



Création d'entreprise Se former pour sa création

OBJECTIFS DE LA FORMATION



A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Savoir définir l'approche marketing de son projet et sa stratégie commerciale
- Identifier les méthodes de communication à mener en appui des actions commerciales pour se démarquer.
- Savoir utiliser les outils du Business Plan : BGePro
- Savoir choisir la structure juridique la mieux adaptée à son projet.
- Comprendre la mécanique de construction d'un compte de résultat prévisionnel, d'un plan de financement et d'un plan de trésorerie

COMPÉTENCES ACQUISES DE LA FORMATION



Savoir développer des actions entrepreneuriales et maîtriser la méthodologie du business plan

- **Compétence 1** : Savoir élaborer le plan d'action marketing et commercial en définissant les objectifs et les moyens à mettre en œuvre pour atteindre le chiffre d'affaires estimé / Identifier une première approche des techniques de ventes
- **Compétence 2** : Avoir une première approche des techniques de ventes
- **Compétence 3** : Savoir élaborer le plan de communication en définissant les outils et les moyens à mettre en œuvre afin de construire l'image de l'entreprise
- **Compétence 4** : Savoir analyser les impacts des choix juridiques et fiscaux en fonction de l'ensemble des données relatives au projet et des contraintes et ambitions de l'entrepreneur afin de choisir le statut le plus adapté
- **Compétence 5** : Savoir établir le budget prévisionnel en appréciant l'ensemble des coûts, des revenus, des besoins en financement pour évaluer la rentabilité et la viabilité de l'entreprise

POUR QUI?

Toute personne ayant un projet de création d'entreprise qui souhaite améliorer ses compétences et maîtriser la méthodologie du business plan

PRÉREQUIS

Parler, lire et écrire le français

Effectuer les quatre opérations de base en mathématiques: addition soustraction, multiplication, division

Utiliser couramment les outils bureautiques

NOMBRE DE PARTICIPANTS

5 à 8 maximum.

Afin de favoriser l'interactivité, permettre à chacun d'aborder ses problématiques personnelles et bénéficier de réponses adaptées

DURÉE DE LA PRESTATION

5 jours + Accès au Bureau virtuel pendant 6 mois

FORMATEURS

Valérie PELLEGRINI

Journaliste - Chef d'entreprise - Organisation d'événementiels, Web Média, Community Manager et Consultante en communication

Anne MONTUORI

Responsable pédagogique et de formation BGE COTE D'AZUR

Rémi BIONDI

Conseiller - formateur BGE COTE D'AZUR



DATES

Disponibles sur bge-cotedazur.fr



BGE ECOLE DE L'ENTREPRENEURIAT
234 BOULEVARD DU MERCANTOUR
06200 NICE

ACCESSIBILITÉ

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Lors de votre premier contact, notre accueil traitera vos besoins d'adaptation.

Vous pouvez nous contacter au 04 93 89 45 65 ou à l'adresse suivante :

contact@bge-cotedazur.fr



Module

1

APPROCHE MARKETING ET COMMERCIALE

RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

- Déterminer les composantes d'un secteur d'activité : concurrents, fournisseurs, partenaires, prescripteurs
- Décrire les caractéristiques d'une clientèle
- Identifier la réglementation liée à un projet entrepreneurial
- Sélectionner les informations en fonction du projet et de l'activité
- Définir les critères de choix d'une zone d'implantation
- Identifier les différents moyens commerciaux

DÉFINIR UNE STRATÉGIE MARKETING

- Catégoriser une clientèle sous forme de persona à partir de la segmentation client
- Identifier les canaux et actions de communication et de distribution à mobiliser en lien avec la stratégie marketing visée

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET UN PLAN DE PROSPECTION

- Spécifier les éléments structurants d'une stratégie commerciale : marché, objectif, cible, projet, partenaires (dont les prescripteurs)
- Associer des canaux de distribution à un ciblage de clientèle
- Sélectionner les actions commerciales adaptées à la clientèle ciblée et aux canaux de distribution envisagés
- Identifier des outils et processus de suivi des objectifs fixés pour identifier des points forts et des axes d'amélioration de la stratégie adoptée
- Distinguer les différents types de prospects
- Choisir les moyens de prospection adaptés à la stratégie commerciale : approche directe, téléphone, e-mailing, réseaux sociaux... et approche indirecte (salons, conférences, webinars, recommandation, essai gratuit...)
- Distinguer les outils d'organisation de la prospection : fichier, clients, fichiers prospection, plan de prospection

S'INITIER À UN ENTRETIEN DE VENTE

- Distinguer les étapes d'un entretien de vente
- Identifier des techniques liées à la conduite d'entretien : questionnement, traitement des objections, relance
- Identifier les principales caractéristiques des bénéficiaires d'une offre pour répondre aux attentes des clients
- Identifier les différentes catégories de motivations, de freins et de comportement d'achat
- Catégoriser les clients à partir de leurs attentes et de leurs motivations

Module

2

CONCEVOIR SON PLAN DE COMMUNICATION

Choisir des outils de communication

- Identifier les besoins et attentes d'un client cible
- Distinguer les canaux et outils de communication, médias et réseaux sociaux principaux
- Associer des outils de communication à un objectif de communication et à une cible

Elaborer un plan de communication

- Définir les éléments structurants d'une politique de communication : objectif, cible, positionnement, message, canaux
- Distinguer les différents moyens de communication adaptés aux besoins et aux cibles
- Identifier les composantes d'une identité visuelle

Module

3

ENVIRONNEMENT JURIDIQUE, FISCAL, SOCIAL

CHOISIR LE STATUT DE L'ENTREPRISE

- Distinguer les différentes catégories de forme juridique et leurs incidences
- Identifier les démarches et formalités administratives nécessaires à la création ou à la reprise d'une entreprise
- Identifier les rôles des structures et institutions concernées : impôts, URSSAF, CFE

MICRO – ESTIMER IMPÔT ET COTISATIONS SOCIALES

- Identifier les règles applicables pour déterminer le résultat fiscal en micro-entreprise selon la nature de l'activité (Vente, prestations de services, activité libérale)
- Identifier les règles applicables pour déterminer le montant des cotisations sociales selon la nature de l'activité
- Déterminer les documents et obligations comptables applicables en micro-entreprise

MICRO – COMPARER LES RÉGIMES MICRO ET RÉEL

- Identifier les règles applicables pour déterminer le résultat fiscal au réel
- Identifier les règles applicables pour déterminer les cotisations sociales au réel
- Définir le fonctionnement de la TVA collectée et déductible

Module 4

FINANCE / COMPTES PRÉVISIONNELS

ETABLIR UN PRÉVISIONNEL FINANCIER

- Distinguer les différents éléments d'un prévisionnel financier : Compte de résultat, Plan de financement, Plan de trésorerie
- Identifier les composantes de la rentabilité : marge, résultat, capacité d'autofinancement
- Faire une simulation financière avec le logiciel collaboratif de la BGE : BGePro

ANALYSER LA VIABILITÉ DU PROJET

- Identifier les conditions de l'équilibre financier d'un projet : besoins, ressources, moyen et long terme, trésorerie et investissement
- Identifier les conditions de rentabilité d'un projet : coût, prix de revient, marge et seuil de rentabilité

Module 5

LE BUSINESS PLAN

SAVOIR STRUCTURER SON PROJET ET PLANIFIER SON PROJET

- Analyser l'avancée de son projet
- Construire un plan d'actions pour concrétiser sa création

Prise en charge possible

Conditions d'éligibilité :

- Percevoir l'ASS, le RSA, ou
- Être chômeur de longue durée, ou
- Jeunes inscrits à la mission locale, ou
- Autres conditions possibles



Connectez-vous à l'application « MonCompteFormation » - recherchez Association pour le conseil des entrepreneurs créateurs - Sélectionnez la formation

Globalement
100% de satisfaits
Plus de 90 % des
participants très
satisfaits



Tarif : 800 €

Pour toute information complémentaire, contactez-nous !

☎ 04 93 89 45 65 ✉ contact@bge-cotedazur.fr