

# Audit de marque et de communication



## Durée formation :

2 jours (15h)  
En présentiel



## Public visé :

6 à 8 personnes  
salariés de l'entreprise

► Agences de communication, entreprises souhaitant faire un état des lieux à un moment donné de leur stratégie marketing et communication



## Intervenant(e) :

Jean-Charles Espy



## Coût de la formation :

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur  
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.



## Supports :

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

## Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser l'efficacité de la stratégie actuelle de l'entreprise, le rendement de votre marque.
- Explorer des pistes d'amélioration opérationnelles, découvrir vos forces et faiblesses.
- Concevoir des outils d'analyse et de veille.
- Identifier de nouveaux axes de développement ou de communication.

## Objectifs pédagogiques

- 1** Mesurer : L'écart entre ce que vous souhaitez et la façon dont vous êtes perçu par vos cibles.
- 2** Appréhender : Les difficultés rencontrées dans la communication, les points bloquants à supprimer, Comprendre les enjeux de la communication suivant ses interlocuteurs.
- 3** Construire une approche opérationnelle : Mieux aligner votre stratégie aux attentes de vos clients.

## Méthodes pédagogiques

Une participation active sur micro-ordinateur est prévue pour un suivi digital du projet (guide d'entretien, questionnaire, tableau de synthèse...). Les participants sont invités à apporter leurs propres documents : plan stratégique, études concurrence, outils de communication, brochures.

## Modalités d'évaluation

Mini QCM Kahhot au fil des 2 journées.

# Programme de la formation

## - Jour 1 -

### Audit marketing :

- Réaliser un audit de base de votre stratégie marketing en répondant aux questions :

- Votre stratégie marketing actuelle est-elle alignée sur vos objectifs commerciaux ?
- Utilisez-vous efficacement votre temps et votre énergie ?
- Vos activités de marketing actuelles fonctionnent ?
- Si oui, qu'est-ce qui fonctionne le mieux et sur quoi pouvez-vous tirer parti ?
- Sinon, quels sont vos obstacles et ce qui doit être amélioré ?

- Énumérer vos trois principaux objectifs: ceux qui décideront si votre entreprise continue à fonctionner et à croître

- Audit de communication de l'entreprise

## - Jour 2 -

### Benchmarking :

- Définition et objectifs
- Méthodologie et démarche

### Enjeux de l'audit communication :

- Mesure de l'image
- Mesure du champ concurrentielle
- Culture Interne
- Autres composantes du diagnostic

### Méthodes de l'audit communication :

- Enquêtes quantitatives
- Approche qualitative
- Méthodes sémiologiques
- Observation documentaire

### Élaborer une stratégie de communication pertinente :

- Formalisation de la stratégie de communication : cas fil rouge et grille méthodologique



## Jean-Charles Espy

Jean-Charles a passé plus de 25 ans à comprendre et développer plus de 150 marques au sein de Young & Rubicam (Espagne, Afrique de l'Ouest, Amérique du Sud), Publicis et TBWA. Aux côtés de nombreux grands professionnels de la marque, il a construit sa propre vision et méthodologie. Après avoir fondé les agences La Solution et Buzzwatch en 2008, Jean-Charles lance en 2017 Brand Consulting Team, agence 100% dédiée à la marque.