



L'analyse marketing du besoin : la clé d'un projet réussi !

Comprendre le besoin de ses cibles et adapter sa proposition de valeur et/ou son argumentaire

Code module : CHANGE04

Mis à jour le : 22/09/2021

59%

des stagiaires
recommandent cette
formation

Objectifs de formation

De nombreux projets, pourtant portés par des chefs de projets enthousiastes, échouent parce qu'ils ne rencontrent pas leurs publics. L'objectif de cette formation est précisément de construire ses actions et ses projets à partir d'une connaissance fine du besoin de ses cibles.

Objectifs généraux

Comprendre les spécificités de l'approche marketing par personae
S'approprier les étapes de l'approche marketing et ses enjeux pour la TEE
Comprendre la notion de marketing de l'empathie
Structurer son offre par rapport aux besoins de ses publics
Préparer un entretien à partir d'un persona

Objectifs opérationnels

A l'issue du parcours de formation, les stagiaires devront être capables de :

Comprendre les spécificités de l'approche marketing par personae
Identifier les différentes applications du marketing à son activité/réseau
Créer des personae pour mieux structurer son positionnement
Utiliser une matrice Canva de proposition de valeur
Affiner son offre de service (sa proposition de valeur) ou son positionnement en fonction de ses objectifs et de ses cibles
Préparer ses entretiens à partir de la méthodologie des personae

Durée

10.5h

Public

Cette formation s'adresse aux chargés de mission des réseaux FAIRE, PTRE, CEP, BEEP, Réseau A3P, CIT'ERGIE, TEPOS, PCAET, COTE de l'ADEME.

Pré requis

Cette formation ne comporte pas de prérequis

Tarif

Gratuit

Programme

Cette formation est organisée sur 1 jour 1/2 dont 1 jour en présentiel, 1/2 journée en distanciel et un accompagnement au téléphone.

Séquence 1 : Mieux comprendre les attentes et les freins de votre cible

Pratiquer l'approche par personae

L'objectif de cette séquence est d'apprendre à construire les grilles de personae (personnages fictifs) à partir desquelles vous allez alimenter votre analyse marketing.

Séquence 2 : Structurer votre offre selon les besoins de

Modalités pédagogiques

- Des fiches de travaux pratiques
- Des jeux de rôle
- Des capsules vidéo
- Des fiches théoriques et méthodologiques
- Un support téléphonique
- 3 webinaires par an

Modalité d'évaluation

Questionnaire d'évaluation à chaud

Equipe pédagogique

Formateurs : TRANCHANT Emilie, RICHIER Anne-Marie, GABELLINI David, COLOMBIER Bénédicte, CESARI Vanessa
Responsable pédagogique : Angéline SAUVAGE

votre cible

Utiliser des personae pour construire ou affiner votre proposition de valeur

Au cours de cette séquence, vous apprendrez comment questionner un persona pour améliorer votre proposition de valeur : c'est à dire ce que vous proposez à vos prospects. Cette étape est déterminante car elle permet de ne pas faire d'offres qui tombent totalement à plat.

Un exemple : si je suis un conseiller FAIRE je ne propose pas à un entrepreneur de l'information sur la TE (il n'a pas le temps pour cela, même si concrètement c'est mon métier) ; je lui propose :

- d'étudier des moyens de faire des économies d'énergie,
- de travailler à son image et son positionnement en participant à un projet pilote
- de se démarquer de son concurrent, Monsieur X, en innovant
- de s'aligner sur ses valeurs et celles de ses équipes en innovant pour un monde plus vert.

Votre connaissance fine de vos acteurs, de leur écosystème et de leurs objectifs vous permettra de faire mouche !

Séquence 3 : Structurer votre argumentaire en fonction de l'analyse de votre cible

Utiliser des personae pour préparer un entretien

Dans la même veine que l'analyse de sa proposition de valeur, vous apprendrez à structurer votre argumentaire en fonction de l'analyse de votre cible. L'objectif : séduire tout de suite votre interlocuteur !

Prochaine(s) session(s)

Classe à distance du 16 au 17 Novembre 2021

Provence-Alpes-Côte d'Azur - A DISTANCE POUR LA REGION PACA

Date limite d'inscription: 09/11/2021

Nombre maximum de participants: 10
