

Développer et communiquer son image de marque

Animation

Christophe ALLOUIS

Fondateur et directeur d'une agence de communication

Jean-Émile BARRA

Dir. du Développement et des Relations Institutionnelles

Durée

7 h sur 1 journée

Tarif

• **Coop** : Prise en charge
Sous conditions. Facturation en cas d'annulation < 15 j.

• **Hors Coop** : 650,00 € TTC
Prix /pers. Stagiaires issus d'OLS ou travaillant pour des Coop'Hlm

Sessions 2024

18 septembre • 9h-17h30

Deskeo Champerret
9 bd Gouvion St-Cyr
75017 Paris

Présentation

L'objectif de la formation est d'amener à une réflexion générale sur le rôle de la communication institutionnelle et opérationnelle puis d'insuffler de bonnes pratiques et usages. Les stagiaires travailleront sur une étude et une mise en pratique des techniques de communication tant au niveau institutionnel (image de la coop) qu'opérationnel (commercial et terrain dans la perspective des lancements commerciaux).

Objectifs pédagogiques

- Prendre conscience et réfléchir sur l'identité de la coopérative d'hlm ;
- Se recentrer sur son image de marque ;
- Savoir rassurer les publics cibles (futurs accédants coopérateurs) ;
- Travailler et trouver son identité, fluidifier le discours, capitaliser sur sa charte graphique pour créer et raconter l'histoire de la coopérative d'Hlm.

Public

Membre de la direction ou du CA • Responsable de la communication et du marketing • Responsable Accession • Responsable de la relation client • Toute personne concernée par la commercialisation.

Prérequis

Aucun prérequis.

Méthodologie et évaluation

- Études de cas
- Cas pratiques
- Échanges entre participants
- Évaluation du positionnement, des acquis et du niveau de satisfaction des apprenants par le biais de quatre questionnaires en ligne

Programme

1/ Présentation

Qu'est-ce que la communication institutionnelle ? Qu'est-ce que cela englobe ? Comment améliorer son image de marque, elle-même déjà impactée par l'image du monde HLM ?

2/ Réflexion

Comment travailler une image de marque qui va rassurer les futurs propriétaires coopérateurs ?

3/ Application

Comment mettre en concordance le travail de communication institutionnelle avec la communication opérationnelle ? Les actions de communication doivent impérativement être en corrélation avec le développement commercial, d'où l'importance d'une communication en interne et de coordonner les plannings des équipes.



Prévoir impérativement un ordinateur portable accédant à internet.



Contact

07 63 47 37 68

formations@arecoop.fr

