

CRÉER SA MARQUE TERRITORIALE

S'approprier une méthodologie au service de l'attractivité de son territoire

1 JOUR, 7 HEURES

MARKETING ET DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

CODE : GEU07

Objectifs de la formation

Cerner le cadre théorique lié à la marque territoriale

Intégrer les outils pour renforcer le positionnement d'une marque

S'approprier la méthodologie de création opérationnelle d'une marque Identifier les éléments constitutifs d'un plan de communication d'une marque

Animée par

- CACQUEVEL Arnaud
Responsable marketing,
BRETAGNE DÉVELOPPEMENT INNOVATION

Public concernés

- Élu.e ; Direction Générale des Services ; Directeur.trice de Politiques Publiques ; Chargé.e du développement économique et/ou touristique en collectivité ; Chef.ffe de service intéressé par la perspective de développer l'attractivité d'un territoire ; Responsable et chargé.e de communication

Prérequis

- Apporter un ordinateur portable ou une tablette
- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs

- Communes < 20 000 habitants (ou élus) : Tarif Classe virtuelle : 695,00 €HT
- Communes > 20 000 habitants (ou autres établissements) : Tarif Classe virtuelle : 895,00 €HT

Une marque territoriale a pour objectif de renforcer l'identité et l'attractivité d'un territoire en valorisant ses atouts culturels, économiques et environnementaux. Dans la conquête de nouveaux investisseurs, de touristes et de talents, l'attractivité du territoire prend tout son sens. Pour répondre à ces enjeux spécifiques, les collectivités sont amenées à développer leurs propres marques afin de mettre en valeur les offres de services et leur territoire.

À travers des cas pratiques, avec l'appui et l'expertise de notre formateur, les participants seront capables de s'approprier la méthodologie de création d'une marque territoriale.

Appréhender les enjeux et les atouts d'une marque territoriale

- Les marques territoriales sont-elles des marques comme les autres
- Définition et concepts clés d'une marque

- Quelles sont les différentes catégories de marques territoriales
- Focus sur les logos d'une marque de territoire

ATELIER Quiz : Les stagiaires répondent à un panel de questions dont les réponses seront commentées par le formateur

Comment faire vivre la marque de son territoire

- Promouvoir l'image de la collectivité : du logo au code de marque et son animation
- Définir les signes qui vont renforcer le positionnement d'une marque : faire sens pour un territoire, développer son identité

ATELIER Une marque de territoire est présentée par le formateur, les stagiaires sont amenés à identifier les atouts de cette marque permettant de renforcer le positionnement

- Promouvoir l'image de la collectivité : du logo au code de marque et son animation
- Définir les signes qui vont renforcer le positionnement d'une marque : faire sens pour un territoire, développer son identité

S'approprier la méthodologie générale de création d'une marque

- Comment affirmer l'identité de son territoire
- Effectuer un diagnostic marketing : études quantitatives, études qualitatives, analyse des données disponibles, réalisation d'un SWOT sous un angle marketing
- Identifier le contenu d'une plateforme de marque
- Comment assurer le passage d'une marque de territoire à une marque partagée

ATELIER Les stagiaires identifient les différentes étapes appliquées sur le projet de territoire présenté

Définir son plan de communication lié à la marque

- Passer de la stratégie au plan opérationnel
- Définir les objectifs et les cibles d'une marque territoriale : notoriété, attractivité économique, touristique, résidentielle...
- Mobiliser les acteurs du territoire et mettre en place une nouvelle gouvernance
- Mettre en œuvre un plan de communication
- Déployer une campagne de communication partagée

CAS PRATIQUE Les stagiaires sont invités à optimiser un plan de communication présenté par le formateur

Evaluation des acquis de la formation

Dates

Classe virtuelle

15/09/2023

24/11/2023

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.