

CAP ENTREPRENEURIAT

Module : La stratégie commerciale et la communication

Objectifs de la formation

- ⇒ Connaître son marché : clients, fournisseurs, concurrence, environnement
- ⇒ Déterminer sa cible client
- ⇒ Mettre en place une stratégie commerciale adaptée
- ⇒ Connaître les outils de communication pour développer son entreprise

Intervenants

Carole Ouine - ..&CO

Date(s) et lieu de la formation

Calvados Dates - nous consulter
Chambre de Métiers et de l'Artisanat Interdépartementale
Calvados-Orne - CESAM -
14 Rue C. Bloch - 14000 CAEN



Orne Dates - nous consulter
Chambre de Métiers et de l'Artisanat Interdépartementale
Calvados-Orne - 52 Bd du 1^{er}
chasseurs - 61000
Alençon

Durée et horaires de la formation

28 heures sur 4 jours de 8h45 - 12h15 / 13h30 - 17h00

Prérequis

Aucun

Public concerné

Porteurs de projet normands de plus de 16 ans, sortis de formation initiale depuis plus de 9 mois et souhaitant créer ou reprendre une entreprise en Normandie ou ayant créé une en-

Coût avant financement

Formation prise en charge en totalité par le Conseil régional dans le cadre du programme régional « Socle de compétences » sous réserve d'éligibilité du stagiaire

Renseignements et demande du dossier de candidature :

CMAI Calvados - Orne

Calvados :

2 rue Claude Bloch
CS 25059
14077 Caen cedex 5
02 31 53 25 00

Sylvie Garibal Leroy
02 31 53 25 11
sgaribal@cmai-calvados-orne.fr



Chambre de Métiers et de l'Artisanat Interdépartementale Calvados-Orne
2 rue Claude Bloch - CS 25059 - 14077 Caen cedex 5
N°SIRET : 13001399800021 - N° de déclaration d'activité : 25140244114

Avec
le réseau des ,
l'Artisanat a de l'avenir



Chambre
de **Métiers**
et de l'**Artisanat**

CALVADOS-ORNE

Programme

Diagnostic commercial

Analyse externe (l'étude de marché –analyse de l'offre, de la demande, de l'environnement) et analyse interne (l'audit de l'entreprise- mes produits ou services, mes clients, mes prix, mes moyens de distribution, les actions pour me faire connaître)

Identification des opportunités et menaces du marché, des forces et faiblesses de l'entreprise

Identification des causes de faiblesse de l'entreprise et des menaces du marché

Les solutions envisageables (mesures correctives à mettre en place dans l'entreprise)

Action commerciale et communication

La prospection commerciale (fichier client, démarchage, mailing et e-mailing, phoning...)

La promotion de l'entreprise (inauguration, portes ouvertes, foires et salons, vitrine...) et l'image de marque (le nom et sa réglementation, identité visuelle, signalétique...)

Les actions publicitaires (les principes à respecter, le message publicitaire, les différents supports, la présence sur le web)

Le suivi commercial de la clientèle (fidélisation, fichier client, carte de fidélité, remise, cadeau, service après-vente)

Le plan de communication (élaboration d'un plan de communication, budget, mesure et contrôle de l'impact)

Spécificités de l'ESS : ancrage territorial, complémentarité et réseaux, valorisation de la plus-value sociale

Modalités d'évaluation

- ⇒ Exercices d'application, avec correction individuelle et collective
- ⇒ Questions / réponses
- ⇒ Auto évaluation des acquis en début et fin de formation validée par le formateur

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, d'études de cas et d'exercices d'application
- Support papier
- Powerpoint
- Salle équipée d'un ordinateur et d'un vidéo projecteur

Documents remis à l'issue de la formation

Attestation de suivi de formation.

Supports de formation