

PROGRAMME DE LA FORMATION

“DE SALARIÉ À ENTREPRENEUR : RÉUSSIR SA CRÉATION D’ENTREPRISE”

Module 1: Définir son projet d’entreprise par la méthode de l’ikigai.

=> identifier la mission de son entreprise et le talent unique de l’entrepreneur pour créer une entreprise rentable et alignée sur ses points forts.

Objectif : Clarifier la mission de l’entreprise en identifiant ce qui rend le fondateur de l’entreprise unique dans son parcours de vie et qui a forgé son pourquoi, afin d’en faire son point fort et y trouver les piliers de son entreprise.

Module 2 : Comprendre les bases de l’entreprise.

=> Etudier les trois niveaux de clarté pour définir quel projet vous correspond le mieux.

Objectif : Etre capable de définir son pour qui et son pour quoi ? D’ancrer son projet en écrivant sa phrase de mission, de clarifier ses atouts et ses points forts, de définir son talent unique.

Chapitre 1. Clarifier votre projet

Une création d’entreprise ne peut exister sans la vision claire et précise d’un entrepreneur qui est votre capacité à vous projeter, et elle est nécessaire pour avancer vers votre objectif concrètement.

Chapitre 2. Définir votre mission

La phrase de réussite est la synthèse de chaque niveau de vision. Il s’agit de rédiger une phrase au présent, à la première personne du singulier pour traduire l’idée de votre vision et l’ancrer chaque matin. Avoir cette phrase vous apportera clarté, confiance et assurance.

Chapitre 3. Définir son Archétype d’entrepreneur

En comprenant votre type de personnalité en tant qu'entrepreneur, il devient beaucoup plus facile de donner et de recevoir, de comprendre vos mécanismes, vos forces et vos faiblesses. En vivant dans notre archétype entrepreneurial, nous pouvons puiser dans nos véritables dons et forces, en créant nos vies, nos modèles commerciaux et notre succès directement à partir de l'essence de qui nous sommes réellement.

Module 3 : Apprendre à définir ses valeurs d'entrepreneur.

=> Découvrir en quoi les valeurs d'un entrepreneur impactent son entreprise, et déterminer les siennes.

Objectif : Créer son image de marque à partir des valeurs de l'entrepreneur qui la dirige. Plus l'entrepreneur est aligné avec ce qu'il fait, moins le travail à fournir est un effort et plus il attire ses clients «idéaux».

Chapitre 1. Identifier vos valeurs d'entrepreneur

Vos valeurs sont ce qui vous rend unique et incomparable sur votre marché. Il s'agit de votre message : que voulez-vous dire au monde ? Il s'agit de votre mission : Que voulez-vous transmettre et comment ?

Chapitre 2. Clarifier vos valeurs d'entrepreneur

Plus vous serez clair sur vos valeurs, votre message et ce que vous voulez apporter au monde, plus ce sera fluide et facile pour vous de communiquer, dire clairement ce que vous faites et pour qui... vos valeurs sont inhérentes à comment vous allez faire cela.

Module 4 : Apprendre à définir et identifier sa clientèle.

=> Mettre en place les outils pour identifier son client idéal et schématiser son profil.

Objectif : Savoir à qui s'adresse votre offre est un facteur clé d'une bonne communication de votre entreprise, et un facteur de succès pour créer et communiquer sur les offres suivantes.

Connaitre votre client idéal c'est travailler sur les fondations de votre activité. C'est un travail exigeant, pas toujours évident, mais prioritaire pour le succès d'une entreprise. En sachant avec précision à qui vous souhaitez vous adresser, votre entreprise sera plus forte, votre communication sera mieux adaptée et vous aurez forcément beaucoup plus d'impact.

Chapitre 1. Dressez un portrait-robot de votre client idéal

Chapitre 2. Révélez ses difficultés

Chapitre 3. Révéler toutes les peurs assumées ou inavouées de votre client idéal

Chapitre 4. Identifiez ses freins à l'achat

Module 5 : Apprendre à définir et créer une offre qui se vend.

=> Apprendre à définir et créer une offre.

Objectif : Apprendre à créer une offre unique, pour focaliser son énergie le temps du lancement, et avoir des résultats rapides.

Chapitre 1. Les critères d'une offre

Plus votre offre sera claire et surtout répondant à un besoin réel de votre client idéal, plus elle se vendra facilement quand vous la rendrez visible au bon endroit pour toucher votre cible client.

Chapitre 2. Comment créer une offre qui se vend

Pour créer votre offre qui se vend, vous devez déterminer :

- La valeur que votre produit va apporter aux gens
- La transformation que vous allez faire faire à vos clients
- La structure d'apprentissage et de transmission que vous allez créer
- La garantie que vous allez offrir à vos clients
- La promesse que vous leur faites
- Les résultats qu'ils vont en retirer

Module 6 : Maitriser la communication de l'entreprise.

=> Découvrir les différents modes de communication.

Objectif : Savoir définir votre mode de communication naturel, pour vous faire gagner en efficacité au quotidien, avec la stratégie qui correspond le mieux à votre offre.

Chapitre 1. Choisir son mode de communication

Chaque mode de communication apporte des niveaux différents de proximité avec votre communauté et vos prospects. Nous voyons ici chacun de ces modes de communication ainsi que la stratégie pour le rendre efficace pour vous.

Chapitre 2. Choisir ses outils de communication

Il y a une multitude de façons de communiquer et dans cette partie, il s'agira de choisir les outils qui vous correspondent car le secret de la visibilité (et donc de se faire connaître auprès de vos clients idéaux potentiels) est la régularité et la consistance.

Chapitre 3. Créer son identité visuelle de marque (Branding)

LES OUTILS ESSENTIELS

Le Nom

Le logo

Le Brand Board

Les Images

Le slogan

Les thèmes / Sujets

Les standards graphiques

Module 7 : Apprendre à mettre en place la stratégie de vente.

=> Etude des 4 saisons de la vente.

Objectif : Méthode pour prospecter, trouver ses clients idéaux, apprendre à communiquer avec eux.

Chapitre 1. Comprendre les différentes phases qui amènent à la vente

Comprendre les différentes étapes du parcours client, c'est-à-dire la stratégie qui vous permet de passer d'un prospect froid qui vous découvre à un prospect chaud susceptible d'acheter votre offre.

Chapitre 2. Créer sa base de stratégie de communication

Créer et mettre en place les actions de votre chemin ou tunnel de vente

Module 8 : Réussir ses ventes dans la pérennité.

=> L'art de convertir ses clients, et comment établir un circuit efficace ?

Objectif : Apprendre à réussir une vente, puis les autres.

Chapitre 1. Rédiger votre argumentaire de vente

Le premier contact avec un prospect est très important dans votre processus de vente, c'est le moment où votre client percevra si vous êtes la bonne personne pour répondre à SES besoins. Rédiger comment vous allez présenter vos services ou produits

Chapitre 2. Identifier vos premiers prospects

Les premiers prospects sont souvent dans notre entourage, lister nos connaissances en différents degrés de potentiel.

BONUS : Boite à outils

=> Etude d'outils permettant de créer un parcours client fluide, qui facilite la conversion.

Objectif : Maitriser les outils d'une activité florissante : communication, stratégie, organisation...

Sélectionner les outils qui vont vous aider et choisir ceux qui vous conviennent le mieux et que vous avez plaisir à utiliser !