

Objectif Croissance : 5 jours pour passer à l'action

Immersion dans un parcours personnalisé de 5 jours - 35 heures

Objectifs

- ✓ Connaître les principes fondamentaux de la stratégie marketing
- ✓ Savoir développer sa capacité à définir et à mettre en œuvre une stratégie marketing efficace pour son entreprise et ses services
- ✓ Maîtriser des outils pour concevoir des campagnes marketing performantes et atteindre les objectifs commerciaux
- ✓ Maîtriser les fondamentaux de la vente : de l'accueil à la fidélisation
- ✓ Structurer une prospection efficace et motivante
- ✓ Adopter une posture commerciale positive et impactante
- ✓ Développer son Pitch et son savoir-être
- ✓ S'organiser pour atteindre ses objectifs

Pré-requis

Aucune connaissance technique requise

Le programme

Période 1 (Marketing) - Introduction à la stratégie marketing

Présentation du formateur et des participants
Recueil des attentes individuelles
Objectifs et cadre des périodes 1 à 6 dédiées au volet marketing
Définition et importance de la stratégie marketing
Les étapes de la création d'une stratégie marketing
Méthodologie : Collecte et traitement des attentes individuelles.

Période 2 (Marketing) - L'entreprise dans son environnement et son marché

Analyse externe
-Saisir des opportunités : éléments à considérer pour une étude du marché et des concurrents.
-Comprendre les évolutions politiques, économiques, sociétales, technologiques, réglementaires, etc.

Analyse interne
-« Focus group » collectif destiné à identifier les forces et faiblesses de leurs entreprises
-Positionnement de l'entreprise : qu'est-ce qui différencie VRAIMENT son entreprise des autres

Apprendre à définir des objectifs infaillibles grâce à la méthode SMART
Mettre en place un système bien huilé pour prioriser correctement grâce à la matrice OKR
Méthodologie : Focus group pour échanger sur les forces/faiblesses et parvenir à un positionnement unique, atelier pour formuler leur objectif de développement à moyen terme en objectif SMART, définir sa matrice OKR en identifiant les « quick wins ».

Participants

Porteurs de projets ou entrepreneurs, débutants ou en phase de croissance

Modalités et délais d'accès

L'inscription doit être finalisée
72 heures avant le début de la formation.

Moyens pédagogiques et techniques

Notre approche pédagogique s'appuie sur trois piliers essentiels :
Des supports de cours complets et documentés
Des exercices pratiques suivis de leurs corrections détaillées
Des études de cas concrets tirés de situations réelles

Pour garantir la qualité de nos formations, nous avons mis en place un processus de suivi rigoureux :
Évaluation : À la fin de chaque formation, YANOLA demande aux participants de remplir un questionnaire d'évaluation.

Ces retours sont ensuite minutieusement analysés par notre équipe pédagogique.
Suivi administratif : Nous fournissons :
Une feuille de présence à signer pour chaque demi-journée
Une attestation de fin de formation pour les stagiaires ayant suivi l'intégralité du programme
Un ou plusieurs badges de compétences

Tarifs

Sur devis

Contact

Tel : 05.55.48.96.76

Mail : contact@yanola.fr

Site internet : www.yanola.fr

Code formation à rappeler : 02-2025

Période 3 (Marketing) - Analyse du produit/service

Le mix marketing digital

Bien définir son mix marketing avec les 4P : produit, prix, place, promotion

La proposition de valeur

Réponse à la question "Pourquoi les clients devraient-ils choisir votre produit ou service plutôt que celui de la concurrence ?"

Méthodologie : Ateliers individuels pour que chacun définisse son propre mix marketing et proposition de valeur.

Période 4 (Marketing) - Mise en place des actions webmarketing

Choix des canaux et des outils

Avantages et Inconvénients des canaux marketing

Méthodologie : Atelier sur les différents canaux avec leurs avantages et inconvénients.

Période 5 (Marketing) - Suivi et optimisation de la stratégie webmarketing

Analyse des résultats et des performances

A/B Testing

Méthodologie : Démonstration de l'A/B Testing sur la base d'un exemple réel.

Période 6 (Commercial) - Posture et Fondamentaux commerciaux

Introduction

- Présentation du formateur et des participants
- Recueil des attentes individuelles
- Objectifs et cadre des périodes 6 et 7 dédiées au volet commercial

L'Accueil, une étape stratégique

- Les 5 premières minutes : l'impact émotionnel
- Savoir créer une connexion authentique (écoute, observation, empathie)

Méthodologie : Mises en situation : les bonnes pratiques de l'accueil réussi

Posture commerciale et Leadership

- Ce que votre posture dit de vous
- L'impact des émotions dans la relation client

Méthodologie : Exercice : Changement de posture et Jeux de rôles

Construire son Pitch Commercial

- Définir son "Qui suis-je ?" et "Pourquoi moi ?"
- Travailler sur les bénéfices clients plutôt que les caractéristiques

Méthodologie : Atelier : création de son Pitch en 3 formats (30 sec – 1 min – 3 min)

Techniques de Prospection adaptées à votre activité

- Prospection terrain, phoning, réseaux sociaux
- Préparation, objectifs et organisation

Méthodologie : Atelier pratique : préparation de son plan d'actions et de ses scripts

Compétences du formateur

Nos cursus sont dispensés par des formateurs qualifiés, sélectionnés avec soin par nos équipes pédagogiques.

Chaque expert doit démontrer non seulement une maîtrise approfondie des sujets enseignés, mais aussi d'excellentes compétences pédagogiques, validées spécifiquement pour chaque module de formation.

Forts d'une expérience professionnelle de cinq à dix ans minimum dans leur domaine d'expertise, ces formateurs ont tous exercé ou exercent encore des fonctions à responsabilité en entreprise, garantissant ainsi un enseignement ancré dans la réalité du terrain.

Modalités d'évaluation

Tout au long de la formation, la progression des stagiaires est suivie de plusieurs façons : QCM, exercices pratiques et mises en situation concrètes.

Pour mesurer leurs acquis de façon objective, les stagiaires passent un test au début et à la fin du parcours.

Cette approche permet de voir précisément les compétences qu'ils ont développées pendant la formation.

Taux de satisfaction de nos stagiaires

Taux de satisfaction de nos stagiaires depuis 2023 : 94%

Accessibilité aux personnes handicapées

Pour toute question d'accessibilité ou d'adaptation de nos formations, les stagiaires peuvent contacter notre référente handicap, Dimitri NIOSSOBANTOU, à l'adresse contact@yanola.fr. Nous étudierons chaque situation individuellement pour proposer les meilleures solutions d'accompagnement.

Période 7 (Commercial) - Stratégie, fidélisation et coaching du savoir-être

Élaborer sa stratégie commerciale

- Définir son marché cible et ses priorités
- Créer son plan d'actions simple et efficace

Méthodologie : Atelier « ciblage de 20 prospects et identification des canaux d'approche »

Organisation personnelle et collective

- Techniques d'organisation commerciale gagnante
- Utiliser efficacement ses outils : CRM, planning, suivi

Méthodologie : Atelier « mise en place d'une routine commerciale hebdomadaire »

Fidélisation active

- Créer une expérience client mémorable
- Techniques de fidélisation : reconnaissance, communication régulière, valorisation

Méthodologie : Atelier « construire son plan de fidélisation personnalisé »

Coaching du savoir-être commercial

- Gestion du stress, confiance en soi, posture assertive
- Savoir écouter, reformuler et rassurer

Méthodologie : Jeux de rôle « entretien de vente, gestion d'objections, conclusion gagnante »

Bilan et plan d'actions individuel

- Chaque participant repart avec un plan d'action personnalisé
- Partage des ressentis
- Engagements personnels et mot de clôture

Période 8 - Atelier pratique sur les outils à mobiliser pour appuyer sa stratégie

Outils d'analyse marketing et commerciale

- Présentation des outils essentiels d'analyse de marché et de concurrence
- Plateformes de gestion de la relation client (CRM) adaptées selon les besoins
- Outils de veille marketing et commerciale

Outils de création et diffusion de contenu

- Solutions accessibles de création graphique et audiovisuelle
- Plateformes de gestion des réseaux sociaux et d'emailing
- Outils d'optimisation SEO/SEA de base

Outils d'aide à la vente et à la conversion

- Applications de suivi commercial et pipeline de vente
- Solutions de prospection assistée
- Outils d'aide à la négociation et à la conclusion

Méthodologie : Alternance entre présentations, démonstrations et mises en pratique ; partages de bonnes pratiques et retours d'expérience.