



# Marketing

## Quelles missions donner à sa marque ?

Emmanuelle DUMAS

**M4MI** • 1 jour • 25 septembre 2024 • 1045 €HT

### Objectifs pédagogiques

L'engagement est devenu un critère majeur d'achat ; et le manque d'engagement, une raison de boycott d'une marque par les consommateurs. Définir les engagements de sa marque, sa "mission", est un enjeu essentiel mais qui doit avant tout être porteur de sens.

Comprendre les possibilités qui s'offrent à sa marque, savoir choisir et communiquer de façon authentique.

### Programme

- Rappel des attentes consommateurs
- La mission de la marque est au cœur de son WHY
- Quels sont les différents engagements possibles : planète, animal, social
- Quelles Innovations et tendances pour demain
- Stratégie RSE, Blockchain... les nouveaux enjeux de la durabilité
- Comment décliner ses missions en communication

### Public Concerné

Toute personne du marketing du secteur cosmétique.

Jeunes entrepreneurs désirant lancer une gamme de cosmétique.

### Moyens pédagogiques

Paperboard, présentation PowerPoint, bibliographie, produits cosmétiques et matières premières, support formation.

Évaluation de la formation par QCM en fin de stage.