



| | |
|--------------|--|
| Public | Salariés de droit privé, prioritairement des TPE du commerce, du tourisme et des services, souhaitant dynamiser leur activité, augmenter leurs parts de marché, accroître leur notoriété et leur visibilité, à partir notamment d'enjeux touristiques de territoires. Dirigeants salariés, responsables commerciaux et marketing, salariés,... |
| Prérequis | Aucun |
| Objectifs | <p>Cette formation-action vous permettra de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mieux définir votre offre, notamment au regard des enjeux touristiques de votre territoire - formaliser et mettre en œuvre votre stratégie commerciale et la communication associée - mieux maîtriser le parcours client et la gestion de votre relation clients - optimiser vos actions numériques |
| Présentation | <p>Formation-action « pas à pas », adaptée au rythme de l'entreprise, à travers du conseil individuel et des moments de regroupement collectif permettant des échanges avec d'autres acteurs économiques de proximité.</p> <p>Les enjeux touristiques, à l'échelle d'une destination ou au regard d'un équipement ou évènement structurant, peuvent constituer des points de référence pour initier une démarche de réflexion individuelle sur votre positionnement et votre stratégie d'entreprise.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>PHASE 1 : un 1er atelier pratique collectif</p> | <p>ATELIER 1 : réflexion autour du positionnement commercial et marketing de votre entreprise Objectif : Comprendre et analyser la démarche marketing stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre en compte les objectifs de l'entreprise : activités, résultats, ressources, organisation... • Appréhender le diagnostic interne : forces /faiblesses. • Utiliser sa connaissance du tissu économique • Déterminer une segmentation efficace pour communiquer et gagner en clientèle fidèle <p>Animé par Fabien Rossiaud : « <i>Dans le monde de l'entreprise, on parle souvent de B to B ou de B to C.... Je préfère parler de H to H, de relation d'Humain à Humain. Mon ambition est d'impulser une nouvelle dimension de la commercialisation qui incarne un certain niveau de conscience, des processus efficaces et beaucoup de plaisir</i> »</p> |
|---|---|

| | |
|--|--|
| <p>PHASE 2 : Diagnostic commercial et marketing et plan d'actions</p> | <p>Apport d'un regard extérieur, bienveillant, permettant de mettre en évidence l'ensemble des points forts de votre entreprise et d'échanger sur des pistes potentielles d'amélioration formalisées au travers d'un plan d'action volontairement très opérationnel.</p> |
|--|--|

| | |
|--|---|
| <p>PHASE 3 : 2 autres ateliers pratiques collectifs</p> | <p>ATELIER 2 : Stratégie commerciale Objectif : Elaborer sa stratégie et son Plan d'Actions Commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter sa stratégie par rapport aux forces internes en place dans l'entreprise • Intégrer les composantes du Mix Marketing : Bon produit, prix, place promotion • Fixer les objectifs collectifs et les règles de répartition des objectifs individuels. • Construire son Plan d'Actions Commerciales : prospection, fidélisation, actions internes, animation des commerciaux <p>Méthodes et outils pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réflexion du groupe ou sous-groupe sur la réalisation du Mix Marketing le développement du projet stratégique • Construction par chaque participant de son ébauche de PAC. <p>Animé par Jean Marie SERVOZ : « <i>20 ans au sein de fonctions dans le secteur commercial et le domaine du Management commercial (Vente, commerce, merchandising, marketing...), je mets ma connaissance terrain et ma pédagogie au service du développement et de l'optimisation des compétences commerciales des entreprises au travers de formations dynamiques et interactives, en favorisant l'échange, la participation, les mises en situation, l'analyse, la mise en place de plans de progrès et de suivi.</i> »</p> <p>ATELIER 3 : Stratégie digitale Objectif : Elaborer sa stratégie digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concevoir sa stratégie digitale en identifiant les leviers webmarketing efficace pour son entreprise : Site Internet, Blog, SEO / SEA, Réseaux sociaux, Display, Campagne d'influence, E-mailing... <p>Méthodes et outils pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration d'une ébauche de planning stratégique. • Mise en œuvre opérationnelle de premières campagnes online. |
|--|---|

| | |
|---|--|
| | <p>Animé par Gregory MUGNIER : « Avec l'essor du numérique et l'apparition de nouvelles générations, l'élaboration d'une stratégie webmarketing est indispensable. A condition qu'elle réponde à vos objectifs et qu'elle soit cohérente avec vos valeurs. Ne pas être visible partout mais savoir identifier les leviers digitaux les plus pertinents pour atteindre vos cibles seront maîtres mots de cette formation.</p> |
| <p>PHASE 4 : accompagnement individuel au sein de votre établissement</p> | <p>Une ½ journée d'accompagnement individuel permettant de finaliser la mise en œuvre du plan d'actions, d'apporter des conseils et outils complémentaires, d'approfondir l'un des aspects vus en ateliers.</p> |
| <p>Module optionnel</p> | <p>En option :</p> <p>2 ½ journées d'accompagnement individuel permettant d'accompagner l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sur le sujet du numérique, pour être plus présent et mieux visible sur internet, les outils numériques au service de la stratégie de votre entreprise |
| <p>Durée et dates</p> | <p>Durée :</p> <p>21 heures pour la formation socle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 ½ journées en accompagnement individuel (réalisation du diagnostic sur site et, en back office, rédaction du rapport + sa restitution) - 3 ½ journées en séances collectives (3 ateliers pratiques collectifs d'½ journée chacun) - ½ journée en accompagnement individuel pour approfondir certains thèmes vus en ateliers <p>7 heures pour le module optionnel :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 ½ journées en accompagnement individuel <p>Dates :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ATELIER 1 : 13 décembre 2018 – matin - Diagnostic : les dates seront définies lors de l'inscription - ATELIER 2 : 08 février 2019 – matin - ATELIER 3 : 08 février 2019 – après midi - ½ journée d'accompagnement : les dates seront définies à l'issue de l'atelier 2 |
| <p>Modalités</p> | <p>Coût restant à charge après déduction des aides mobilisées par AGEFOS PME pour ses adhérents :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 150 euros HT pour la formation socle - 50 euros HT pour le module optionnel |
| <p>Contact</p> | <p>Catherine DENIS – 04 33 50 72 24 - cdenis@haute-savoie.cci.fr Claudia CONTI – 04 50 33 72 55 - cconti@haute-savoie.cci.fr</p> |