

Stratégie de réseaux – Comment construire et animer son réseau professionnel

Programme de formation – Modalités pédagogiques

➔ PRÉ-REQUIS

- Connaître son entreprise, son offre, son marché.
- Avoir une notion minimale des réseaux professionnels.

➔ OBJECTIFS

- Accompagner les clients dans la démarche de renseignement de la plateforme ADEME.
- Se positionner en conseil pour la mise en place d'une stratégie énergétique globale.
- Proposer la planification et les actions à mettre en œuvre.
- Savoir valoriser le retour sur investissement.

➔ 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. Mais aussi, toute personne représentant son entreprise via des réseaux physiques et/ou digitaux.

DURÉE

- 2 jours – 14 heures.

COÛT

- Inter-Entreprises : **850,00 € 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. Les enjeux liés à la présentation de son offre, de son entreprise ou de son projet

- Les parcours d'achat et l'importance de la présentation dans ce parcours
- Les attentes du client vis-à-vis d'une entreprise, d'une offre, d'un produit, d'un commercial
- Identifier les circonstances dans lesquelles il est important de se présenter
- L'objectif de se présenter : création d'engagement
- Évaluer ses connaissances et partager les bonnes pratiques

2. Identification de sa valeur ajoutée et de ses facteurs différenciants

- Identifier les enjeux et les problématiques de mes clients, prospects et prescripteurs
- Identifier les forces et les faiblesses de mon entreprise et de mon offre
- Déterminer en quoi mon offre, mon produit ou mon entreprise apporte une valeur ajoutée
- Travailler sur la forte valeur ajoutée et sortir des banalités
- Étudier mes concurrents et mes facteurs différenciants
- Identifier les bénéfices que mon offre ou mon entreprise apporte à mes clients

3. Construction d'un discours efficace et impactant

- Les enjeux et objectifs
- La méthode de construction en 4 étapes : accroche, promesse, solution, engagement
- Identification des mots clés pertinents à chaque étape
- Challenger les mots clés retenus et mesurer leur impact
- Construction du discours
- Mise en pratique dans plusieurs circonstances

4. Savoir communiquer avec impact

- L'impact de la communication dans l'action de se présenter
- Le schéma de la communication
- L'impact de la communication verbale, paraverbale et non verbale
- La première impression
- S'adapter aux circonstances pour rester efficace
- Renforcer l'impact de son discours avec les leviers de communication