





Programme de la formation

DEFINIR SA STRATEGIE COMMERCIALE ET SA COMMUNICATION DIGITALE

-  Mixte sur site et à distance
-  14 heures sur 2 jour(s)
-  Indépendant et dirigeant · 1 participant
-  Sur devis

Description courte

Définir sa stratégie commerciale et sa communication digitale pour connaître les actions commerciales et digitales à mettre en place afin de vous faire connaître auprès de votre cible et développer votre activité.

Profil des participants

Créateur/trice d'entreprise, dirigeant(e) de TPE, indépendant(e), auto-entrepreneur(e), consultant(e), formateur/trice

Prérequis

être à l'aise avec l'informatique, avoir déjà défini son offre de service/ses prestations.

Objectifs

- Définir sa/ses cible(s) prospects (BtoB et/ou BtoC),
- Sélectionner ses prescripteurs,
- Déterminer les moyens et les canaux pour se faire connaître,
- Construire sa stratégie commerciale et digitale,
- Préparer sa prospection,
- Mettre en place sa visibilité et la gérer.

Contenu**I - Définir sa/ses cible(s) prospect (BtoB et BtoC) :**

- Réaliser un portrait-robot de son/ses prospect(s) type,
- Déterminer à quel besoin ou quelle problématique répond son produit ou son service.

II - Sélectionner ses prescripteurs :

- Identifier les prescripteurs potentiels,
- Préparer une prise de contact.

III- Déterminer les moyens et les canaux pour se faire connaître:

- Identifier les actions commerciales locales possibles,

- Lister les actions webmarketing adaptées à son business et à sa cible.

IV- Construire sa stratégie commerciale et digitale:

- Créer son plan d'actions personnalisé,
- Construire sa boîte à outils commerciale : pitch, argumentaire, traitement des objections...
- Elaborer sa présence digitale en fonction de son public cible.

V- Préparer sa prospection :

- Mettre en place un CRM,
- Réaliser un Emailing (prospection et/ou fidélisation),
- Formuler ses pitches selon le contexte de prise de contacts,
- Concevoir sa prospection via LinkedIn,
- Elaborer sa prospection téléphonique,
- Préparer sa prospection physique.

VI - Mettre en place sa visibilité et la gérer :

- Installer ou améliorer ses fiches établissements,
- Définir les réseaux sociaux adaptés à sa/ses persona,
- Créer ou optimiser son profil et/ou sa page entreprise sur les réseaux sociaux,
- Découvrir le fonctionnement des algorithmes,
- Créer des publications,
- Etablir un calendrier éditorial,

Pédagogie et organisation

Formation pratico-pratique, exercices, cas pratiques.

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

Questionnaire de positionnement amont pour connaître son niveau de connaissance des sujets abordés puis questionnaire d'évaluation des acquis après formation.

Mode de validation

Attestation de formation

Financements possibles

OPCO ou FAF

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : *(mise en place de compensation...)*

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Intervenant

Françoise Brossault, 30 ans d'expérience commerciale dans la prestation de services en BtoB, ainsi que 4 ans d'expérience en webmarketing, e-commerce/e-business.

Diplômes : Bac + 2 Action commerciale et certification professionnelle niveau 6 de Cheffe de projet e-commerce.

Depuis décembre 2021 : Fondatrice et dirigeante de Développe t@ boîte. Accompagnement des entreprises en développement commercial et communication digitale.

Formation au webmarketing, réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instragam) et techniques commerciales BtoB.

Évaluations

2 inscriptions depuis le 11/06/2025

Taux d'acquisition des compétences :  100 % (1 évaluations)