

STRATEGIE MARKETING ET CONSTRUCTION DE BUSINESS MODEL



PROGRAMME DE FORMATION

Marketing / Digital

4 JOURS (30 HEURES) - V1 DU 10/04/2025

PROGRAMME DE FORMATION

Type de compétence : transverse

Action de formation

Catégorie : Marketing / Créer de la valeur

Sous-Catégorie : Stratégie Marketing

Document remis au stagiaire avant son inscription (Article L 6353-8 du Code du Travail)

Objectifs de la formation

A l'issue de la formation le bénéficiaire sera capable de

- Structurer une stratégie marketing claire et réaliste
- Formaliser un business model aligné avec ses ressources et son marché
- Construire un plan d'action marketing opérationnel
- Définir les messages clés et valoriser son projet auprès de partenaires ou financeurs

Durée : 4 jours (30 heures)

Horaires : 9h00 - 12h30 & 14h00 - 18h00

Prérequis :

Aucun prérequis technique. Avoir un projet de développement en cours ou à venir.

Validation des prérequis :

Les prérequis sont validés par un questionnaire préalable à la formation entre le bénéficiaire et le formateur.

Publics visés :

Dirigeants de TPE/PME, indépendants, créateurs d'activité

PROGRAMME DE FORMATION

Modalité de formation :

Présentiel en intra.

L'inscription est réputée acquise lorsque la convention est signée et l'acompte versé.

Les délais d'accès à l'action sont : entre 8 et 15 jours ouvrés

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Nous contacter, nous étudions au cas par cas les compensations nécessaires.

Tarif :

Cette formation est dispensée pour un coût de 2400 euros HT, soit 2880€ TTC (taux de tva 20%) (+ frais de déplacements éventuels)

Méthodes pédagogiques :

Affirmative, active et expositive.

Moyens pédagogiques :

Exposé / Cas pratiques

Ressources pédagogiques :

Support de cours et Programme de formation

Moyens techniques :

Ordinateurs, outils de visioconférence, bureau ou salle de réunion, vidéoprojecteur, paperboard.

Modalités d'évaluation de la satisfaction :

Questionnaire de satisfaction à chaud

Modalités d'évaluation des acquis

QCM / Quiz + Cas pratique

PROGRAMME DE FORMATION

Sanction de la formation :

Attestation de formation

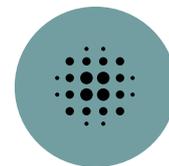
Justificatifs de réalisation et d'assiduité :

Signature d'une feuille d'émargement par le formateur et le bénéficiaire par demi-journée et/ou par séquence de formation, Production des exercices réalisés avec corrections du formateur

Contact :

Cécile PAVAGEAU : 06 44 11 35 07 -c.hennequin-pavageau@stratecomm.fr

MODULES & SEQUENCES



JOUR 1

CLARIFIER SON POSITIONNEMENT ET SA PROPOSITION DE VALEUR

Objectif du module : À l'issue de cette journée, les stagiaires seront capables de formuler une proposition de valeur claire et ciblée.

- 1.1 - Accueil & cadrage (30 min)
 - Présentation de l'activité - Identification des enjeux spécifiques
- 1.2 - Les fondamentaux du marketing (1h30)
 - Objectifs - Cibles - Promesse
 - Différenciation - Positionnement
- 1.3 - Travailler sa proposition de valeur -(1h30)
 - Découverte du Value Proposition Canvas
 - Identifier les besoins et gains client
 - Positionner son offre
- 1.4 - Analyse de l'offre actuelle & segmentation
 - Analyse SWOT simplifiée
 - Identification des axes de différenciation
- 1.5 - Atelier création de personas
 - Construction de 2 profils types
 - Comportements, attentes, parcours d'achat

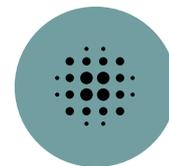
JOUR 2

CONSTRUIRE UN BUSINESS MODEL SOLIDE ET ÉVOLUTIF

Objectif du module : À l'issue de cette journée, les stagiaires seront capables de modéliser son activité à l'aide du Business Model Canvas.

- 2.1 - Décryptage du Business Model Canvas (1h30)
 - Présentation des 9 blocs - Exemples
 - Adaptation aux petites structures

MODULES & SEQUENCES



- 2.2 – Atelier modélisation de son activité (2h)
 - Remplir son propre canvas
 - Identifier déséquilibres et opportunités
- 2.3 – Analyse critique du modèle actuel (1h30)
 - Détection des points faibles : canaux, partenaires, flux de revenus...
- 2.4 – Explorer d'autres modèles économiques (2h30)
 - Abonnement, freemium, produits dérivés...
 - Réflexion sur la scalabilité du modèle
 - Scénarios d'évolution : ajout de services, digitalisation, fidélisation, etc.

JOUR 3

ÉLABORER UN PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL

Objectif du module : À l'issue de cette journée, les stagiaires seront capables de formaliser un plan d'actions marketing adapté aux objectifs et ressources de l'entreprise.

- 3.1 – Sélection des canaux d'acquisition et de visibilité (1h30)
 - Évaluation des canaux existants
 - Identification de leviers à activer
- 3.2 – Définition des objectifs marketing à 90 jours (2h)
 - Objectifs SMART
 - Mesures d'impact
 - Conversions visées
- 3.3 – Construction du plan marketing personnalisé (3h)
 - Rétroplanning, budget, ressources, outils à utiliser
 - Travail accompagné
- 3.4 – Point d'étape & ajustements (1h)
 - Revue du plan établi
 - Ajustement selon contraintes spécifiques

MODULES & SEQUENCES

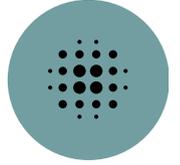


JOUR 4

STRUCTURER SON PITCH ET PLANIFIER LA MISE EN ŒUVRE

Objectif du module : À l'issue de cette journée, les stagiaires seront capables de présenter son projet de manière professionnelle et de planifier sa mise en œuvre concrète.

- 4.1 - Construire un argumentaire convaincant (1h30)
 - Structure du pitch
 - Messages clés
 - Différenciation
- 4.2 - Valoriser son projet auprès de financeurs/partenaires (2h)
 - Préparation des éléments à intégrer dans un dossier ou une présentation orale
- 4.3 - Travail final sur la structuration du discours et livrables (2h30)
 - Rédaction d'une synthèse claire
 - Mise en forme personnalisée
- 4.4 - Bilan de la formation & plan d'actions à 30 jours (1h)
 - Feuille de route
 - Conseils de priorisation
 - Clôture



VOTRE FORMATRICE



CÉCILE PAVAGEAU

Formée à Sciences Po Bordeaux, j'ai assuré des fonctions de développement pendant plus de 10 ans, essentiellement sur des business model en B to B et BtoBtoC. Véritable développeuse dans l'âme, je suis rompue aux outils du webmarketing avec une fibre digitale extrêmement marquée.



STRAT&COMM

Stratégie - Marketing - Développement
Recrutement - Formation

STRAT&COMM Formation

Château de Lagravade, 47390 LAYRAC | Numéro SIRET: 90251482700010 | 7022Z |TVA intracomm FR80902514827

Numéro de déclaration d'activité: NDA 75 47 01669 47 auprès du préfet de région Nouvelle Aquitaine