

Brand Building : lois empiriques et science du marketing

Décider à partir de preuves plutôt que d'idées reçues, en reliant comportements d'achat, croissance de marque et activation commerciale.

DURÉE

10 heures (1,5 jours)

Présentiel

INTER-ENTREPRISES

3 500 € HT / pers.

Sur demande
4 à 12 participants

INTRA-ENTREPRISE

Sur devis

Dates au choix
à partir de 1 pers.

Les indicateurs de résultats seront publiés dès les premières sessions réalisées.

01 Présentation

Beaucoup de décisions marketing reposent encore sur des intuitions ou des mythes qui ont coûté cher à des marques entières. Cette formation ACTINCO confronte ces croyances aux lois empiriques du marketing : comment les consommateurs achètent réellement, comment les marques croissent, et comment articuler brand building de long terme et activation de court terme. Une approche fondée sur des données scientifiques, pour allouer son budget et bâtir ses plans sur des bases solides plutôt que sur des idées reçues.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant est capable de :

- Connaître et déconstruire les mythes marketing (qui ont coûté des fortunes aux entreprises)
- S'approprier les seules lois empiriques solides du marketing (et moins décider sur des opinions)
- Découvrir comment les consommateurs achètent, et comment croissent les marques
- Savoir relier brand building (long terme), activation (court terme) et performance

03 Public visé & prérequis

PUBLIC VISÉ

Professionnels du marketing (de l'assistant chef de produit au directeur marketing), professionnels de la communication (agences), et consultants en stratégie souhaitant acquérir une vision scientifique et opérationnelle du marketing.

PRÉREQUIS

Aucun

04 Programme détaillé

MODULE 1 Les lois de la croissance des marques

MATIN JOUR 1

- Taille de la marque et fidélité consommateurs
- Les consommateurs fidèles : poids et importance
- Les petits consommateurs sont importants
- Croissance de la marque, pénétration et fidélisation
- Quels consommateurs recruter ?

MODULE 2 Communication et construction de marque

APRÈS-MIDI JOUR 1

- De l'importance de la mémoire
- Les points d'entrée dans la catégorie
- Développer la distinctivité
- Comment fonctionne la publicité ?

MODULE 3 Penser son plan marketing dans le temps

MATIN JOUR 2

- Des clefs pour son plan média
- Articuler court terme et long terme
- Mesurer les impacts de long terme
- L'innovation est-elle une martingale ?
- Distribution : être facile à trouver et acheter

05 Moyens pédagogiques et techniques

- Apports théoriques sur les lois empiriques du marketing et leur fondement scientifique
- Analyse approfondie de cas réels issus de l'expérience des participants
- Exercices pratiques pour appliquer les concepts (stratégies de pénétration, brand building, allocation budgétaire)
- Supports de formation projetés et documents pédagogiques remisés
- Accès à un extranet personnel pour chaque stagiaire

06 Encadrement pédagogique

La formation est animée par Emmanuel Pinteaux, expert en marketing avec une expérience terrain chez Nestlé, Pepsico, Lorina et Lea Nature (marques comme Kit Kat, Nescafé, Pepsi, Lipton Ice Tea, etc.). Diplômé de Sciences Po Paris et de l'ESSEC, il a occupé plusieurs directions marketing et retourné des business de manière spectaculaire. Son approche allie expertise académique et pragmatisme opérationnel.

Référente pédagogique et référente handicap : Françoise Acca — ACTINCO.

07 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS

- Un entretien au moment de l'inscription ou l'analyse du questionnaire de positionnement avant la session permettent d'ajuster le niveau des apports, le choix des cas travaillés et le rythme des séquences.
- Évaluation continue via exercices pratiques et échanges en groupe
- Quiz de connaissances en fin de formation
- Évaluation à chaud par formulaire d'évaluation de la formation et positionnement du stagiaire par rapport aux objectifs
- Évaluation à froid à distance de la formation

SUIVI DE L'EXÉCUTION

- Feuille de présence signée par demi-journée
- Questionnaire de satisfaction à chaud en fin de formation
- Attestation de réalisation individuelle délivrée à l'issue de la formation

08 Modalités d'accès, délais et tarifs

Délai d'accès	7 jours. Formulaire d'inscription accessible sur la page de la formation
Inscription	Inscription possible en inter-entreprises (session collective) ou en intra-entreprise (formation sur mesure dans vos locaux - devis sur demande). Un entretien préalable permet d'analyser les besoins spécifiques des équipes et de contractualiser via convention et CGV. La formation est adaptée aux personnes en situation de handicap. Pour étudier les meilleures conditions d'accueil, contacter Françoise Acca, référente handicap, au +33 1 53 32 50 05.
Financement	Prise en charge OPCO possible

INTER-ENTREPRISES

3 500 € HT par participant.

INTRA-ENTREPRISE

La formation dans vos locaux, avec vos seules équipes, personnalisée à partir de vos cas réels.

Sur devis

Un format sur mesure ?

Nous cadrons ensemble le format, la date et les modalités inter ou intra.

Échangeons sur vos besoins

09 Questions fréquentes

Lois empiriques du Marketing ou Promotions digitales : laquelle choisir ?

« Maîtriser les lois empiriques du Marketing » travaille la croissance des marques, les comportements d'achat, le brand building, l'activation et l'allocation des budgets à partir de données scientifiques. « Promotions et activations digitales » construit un plan promotionnel opérationnel par circuit et enseigne. Choisissez les lois empiriques pour revoir la stratégie marketing ; les promotions pour organiser l'exécution commerciale et digitale.

Que saurai-je remettre en question après les lois empiriques du Marketing ?

Vous saurez déconstruire des mythes marketing, comprendre comment les consommateurs achètent et comment les marques croissent, relier fidélité et pénétration, articuler brand building et activation, puis mieux répartir les budgets entre court et long terme. La formation ne fournit pas un plan média ou promotionnel clé en main pour une marque : elle donne des principes robustes pour éclairer les décisions.

Développer les compétences opérationnelles et stratégiques des professionnels du retail, depuis 2015.

ACTINCO conçoit sur mesure des dispositifs qui rendent les équipes autonomes et génèrent des résultats durables : formations, ACTINCO Mastermind® et collaboration stratégique, sur les sujets e-commerce, Drive, Category Management efficient et responsable, data produit, IA et gouvernance.

ACADEMY Formations E-commerce, Category & omnicanal management, Stratégie commerciale & marque, Leadership & transformation, Numérique responsable & éco-conception.

MASTERMIND® ACTINCO Mastermind® — intelligence collective entre pairs : e-commerce, proximité, food service, RGM, digital marketing, pharmacie, leaders.

**STRATEGIC
COLLABORATION** Nous vous aidons à définir votre stratégie et à clarifier votre plan d'action. Nous partageons notre savoir-faire et vous fournissons les outils nécessaires pour mettre en œuvre votre stratégie.

ILS NOUS FONT CONFIANCE

Industriels, distributeurs, enseignes spécialisées et écoles accompagnés par ACTINCO.

Ackerman • AIA • Andros • Aoste • Bacardi-Martini • Barilla • Bel • Bonduelle • Candia • Carlsberg • Carrefour • Carte Noire • Coca-Cola • Colgate • Coop • Danone • Dim • Disney • E.Leclerc • Ecotone • EDHEC Business School • Essity • Fleury Michon • General Mills • Haleon • Haribo • Heineken • Henkel • Jacobs Douwe Egberts • Kellanova • Lavazza • LDC • Lego • Lesieur • Lindt • Lipton • Lustucru • Marie • Mars • McCain • McCormick • Nestlé • Panzani • PepsiCo • Playmobil • SC Johnson • St Michel • Thai Union • Truffaut • Unilever • Yoplait

Françoise Acca

Fondatrice d'ACTINCO, consultante et formatrice

Elle lance et anime les programmes ACTINCO Mastermind®. Domaines d'expertise : e-commerce, retail, Category Management efficient et responsable, data et information produit. Elle collabore avec l'Institut du Commerce et s'appuie sur son expérience chez Carrefour.

Certifications : E-commerce, e-marketing, facilitation (visual mapping, Process Com, PNL), gestion de projets d'innovation, Scrum Master, Product Owner, Lego® Serious Play®, Leadership de la transition. Animatrice fresque de l'IA, fresque du Numérique, Business Resilience Game®.

Nos valeurs

Intelligence collective avec méthode

Transfert de compétences

Implication d'experts

Un temps investi, mesuré et utile

Déontologie par essence

Responsabilité et bienveillance

Une question sur ce programme ?

Nous vous orientons vers le parcours adapté à vos enjeux et à votre niveau de maturité.

Échangeons sur vos besoins

ACTINCO — 37 rue d'Amsterdam, 75008 Paris, France • SIRET 811 047 760 00012 • NAF 70.22Z

Contact : Françoise Acca • +33 1 53 32 50 05 • actin-co.com

Réclamations : actin-co.com/reclamation

Réf. FOR-A4B929 • Programme mis à jour le 18 septembre 2026 • La version en vigueur est celle publiée sur actin-co.com.