

Se présenter avec impact

Programme de formation – Modalités pédagogique

➔ PRÉ-REQUIS

- Connaître son offre, son entreprise, sa concurrence, ses atouts, ses forces, ses faiblesses, les enjeux de ses clients, son marché.

➔ OBJECTIFS

- Connaître les différents modes de fonctionnement des autres.
- Développer ses capacités personnelles de communication et d'adaptation pour optimiser son activité.
- Améliorer ses relations interpersonnelles et apprendre à dépasser ses blocages et ses freins.
- Identifier sa propre façon de travailler.

➔ ÉVALUATION ET VALIDATION

- Le formateur évalue en continu via les mises en situation et ajuste selon les objectifs atteints.

PUBLIC CONCERNÉ

- Entrepreneurs, Porteurs de projet, Dirigeants / Cadres, Fonctions Commerciales, Managers, etc...

DURÉE

- 1 jour – 7 heures.

COÛT

- Inter-Entreprises : **400,00 € HT**
- Intra-Entreprise : **Nous consulter**

EFFECTIF

- Minimum : 4 personnes.
- Maximum : 12 personnes.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Présentiel ou classe virtuelle : pédagogie active et expositive.
- Autodiagnostic, apports théoriques et pratiques, et travail sur cas concrets des participants.



Nous mettons tout en œuvre pour **rendre accessible nos formations aux personnes en situation de handicap**.

Afin d'établir les modalités d'adaptation nécessaires, **merci de nous contacter en amont de toute inscription**.

PROGRAMME

1. Diagnostic individuel de sa stratégie réseau

- Niveau de présence actuel dans les différents réseaux
- Quelles sont les actions menées sur les différents types de réseaux
- Analyse de mon profil social par rapport à ma cible
- Mesure du ROI des actions réseaux

2. Exploiter les réseaux physiques

- Cartographie des types de réseaux
- Les outils et moyens pour mettre en place une stratégie cohérente
- Quels réseaux choisir par rapport à mon activité et mes cibles ?
- Les bonnes pratiques au sein des réseaux physiques
- Organisation et optimisation de l'exploitation des réseaux physiques
- Mesurer la performance de mes actions (ROI)

3. Exploiter les réseaux sociaux

- Cartographie des types de réseaux
- Quels réseaux choisir par rapport à mon activité et mes cibles ?
- Évaluer son capital social
- Les outils et moyens pour optimiser l'utilisation des réseaux sociaux
- Identifier les axes d'amélioration de sa présence digitale

4. Optimisation de ma stratégie réseau

- Capitaliser sur son réseau actuel
- Se fixer des objectifs SMART pour chaque réseau
- Intégrer les actions de networking dans son plan de développement
- Élaborer un plan d'action individuel pour chaque type de réseau

5. Stratégie d'influence

- Les leviers d'influence positive
- Connaître son écho-système
- Formaliser son écho-système avec la matrice Accès cible / Potentiel
- Identifier les « facilitateurs » pour accéder à ma cible
- Définir une approche indirecte
- Construire une feuille de route pour développer son influence positive