Développer son activité grâce à une stratégie de communication pertinente et différenciante

Attirez les bonnes personnes et développez votre chiffre d'affaires grâce à une communication qui vous ressemble et vous distingue. Posez les fondations de votre stratégie, construisez une identité de marque authentique, comprenez en profondeur votre cible de cœur et valorisez vos offres. Vous concevez ensuite un parcours client qui attire, séduit et convertit, puis vous repartez avec un plan de communication opérationnel, hiérarchisé et mesurable.

Tarif

L'ingénierie pédagogique étant faite sur mesure, le tarif sera établi en fonction des besoins de l'apprenant et figurera sur les documents contractuels tels que le devis, la convention de formation ou le contrat de formation.

Durée

De 6.00 à 12.00 jour(s), soit de 42.00 à 84.00 heures (sur la base d'une journée de 7 heures).
La durée est ajustée en fonction du nombre d'apprenants afin de garantir à chacun un temps d'application suffisant sur sa propre activité : chaque module se déroule sur une journée pour un apprenant en individuel et peut être porté à deux journées pour un groupe.
La durée retenue, ainsi que la période ou les dates de formation, figurent sur les documents contractuels (devis, convention ou contrat de formation).

Profils des apprenants

Public concerné :

- Entrepreneurs, indépendants, professions libérales, dirigeants de TPE/PME et porteurs de projet souhaitant développer leur activité grâce à une stratégie de communication pertinente et différenciante

Prérequis :

- Aucun prérequis

Accessibilité et délais d'accès

Inscription sur demande, lors de l'appel découverte, par mail (formation@lolitaghilione.fr) ou par téléphone au 06 29 99 37 78 auprès de Lolita Ghilione. L'accès à la formation s'effectue selon le planning de l'apprenant, au plus tard 15 jours après la demande.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Afin d'étudier les modes de compensation nécessaires et d'adapter au mieux la formation, merci de contacter la référente handicap, Mme Lolita Ghilione, par téléphone au 06 29 99 37 78 ou par mail à l'adresse formation@lolitaghilione.fr.

Qualité et indicateurs de résultats

Les indicateurs de résultats sont transmis sur demande. Les taux de satisfaction, de réussite et le nombre d'apprenants seront diffusés début 2027.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

- Définir une stratégie de communication alignée avec sa mission, sa vision et son positionnement différenciant
- Construire une identité de marque authentique, cohérente et mémorable sur l'ensemble de ses supports
- Identifier sa cible de cœur et analyser sa psychologie d'achat pour adapter ses messages
- Structurer et valoriser ses offres à l'aide d'une proposition de valeur distinctive et des principes du copywriting
- Concevoir un parcours client stratégique pour attirer, séduire et convertir ses prospects
- Élaborer un plan de communication opérationnel et définir les indicateurs de performance permettant de le piloter

Contenu de la formation

Module 1 – Poser les fondations d'une stratégie alignée et différenciante (1 à 2 jours – 7 à 14 h)

- Clarifier son pourquoi profond, sa mission de vie et sa mission d'entreprise.
- Analyser son marché, son environnement et ses concurrents.
- Définir son positionnement stratégique et identifier ses facteurs de différenciation.
- Clarifier sa vision entrepreneuriale à court, moyen et long terme.
- Définir ses objectifs de développement commercial et de communication.

Module 2 – Construire une identité de marque authentique et mémorable (1 à 2 jours – 7 à 14 h)

- Identifier les valeurs, la personnalité et les émotions qui caractérisent son univers de marque.
- Définir son identité verbale : ton, vocabulaire, messages clés et storytelling.
- Déterminer les composantes de son identité visuelle : couleurs, typographies, symboles et direction artistique.
- Explorer les dimensions sensorielles de sa marque : identité photographique, musicale, vestimentaire et expérientielle.
- Harmoniser son identité sur l'ensemble de ses supports et points de contact.

Module 3 – Comprendre sa cible de cœur et sa psychologie d'achat (1 à 2 jours – 7 à 14 h)

- Identifier et différencier sa cible de cœur, sa cible principale et sa cible secondaire.
- Construire le portrait détaillé et le profil émotionnel de sa cible de cœur.
- Analyser ses problématiques, ses frustrations, ses besoins et ses aspirations profondes.
- Identifier ses motivations, ses désirs sociaux, ses croyances et ses freins à l'achat.
- Anticiper l'évolution de ses besoins et de ses objectifs.
- Adapter son langage et ses messages aux attentes et aux motivations de sa cible.

Module 4 – Structurer et valoriser ses offres pour renforcer leur attractivité (1 à 2 jours – 7 à 14 h)

- Analyser et structurer ses offres en cohérence avec son positionnement et sa cible.
- Définir une proposition de valeur distinctive et une promesse de transformation claire.
- Identifier et valoriser les bénéfices et les transformations attendues.
- Appliquer les principes du neuromarketing et du copywriting à la présentation de ses offres.
- Intégrer les leviers de réassurance et de persuasion pour renforcer la valeur perçue et réduire les freins à l'achat.

Module 5 – Construire un parcours client stratégique pour attirer, séduire et convertir (1 à 2 jours – 7 à 14 h)

- Comprendre les mécanismes psychologiques du parcours d'achat et les différents niveaux de conscience du consommateur.
- Cartographier les étapes du parcours client et ses évolutions émotionnelles et identitaires.
- Structurer sa stratégie autour de trois phases :
  - Attirer : développer sa visibilité et susciter l'intérêt des bonnes personnes.
  - Séduire : créer une connexion émotionnelle, renforcer la confiance et développer la préférence.
  - Convertir : lever les objections, valoriser ses solutions et favoriser le passage à l'action.
- Définir les messages clés et les objectifs de communication adaptés à chaque étape du parcours.

Module 6 – Sélectionner ses canaux de communication et construire son plan d'action (1 à 2 jours – 7 à 14 h)

- Identifier les canaux de communication digitaux et traditionnels adaptés à sa cible et à ses objectifs.
- Sélectionner les canaux prioritaires en fonction de ses compétences, de ses préférences et de ses ressources.
- Déterminer les formats de contenu et les actions de communication pertinents à chaque étape du parcours client.
- Identifier les moyens humains, matériels, techniques et financiers nécessaires.
- Hiérarchiser les actions et construire un plan de communication opérationnel avec des priorités et des échéances.
- Définir les indicateurs de performance pour mesurer et ajuster sa stratégie.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Formatrice et dirigeante de l'organisme de formation : Lolita Ghilione

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- La formation peut être dispensée en présentiel ou à distance, en visioconférence via l'outil Zoom.
- **Avant la formation : évaluer les connaissances initiales et les besoins des apprenants.** Lors d'un entretien découverte en visioconférence avec la formatrice, les connaissances initiales, les besoins, attentes et enjeux de l'apprenant seront analysés et les prérequis seront vérifiés. Les apprenants rempliront un questionnaire de pré-formation pour adapter le contenu à leur activité, à leurs intérêts et évaluer leur niveau sur la thématique de la formation.
- **Pendant la formation : évaluer en continu et valider la compréhension en temps réel.** Les apprenants bénéficieront d'un apport théorique avec un support papier et numérique. Ils seront soumis à des exercices pratiques appliqués à leur propre activité, des travaux de mise en situation et des échanges sur leurs pratiques professionnelles dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de leurs connaissances et compétences au regard des objectifs visés.
- **À l'issue de la formation : évaluer les connaissances acquises et la satisfaction à chaud.** Un quiz d'évaluation permettra de vérifier l'acquisition des compétences en lien avec les objectifs visés par le programme. Un questionnaire de satisfaction permettra de mesurer l'indice de satisfaction des participants sur l'atteinte des objectifs, la qualité de l'animation et la satisfaction globale de la prestation. Un certificat de réalisation sera remis à chaque apprenant.

Contact de la formation

Lolita GHILIONE : 06 29 99 37 78 / formation@lolitaghilione.fr.

Dernière mise à jour du programme : 19/10/2026