

Devenir entrepreneur

Formation 3 Votre démarche commerciale

Vos objectifs :

- Assimiler les notions essentielles du marketing
- Définir votre offre et votre marché
- Vérifier l'adéquation entre votre offre et votre marché
- Apprendre à évaluer votre marché
- Connaître les différentes approches de fixation de vos prix de vente
- Savoir calculer vos coûts de revient
- Définir vos politiques marketing et commerciale

Public visé :

- Créateur et repreneur d'entreprise
- Chef d'entreprise
- Conseil des chefs d'entreprises

Pré-requis :

- Vouloir devenir entrepreneur
- Vous être assuré de vos chances de réussite comme entrepreneur
- Avoir fixé les grandes lignes de votre projet

Vos formateurs :

Jean-Paul Debeuret	entrepreneur chevronné et expert-comptable diplômé
Aurélié Lacomme	consultant en entrepreneuriat et en finance

Vos collègues, porteurs de projets :

Nathalie Carré	création de son salon de coiffure
Henri Dufour	création de son restaurant
Jean-Paul Honoré	création de son entreprise de services liés à Internet
Pascal Maisonneuve	reprise de l'entreprise de bâtiment de son patron

Les modules de la formation : « Votre démarche commerciale »

- Module 9 – Définir votre offre et votre marché
- Module 10 – Evaluer votre marché et vérifier la pertinence de votre offre
- Module 11 – Fixer vos prix de vente
- Module 12 – Définir vos politiques marketing et commerciale

Formation 3 *Votre démarche commerciale*

Module 9 – Définir votre offre et votre marché

Vos objectifs :

- Assimiler les notions essentielles du marketing
- Définir votre offre et votre marché
- Vous assurer de l'adéquation entre votre projet et votre marché

Public visé :

- Créateur ou repreneur d'entreprise
- Salarié ayant un projet d'entreprise
- Conseil des chefs d'entreprises

Pré-requis :

- Vouloir devenir entrepreneur
- Vous être assuré de vos chances de réussite comme entrepreneur
- Avoir fixé les grandes lignes de votre projet

Le contenu du module

Introduction

Nous faisons tous du marketing, dans notre vie de tous les jours, sans nous en rendre compte.

Première partie : Les éléments à définir concernant votre offre et votre marché

1. La définition de votre offre : vos 4 P
 - Produit
 - Prix
 - Promotion
 - Place
2. La définition de votre marché :
 - Etendue
 - Clients
 - Concurrents
 - Barrières à l'entrée
 - Facteurs clés de succès

Deuxième partie : Deux exemples pratiques de définition d'une offre et d'un marché

Conclusion

L'approche commerciale du projet est trop souvent négligée par les porteurs de projet : ne passez pas à côté.

Formation 3 *Votre démarche commerciale*

Module 10 – Evaluer votre marché et vérifier la pertinence de votre offre

Vos objectifs :

- Connaître les éléments de l'étude de marché
- Savoir comment mener une étude de marché
- Vous assurer de l'adéquation entre votre offre et votre marché

Public visé :

- Créateur ou repreneur d'entreprise
- Salarié ayant un projet d'entreprise
- Conseil des chefs d'entreprises

Pré-requis :

- Vouloir devenir entrepreneur
- Vous être assuré de vos chances de réussite comme entrepreneur
- Avoir fixé les grandes lignes de votre projet

Le contenu du module

Introduction

Votre produit et/ou service peut être le meilleur du monde, si personne ne vous l'achète, vous courez droit à la catastrophe.

Première partie : Evaluer votre marché et vérifier la pertinence de votre offre

1. Evaluer votre marché :
 - Définir le marché à étudier
 - Etudier vos clients
 - Etudier vos concurrents
 - L'étude de marché en pratique
2. Vérifier la pertinence de votre offre
 - Hiérarchiser vos 4 P
 - La vérification sur le terrain

Deuxième partie : Deux exemples pratiques d'étude de marché et deux conclusions différentes

- Un projet à creuser et une étude à détailler
- Un projet à abandonner avant même son lancement, le marché n'étant pas mûr et le projet pas assez porteur

Conclusion

Les problèmes commerciaux sont, dans leur quasi-totalité, repérables dès l'étude de marché. Si les résultats obtenus vous démontrent des risques trop importants, prenez le temps de repenser votre projet.

Formation 3 *Votre démarche commerciale*

Module 11 – Fixer vos prix de vente

Vos objectifs :

- Connaître les différentes approches de fixation de vos prix de vente
- Savoir calculer vos prix de revient
- Comprendre les risques commerciaux liés à une mauvaise fixation de vos prix de vente

Public visé :

- Créateur ou repreneur d'entreprise
- Salarié ayant un projet d'entreprise
- Conseil des chefs d'entreprises

Pré-requis :

- Vouloir devenir entrepreneur
- Vous être assuré de vos chances de réussite comme entrepreneur
- Avoir fixé les grandes lignes de votre projet

Le contenu du module

Introduction

Le commercial constitue le nerf de la guerre pour votre entreprise. Vous devez faire du chiffre d'affaires mais pas à n'importe quel prix.

Première partie : Fixer vos prix de vente

1. Vos coûts de revient :
 - Achat et revente en l'état
 - Vente d'heures de service
 - Achat de matières premières puis transformation
 - Vente d'une prestation complexe
2. Votre marge :
 - Marge commerciale
 - Valeur ajoutée
3. La fixation de vos prix de vente

Deuxième partie : Deux exemples pratiques de fixation des prix de vente

Conclusion

Le calcul de vos coûts de revient est vital pour votre entreprise. Sans cela, vous risquez de :

- vendre à perte,
- avoir une marge trop faible,
- fixer des prix de vente trop élevés.

Formation 3 *Votre démarche commerciale*

Module 12 – Définir vos politiques marketing et commerciale

Vos objectifs :

- Concrétiser les résultats de votre étude de marché
- Connaître les éléments de vos politiques marketing et commerciale à définir
- Apporter des réponses concrètes aux bonnes questions

Public visé :

- Créateur ou repreneur d'entreprise
- Salarié ayant un projet d'entreprise
- Conseil des chefs d'entreprises

Pré-requis :

- Vouloir devenir entrepreneur
- Vous être assuré de vos chances de réussite comme entrepreneur
- Avoir fixé les grandes lignes de votre projet

Le contenu du module

Introduction

Après la définition de votre offre et l'étude de votre marché, vous devez définir vos politiques marketing et commerciale.

Première partie : Définir vos politiques marketing et commerciale

1. Définir votre politique marketing
Répondez aux questions suivantes :
 - A qui ? Vos clients
 - Quoi ? Votre produit
 - Combien ? Votre prix
 - Où ? Votre place
 - Comment ? Votre distribution
2. Définir votre politique commerciale :
 - Qui ? Avec quels moyens ? A qui ? Où ? Quand ? Combien ? Comment ?

Deuxième partie : Deux exemples pratiques de définition des politiques marketing et commerciale

Conclusion

- Formalisez par écrit vos politiques marketing et commerciale :
- une partie de votre business plan,
 - une aide aux chiffrages à effectuer,
 - une aide à la mise en œuvre lors du démarrage de votre activité.