

Identifier et Améliorer l'Image de Marque de l'Entreprise

Objectifs - Conditions

Durée	2 jours soit 14 h
Public	8 / 10 personnes
Objectifs	Optimiser l'image de marque de l'entreprise Favoriser une meilleure relation entreprise/clients

Programme

☞ Définir le contexte de l'entreprise

Historique et valeurs véhiculées de l'entreprise
Identifier l'image et les représentations de l'entreprise par les clients et fournisseurs
Vérifier l'adéquation entre ses valeurs personnelles et celles de l'entreprise
Mettre en œuvre un plan d'amélioration

☞ Déterminer les enjeux relationnels dans l'entreprise

Identifier les différents vecteurs de la communication
Améliorer la place de la communication dans l'entreprise
Définir son type de management relationnel et ses conséquences

☞ Améliorer l'efficacité de l'entreprise pour une meilleure image de marque

Déterminer les actions parmi les axes : organisationnel, relationnel, qualité, crédibilité, confiance ...
Définir les rôles et les tâches de chacun
Identifier les résistances au changement

☞ Optimiser la dimension charismatique du dirigeant

Instaurer une relation gagnant/gagnant
Développer sa magnitude
Construire du sens et affirmer sa vision

Pédagogie

Méthodes pédagogiques : actives et apports théoriques
Outils pédagogiques : mise en situation, étude de cas, exercices, test de personnalité, jeux de communication...