



Sylvie PAGE

Consultante en Entrepreneuriat Communication & Marketing

T : 06 71 53 66 53 - M : sylviepage41@outlook.fr

MODALITE/LIEU

Formation en présentiel inter ou intra entreprise

DUREE : 14H00

2 journées

HORAIRES

Horaires et dates proposées dans la convention de formation suivant les besoins et disponibilités des participants

PUBLIC

Tout public créateur d'entreprise
Chef d'entreprise
Conjoint
Salaré
Demandeur d'emploi

PREREQUIS

Aucun

PREREQUIS TECHNIQUES

Aucun

NB DE PARTICIPANTS

INTER : mini 1 – maxi 4

INTRA : mini 1 – maxi 12

PUBLIC EN SITUATION D'HANDICAP

Contactez notre référent Handicap
Sylvie Page 0671536653 ou
sylviepage41@outlook.fr

TARIF

Sur devis détaillé dans la convention de formation

FAIRE CONNAITRE VOTRE ENTREPRISE AVEC UN BUDGET LIMITE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation le/la participant(e) sera capable de :

- Choisir les bons outils de communication pour se faire connaître avec un budget limité
- Valoriser son savoir-faire en tant que professionnel(le) et se démarquer de la concurrence
- Sélectionner le bon support de communication en fonction du message : cartes de visite, flyers, réseaux sociaux...
- Mettre en place son plan de communication annuel

PROFIL FORMATRICE

Consultante Formatrice spécialisée en Création d'entreprise Marketing Vente Gestion et Communication

15 ans d'expérience dans la formation et le suivi des Très Petites Entreprises et des micro-entreprises (Artisanat Commerce Profession Libérale)

ATTEINTE DES OBJECTIFS ET EVALUATIONS

Mise en œuvre d'exercices pratiques, études de cas, et quizz à la fin de la formation permettant l'**évaluation des acquis** et l'atteinte des objectifs visés.

Evaluation qualitative de la formation : évaluation orale à travers un tour de table de clôture de l'ensemble des participant(e)s. **Evaluation individuelle sous format dématérialisé** faisant l'objet d'une étude.

Remise en fin de formation d'une **attestation de fin de formation** précisant le niveau d'acquisition des compétences et des connaissances en cohérence avec les objectifs visés ainsi qu'un **certificat de réalisation**.

MOYENS TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELS

Partie théorique sur support diaporama proposée en diffusion, paperboard et tableau blanc. **Partie pratique en individuel et/ou collectif** : exercices pratiques d'auto-diagnostic, boîte à outils. **Suivi de la participation** par signature de la feuille de présence par séquence.

INFORMATIONS :

Possibilité d'ajouter une journée supplémentaire pour créer vos supports de communication avec CANVA

JOUR 1

JOUR 2

SUITE DE LA FORMATION :

Possibilité de poursuivre la formation avec :
REALISER VOS DOCUMENTS COMMERCIAUX AVEC CANVA

Fiche COMMUNICATION-PC
V1 PRES – 05.12.20

SUPPORTS REMIS AUX PARTICIPANTS

Support de formation reprenant les éléments essentiels de la formation et **boîte à outils** (fiches techniques avec exemples concrets, ressources gratuites sur Internet, règles de présentation en communication d'entreprise, mentions obligatoires sur les supports de communication) remis de façon dématérialisée

CONTENUS

La communication reliée à la stratégie et aux objectifs de l'entreprise :

- Les objectifs commerciaux à atteindre
- Les messages à énoncer pour réaliser vos objectifs commerciaux

Les différents modes de communication commerciale :

- L'intérêt de définir votre identité visuelle (charte graphique, logo)
- Les actions de communication commerciale « Print » : supports de communication, marketing direct (courriels...), communication événementielle, catalogues, etc...
- Les actions commerciales « digitales ou Web » : utilisation des réseaux sociaux, utilisation de votre site web, etc...

La communication adaptée à votre clientèle :

- L'intérêt d'une communication adaptée à vos différents types de clients (leurs comportements, leurs attentes)
- Les méthodes pour les sensibiliser à vos produits/services

La mise en place de votre plan de communication :

- La définition de votre message et ses objectifs
- Le choix des supports en fonction de votre message et de vos clients
- L'élaboration de votre budget dédié et la formalisation de votre plan de communication
- La planification de votre communication et l'évaluation de son efficacité et de sa rentabilité