

**Pérenniser son activité : développer son activité commerciale et sa posture entrepreneuriale, optimiser sa présence web, définir ses outils de gestion et d'automatisation, formaliser son pitch deck et être en capacité d'exprimer son besoin devant des partenaires de l'écosystème entrepreneurial.**



## Objectifs

- ▶ A l'issue de la formation, le stagiaire est en mesure de démarrer et pérenniser son activité entrepreneuriale et d'exprimer son besoin devant des partenaires financiers et commerciaux.
- ▶ A la fin de la formation, les stagiaires seront en capacité de présenter leur projet devant un jury.
- ▶ Ils seront ainsi en capacité de chercher des financeurs et de pérenniser leur entreprise



## Public

- ▶ Dirigeant.e d'une jeune entreprise moins de 3 ans.



## Prérequis

- ▶ Exposer son projet entrepreneurial auprès du référent collectif de votre CCI.

## Contenu

### Développer votre posture entrepreneuriale



- ⇒ Le stagiaire sera en capacité de :
- *Mettre en place des méthodes de gestion d'entreprise et de projet*
  - *Déterminer les priorités de son entreprise*
  - *Améliorer son produit/service à partir des retours clients*
  - *Développer sa posture entrepreneuriale et mettre en place des méthodes agiles*

### **Thèmes traités :**

- **Lancement du programme**

- Mot d'ouverture de la promotion
- Rappel du dispositif de formation et du programme
- Présentation du ou des parrain(s)/marraines
- Présentation des intervenant(s) et des Boost leaders
- Echanges

- **Ateliers :**

1. **Méthodologie de la gestion de projet pour mon entreprise et détermination des priorités**

- La gestion du temps et des projets
- La matrice d'Eisenhower.
- La mise en place de tableau de bord
- Les objectifs SMART
- La méthode PERT et CCPM
- Le diagramme de GANTT
- La méthode Stop/Do/Start
- Les outils digitaux : exemples : TickTick et Trello
- Créer son environnement de travail
- Qu'est-ce que la méthode Agile (transition vers le prochain atelier)
- Mise en place du Peer-coaching : méthode pédagogique afin de renforcer l'engagement des bénéficiaires

2. **Lean Startup : améliorer son produit/service à partir des retours clients"**

- Qu'est-ce que le Lean-Startup ?
- Le Golden circle et la proposition de valeur
- Le Lean-Startup canvas Vs Business Model Canvas
- Le Lean-Startup canvas bloc par bloc
- Améliorer son MVP et obtenir son PMF (Product Market Fit)
- Comment obtenir et traiter les feedbacks
- Growth hacking - introduction

- **Entretiens :** Entretiens individuels qui suivent les ateliers. Ils sont réalisés dans le cadre du programme Entrepreneur#LEADER - accès offert.

Destinés à accompagner au plus près les entrepreneurs sur les compétences acquises lors des ateliers et leur mise en pratique dans le cadre de leur projet.

**Une session de Co-développement :** Destinée à travailler sur les problématiques opérationnelles des stagiaires. Travail en groupe et renforcement du travail collaboratif et de la prise en main des méthodes agiles pour la gestion de leur entreprise.

**Méthode d'évaluation : Présentation du plan d'action de l'entreprise**

## Les outils de communication et de valorisation



- ⇒ Le stagiaire sera en capacité de :
- *Formaliser son identité et sa stratégie de marque, et créer ses contenus digitaux*
  - *Identifier les bons canaux d'acquisition et les utiliser*
  - *Connaître les différents leviers d'acquisition de prospect et fidélisation clients*
  - *Savoir quels outils utiliser pour analyser son site internet marchand ou vitrine*
  - *Mettre en place les indicateurs d'analyse de son site web*
  - *Analyser le comportement et le parcours utilisateur*

### **Thèmes traités :**

- **Ateliers :**

1. **Identité, stratégie de marque et création de contenus digitaux**

- Les enjeux et objectifs de chaque entreprise
- La stratégie de marque, de communication et d'acquisition
- Définition des cibles et canaux d'acquisition
- Supports de communication et comment les déployer
- Image de marque, du narratif & comment les mettre en place
- Créer du contenu engageant : Outils pour la création des visuels
- Optimiser l'expérience utilisateurs
- Les basiques du marketing digital

2. **Le site d'internet : indicateurs et outils**

- L'expérience utilisateur
- Tracker son site
- SEO et SEA
- L'emailing

- **Entretiens** : Entretiens individuels qui suivent les ateliers. Ils sont réalisés dans le cadre du programme Entrepreneur#LEADER - accès offert.

Destinés à accompagner au plus près les porteurs de projet sur les compétences acquises lors des ateliers et leur mise en pratique dans le cadre de leur projet.

**Une session de Co-développement** : Destinée à travailler sur les problématiques opérationnelles des stagiaires. Travail en groupe et renforcement du travail collaboratif et de la prise en main des méthodes agiles pour la gestion de leur entreprise.

**Méthode d'évaluation : Présentation du site internet, de ses indicateurs, outils d'analyse et de la formalisation de la plateforme de marque**



⇒ Le stagiaire sera en capacité de :

- *Organiser ma prospection et définir mon plan d'action commercial*
- *Trouver des prospects qualifiés*
- *Construire mon discours de prospection*
- *Connaître les leviers d'acquisition et de fidélisation clients pertinents par rapport à mon activité*
- *Utiliser des outils digitaux de prospection pertinents par rapport à mon activité*
- *Mesurer l'efficacité de ma prospection*
- *Adopter le bon comportement pour une stratégie de prospection efficace*
- *Mener une négociation commerciale*
- *Structurer ma démarche de négociation y compris face à des acheteurs professionnels*
- *Définir les points négociables et les marges de manœuvre*

**Thèmes traités :**

● **Ateliers :**

### 1. Prospection et négociation commerciale 1/2

- Stratégie commerciale et de prospection
- Plan d'action commercial et exécution
- Les qualités à développer pour optimiser sa performance
- Début du play-book
- Comment organiser ma prospection et mon développement commercial ? Quelles sont les différentes étapes de la prospection ?
- Comment trouver des prospects qualifiés ? Comment savoir si je m'adresse aux bons interlocuteurs ?
- Comment construire mon message : quel discours de prospection ?
- Quels sont les leviers pertinents à actionner pour optimiser ma recherche de clients ? Quels sont les leviers d'acquisition et de fidélisation clients ?
- Quels sont les outils digitaux de prospection ?
- Comment prospecter efficacement en B to B ? Et en B to C ?
- Comment construire mon plan d'action commercial et mes objectifs ? Quel budget ?
- Comment mesurer l'efficacité de ma prospection ? Taux de transformation, panier moyen, ROI, etc.
- Transition avec la partie négociation : Quel comportement adopter pour une stratégie de prospection efficace ?

## 2. Prospection et négociation commerciale 2/2

- La négociation commerciale, de quoi s'agit-il ?
- Quelles sont les étapes clés de l'entretien de négociation ?
- Comment structurer ma démarche de négociation y compris face à des acheteurs professionnels ?
- Quelles sont les attitudes physiques et les erreurs à éviter ?
- Comment traiter les objections ?
- Comment analyser le rapport de force de la relation commerciale ?
- Comment définir les points négociables et les marges de manœuvre ?
- Quels sont les mobiles d'achat et les techniques d'influence ?
- Quand et comment arrêter la négociation commerciale ?
- Comment fidéliser, planifier et organiser l'après-vente ?
- Quels conseils pour vaincre et dépasser ses peurs afin de passer à l'action ?

- **Entretiens** : Entretiens individuels qui suivent les ateliers. Ils sont réalisés dans le cadre du programme Entrepreneur#LEADER - accès offert.

Destinés à accompagner au plus près les porteurs de projet sur les compétences acquises lors des ateliers et leur mise en pratique dans le cadre de leur projet.

**Une session de Co-développement** : Destinée à travailler sur les problématiques opérationnelles des stagiaires. Travail en groupe et renforcement du travail collaboratif et de la prise en main des méthodes agiles pour la gestion de leur entreprise.

### Méthode d'évaluation : Rendu d'un Play-book

## Les outils du dirigeant

Le stagiaire sera en capacité de :



- *Mettre en place des outils de prospection digitaux afin d'acquérir et de fidéliser de nouveaux clients*
- *Digitaliser et automatiser le processus de prospection et le parcours client*
- *Identifier et mettre en place des outils de pilotage*
- *Piloter son activité*

**Thèmes traités :**

- **Ateliers :**

### 1. Outils de prospection et digitalisation de l'entreprise

- Comment construire/choisir son CRM ?
- Quels sont les outils de la prospection digitale ?
- Comment faire une prospection digitale ?
- Comment automatiser la prospection et sa prise de rdv
- Automatiser ses envois e-mailing

- Outils de sale automation
- Suivi financier, digitalisation des devis et factures
- Relance clients automatique

## 2. Outils de pilotage

- Comprendre et gérer un compte de résultat
- Définir ses indicateurs financiers clés : taux de marge, coefficient sur achats, point mort, CA
- Construire et réajuster son plan de trésorerie
- Construire ses tableaux de bord financiers
- Piloter les budgets par BU
- Mettre en places ses KPI's et analyser les écarts
- La prospective financière, le suivi des réalisations budgétaires et la planification des flux de trésorerie, Quèsaco ?
- Quels sont les liens entre les outils de pilotage et la levée de fonds ?

- **Entretiens** : Entretiens individuels qui suivent les ateliers. Ils sont réalisés dans le cadre du programme Entrepreneur#LEADER - accès offert.

Destinés à accompagner au plus près les porteurs de projet sur les compétences acquises lors des ateliers et leur mise en pratique dans le cadre de leur projet.

**Une session de Co-développement** : Destinée à travailler sur les problématiques opérationnelles des stagiaires. Travail en groupe et renforcement du travail collaboratif et de la prise en main des méthodes agiles pour la gestion de leur entreprise.

### Méthode d'évaluation : Cas pratique

## Prise de parole et pitch

Le stagiaire sera en capacité de :



- *Trouver un financement et pitcher son besoin*
- *Réaliser des pitch deck concis, crédibles et convaincants*
- *Structurer son discours*
- *Gagner en confiance et en aisance à l'oral*
- *S'adapter à des publics différents*
- *Formaliser et exprimer son besoin*
- *Identifier ses sources de financement et établir son plan de financement*

**Thèmes traités :**

- **Ateliers :**

### 1. Trouver un financement et pitcher son besoin

- Qu'est-ce-qu'un pitch deck ?
- Quelles différences avec un elevator pitch ?
- Quels sont les objectifs d'un pitch deck ?
- Quelle structure ? Exemple de trame
- Comment réaliser un pitch deck convaincant ?

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelles sont les erreurs à éviter ?</li> <li>- Qui sont les acteurs du financement ?</li> <li>- Quels sont leurs critères d'éligibilité ?</li> <li>- Les différents types de prêt ? Subventions ?</li> <li>- Love money et crowdfunding</li> <li>- Les Business Angel et le capital risque : investissement dilutif</li> <li>- Comment établir son plan de financement ?</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Session de pitch</b> Après la réalisation de l'atelier, nous souhaitons réaliser une mise en condition réelle avec l'organisation d'une session de pitch. Les membres du jury donnent leurs feedbacks sur chacun des pitch réalisés par les porteurs de projet accompagnés.</li> <li>• <b>Entretiens</b> : Entretiens individuels qui suivent les ateliers. Ils sont réalisés dans le cadre du programme Entrepreneur#Leader - accès offert. Destinés à accompagner au plus près les porteurs de projet sur les compétences acquises lors des ateliers et leur mise en pratique dans le cadre de leur projet</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Méthode d'évaluation : Présentation devant un jury</b></p>
	<h2 style="color: #e91e63;">Les intervenants</h2> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Des conseillers Création – Reprise des CCI</li> <li>▶ Experts techniques (Consultants, experts, banque...)</li> </ul>
	<h2 style="color: #e91e63;">Méthodes et supports – Modalités d'évaluation</h2> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Formation collective en présentiel ou classe virtuelle</li> <li>▶ Etudes de cas</li> <li>▶ Les supports de cours et les différents outils utilisés pendant la formation seront disponibles sur une plateforme de téléchargement (ex : pcloud, Blackboard, le LMS de la CCI...)</li> <li>▶ Les entretiens sont réalisés dans le cadre du programme Entrepreneur#Leader - accès offert</li> <li>▶ Les ateliers alterneront aussi des Community building (4 prévus sur le programme) destinés autour de thèmes (<i>cf. planning ci-après</i>) ; à favoriser l'échange et créer des liens.</li> <li>▶ Les apprenants sont évalués par trois moyens : QCM et Cas pratique évalués par des experts (exemple : conseillers en création, référent/assistant pédagogique et un/une parrain/marraine de promotion) ; et lors d'une session de pitch devant des experts (exemple : élu(e) CCI, experts, partenaires).</li> </ul>
	<h2 style="color: #e91e63;">Tarif</h2> <p>800€ nets</p>

**Exclusivité** : La **CCI Essonne** et son partenaire **Sanofi** prennent en charge **75%** du coût de la formation. Reste à charge **200€** (non finançable par le CPF).

▶ Attention : l'intégration à la formation est soumise à un entretien de sélection (15 places disponibles) !



## Calendrier et durée

- ▶ Formation sur 5 mois
- ▶ 58h de formation
- ▶ De septembre à fin février
- ▶ Selon planning