



En deux jours, acquérez les méthodes et outils essentiels pour analyser votre marché, définir un positionnement différenciant et identifier précisément votre cible afin de lancer votre entreprise sur des bases solides.

INFORMATIONS

DURÉE

2 journées de 7h (14h au total)

PRIX

600 € HT / participant

DATES et HORAIRES

À définir selon session

LIEU

Bureau Atome Formations
SEYRESSE

FORMATEUR

Léa Pailhassard

Cette action de formation entre dans le champ d'application de l'article L 6313-1 du Code du Travail

SUIVI DE L'ACTION ET

APRÉCIATION DES RÉSULTATS

Ceux-ci sont effectués conformément à l'article L6353-1 du Code du Travail

SANCTION DE LA FORMATION

Attestation de formation

ACCESSIBILITÉ HANDICAP

Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite. Adaptation des moyens : support projeté adapté, application AVA pour les personnes malentendantes, rythme adapté et fauteuil ergonomique.

CONTENU

PUBLIC CONCERNÉ

- Porteur de projet en phase de lancement
- Entrepreneur souhaitant valider son modèle
- Dirigeant ou salarié de TPE/PME souhaitant se repositionner

PRÉREQUIS

- Avoir une idée ou un concept d'activité à tester
- Avoir un ordinateur et être à l'aise en informatique

OBJECTIFS

La formation va servir à :

- Comprendre les enjeux et la méthodologie d'une analyse de marché
- Identifier et analyser la concurrence et les tendances de son secteur
- Définir un positionnement clair et différenciant
- Identifier et segmenter précisément sa cible client
- Construire un message et une proposition de valeur adaptés

DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE, DOCUMENTATION REMISE ET ÉVALUATION

- Un apprentissage pas à pas facilité par l'expérience et la pédagogie du formateur
- La personnalisation de la formation à travers la mise en pratique directe des apprentissages via la réalisation en séance de votre projet
- L'évaluation des connaissances acquises se fera à travers ces mises en pratique.

Jour 1 — Comprendre son marché

- Introduction à l'analyse de marché : pourquoi et comment ?
- Panorama du marché : taille, tendances, dynamiques sectorielles
- Analyse de la concurrence directe et indirecte (benchmarking)
- Outils pratiques : matrices SWOT, PESTEL, forces de Porter
- Méthodes de validation terrain : sondages, interviews, tests

Jour 2 — Cibler et se positionner

- Segmentation de marché : critères et méthodes
- Définir son persona / client idéal
- Élaborer un positionnement différenciant et crédible
- Construire sa proposition de valeur unique (USP)
- Synthèse et formalisation du plan de lancement

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

Pour tout renseignement : Léa PAILHASSARD – lea@propulse-marketing.fr – 06 50 97 06 41

ATOME FORMATIONS – 430 bis, route de Oeyreluy – 40180 SEYRESSE | Siret : 81844349100019 | N° agrément : 754000149340 | contact@atome-formations.fr