

Création d'entreprise

De l'analyse de marché à la gestion des médias

Lucie Plénécassagne

TABLE DES MATIÈRES

1 Comprendre la démarche globale de création d'activité

- 1.1. Que signifie en théorie et en pratique « lancer son activité » ?
- 1.2. Se positionner sur le marché et définir l'ADN de sa marque
- 1.3. Les outils à connaître pour construire et développer son activité
- 1.4. Quels sont les métiers liés au lancement d'une activité ?
- 1.5. L'importance de la démarche complète de création

2 Analyser le marché et se positionner

- 2.1. Les différentes étapes de l'analyse du marché
- 2.2. La stratégie et les objectifs marketing
- 2.3. Définir son positionnement face à la concurrence

3 Créer son identité de marque

- 3.1. Les différentes stratégies de communication
- 3.2. La copy strategy et le plan de communication
- 3.3. L'identité de la marque et les messages résiduels

4 Créer et développer l'identité visuelle de son activité

- 4.1. Le logo et la charte graphique : les clés de l'identité visuelle
- 4.2. Les déclinaisons sur supports « corporate » et promotionnels
- 4.3. Le langage technique et les priorités

5 Gérer la visibilité de l'activité sur différents médias

- 5.1. Les médias, les audiences, les budgets
- 5.2. Paysage des médias fréquemment utilisés pour la promotion
- 5.3. Créer sa stratégie et plan média

6 Le rôle central du web et du digital

- 6.1. Le marketing numérique
- 6.2. Les outils digitaux
- 6.3. Le rôle pivot du site web : comment en créer un ?
- 6.4. Développer les réseaux sociaux et le calendrier éditorial
- 6.5. Animer, maintenir et analyser ses médias sociaux

7 Analyser, évaluer, réguler : entrepreneur et dirigeant

8 Conclusion

9 Aide-mémoire (les étapes : feuille de route)

10 Le glossaire

11 Bibliographie et annexes