



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



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 maitrise administrative,
le talent commercial

VOTRE ENVIRONNEMENT – L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- Connaissez 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

- Connaissez 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
- Connaissez 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 language 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

LINKEDLN

- › 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-shot 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 «personnage»
- › 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 -

Organisme de formation professionnelle - SARL au capital de 1.000 € - Siret : 818 581 332 00033 - TVA FR52818581332

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro : 44 57 03575 57 auprès de la préfecture de la région Grand Est.

- Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État (Art L.6352-12 du code du travail) -

15 rue de Verdun, 57160 Moulins-lès-Metz - www.atelier-charles.fr - contact@atelier-charles.fr - 03 87 53 69 77.