

## PROGRAMME PEDAGOGIQUE

### Définir et commercialiser son offre de formation

#### Objectifs de la formation :

- Éviter les écueils en analysant son macro environnement
- Connaître le cadre légal
- Savoir se situer sur son marché
- Être conscient des forces et faiblesses
- Se positionner stratégiquement
- Créer une offre cohérente
- Faire un Mix efficace
- Dérouler son plan d'actions pour vendre ses services

#### Public concerné et pré requis :

- Destiné aux personnes qui veulent se lancer dans la formation ou aux formateurs déjà expérimentés.
- Pré requis : aucun

#### Modalités techniques et pédagogiques :

- La formation est réalisée à l'aide de support formateur (vidéoprojecteur, documentation, exercices...) ou à distance.
- Pour les stages en entreprise, prévoir une salle de formation : paperboard, vidéoprojecteur.

#### Suivi et évaluation :

- Évaluation à partir d'une étude de cas concrète et interaction permanente entre les participants et le formateur.
- Questions / Réponses tout au long de la formation
- Attestation d'assiduité et de fin stage

#### Modalités de déroulement :

- Adaptation du programme en fonction du/des besoin(s) du/des stagiaire(s).
- Formation intra-entreprise ou inter-entreprises en présentiel ou à distance
- Durée : 2 jours (14H)
- Tarif Collectif : 412 €HT 495 €TTC / personne
- Tarif Individuel : 1650 €HT 1980 €TTC
- Tarif en présentiel : sur devis

#### Programme :

- 1) La problématique initiale
- 2) Étudier le marché
  - Offre
  - Demande
  - Environnement
- 3) Le Macro-environnement
  - Pestel (Politique-Économique- Sociétal- Technologique- Écologique- Légal)
- 4) Le Micro environnement
  - Zone de chalandise
  - 5 forces de Porter
- 5) Le formateur - porteur de projet
- 6) SWOT Croisé
  - Forces
  - Faiblesses
  - Opportunités
  - Menaces
- 7) Positionnement Stratégique
  - Marché de masse
  - Marché de niche
  - Pénétrer par les coûts
  - Écrémer
  - Les positions transitoires ou intenables
- 8) Un mix 4P ou 5P2i
  - Quoi Vendre ?
  - Où proposer ?
  - A qui ?
  - Comment en parler ?
  - Quels partenaires ?
  - Un identité sensorielle ?
  - Une innovation ?
- 9) Pitch et argumentaire de vente
- 10) Plan d'action Commercial et Marketing
  - Planning
  - Ratios
  - Objectifs
  - Actions correctives