Formation Marketing et communication pour développer votre entreprise

DÉVELOPPEZ VOTRE ENTREPRISE

Accompagnez votre entreprise dans le développement de sa communication. Il propose des outils et des stratégies pour améliorer leur visibilité, structurer leur message, et établir des relations solides avec leurs clients. Accessible à tous, ce programme offre une approche pratique et claire pour optimiser vos efforts marketing.

OBJECTIF

A l'issue de la formation Formation Marketing et communication pour développer votre entreprise, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Comprendre les bases du marketing et de la communication d'entreprise
- Identifier et atteindre efficacement votre public cible
- Créer une stratégie de communication adaptée à vos objectifs
- Utiliser les outils digitaux pour renforcer votre présence en ligne

LES PRÉREQUIS

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation : un bilan préformation sera établi.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences.

OUTILS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Matériel requis : Ordinateur, connexion Internet, navigateur web à jour, si la formation porte sur un logiciel spécifique, vous devez avoir une version de celui-ci. En cas de formation en présentiel, un PC avec les logiciels nécessaires pourra vous être prêté le temps de la formation.
Plateformes utilisées : outils collaboratifs (Google Docs, Drive pour échanges de fichiers),

échange de mail, site web spécifique pour envoi de gros fichiers
Supports fournis : supports PDF, modèles de sites, bibliothèques d'exemples

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement signée. Une attestation de fin de stage est délivrée. Exercices pratiques tout au long de la formation. Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

LES POINTS FORTS

Formation réalisable à distance,
en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Avancement à votre rythme
Devenez autonomes !

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap,
Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut et du financement de la formation. Pour en savoir plus, contactez-nous

SI FORMATION À DISTANCE

Dispositif d'exécution utilisé pour la visio : Nous utiliserons de préférence Google Meet, en cas de problème ou changement nous pouvons passer par Microsoft Teams, Zoom, Skype.
Dispositif mis en place pour échanger : Le formateur reste disponible par mail entre les

séances pour toutes éventuelles question

DURÉE DE LA FORMATION

Se référer au devis

MODALITÉ D'EXECUTION

Se référer au devis

MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

L’accompagnement comprend

– Un test de positionnement initial permettant d’adapter le parcours
– Un entretien de cadrage pédagogique en début de formation
– Un suivi continu durant les séances (feedback immédiat, corrections guidées)
– Un temps de questions/réponses en début de chaque session (10 à 15 minutes). Votre formateur vous pose quelques questions pour repérer ce qui a été retenu du cours précédent et fait une piqûre de rappel en cas de besoin
– Une disponibilité du formateur par email entre les séances (sous 48h ouvrées)
– Un point intermédiaire à mi-parcours
– Un bilan final de préparation à la certification

Encadrement

– Le formateur est là pour vous, il vous accompagne tout au long du processus
– Accompagnement individualisé en cas de difficulté
– Adaptation des exercices au niveau du candidat
– Tout en dirigeant cette formation, il s’adapte à votre rythme, à votre besoin

Modes d’évaluation de la progression

L’évaluation se fait tout au cours de la formation. Une fois un point du programme vu, un retour d’information oral peut s’effectue ou plus fréquemment une manipulation par le stagiaire pour voir si le point est compris et acquis.

La théorie, mais surtout la pratique est de mise pour atteindre l'objectif fixé

La durée annoncée de chaque module est la durée minimum, elle peut être allongée si nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 – Comprendre les bases du marketing

- Les fondamentaux du marketing d'entreprise.
- Analyser son marché et ses concurrents.
- Identifier les besoins et attentes des clients.
- Comprendre les différents types de marketing : traditionnel, digital, événementiel.
- Apprendre à positionner son entreprise sur le marché.

Module 2 – Définir et structurer son activité

- Étapes administratives et obligations légales.
- Définir son client idéal et comprendre ses attentes.
- Établir des offres adaptées et calculer des tarifs rentables.
- Préparer une étude de marché pour valider son projet.
- Mettre en place une stratégie de lancement efficace.

Module 3 – Définir sa stratégie de communication

- Choisir des objectifs de communication pertinents.
- Créer un message clair et impactant.
- Adapter la communication à chaque canal (email, réseaux sociaux, publicité papier).
- Élaborer un plan de communication détaillé.
- Évaluer et ajuster la stratégie en fonction des résultats obtenus.

Module 4 – Renforcer sa présence en ligne

- Optimiser son site web pour attirer et fidéliser les visiteurs.
- Créer du contenu engageant pour les réseaux sociaux.
- Apprendre à utiliser les outils d'analyse (Google Analytics, Facebook Insights).
- Lancer des campagnes de publicité en ligne : Google Ads, réseaux sociaux.
- Construire une liste d'emails pour des campagnes de marketing direct.

Module 5 – Créer des relations durables avec ses clients

- Gérer et fidéliser une base de clients existante.
- Créer des programmes de fidélité pour encourager les achats répétés.
- Mettre en place des outils de CRM pour un suivi client efficace.
- Utiliser les retours clients pour améliorer les produits et services.
- Développer des partenariats pour élargir son réseau.

Module 6 – Booster sa visibilité locale

- Participer à des événements locaux pour promouvoir son entreprise.
- Collaborer avec des entreprises locales pour des initiatives conjointes.
- Optimiser sa fiche Google My Business.
- Distribuer des supports marketing adaptés (flyers, cartes de visite).
- Utiliser les médias locaux pour communiquer sur son activité.

Module 7 – Analyser et améliorer ses performances

- Comprendre les indicateurs de performance clés (KPI).
- Suivre les résultats des campagnes marketing.
- Utiliser les données pour ajuster les stratégies.
- Mettre en place un tableau de bord pour suivre les progrès.
- Réaliser des bilans réguliers pour évaluer l’impact global des actions.