

Réussir son entreprise demande beaucoup de ressources. Un projet, du courage, de la détermination mais aussi des outils indispensables pour que celle-ci trouve son public.

Mettre en place les moyens du succès n'est pas inné ! Cela demande des compétences spécifiques qui s'apprennent.

Cette formation vous accompagne à l'accomplissement d'une entreprise performante : stratégie, marketing, business plan, communication, commercialisation, vente ...

– ENTREPRENDRE – SE DONNER LES MOYENS DE TRANSFORMER SON PROJET D'ENTREPRISE EN RÉUSSITE

L'ATELIER DE *Charles*

⌚ DURÉE Formation en présentiel – 12 jours – 96 h

👤 PUBLIC Entrepreneur souhaitant créer son entreprise, ou l'ayant déjà créé, et voulant avoir les bons outils pour la développer

★ DIFFICULTÉ ★★☆☆

📋 PRÉ-REQUIS Aucun pré-requis nécessaire

👤 FORMATEUR Audrey DUPUY-GUETON
Pauline KEMPFER
Julien SWOL

👥 EFFECTIF de 6 (min.) à 8 (max.) stagiaires.

🚩 OBJECTIFS

- ✓ Stratégie d'entreprise :
 - définir son offre de produits
 - positionner son offre sur le marché
 - définir une identité forte.
- ✓ Communication d'entreprise :
 - développer sa communication
 - les réseaux sociaux et le community-management
 - les réseaux physiques.
- ✓ Développement commercial :
 - créer une clientèle de professionnels ou de particuliers
 - mettre en place les outils de commercialisation
 - savoir négocier jusqu'à la signature du contrat
 - construire une stratégie de fidélisation.

📍 LIEU / 📅 DATE / € TARIFS

Informations sur nos sessions de formation disponibles sur www.atelier-charles.fr

Le lieu, la date et le tarif de la session sont indiqués sur la convention de formation professionnelle transmise au stagiaire.

PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

MOI – POURQUOI ENTREPRENDRE ?

- > Quelle est l'histoire de mon projet ?
- > Quelles sont mes sources d'inspiration, de motivation ?
- > Qu'est ce que je n'aime pas ? Ne veux plus ? Quels sont mes freins et difficultés ?
Qu'apporter de différent à mes clients ?
- > Quels sont mes objectifs de vie ? mes contraintes personnelles (financières, géographiques, autres ...)
- > Qu'est ce qu'être chef d'entreprise ?
Les 3 piliers :
Le savoir faire technique, la maîtrise administrative, le talent commercial

VOTRE ENVIRONNEMENT – L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- > Connaissiez votre marché : se donner de l'élan ou briser ses rêves ?
- > Réalisez une étude métier : quelles sont les conditions qui vous correspondent pour pratiquer votre métier ?
- > L'analyse concurrentielle : qui sont vos concurrents directs ? Comment se démarquer ?

VOTRE VALEUR – LA RENTABILITÉ DE VOTRE TEMPS DE TRAVAIL

- > Connaissiez vos coûts, vos charges fixes et variables
- > Évaluez votre temps d'activité disponible et l'ajuster à chaque mission
- > Optimisez votre temps de travail, investissez dans des logiciels, dans du matériel adapté, sous-traiter

VOS CLIENTS – LE MARKETING

- > Les «7P» :
Product/Price/Place/Promotion/
People/Process/
Physical Evidence
- > Connaissiez vos clients : identifier leurs peurs, leurs besoins, leurs attentes, leurs désirs
- > La notion de Branding : développer son image de marque authentique pour se différencier
- > Trouvez le bon nom, l'identité visuelle (logo, charte graphique, couleurs) et la communication sur les différents supports (mail, site, plaquettes ...)

VOS PRODUITS – DÉFINIR UNE OFFRE

- > Définissez vos produits et services
- > Les ventes additionnelles et services supplémentaires
- > La matrice SWOT : Forces/Faiblesses/Opportunités/ Menaces
- > Le prix : ce qu'il est / ce qu'il devrait être / ce que le client perçoit
- > La stratégie de prix : pénétration / alignement / écrémage
- > Ayez une offre «tout compris» ou «à la carte»
- > Ayez une offre lisible par le client

SYNTHÉTISEZ VOTRE ACTIVITÉ – LE BUSINESS PLAN

- > Donnez-vous un cap pour votre activité
- > Évaluez vos besoins d'investissement et de trésorerie
- > Identifiez les sources de financement possible (banque, subventions)
- > Faites un prévisionnel d'activité (objectifs de vente) pour savoir quelle activité développer pour avoir le revenu escompté
- > Synthétisez votre stratégie dans un document :
«Le Business-Plan»

LA COMMUNICATION

«INBOUND» & «OUTBOUND» MARKETING

- > «Inbound» : développez du contenu pour attirer des clients sur votre site internet
- > «Outbound» : Créez des publicités efficaces pour chacune de vos cibles

LES RÉSEAUX SOCIAUX (FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, YOUTUBE ...)

- > Pourquoi avoir recours aux réseaux sociaux ?
- > Utilisez les bons canaux en fonction de votre cible
- > Connaissez les spécificités de langage de chaque réseau
- > Utilisez des comptes entreprise
- > Managez vos réseaux sociaux avec des outils de publication
- > Trouvez votre rythme de publication / sa fréquence

FACEBOOK

- > Rejoignez des groupes et suivre les pages
- > La gestion automatique des réponses
- > La sponsorisation des publications
- > Les différents types de pub
- > Les Stories / Hashtags

INSTAGRAM

- > Suivez des comptes, des thèmes et des personnes
- > Créez du contenu visuel
- > Démarquez vous par votre feed
- > Stories / Repost / contenu à la une

LINKEDIN

- > Un réseau professionnel
- > Créez votre profil
- > Personnalisez vos demandes d'ajout
- > La pub sur LinkedIn

YOUTUBE

- > La notion de «backstage»
- > Les tutoriels / montrez comment vous travaillez
- > Les vidéos institutionnelles / dévoilez votre entreprise

COMMUNIQUEZ SUR VOTRE TRAVAIL MAIS AUSSI SUR VOUS-MÊME

- > Les liens vers le site internet
- > L'humain / Connaître qui est derrière l'entreprise
- > Les bons outils : quelques applications pratiques
- > Quoi publier ? Quel contenu ? Que faut-il éviter ?

LES RÉSEAUX PHYSIQUES : CLUBS D'AFFAIRE / ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS / SALONS ET FOIRES

- > Ne négligez pas ces moyens de communication encore très efficaces
- > Où trouver ces événements ?
- > Comment se présenter rapidement et convaincre en quelques minutes ?
- > Votre carte de visite

LA COMMERCIALISATION

DEVENEZ UNE RÉFÉRENCE ÉVIDENTE POUR VOS CLIENTS

- > Pourquoi et comment devenir cette référence ?
- > Comment avoir de la visibilité dans la presse / livres / magazines ?
- > Soyez capable d'écrire des articles à propos de votre discipline et de celle qu'on met en avant
- > Connaissez le vocabulaire technique de vos clients
- > Formez vous encore et toujours
- > Connaissez en plus sur votre client - quelles sont ses passions et ses autres centres d'intérêt ?
- > Faites vous inviter dans des événements par vos clients (et soyez accompagnés par des personnes prestigieuses)

DÉVELOPPEZ VOTRE CLIENTÈLE DE PARTICULIERS

- > La différence entre un commercial et un vendeur
- > Qu'est ce qu'un prescripteur ? Comment les trouver ?
- > La «Newsletter», outil idéal pour récupérer des infos
- > Vos clients communiquent pour vous - méthode de la remise contre 5 noms

- > L'importance du retour-client
- > Peut-on fidéliser un particulier ? One-shoot ou client régulier ?
- > Faites des offres promotionnelles
- > Comment se passe un rendez-vous client avec un particulier ? Comment aborder le prix de vos services ?

DÉVELOPPEZ UNE CLIENTÈLE PROFESSIONNELLE

- > Comment les aborder ?
- > Ciblez précisément vos prospects
- > Newsletter et faux-cadeaux
- > Créez et exploitez une base de donnée de prospection
- > Géolocalisez vos clients
- > Comment obtenir des rendez-vous ?

La téléprospection

- > Les différents types de tournées
- > Comment réussir son rendez-vous et signer une commande ?

LES ÉTAPES ACTIVES DE LA COMMERCIALISATION

- > Prospection
- > Préparation du script

- > Envoi d'informations
- > Prise de rendez-vous
- > Négociation
- > La relance
- > La signature + Réalisation de la mission

LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

- > Établissez un «personnae»
- > Ciblez les besoins de la personne
- > Venez avec quelque chose entre les mains
- > Répondez aux contradictions
- > Répondez aux besoins et proposez plus
- > Les remises, cadeaux etc . Discernez le vrai du faux.

LA FIDÉLISATION

- > Qu'est ce qu'un client fidèle ?
- > Pourquoi revenir vers ses anciens clients ?
- > Comment reprendre contact avec un ancien client ?

🔧 TECHNIQUE D'ENCADREMENT ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- ✓ Stage réalisé en petit groupe avec le formateur
- ✓ Alternance entre contenus théoriques et mises en pratique en sous-groupes
- ✓ Présentation du cours par vidéoprojection
- ✓ Support de cours écrit

🎓 MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ✓ Recueil et évaluation des connaissances et/ou des compétences avant la formation
- ✓ Remise d'un certificat de réalisation
- ✓ Remise d'une attestation de formation professionnelle conditionnée à la réussite aux différentes évaluations validant l'acquisition des compétences.

♿ INCLUSION ET HANDICAP

Nous sommes disponibles pour échanger avec vous et rechercher ensemble des solutions pour vous accueillir. Merci de nous contacter par mail avant votre inscription : contact@atelier-charles.fr

- L'ATELIER DE CHARLES -