

CREATEUR D'ENTREPRISE: ETUDIER SON MARCHÉ ET METTRE EN ŒUVRE SA STRATEGIE MARKETING



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Comprendre la méthodologie pour réaliser une étude de marché
- . Construire sa stratégie marketing
- . Elaborer son plan de communication
- . Créer mon identité visuelle et mes outils de communication
- . Choisir les réseaux sociaux les plus adaptés à mon activité
- . Mettre en œuvre son plan d'action commercial

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à toute personne porteur d'un projet de création d'entreprise et désirant acquérir des compétences pour structurer sa démarche commerciale

PRE-REQUIS

Un entretien préalable sera effectué pour valider la viabilité du projet. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.

Materiel requis : un ordinateur portable

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 6 sessions pour une durée totale de 42 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de FERNANDES-COZ Ghislaine, dont l'organisme de formation répond à la norme de Qualité

SUIVI ET EVALUATION

A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours. Une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation sera réalisée. Le suivi concernant la mise en pratique des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 à 6 mois qui suivent la fin de la formation.

L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz et d'exercices pratiques ou de contrôle continu.

OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).



DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 42H



Groupe : 1 à 8 max



CONTACT

Ghislaine FERNANDES-COZ

06 62 49 23 71

ghislaine.coz@gmail.com

CONTENU DE LA FORMATION**A COMPRENDRE LA METHODOLOGIE POUR REALISER UNE ETUDE DE MARCHÉ**

Comprendre les enjeux d'une étude de marché
Définir les objectifs d'une étude de marché
S'approprier les étapes de l'étude de marché
Analyser son marché et son environnement
Mener une étude quantitative
Déterminer son CA prévisionnel

B CONSTRUIRE SA STRATEGIE MARKETING

Définir le marketing et ses enjeux
Définir sa cible et ses marchés prioritaires
Rédiger son positionnement marketing
Construire son offre (ses produits/prestations - prix -moyens de communication..)
Formaliser sa proposition de valeur

C ELABORER SON PLAN DE COMMUNICATION

Définir les étapes pour élaborer un plan de communication
Identifier les outils de communication Print
Identifier les outils de communication Digitaux
Enumérer les bonnes pratiques pour chaque outil
Choisir les outils de communication adaptés à mon activité

D CRÉER MON IDENTITE VISUELLE ET MES OUTILS DE COMMUNICATION

Lister les éléments fondamentaux d'une identité visuelle
Choisir les outils indispensables à la création de son identité
Appréhender les fonctionnalités de CANVA
Créer ses outils de com avec CANVA

E CHOISIR LES RESEAUX SOCIAUX LES PLUS ADAPTES A MON ACTIVITE

Reconnaitre les différents médias sociaux
Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
Reviser les notions clés des réseaux sociaux
Identifier les bonnes pratiques en matière de réseaux sociaux

F METTRE EN ŒUVRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL

Définir ses objectifs
Identifier les bons canaux pour atteindre ses clients
Identifier les outils de Prospection
Identifier les outils de Fidélisation
Déployer un retroplanning