

# Acquérir les fondamentaux du planning stratégique

## Programme

### JOUR 1

#### *Introduction et positionnement initial*

##### **1. Parlons planning**

- Qu'est-ce que le planning stratégique ?
- Les process du planning
- La méthodologie globale (workflow)
- Qu'est-ce qu'une marque ?
- La plateforme de marque
- IA et plateforme de marque

##### **2. Le marché : le comprendre**

- Outils pratiques d'investigation marché
- Les tendances : les identifier, et savoir les exploiter
- Objectifs : les comprendre, les séquencer, les challenger

##### **3. Les consommateurs : identification et insights**

- Analyse quali et quanti d'une cible + personas
- L'insight consommateur : les identifier, et savoir les exploiter
- Le parcours d'achat
- Utiliser l'IA pour la compréhension des cibles

### JOUR 2

##### **4. Du brief à la mesure**

- Définition et rubriques
- Comment bien l'écrire ?
- L'articulation promesse-preuves-bénéfice-insight
- Approche des médias
- Brief « one shot » vs multimédia : différence et conseils

### DURÉE

2 jours / 14 heures - 9 h 30 - 17 h 30

### TARIF

2 190 € HT

### INTERVENANT

**Jérôme WELKER**, Consultant en stratégie de marque, de communication et d'activation - Sympathy for the Strategy

### DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://media-institute.com)

- Comment être le plus créatif possible ?
- Brief et IA
- Juger la création : sortir du j'aime / j'aime pas
- LES KPI : que mesurer ?

##### **5. Écrire une reco strat convainquante**

- État d'esprit et workflow
- Structure classique
- Autres types de storytellings
- Comment écrire en équipe ?

#### *Conclusion et évaluation individuelle*

### DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour maîtriser les notions de base du planning stratégique. Grâce à une sélection d'outils pratiques, vous apprendrez à positionner une marque au sein de son univers concurrentiel et de ses cibles, avant d'apprendre à rédiger des briefs créatifs inspirants pour vos campagnes.

### COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser votre contexte de marque et vos cibles
- Exprimer l'ADN de votre marque grâce à une plateforme de marque
- Synthétiser votre stratégie par un message pertinent et différenciant
- Rédiger un brief inspirant, véritable tremplin pour les créatifs

### PRÉREQUIS ET PUBLIC

Tout public travaillant dans le marketing et la communication, devant faire des choix stratégiques, les justifier et les expliciter à des décideurs, supérieurs ou partenaires créatifs.

### PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

 **sur place ou à distance** 



*Photo de Stilclassics sur Unsplash*