
PROGRAMME

« Manager le développement de mon entreprise »

Durée : 1 à 2 jours (en fonction du périmètre du projet d'entreprise et du profil du stagiaire)

A qui s'adresse-t-elle ? : chefs d'entreprise (TPE, PME, PMI), entrepreneurs indépendants (consultants, professions libérales, auto-entrepreneurs)

Pré-requis : aucun

Objectifs :

>> Acquérir les bases de réflexion pour aborder et structurer le développement de mon entreprise.

- Savoir dans quel ordre aborder les sujets, les compartimenter et les hiérarchiser
- Adopter une vision globale cohérente au démarrage et une vision stratégique à court, moyen et long terme pour le démarrage de mon entreprise
- Savoir définir les supports et actions qui me seront utiles, et que je suis en mesure de déployer avec les moyens que j'ai (moyens humains, financiers, logistique, temps, compétences)
- Savoir penser le développement de mon activité dans un plan, un calendrier, et gérer sa mise en œuvre

Moyens pédagogiques :

- Un entretien en amont de la formation, permet de savoir quelle maturité a le stagiaire par rapport au sujet, et ce qu'il attend. Ainsi le contenu de la formation sera adapté à son profil.
- Un questionnaire est envoyé en amont de la formation pour que le stagiaire prépare les infos relatives à son projet, ce qui permettra de les utiliser opportunément en travaux pratiques pendant la formation.

- Pendant la formation, un support projeté, dont les contenus sont adaptés sur-mesure à chaque session, permet d'ancrer le sujet traité visuellement et d'illustrer le propos avec des visuels suggestifs (images, mots-clés, graphiques, exemples). Ce support est transmis par mail à l'issue de la formation.
- Pendant la formation, chaque stagiaire contextualise la théorie à son cas particulier, avec des exercices qui lui permettent d'amorcer le travail de montage de son plan et ses supports.
- Suite à la formation, un mail est adressé aux stagiaires pour savoir s'ils ont mis en pratique les acquis vus en formation, et comment ils se les sont appropriés.

Suivi et évaluation :

- Une feuille de présence est à signer pour chaque demi-journée de formation.
- Un test d'évaluation (cas pratique, QCM, questionnaire) est transmis au stagiaire pour s'assurer de la bonne acquisition de la théorie.

Plan de formation :

- 1. Point de départ de ma réflexion stratégique : qui je suis ?**
 - a. Quelle est mon offre : qu'est-ce que je vends ?
 - b. Quelle est ma cible (aujourd'hui, et demain...)
 - c. Quels sont mes arguments différenciants ? Quelle est ma proposition de valeur ?
 - d. Quel est mon marché. Qui sont mes concurrents ?
- 2. Définir ses objectifs qualitatifs et quantitatifs**
 - a. Mes objectifs de communication au service de mon développement
 - b. Objectiver la qualité
 - c. Objectiver la quantité
 - d. Du rêve à la réalité : faire le point de mes ressources pour y arriver
- 3. Définir ma stratégie... ou choisir mon angle d'attaque !**
 - a. Savoir lister mes points forts et mes points faibles
 - b. Dégager mes zones de risques et les opportunités à saisir
 - c. Définir ma stratégie
- 4. Mon développement commercial**
 - a. Les méthodes qui existent
 - b. Ce qui est approprié à mon activité
 - c. Ce qui est possible avec mes moyens
 - d. Mon plan

5. **Ma « liste de courses » : quelles actions et quels supports choisir ?**
 - a. L'image / l'identité de marque
 - b. Les supports imprimés
 - c. Les supports numériques
 - d. Les actions de communication : événements et opérations marketing

 6. **Je chausse ma casquette chef de projet**
 - a. Définir un ordre de déploiement
 - b. Appréhender la faisabilité pour tenir des délais réalistes
 - c. Poser dans un calendrier
 - d. Adapter en fonction de mes contraintes particulières : saisonnalité, actualité économique...

 7. **Je me lance !**
 - a. Qui fait quoi ?
 - b. Comment monter un brief pour un prestataire ?
 - c. Evaluer les résultats : poser des indicateurs de performance.
 - d. M'adapter à partir du plan : faire face aux imprévus pour mieux rebondir.
-