

PROGRAMME DE FORMATION *(version de 09.2023)*

DÉFINIR SES CIBLES : LES 8 ÉTAPES CLÉS POUR ÉTABLIR VOTRE CLIENT IDÉAL

Cette formation donne les clés d'un ciblage client qui favorise l'attraction naturelle de vos prospects. L'objectif est de vous éviter de vous transformer en commerciaux VRP qui dépensent de l'énergie et du temps à constituer un réseau et convaincre le maximum de clients potentiels de la qualité de vos prestations. Nous vous donnons ici les clés d'un ciblage bien pensé à partir de qui vous êtes pour renforcer ainsi votre identité, votre visibilité et votre crédibilité.

Méthode d'enseignement

Durée	2 h (1h en e-learning + 1h en présentiel)
Travail personnel – mise en application	<ul style="list-style-type: none"> • 3 visio de formation enregistré d'1h environ • Un support complet reprenant les éléments abordés lors des visio + des bonus • Un groupe WhatsApp pour échanger et partager • Plus une formation 1h en solo • Environ 2h de travail personnel à fournir
Langue d'enseignement	Français
Publics ciblés	Dirigeant ou porteur de projet
Nombre de stagiaires	Minimum 1
Pré-requis	Avoir une connexion Internet
Modalités d'accès	E-learning Plateforme LMS
Délais d'accès	Dès 15 jours, l'inscription est définitive à la signature de la convention de formation.
Tarif	650 € HT
Contact	Laetitia TISSOT BONVALOT laetitia.tissot-bonvalot@etoem.fr 0607677196
Accessibilité en situation de handicap	Contactez la formatrice afin d'orienter au mieux les besoins du participant

Mode d'évaluation

Examen final type épreuve	Durée : 15 minutes
	Forme : Etude de cas
Evaluations intermédiaires	Implication des apprenants, alternance de théorie et de mise en pratique à l'aide d'exercices Cas pratiques, QCM, mise en situation.

Moyens pédagogiques

Méthodes pédagogiques	Appuyée sur des mises en situation
Supports pédagogiques	Support Powerpoint, vidéos, vidéos bonus, Groupe Whatsapp

Objectifs de formation

Objectif de la formation	<p>A l'issue de la formation les participants seront capables de</p> <ul style="list-style-type: none"> • Découvrir et maîtriser la notion de cible • Connaître les bonnes pratiques pour définir une cible • Mettre en place votre client idéal
Indicateur de résultats	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de satisfaction • Taux de réussite • Taux de participation

Déroulement de l'action

CONTENU
<p>1) Qu'est-ce qu'une cible marketing ?</p> <ul style="list-style-type: none"> · Définition · Les avantages de définir sa cible marketing
<p>2) Analyser son offre</p>
<p>3) Récolter des données sur ses clients</p> <ul style="list-style-type: none"> · Quel type de clients ?
<p>4) Analyser les données récoltées pour cibler sa clientèle</p>
<p>5) Réaliser une segmentation de la clientèle</p>
<p>6) Créer une fiche persona pour cibler les besoins</p> <ul style="list-style-type: none"> · Les critères de ce portrait du client idéal · Comment le formaliser ?
<p>7) Identifier les besoins et les attentes pour atteindre sa cible</p>
<p>8) Analyser les performances de sa cible marketing</p>

Qui est la formatrice ?

Je suis Laetitia Tissot Bonvalot, la créatrice de la société ETOEM, qui est un centre de formation formant les personnes aux marketing digital. Je serai votre principale interlocutrice pendant votre formation.

Après 20 ans au sein de la société Salomon, principalement en marketing et communication à l'international, j'ai eu par la suite une expérience pendant deux ans au sein d'une agence immobilière, je me suis donc donnée comme mission d'aider les entreprises à accroître leur notoriété et améliorer leur visibilité. Après avoir suivi une formation de formateur, j'ai lancé l'organisme de formation ETOEM.

La formatrice vous assistera tout au long de votre parcours e-learning et répondra à vos questions sous 72h par mail (laetitia.tissot-bonvalot@etoem.fr).