

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

Ref : COMM-SNB1

Page 1/3

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION



- . Comprendre les enjeux d'une étude de marché
- . Analyser son marché et son environnement
- . Construire sa stratégie marketing
- . Mettre en œuvre une stratégie de marketing direct
- . Choisir les outils indispensables à la création de son identité visuelle
- . Réviser les notions et outils clés de la page professionnelle Facebook

## 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 ET POSITIONNEMENT

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.. Matériel requis : un ordinateur portable

## DURÉE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 10 sessions pour une durée totale de 36 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 Datadock.

## SUIVI ET EVALUATION

À la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Un questionnaire fera l'objet d'une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation. Le suivi concernant la mise en pratique des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation. L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quiz 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 :** 36 heures



**Groupe :** de 1 à 8 personnes



### CONTACT

**FERNANDES-COZ Ghislaine**

ghislaine.coz@gmail.com

06 62 49 23 71

**Service administratif**

contact@formagest.fr

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

Ref : COMM-SNB1

Page 2/3

**CONTENU DE LA FORMATION****A 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
  - Analyser l'offre et la demande
  - Analyser l'environnement
- . Mener une étude quantitative
  - Identifier les objectifs du questionnaire
  - Construire le questionnaire
- . Déterminer son CA prévisionnel
  - Mesurer l'importance du CA prévisionnel
  - Définir son CA prévisionnel

**B LES FONDAMENTAUX DU MARKETING**

- . Définir le marketing
  - Identifier les enjeux du marketing
  - Construire un diagnostic marketing (swot) après avoir analysé son marché et son environnement
- . Construire sa stratégie marketing
  - Définir sa cible et ses marchés prioritaires
  - Rédiger son positionnement marketing
- . Elaborer son marketing mix
  - Définir son offre produit et son offre prix
  - Définir ses moyens de communications et de distribution
- . Mettre en œuvre une stratégie de marketing direct
  - Personnaliser sa relation client
  - Constituer et exploiter une base de données

**C CRÉER SON IDENTITÉ VISUELLE ET DIGITALE**

- . Lister les éléments fondamentaux d'une identité visuelle
  - Définir et reconnaître les composantes d'une charte graphique
  - Utiliser les règles de base de la communication visuelle
- . Choisir les outils indispensables à la création de son identité visuelle
  - Lister les différents outils utiles à sa charte graphique
  - Respecter les règles associées aux supports print ou digitaux
- . Lister les éléments fondamentaux d'une identité visuelle
  - Définir et reconnaître les composantes d'une charte graphique
  - Utiliser les règles de base de la communication visuelle
- . Choisir les outils indispensables à la création de son identité visuelle
  - Lister les différents outils utiles à sa charte graphique
  - Respecter les règles associées aux supports print ou digitaux

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

Ref : COMM-SNB1

Page 3/3

**CONTENU DE LA FORMATION****D CRÉER UN CONTENU ADAPTE POUR MES RESEAUX SOCIAUX**

- . Reviser les notions et outils clés de la page professionnelle facebook
  - Utiliser les outils statistiques et programmation pour optimiser l'animation de sa page
  - Employer l'option "aimer en tant que page" pour développer son réseau
- . Identifier les fonctionnalités de la suite business
  - Pratiquer l'outil de programmation (photos,)
  - Analyser la place de la vidéo : l'importance du natif sur les réseaux
- . Lister les bonnes pratiques pour une campagne payante performante
  - Lister les bons codes pour réussir une publication sponsorisée
  - Créer son espace facebook manager
- . Créer une publication sponsorisée sur facebook
  - Définir une audience ciblée
  - Analyser l'impact d'une publicité pour améliorer les résultats dans le temps