

PROGRAMME DE FORMATION

CONSTRUIRE L'IDENTITÉ COMMERCIALE DE SON ENTREPRISE : VENDRE ET SE VENDRE

PUBLIC CONCERNÉ :

Entrepreneurs, indépendants, créateurs d'entreprise, professionnels souhaitant développer leur stratégie commerciale

PRÉREQUIS :

Aucun

DURÉE EN PRÉSENTIEL :

2 jours (7 h / jour) soit 14 h

DATES : **A définir**

HORAIRES :

9h00-12h30 / 13h30-17h00

COÛT DE LA FORMATION :

650 € net de taxes / jour / stagiaire
Soit 1300 € net de taxes pour les 2 jours

Cette formation est éligible au financement par les OPCO

DÉLAI D'ACCES :

Inscription minimum 1 mois avant le début de la formation

EFFECTIF GROUPE : de 06 à 10 stagiaires

LIEU :

21-23 rue de Courcelles
51100 REIMS

Stationnement payant



LIEU - ACCESSIBILITE : Si besoin d'adapter notre formation, merci de prendre contact avec nous en amont ecole.des.pme@cpme51.fr

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Définir et structurer l'identité commerciale de leur entreprise.
- Créer un positionnement clair et attractif.
- Concevoir des outils de communication pour valoriser leur offre.
- Maîtriser les techniques de vente et d'argumentation pour convaincre et fidéliser leurs clients.

PROFIL INTERVENANT :

Expert(e) Management et développement personnel

CONTENU DE LA FORMATION :

Jour 1 : Construire l'identité commerciale

1. Introduction à l'identité commerciale :

- Définition et enjeux.
- Analyse des besoins et attentes des clients.
- Exemples concrets d'identités commerciales réussies.

2. Atelier pratique : Diagnostic de l'entreprise

- Identifier les points forts, faiblesses, opportunités et menaces (SWOT).
- Définir sa valeur ajoutée et ses éléments différenciateurs.

3. Créer son positionnement :

- Segmenter son marché : profils clients et niches.
- Élaborer une proposition de valeur percutante (méthode UVP).

4. Construire son storytelling :

- Techniques pour raconter l'histoire de son entreprise.
- L'impact émotionnel dans la relation client.

PROGRAMME DE FORMATION

Jour 2 : Vendre et se vendre

1. Les bases de la communication commerciale :

- Rédiger des messages clairs et engageants.
- Les supports essentiels : pitch commercial, brochure, site web.

2. Maîtriser les techniques de vente :

- Les étapes d'un entretien commercial réussi.
- Techniques d'argumentation et de réponse aux objections.
- Conclure et engager le client.

3. Atelier pratique : Simulation d'entretien commercial

- Mise en situation : présentation de l'offre à un client fictif.
- Feedback personnalisé pour ajuster les techniques.

4. Stratégie de fidélisation :

- Créer une relation de confiance avec ses clients.
- Les outils pour suivre et fidéliser sa clientèle.

MODALITÉS PEDAGOGIQUES :

- Exercices pratiques et mises en situation.
- Cas concrets issus des expériences des participants.
- Slides de présentation.
- Fiches techniques et modèles à personnaliser.
- Accès à des ressources en ligne.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI :

1. En cours de formation :

- Quiz et exercices pratiques pour valider les acquis.
- Évaluation des simulations (grille d'analyse).

2. À la fin de la formation :

- Test de connaissances.
- Élaboration d'un document synthétisant l'identité commerciale de chaque participant.
- Une attestation de formation sera délivrée à chaque participant ayant suivi la totalité de la formation.