Pro.pulse
Pilotez votre performance.

PROGRAMME DE FORMATION

En partenariat avec

ATOME FORMATIONS

STRATÉGIE B2B · FORMATION SUR MESURE

Construire une stratégie de développement sur un marché B2B

DURÉE	TARIF	FORMAT	RYTHME
Individualisée	**Sur devis personnalisé**	**Individuel, en présentiel**	**Séances de 4 à 8 h**

Votre parcours de formation sur mesure

Chaque formation débute par un entretien de positionnement permettant d'identifier vos compétences actuelles, vos objectifs et les besoins de votre activité.

À partir de cet échange, un programme individualisé est établi, précisant les objectifs pédagogiques, les modules retenus, la durée, les modalités d'évaluation et le tarif.

Une proposition détaillée vous est communiquée avant tout engagement.

Objectifs pédagogiques

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

- analyser son marché et identifier les opportunités de développement ;
- identifier les acteurs clés, les prescripteurs et les attentes des clients professionnels ;
- définir un positionnement différenciant et construire une proposition de valeur ;
- structurer une offre adaptée au marché et formaliser un discours de présentation ;
- prioriser ses actions de développement dans un plan d'actions.

Selon le parcours retenu lors du positionnement, objectifs complémentaires :

- développer sa visibilité professionnelle, notamment sur LinkedIn ;
- concevoir les supports facilitant la prise de contact avec les professionnels ;
- organiser son approche des cibles et des prescripteurs ;
- construire une stratégie marketing opérationnelle et piloter un plan d'actions à 90 jours.

Les objectifs retenus pour chaque participant sont précisés dans son programme individualisé.

Contenu de la formation : programme de référence

Les modules ci-dessous constituent un programme de référence. Ils sont adaptés, approfondis ou réorganisés selon le positionnement initial : seuls les modules retenus figurent dans le programme individualisé remis au participant.

Modules du socle

Analyse du marché et identification des opportunités

Analyser les caractéristiques d'un marché de professionnels et sélectionner les opportunités pertinentes.

- Fonctionnement de son marché
- Acteurs clés et prescripteurs
- Analyse concurrentielle
- Attentes des clients et des prescripteurs
- Outils d'analyse stratégique et de veille concurrentielle

Positionnement et proposition de valeur

Définir un positionnement différenciant et formuler sa proposition de valeur.

- Fondamentaux du positionnement
- Facteurs de différenciation
- Proposition de valeur
- Preuves et éléments de crédibilité

Structuration de l'offre et messages clés

Construire une offre adaptée au marché et un discours de présentation cohérent.

- Structuration d'une offre adaptée au marché
- Messages clés par cible
- Discours de présentation
- Argumentaire face aux objections des professionnels

Priorités de développement et plan d'actions

Transformer l'analyse en priorités et en actions concrètes.

- Objectifs de développement
- Cibles et prescripteurs prioritaires
- Priorisation des actions
- Plan d'actions de développement et indicateurs de suivi

Modules d'approfondissement, selon le parcours retenu

Visibilité professionnelle et LinkedIn

Développer sa crédibilité et sa visibilité auprès des professionnels.

- Optimisation du profil et de la page LinkedIn
- Ligne éditoriale professionnelle
- Présence en ligne cohérente
- Réseau, recommandations et prescripteurs

Outils de prise de contact

Concevoir les supports facilitant la prise de contact avec les professionnels.

- Conception d'une One Page de présentation
- Éléments de réassurance
- Parcours de découverte
- Modèles de premier contact et de relance

Stratégie d'approche des cibles et des prescripteurs

Organiser une stratégie marketing d'approche des cibles et des prescripteurs, en sélectionnant les leviers et points de contact adaptés.

- Choix des leviers marketing adaptés
- Séquences d'approche
- Partenariats et prescription
- Événements et réseaux professionnels

Stratégie marketing et plan d'actions à 90 jours

Consolider la stratégie et piloter son plan d'actions en autonomie.

- Stratégie marketing opérationnelle
- Plan d'actions à 90 jours
- Tableau de bord et rituels de suivi
- Présentation de sa stratégie (évaluation finale)

Productions réalisées pendant la formation

Selon les modules retenus, le participant réalise notamment :

- Diagnostic stratégique de l'entreprise
- Analyse de marché et cartographie concurrentielle
- Identification des cibles et des prescripteurs
- Positionnement et proposition de valeur
- Structuration de l'offre et messages clés
- Plan d'actions de développement
- Profil et page LinkedIn optimisés, ligne éditoriale
- One Page de présentation
- Modèles de prise de contact
- Plan d'approche marketing des cibles et prescripteurs prioritaires
- Stratégie marketing et plan d'actions à 90 jours

Toutes les productions sont réalisées par le participant, guidé par la formatrice : aucune prestation n'est réalisée à sa place.

RÉSULTAT VISÉ

Disposer d'une stratégie marketing B2B et d'un plan d'actions à 90 jours, et les piloter en autonomie.

Organisme de formation

Formation dispensée en partenariat avec ATOME FORMATIONS, organisme de formation (430 bis, route de Oeyreluy, 40180 Seyresse · déclaration d'activité nº 75 40 01493 40). Conception et animation : Léa Pailhassard, Pro.pulse.

Public visé

Dirigeants, artisans et indépendants (commerçants, professions libérales…), conjoints collaborateurs ou associés, et salariés en charge de la communication de l'entreprise.

Prérequis

Maîtrise de base de l'outil informatique (navigation internet, smartphone). Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette connectés. Aucune connaissance préalable en marketing ou digital requise.

Durée

Durée individualisée, déterminée après un entretien de positionnement, en fonction des compétences initiales, des objectifs pédagogiques et des besoins du participant.

Tarif

Tarif sur devis personnalisé, établi à l'issue de l'entretien de positionnement et communiqué avant toute inscription. Tarifs nets de taxe : exonération de TVA, art. 261-4-4º-a du CGI.

Modalités pédagogiques

Formation individuelle, 100 % en présentiel, dans l'entreprise du participant, fondée sur :

- Des apports méthodologiques.
- Des exercices pratiques.
- Des mises en application sur l'activité réelle du participant.
- Un accompagnement et des corrections par la formatrice.

Supports remis : support de formation PDF et modèles de travail.

Modalités d'évaluation

- Positionnement initial.
- Évaluations formatives au cours des exercices pratiques.
- Évaluation finale des compétences au regard des objectifs retenus pour le parcours.
- Questionnaire de satisfaction, à chaud puis à froid un mois après la formation.

Feuilles d'émargement à chaque séance. Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis.

Délai d'accès

Démarrage généralement possible sous un mois après le premier rendez-vous, le temps de l'entretien de positionnement, de la rédaction du dossier de formation et du dépôt de la demande de financement. Lorsque la formation est financée, la date de démarrage dépend aussi du délai de réponse du financeur.

Financements

Financement possible selon le statut et l'éligibilité du participant : FAFCEA (artisans), AGEFICE (dirigeants et indépendants du commerce, de l'industrie et des services), FIF-PL (professions libérales) ou OPCO (salariés). La prise en charge dépend de l'accord de l'organisme financeur et de ses plafonds. Autofinancement possible. Montage du dossier de financement inclus.

Accessibilité et contact handicap

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Les modalités (rythme, supports, lieu) sont adaptées après échange avec la référente handicap d'Atome Formations : Sophie Fargues, 06 87 02 27 69, contact@atome-formations.fr.

Prévention

Une procédure de prévention et de traitement des violences sexistes et sexuelles, du harcèlement et des discriminations est appliquée ; elle est présentée dans le livret d'accueil.

Indicateurs de résultats : méthode de calcul

- **Note moyenne de satisfaction (/10)** = moyenne des notes globales (sur 10) des questionnaires à chaud, sur tous les répondants de l'année civile ; nombre de répondants indiqué.
- **Taux de réussite** = stagiaires ayant validé l'évaluation finale ÷ stagiaires ayant terminé la formation.
- **Taux d'abandon** = stagiaires ayant interrompu ÷ stagiaires entrés en formation.