

Stratégie de développement, marketing digital & techniques de vente

Fil rouge : définir son cap, structurer sa vente, se rendre visible

DURÉE	RYTHME	FORMAT	TARIF
24 heures	3 compétences • 3 blocs de 8 h	Individuel présentiel	1 920 € net

— OBJECTIFS DE LA FORMATION

Bâtir une stratégie de développement viable, la structurer commercialement, puis la déployer via des canaux digitaux d'acquisition afin de transformer ses prospects en clients.

— COMPÉTENCES VISÉES

Compétence 1 — Bâtir sa stratégie de développement et en valider la viabilité économique

- Réaliser un diagnostic stratégique (SWOT) et fixer des objectifs SMART
- Clarifier son business model, ses axes de développement (Ansoff), sa cible et son positionnement
- Calculer son coût de revient, son seuil de rentabilité et construire son prévisionnel

Compétence 2 — Structurer sa démarche commerciale et ses techniques de vente

- Analyser son organisation commerciale
- Construire son argumentaire et son pitch (méthode CAP)
- Prospector, traiter les objections et conclure

Compétence 3 — Déployer ses canaux digitaux de diffusion et d'acquisition

- Analyser sa présence digitale et choisir ses canaux d'acquisition
- Animer ses réseaux sociaux avec une ligne éditoriale cohérente
- Appliquer les bases du référencement et utiliser l'IA pour ses contenus

La formation aboutit à un plan de développement intégré réunissant trois livrables — stratégie, commercial et digital — qui constitue l'évaluation finale.

— MODALITÉS D'ÉVALUATION ET SANCTION

Évaluations formatives par mise en situation à la fin des séquences (diagnostics, calculs, argumentaire, jeux de rôle). Évaluation finale : présentation du plan de développement intégré regroupant les 3 livrables. Une attestation de fin de formation, mentionnant les objectifs atteints, est délivrée à l'issue de la session.

— MODALITÉS PÉDAGOGIQUES & MOYENS

Parcours individualisé : apports théoriques illustrés d'exemples, démonstrations en direct, exercices et mises en situation appliqués au projet réel du participant. Niveau initiation et mise en place. Salle de formation équipée, vidéoprojecteur / écran interactif, environnement BGE Mon Bureau Virtuel & BGE Pro, connexion internet, tableur et supports pédagogiques numériques.

INDICATEURS DE RÉSULTATS

Formation récente : les indicateurs de résultats (taux de satisfaction, nombre de participants) seront publiés à l'issue des premières sessions.

PUBLIC

Entrepreneurs, dirigeants d'entreprise et indépendants de tous secteurs.

PRÉREQUIS

- › Être immatriculé (ou porteur d'un projet de création)
- › Lire, écrire, parler le français ; opérations de base en mathématiques
- › Savoir utiliser un ordinateur et internet
- › Disposer d'un site web (si existant) ou d'un projet de création

DURÉE

24 heures — 3 blocs de 8 heures, en entretiens individuels accompagnés.

MODALITÉS & DÉLAI D'ACCÈS

Entretien préalable obligatoire avec un conseiller pour réaliser un diagnostic du projet. Délai d'accès : jusqu'à 3 mois après validation du dossier.

DATES ET LIEUX

Sessions organisées régulièrement à Sète ou à Béziers. Responsable formation : Agnès Romatico — a.romatico@bge-eo.fr

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Adaptations pédagogiques possibles selon les besoins. Coordonnées des référents handicap : bgeouestherault.fr/3359-2

TARIF

1 920 €

net de taxes (24 h x 80 €)

Financement possible sous réserve d'éligibilité (FAFCEA, Agefice, BPI...). Renseignez-vous auprès de votre conseiller BGE.

Le déroulé en 3 compétences, 3 blocs de 8 h

De la stratégie à la vente, puis au déploiement digital

COMPÉTENCE 1 Stratégie de développement

≈ 10 h

- 1 **Diagnostic stratégique & environnement** 2 h — SWOT, analyse du marché et de la concurrence, objectifs SMART.
- 2 **Business model & axes de développement** 2 h — Business Model Canvas, leviers de croissance (matrice Ansoff).
- 3 **Clientèle cible, positionnement & proposition de valeur** 2 h — Persona, positionnement, différenciation.
- 4 **Coût de revient & seuil de rentabilité** 2 h — Charges fixes et variables, coût de revient, seuil de rentabilité.
- 5 **Prévisionnel financier** 1 h 30 — Hypothèses, modélisation, équilibre du projet.
- 6 **Plan d'action stratégique** 30 min - Livrable 1 — Actions hiérarchisées et datées.

COMPÉTENCE 2 Techniques de vente & commercial

≈ 7 h

- 7 **Diagnostic commercial** 1 h 30 — Cycle de vente, cibles, organisation, leviers d'amélioration.
- 8 **Argumentaire & pitch** 2 h — Méthode CAP, différenciation, storytelling, pitch clair.
- 9 **Posture commerciale & mise en situation** 1 h 30 — Confiance, écoute active, jeux de rôle.
- 10 **Techniques de prospection** 1 h 30 — Ciblage, mail d'approche, script d'appel, relances multicanales.
- 11 **Objections, closing & plan d'action commercial** 30 min - Livrable 2 — Objections, closing, plan d'action.

COMPÉTENCE 3 Marketing digital : diffusion & acquisition

≈ 7 h

- 12 **Diagnostic digital & positionnement** 2 h — Audit de la présence en ligne, cohérence du message.
- 13 **Stratégie digitale : canaux de diffusion & acquisition** 2 h — Objectifs, choix des canaux, tunnel d'acquisition.
- 14 **Réseaux sociaux & cohérence éditoriale** 1 h 30 — Choix des réseaux, ligne éditoriale, calendrier.
- 15 **Référencement (SEO) & IA pour ses contenus** 1 h — Bases du SEO, IA pour produire et optimiser ses contenus.
- 16 **Plan d'action digital & plan de développement intégré** 30 min - Livrable 3 — Actions digitales + consolidation des 3 livrables.

Total : 24 heures de formation.



LIVRABLE FINAL — PLAN DE DÉVELOPPEMENT INTÉGRÉ (3 LIVRABLES)

Plan d'action stratégique, plan d'action commercial et plan d'action digital, construits tout au long du parcours et consolidés en un plan de développement intégré. Il constitue l'évaluation finale ; une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs atteints est délivrée.

Suivi et amélioration continue : un questionnaire de satisfaction est remis en fin de formation afin de recueillir l'avis des participants et d'améliorer en continu le dispositif.