

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 :

Sur devis

Cette formation est éligible au financement par les OPCO

DÉLAI D'ACCÈS :

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 :

Ascenseur
Si besoin d'adapter notre formation, merci de prendre contact avec nous en amont

ecole.des.pme@cpme51.fr

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Être capable de définir et structurer l'identité commerciale de son entreprise.
- Être capable de créer un positionnement clair et attractif.
- Être capable de concevoir des outils de communication pour valoriser son offre.
- Être capable de maîtriser les techniques de vente et d'argumentation pour convaincre et fidéliser ses 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 :

- Questionnaire d'autopositionnement (avant démarrage de la formation).
- Feuilles de présence.
- Quiz et exercices pratiques pour valider les acquis.
- Élaboration d'un document synthétisant l'identité commerciale de chaque participant.
- Evaluation à chaud de la formation
- Un certificat de réalisation sera délivré à chaque participant ayant suivi la totalité de la formation.
- Envoi d'un questionnaire d'auto-évaluation à froid au stagiaire pour évaluer le transfert des acquis formation, 3 semaines après la formation.