

Stratégies d'affaires pour petites entreprises



Contenu de la formation

Cette formation comprend trois séances de 3 heures chacune. Au besoin, un accompagnement personnalisé en entreprise (coaching) peut être offert au terme de ce cours.

Module 1 : développer ses marchés (3 h)

- Les enjeux de la commercialisation
- Les éléments à considérer avant d'établir sa stratégie de commercialisation
- Qu'est-ce qu'on vend?
- Le marché cible
- Pourquoi le client achète-t-il? Pourquoi vous choisirait-il?
- Évaluer sa concurrence pour se distinguer dans le marché
- Les facteurs à considérer pour fixer le juste prix
- La publicité et la promotion en contexte de ressources limitées

Module 2 : développer sa valeur commerciale (3 h)

- Les fonctions de la communication marketing
- Générer de la valeur dans l'esprit du client
- La communication marketing
 - Les avantages et les bénéfices
 - Définir autrement son offre de produits et services
 - Son slogan et sa signature publicitaire
- Développer son argumentaire de vente
- Les buts à atteindre avec la communication marketing
- Choisir les bons outils de communication
- Paramètres à respecter dans son site Internet
- Les réseaux sociaux comme média de communication

Stratégies d'affaires pour petites entreprises



Contenu de la formation

Module 3 : développer ses ventes (3 h)

- Processus d'achat du client potentiel
- Les personnes impliquées dans la prise de décision d'achat
- La démarche de prospection
- La prise de contact avec le client
- La préparation d'une rencontre avec le client
- La méthode CAB
- Les stratégies de communication efficaces
- La réfutation des objections
- Les stratégies de négociation
- La conclusion d'une vente
- Réseautage efficace