

EXECUTIVE EDUCATION 2019

MANAGEMENT DE LA MARQUE

Comment construire une marque forte ?



Formation courte professionnalisante / 4 jours
7-8 juin et 28-29 juin 2019



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 - SORBONNE ?

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 - Sorbonne 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 - Sorbonne 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 - SORBONNE BUSINESS SCHOOL, C'EST AUSSI

43

professeurs permanents

400

intervenants professionnels

60

accords internationaux

60

collaborateurs administratifs

2 700

étudiants en 2018 dont plus de 600
en formation initiale et en apprentissage

31 000

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.

1 | Vendredi 7 juin 2019 (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-Sorbonne
- Anne-Cécile Thomann, Directrice Générale, TBWA Corporate
- Clara Bufi, Directrice du pôle marque, TBWA Corporate

2 | Samedi 8 juin 2019 (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. Des cas concrets seront présentés tout au long de la journée qui se clôturera par la présentation de business cases social media.

Intervenants :

- Nathalie Lemonnier, Maître de Conférences associée, IAE Paris - Sorbonne et consultante stratégie digitale et relation client Lemon Think
- Quentin Gressien, Directeur conseil associé, The Metrics Factory, agence Social Media

3 | Vendredi 28 juin 2019 (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 - Sorbonne
Directrice de la Chaire Marques & Valeurs
- Alain Sultan, Directeur marketing et innovation

4 | Samedi 29 juin 2019 (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 - Sorbonne
Directrice de la Chaire Marques & Valeurs
- Reine Willing, CEO et fondateur de l'agence 19 mars

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.

Les participants se verront offrir l'ouvrage de référence



INTERVENANTS IAE PARIS - SORBONNE



Géraldine MICHEL,
Professeure, Directrice de la Chaire M&V

Spécialiste de la marque, Géraldine Michel a publié de nombreux articles et ouvrages sur le sujet. De renommée internationale, elle intervient sur le management de la marque à l'étranger.



Nathalie LEMONNIER
Maître de Conférences associée

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.



Fabienne BERGER-REMY
Maître de Conférences

Fabienne Berger-Remy a une longue expérience en management des marques, en tant que directrice marketing chez SCA Hygiene Products, puis comme consultante pour différentes organisations, parmi lesquelles Disneyland Paris, Citroën, Center Parcs, Daucy, Linxens.... 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.

PROFESSIONNELS



Clara BUFI | Après un passage chez Prisma Media et Saatchi & Saatchi, Clara Bufi réalise l'essentiel de sa carrière au sein de l'agence TBWA corporate comme consultante puis directrice du pôle marque, pour le compte de clients tels que Disney Business Solutions, l'armée de terre, Accenture, BNP Paribas, Engie ou Saint-Gobain. Elle est diplômée de l'EM Lyon.



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.



Alain SULTAN | Il est aujourd'hui expert dans le développement de produits innovants et dans les stratégies d'extension de marque.



Anne-Cécile THOMANN | Anne-Cécile Thomann a une longue expérience de la communication institutionnelle et corporate. Elle est aujourd'hui directrice générale de TBWA corporate, agence de communication institutionnelle de TBWA groupe (Omnicom), troisième acteur de la communication en France. Elle est titulaire d'un master de littérature comparée de la Sorbonne, et du master affaires publiques européennes de l'Institut Catholique de Paris.



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 INTÉGRER CE PROGRAMME ?

> **Inscriptions jusqu'au 24 mai 2019**

> **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 :
Cynthia LECUYER

01 44 08 73 33
polefc.iae@univ-paris1.fr