

Programme Pédagogique

Du projet à la concrétisation

(Présentiel)

Intitulé : Du projet à la concrétisation

Durée : 7 heures (1 journée)

Prérequis : Avoir une idée de projet marketing

Modalité de validation des prérequis : Validation des prérequis lors d'un entretien et test de positionnement

Public visé : Créateurs d'entreprise, entrepreneurs, porteurs de projet, TPE débutantes

Formateur : Massy Djaura

Modalité : Formation 100 % en présentiel

Tarif : 500 € TTC

Délais d'accès : Formation est accessible 10 jours à partir de la signature du contrat. Date à définir entre le client et l'organisme de formation

Modalités d'accès : La formation est accessible en présentiel

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : La formation est accessible aux personnes en situation de handicap ou orientation si besoin.

Contact (gérant et référent handicap) :

Massy Djaura

+33 7 84 23 48 38

bymassyprod@gmail.com

Introduction

Cette formation permet aux participants de rendre concret leur projet, de lancer leur activité de manière structurée et efficace.

Ils apprendront à analyser leur marché, construire un business plan solide, développer une stratégie marketing adaptée et comprendre les bases du budget.

Le format combine :

- **Apports théoriques**
 - **Exercices pratiques**
 - **Mises en situation et échanges interactifs**
-

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

1. Réaliser une étude de marché et identifier ses cibles.
2. Identifier les éléments fondamentaux d'un business plan cohérent et adapté à son projet.
3. Identifier les éléments fondamentaux pour élaborer un plan marketing opérationnel pour le lancement de son activité.

Programme détaillé

Partie	Thème	Objectifs pédagogiques	Contenus / Activités	Méthodes	Outils / Supports	Évaluation
Partie 1 (2h)	Étude de marché	Identifier les clients cibles et analyser la concurrence	Analyse des tendances, identification du marché, segmentation clients, positionnement concurrentiel	Apports théoriques et échange	Fiches d'analyse marché, tableau SWOT	Mise en pratique
Partie 2 (2h30)	Business Plan	Identifier les éléments fondamentaux du business plan complet et cohérent	Structure du business plan : résumé exécutif, stratégie, plan financier, prévisions, KPIs	Apports théoriques et mise en pratique suivi	Modèle de business plan	Mise en pratique, rédaction d'un mini-business
Partie 3 (2h30)	Plan marketing	Identifier les éléments fondamentaux pour élaborer un plan marketing adapté au lancement	Définition des objectifs marketing, choix des canaux, stratégie de communication, budget, calendrier opérationnel	Apports théoriques et mise en pratique suivi	Modèles de plan marketing	Questionnaire finale sur les 3 parties

Méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
 - Mise en situation et cours participatif
 - Échanges et retours d'expérience entre participants
 - Suivi et accompagnement
-

Supports pédagogiques

- Fiches pédagogiques téléchargeables
 - Modèles de business plan et budget marketing
 - Exemples de business plan et budget marketing
-

Évaluation

- Évaluation formative : exercices, QCM,
 - Évaluation de fin de formation : questionnaire
 - Suivi post-formation : conseils et recommandations pour mise en pratique sur 30 jours via mails ou rendez-vous en ligne
-

Compétences visées à terme

- Analyse de marché et positionnement stratégique
- Rédaction et structuration d'un business plan
- Conception et mise en œuvre d'un plan marketing opérationnel
- Utilisation des outils de gestion quotidienne pour piloter l'activité