

CONNAITRE SON CLIENT IDEAL ET DÉFINIR SON POSITIONNEMENT

pour démarrer son entreprise avec les bonnes bases marketing

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Savoir identifier les différents segments de clientèle possible
Définir son client idéal
Construire une offre adaptée à celle ci

PROGRAMME

Connaitre le vivier de clientèle

Identifier les différents segments de clientèle
Identifier un segment délaissé

Définir son client idéal

Définir les critères sociodémographiques
Définir les critères comportementaux
Comprendre les besoins

Définir son positionnement

Identifier ses différences avec les concurrence
Connaitre ses forces
Connaitre les points d'accroche entre l'offre et le client idéal

DURÉE

12h

TARIF

sur mesure

PRÉREQUIS

Avoir réalisé une étude de marché

PROFIL DU STAGIAIRE

Chef d'entreprise et indépendants, créateur d'entreprise

DÉLAI

De 2 à 4 semaines

MOYENS PEDAGOGIQUES

Formateur expert de la thématique
Apport théorique : supports pédagogiques
Mise en application sous forme d'exercices adaptés à l'entreprise

EVALUATION

Evaluation individuelle des attentes avant le début de la formation.
Questions orales ou écrites.
Mises en situation.
Questionnaires d'évaluation.
Feuilles de présence et certificat de réalisation de la formation.