

DEVENIR ENTREPRENEUR : LES LEVIERS D'UN MODELE GAGNANT

Formaliser la vision stratégique de son entreprise et développer une posture d'entrepreneur

Prérequis : Tout créateur d'entreprise ayant un projet réel (plus qu'une simple intention de créer) - capable de le présenter dans les grandes lignes, de manière cohérente et logique

Objectif général : Apporter une réalité économique, opérationnelle à son projet, et l'incarner pleinement

Objectifs de formation :

- Formaliser la vision stratégique de son projet et la partager
- Se positionner de manière concrète et réaliste dans son environnement professionnel (marché, concurrents, cibles, fournisseurs, banques...)
- Construire son plan d'action opérationnel et identifier les leviers de mise en œuvre
- Développer une posture d'entrepreneur et se préparer à devenir chef d'entreprise

Public : Porteurs de projet de création ou de reprise d'entreprise (TPE - PME)

Profil intervenant :

Nos intervenants, consultants-formateurs seniors, experts dans leur métier, ont créé leur entreprise et accompagnent au quotidien des entrepreneurs (porteurs de projet et dirigeants) sur les aspects stratégiques, marketing, communication et conduite de projet.

Programme :

1. Vision et stratégie de son entreprise :

- Présentation des projets et de leur état d'avancement *à partir du questionnaire qui aura été préalablement complété par chaque participant*
- Les finalités du projet de création : cohérence homme/projet - les finalités de l'entreprise (« mission » « vision »)
- Intégration de la démarche et des outils

2. Mise en place opérationnelle de son projet :

- S'approprier les différentes étapes nécessaires pour mener à bien son projet
- Définir et éclairer l'environnement du projet (économique - technologique - légal - politique)
- Préciser les marchés cibles possibles pour l'entreprise et leur potentialité
- Clarifier les différents acteurs du marché (la concurrence directe et indirecte - les fournisseurs, les acheteurs, les prescripteurs...)
- Identifier la demande du marché (données qualitatives et quantitatives)
- Mettre en perspective dans l'écosystème de l'entreprise (Finances / Gestion / RH / réglementations)

3. Construction de son plan d'action opérationnel :

- Le Plan Marketing et Commercial : définition et modalités
- Les Stratégies et objectifs marketing
- Les moyens du développement - le Marketing-Mix : la politique produit - la politique prix - la politique de communication - la politique de distribution commerciale

*52 heures réparties
sur 10 jours planifiés sur une
période de 7 à 8 semaines*
3 sessions programmées sur 2014

TARIF & CALENDRIERS: nous consulter

Contacts :

Karine PEYROT

01 55 65 51 42

kpeyrot@novancia.fr

Ginette MALÉCOT

01 55 65 51 16

gmalecot@novancia.fr

Les points forts :

Nos intervenants favorisent l'échange et le partage entre les participants de façon à initier une démarche de co-construction – chacun devient « une ressource » pour le groupe.

Les concepts sont déclinés à partir des problématiques de chacun, sont présentés et développés d'une manière interactive pour en assurer l'appropriation et éliminer les doutes. Les exemples vécus permettent de rendre concret et opérationnel cet apprentissage et d'assimiler les méthodes.

L'objectif est de permettre à chaque participant de trouver la bonne posture pour développer sa force de conviction et son argumentation, et défendre la pertinence de son projet.

La formation se termine par une présentation du projet devant un jury d'experts.

Suite recommandée :

Cette formation peut s'inscrire dans un parcours global « création d'entreprise » pour ceux qui souhaitent travailler, structurer et valider tous les aspects de leur projet (juridique – financier...)

Elle peut être suivie par une formation aux techniques de vente, voir « Lancer son Business Prospector, Vendre, Négocier »
