs

<http://chaire.marquesetvaleurs.org/>

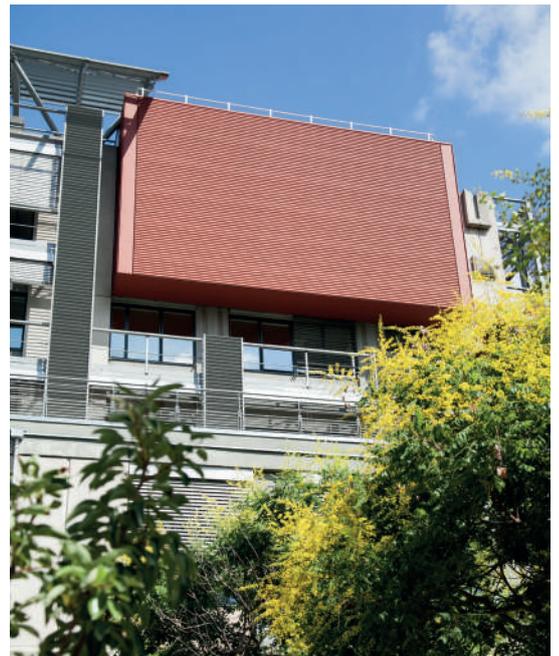
La marque est au cœur des préoccupations des entreprises et un objet omniprésent dans notre société. D'une certaine manière, tout est marque mais nous croyons profondément qu'une marque sans valeur est une ineptie, aussi simplement que cela : sans valeurs, pas de marque. Dans ce contexte fait de dématérialisation et de digitalisation, la proposition de valeur de la marque, la relation entre les marques et les consommateurs sont des sujets au cœur des problématiques marketing. Cette formation a pour objectifs de donner les outils de management de la marque pour faire face à ces défis. La chaire Marques & Valeurs a développé une expertise unique en France sur les questions de gestion de marque fondée sur la création de marques qui donnent du sens et qui sont la source des entreprises pérennes. Nos collaborations avec le monde de l'entreprise nourrissent nos formations tournées vers une connaissance pointue et opérationnelle de la marque en tant qu'objet social au cœur des organisations et de leur développement.

POURQUOI CHOISIR L'IAE PARIS ?

L'IAE Paris - Sorbonne Business School, fort de sa longue histoire, déterminé dans son présent, construit avec ses partenaires un avenir marqué du double sceau de l'innovation et de la qualité.

Tous les programmes de l'IAE Paris sont dispensés par son propre corps professoral composé d'enseignants-chercheurs qui mènent leur activité de recherche dans le domaine qu'ils enseignent, et par des intervenants extérieurs, managers en activité, experts dans leur spécialité.

L'IAE Paris est associé à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et propose à ce titre des diplômes nationaux de Licence, Master, Doctorat ainsi que des Diplômes d'Université.



L'IAE PARIS, C'EST AUSSI

42

professeurs permanents

400

intervenants professionnels

60

accords internationaux

60

collaborateurs administratifs

2 500

étudiants en 2017 dont plus de 600
en formation initiale et en apprentissage

30 000

alumni

OBJECTIFS ET POINTS FORTS DU PROGRAMME

- ▶ Une réflexion sur le rôle des marques dans le développement des organisations
- ▶ La maîtrise d'approches et de concepts pour construire des marques fortes
- ▶ L'identification des clés de succès des stratégies de développement des marques
- ▶ Des interventions de professionnels en charge de marques dans des secteurs variés (BtoB, BtoC, Luxe, Grande consommation, etc.)
- ▶ Un animateur « fil rouge » tout au long de la formation

Public concerné

Dirigeants d'entreprises,
Managers en charge de la
gestion de marques,
Consultants.

J1 - Vendredi 8 juin 2018 (8h)

La construction de l'identité de marque et sa légitimité sur les marchés

Comment construire des marques fortes ? La première journée sera consacrée à la fabrique des marques. Le nom, les formes graphiques, l'histoire, la mythologie, le storytelling sont autant d'éléments liés à l'identité de la marque qui peuvent être cadrés et orchestrés par les managers, au moyen d'un certain nombre d'outils et de pratiques. A l'aide de nombreux exemples et de cas réels, nous verrons comment les marques construisent du sens et établissent leur légitimité auprès des différentes parties-prenantes.

Intervenants :

- Fabienne Berger-Remy, Maître de Conférences, IAE Paris
- Managing Director - TBWA Corporate Paris

J2 - Samedi 9 juin 2018 (8h)

L'expression de la marque à l'ère digitale

Comment utiliser les différents leviers digitaux pour promouvoir sa marque à toutes les étapes du parcours client omnicanal ? La deuxième journée s'intéressera à l'usage du digital par les marques dans le cadre de leur stratégie globale. Du développement de la notoriété à la création de communautés d'ambassadeurs, cette journée permettra d'avoir une vision globale des leviers et de leur adéquation avec les objectifs des marques à toutes les étapes de leur progression. Après une introduction générale, des professionnels viendront témoigner de leur expérience de prestataire ou d'annonceur.

Intervenants :

- Nathalie Lemonnier, Maître de Conférences associée, IAE Paris et consultante stratégie digitale et relation client Lemon Think
- Quentin Gressien, Consultant, The Metrics Factory, agence Social Media
- Pauline Leblanc, Chef de projet digital, Marionnaud, distributeur sélectif beauté
- Alexandre de Sainte Marie, Consultant expert Luxe, auteur de Luxe et Marque, Dunod 2015

J3 - Vendredi 22 juin 2018 (8h)

Territoire de marque et extension de marque

Comment développer sa marque sur de nouveaux marchés sans perdre son âme, sans diluer son image ? Le 3ème jour abordera l'étude de l'image de marque fondée sur l'identification du noyau central de la marque. Sur la base de cette approche nous analyserons le territoire de marque comme l'outil essentiel dans la réussite des stratégies d'extension de marque et d'extension de gamme.

Intervenants :

- Géraldine Michel, Professeure IAE Paris
Directrice de la Chaire Marques & Valeurs
- Managing Director - Bic

Ressources bibliographique

- ▶ G. Michel (2017), Au Coeur de la Marque, 3^e édition Dunod
- ▶ G. Michel (2013), Management Transversal de la Marque, ouvrage collectif coordonné par Géraldine Michel, Dunod.

J4 - Samedi 23 juin 2018 (8h)

Le co-branding et l'art de la collaboration

Comment mener des collaborations avec d'autres marques, ou avec des artistes ? Comment choisir une égérie ? Le 4ème jour de formation sera consacré aux alliances de marques, stratégies aujourd'hui de plus en plus courantes. Cette journée permettra de comprendre les différentes pratiques d'alliances et s'attachera à présenter les principales clés de succès. La journée se conclura sur l'art de la collaboration comme le nouveau paradigme du management des marques vers la co-création avec différentes parties-prenantes.

Intervenants :

- Géraldine Michel, Professeure IAE Paris
Directrice de la Chaire Marques & Valeurs
- Reine Willing, CEO et fondateur de l'agence 19 mars

Les participants se verront offrir l'ouvrage de référence



INTERVENANTS



Géraldine MICHEL

Professeure, Directrice de la Chaire M&V, IAE Paris

Spécialiste de la marque, Géraldine Michel a publié de nombreux articles sur le sujet dans des revues internationales. Elle s'intéresse plus particulièrement au rôle des marques auprès des consommateurs et des salariés au regard de la psychologie sociale. Géraldine Michel enseigne le marketing et l'analyse de données quantitatives.



Nathalie LEMONNIER

Maître de Conférences associée, IAE Paris

Après avoir occupé des postes de direction marketing client et digital dans 2 maisons de luxe du groupe LVMH, Nathalie Lemonnier a créé le cabinet de conseil en stratégie digitale et relation client LEMON THINK en 2009. Elle enseigne les disciplines marketing client, marketing digital et communication auprès des étudiants et dispense des formations auprès de cadres professionnels.



Fabienne BERGER-REMY

Maître de Conférences, IAE Paris

Fabienne Berger-Remy a une longue expérience en management des marques, acquise en entreprise comme directrice marketing chez SCA Hygiene Products, puis comme consultante pour différentes organisations, parmi lesquelles Disneyland Paris, Citroën, Center Parcs, Daucy, Linxens.... Après avoir soutenu une thèse sur l'identité des marques, elle est aujourd'hui Maître de conférences à l'IAE Paris. Ses recherches portent sur les pratiques opérationnelles et managériales de la gestion des marques et sur le concept d'identité de marque. Elle enseigne la gestion et la communication de marque en master, et intervient également en formation continue auprès de cadres en activité.

PROFESSIONNELS

- ▶ **Quentin GRESSIEN** - Diplômé de l'INSEEC et de la Edinburgh Napier University, il débute en agence au sein du pôle digital de KR Media. Il rejoint The Metrics Factory en 2011, agence conseil spécialisée dans la mesure de l'engagement des audiences. Expert en mécanique d'activation et en évaluation du social media, il accompagne les annonceurs via des missions d'audit, de stratégie et de reporting. Enseignant vacataire à l'IAE Paris, à l'ISCPA et à la Strategies Digital Academy.
- ▶ **Pauline LEBLANC** - Diplômée de l'IFP Paris Assas et du Master Marketing de l'Innovation de l'Université Paris - Saclay, elle débute au sein du pôle digital de Marionnaud Parfumeries où elle participe à la refonte du site e-commerce. En 2015, elle poursuit sa carrière dans le luxe à Milan où elle rejoint le groupe Valentino S.p.A et se spécialise dans l'expérience et le parcours client digital. Elle revient en France début 2018 et devient chef de projet IT Digital chez Marionnaud.
- ▶ **Alexandre de SAINTE-MARIE** - Alexandre de Sainte Marie a exercé des responsabilités marketing chez L'Oréal puis Henkel France. Il a ensuite été pendant 8 années Directeur général du pôle Arts de la Table du groupe Hermès. Depuis 2009? il est consultant en stratégie de marque et s'est spécialisé sur les stratégies de création de valeur et de différenciation. Il est diplômé de l'ESCP - Europe.
- ▶ **Reine WILLING** - Reine Willing est directrice et créatrice de l'agence 19-03 qu'elle a créé en 2008. Elle est devenue aujourd'hui un acteur majeur dans la création de partenariats de haute qualité entre des grandes marques et des personnalités.

COMMENT INTEGRER CE PROGRAMME ?

> **Inscriptions jusqu'au 10 juin 2018**

> **Tarif** : 2.000 € pour les 4 jours. Selon votre situation, des dispositifs existent pour vous aider à financer votre formation. Retrouvez toutes les informations sur notre site (www.iae-paris.com) à la page « Formation / Financement ».

A l'issue de la formation, les étudiants se verront remettre un certificat.

CONTACTS

Responsable Pédagogique :

Géraldine MICHEL

Professeure, Directrice de la Chaire Marques & Valeurs
michel.iae@univ-paris1.fr

Gestion administrative :

Clémentine EFFEN

01 44 08 73 23 - mastermae.cs.effen.iae@univ-paris1.fr