

Programme “Consolider son activité et booster son développement”

PUBLIC : Cette formation intensive de 2 jours s’adresse aux dirigeants d’entreprise déjà en activité, souhaitant structurer, pérenniser ou développer leur entreprise.

DURÉE : 2.00 jours, soit 14.00 heures

OBJECTIFS :

- Savoir analyser ses indicateurs clés à l’aide d’un tableau de pilotage simplifié
- Savoir interpréter les évolutions de sa trésorerie pour prendre des décisions éclairées
- Etre capable d’identifier les leviers d’action pour sécuriser sa trésorerie à court et moyen terme
- Etre capable d’analyser son portefeuille client et structurer un parcours relationnel adapté
- Etre capable de construire une stratégie de fidélisation en lien avec sa posture de dirigeant
- Etre capable de définir une stratégie commerciale cohérente avec ses objectifs de développement

PRÉREQUIS :

- Être dirigeant ou co-dirigeant d’une entreprise en activité (minimum 6 mois)
- Avoir l’ambition d’acquérir des connaissances en matière de développement d’entreprise
- Avoir accès à un ordinateur qui dispose d’un accès internet
- Comprendre et parler français

Pour le format distanciel :

- Être à l’aise avec l’outil informatique.
- En matière de logistique, il faut avoir accès à un ordinateur avec micro, caméra et une connexion internet fiable.

DURÉE & SUIVI :

La durée de la formation est de 14h à réaliser en 2 jours durant lesquels le stagiaire et le formateur devront signer des feuilles d’émargement pour justifier de leur présence.

MÉTHODES MOBILISÉES :

- Formation en présentiel ou en distanciel
- Apports théoriques avec support, discussions collectives
- Mise en pratique de la théorie exposée, auto-diagnostic et plan d'actions
- Partages d'expériences et mise en commun des bonnes pratiques
- Adaptation en continu de la formation aux attentes formulées par les stagiaires
- Formations assurées par Cécile Valette

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

Fiches outils : complétées individuellement par chaque participant

QCM : les résultats sont évalués pendant et au terme de la formation afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances visées. Pour réussir cette évaluation, le stagiaire doit obtenir au minimum 80% de bonnes réponses.

TARIF :

Le montant de la formation s'élève à 990€ HT

PROGRAMME :

JOUR 1 : Piloter son activité et maîtriser sa trésorerie

Module 1 : Lire et interpréter ses indicateurs clés

- Comprendre les notions essentielles : marge, rentabilité, point mort, et savoir les calculer à partir d'exemples simples.
- Identifier les indicateurs financiers indispensables au pilotage quotidien.
- Construire un tableau de bord personnalisé adapté à son activité pour suivre ses performances et orienter ses décisions.

Module 2 : Analyser sa trésorerie pour anticiper

- Lire et comprendre un tableau de trésorerie mensuel pour visualiser ses flux financiers.
- Détecter les signaux faibles pour agir avant la dégradation.
- Repérer les écarts saisonniers et prévoir leurs impacts sur la trésorerie à court et moyen terme.

Module 3 : Sécuriser sa trésorerie à court terme : identifier ses leviers

- Passer en revue les principaux leviers à activer selon le contexte.
- Évaluer l'impact de chaque levier sur sa situation financière à partir des données issues du tableau de bord.
- Construire un plan d'actions trésorerie personnalisé et mesurable pour sécuriser l'activité.

Évaluations :

- Fiche action : définition des "3 leviers prioritaires" à mettre en place dès le retour en entreprise (document conservé).

JOUR 2 : Structurer sa relation client et booster son développement

Module 4 : Mieux connaître et suivre ses clients

- Segmenter son portefeuille client : typologie, panier moyen, fréquence d'achat, potentiel.
- Construire une grille relationnelle client adaptée à son activité pour prioriser ses actions.
- Présenter le CRM comme outil central de collecte et d'organisation des données : historique des achats, comportements d'achat, fréquence et préférences.
- Utiliser ces données pour orienter les actions marketing et commerciales.

Module 5 : Structurer sa stratégie de fidélisation

- Élaborer un plan relationnel aligné avec sa posture, ses valeurs et ses objectifs.
- Exploiter les fonctionnalités avancées du CRM pour la fidélisation : automatisation des relances, suivi post-achat, envoi d'offres personnalisées.
- Identifier des actions simples, durables et à fort impact pour renforcer la fidélité et augmenter le chiffre d'affaires récurrent.
- Intégrer le suivi de la satisfaction client comme outil de développement.

Module 6 : Bâtir une stratégie commerciale cohérente

- Définir des objectifs commerciaux précis et motivants en lien avec la stratégie globale.
- Élaborer un mini-plan d'actions structuré : choix des cibles, canaux, messages, fréquence de communication.
- Mettre en place des indicateurs de suivi pour mesurer l'efficacité des actions et ajuster si nécessaire.
- Assurer la cohérence entre prospection, fidélisation et communication.

Évaluations :

- Fiche "Carte relationnelle client" complétée et appliquée à sa propre activité.
- Travail individuel : création d'un plan de fidélisation concret et opérationnel.
- Travail individuel : création d'un plan d'actions commerciales