





---

## Programme de la formation

### Marketing et prospection pour travailleurs indépendants

-  Classe virtuelle
-  8 heures sur 42 jour(s)
-  Demandeur d'emploi, Indépendant et dirigeant, Etudiant
-  À partir de 295 € Net de taxe par participant

#### Description courte

Depuis 1995, la méthode américaine de marketing, prospection et communication pour travailleurs indépendants *GET CLIENTS NOW!*<sup>TM</sup>, basée sur le livre du même nom de l'auteure C.J. Hayden (principal support de formation), a fait ses preuves dans le monde entier.

Que l'on ait besoin d'insuffler une nouvelle énergie dans ses démarches de marketing et prospection afin de les rendre plus efficaces, ou plutôt de déterminer la meilleure manière de s'y prendre, cette méthode facile et efficace montre clairement comment concentrer ses efforts de marketing et de prospection afin de garantir le développement commercial et la réussite de son activité professionnelle.

Tarifs : 295 € en formation collective (recommandée, entre 2 et 8 personnes), 495 € en formation individuelle (tarifs nets de taxes).

#### Profil des participants

- Professions libérales installées et souhaitant développer leur activité principale
- Professions libérales installées et développant une deuxième activité professionnelle
- Consultants en portage salarial
- Étudiants ou jeunes diplômés s'installant à leur compte
- Demandeurs d'emploi s'installant à leur compte

#### Prérequis

- Maîtrise technique dans son domaine d'activité
- Excellent niveau de compréhension écrite en anglais
- Livre *GET CLIENTS NOW!*<sup>TM</sup> de C.J. Hayden (en anglais, utilisé comme support de formation principal)

#### Objectifs

- Implémenter et savoir utiliser des outils de marketing ciblés pour définir une véritable stratégie de marketing et de communication.
- Rédiger un plan de prospection personnalisé, intégrant de nouvelles techniques de communication et en adéquation avec son activité et ses besoins de développement commercial.
- Savoir atteindre plus de prospects grâce au développement de supports de communication efficaces et pertinents.

#### Aptitudes et compétences visées / attestées

---

---

Mettre en place et implémenter un programme de marketing et communication ciblé et efficace, avec définition d'un objectif et assiduité dans les tâches à réaliser.

## Contenu

### Semaine 1, Session 1 (90 minutes) :

#### Lancement de la formation

- Présentation des aspects logistiques de la formation ; présentation de la formatrice ; présentation de chacun des apprenants.
- Présentation de la formation ; présentation des objectifs de la formation ; recueil et discussion autour des attentes des apprenants.

#### Introduction (*Starter / réveil cognitif*)

#### Stratégie marketing et communication (*Théorie, fiches techniques, travail individuel*)

- Comment définir une stratégie de marketing et communication.
- Présentation du cycle de la prospection.
- Présentation des outils de marketing et des techniques de communication adaptés aux services professionnels.

### Semaine 1, Session 2 (90 minutes) :

#### Techniques et supports de communication et de prospection (*Théorie, fiches techniques, feuille de travail, fiche de suivi de projet, travail individuel*)

- Présentation des outils de travail à utiliser pendant les Semaines 2 à 6 (feuille de travail, fiche de suivi de projet).
- Présentation et choix des outils et techniques à implémenter pour le travail individuel sur les 5 semaines suivantes.
- Présentation et choix des supports de communication à développer sur les 5 semaines suivantes.
- Remise des consignes pour la suite de la formation (Semaines 2 à 6).

### Semaines 2 à 6 : Cinq sessions de 1 heure par semaine

- Travaux pratiques basés sur les séances de formation en Semaine 1 et comprenant des livrables hebdomadaires (remplissage de la fiche de suivi de projet au fur et à mesure de l'avancement de la formation, exemples des outils, techniques et supports implémentés / développés). Livrables à envoyer par e-mail en amont de chaque séance.
- Discussion en plénière des actions réalisées depuis la dernière séance.
- Évaluation et retour personnalisés sur le travail rendu, proposition de pistes d'amélioration et consignes pour la séance suivante.
- En Semaine 6, bilan et clôture de la formation avec axes de progression et perspectives.

Les attentes exprimées par les apprenants vont permettre d'individualiser et de coconstruire la formation en intégrant le projet professionnel de chacun.

---

---

Catégorie de l'action de formation : Acquisition.

## Pédagogie et organisation

**Intervenante** : Seule animatrice certifiée en France de la méthode *GET CLIENTS NOW!™*.

**Organisation** : La formation peut se dérouler en français ou en anglais, mais nécessite l'utilisation du livre *GET CLIENTS NOW!™* (en anglais). Elle comprend 8 heures réparties sur 6 semaines comme suit :

- Semaine 1, partie théorique : deux classes virtuelles de 90 minutes chacune, soit un total de 3 heures
- Semaines 2 à 5, implémentation de la théorie : une classe virtuelle d'une heure par semaine, soit un total de 4 heures
- Semaine 6, clôture de la formation : une classe virtuelle d'une heure, soit 1 heure

**Moyens pédagogiques** :

- La formation se déroule entièrement à distance via Skype ou autre plateforme de visioconférence équivalent avec partage d'écran.
- Les deux séances de formation en Semaine 1 (3 heures) comportent une partie théorique sous forme de présentation PowerPoint (argumentée d'exemples et qui s'appuie sur le cas particulier de l'apprenant) et fiches techniques, ainsi qu'une partie pratique avec participation interactive (analyse de la situation particulière de l'apprenant à chaque étape, rédaction de plans d'action, choix des outils, techniques et supports de communication...). Des exemples réels sont présentés de sorte à illustrer les concepts évoqués dans la partie théorique.
- Les séances d'une heure par semaine en Semaines 2 à 6 se déroulent en direct et comportent un à deux livrables obligatoires par semaine, à remettre par e-mail.
- Cette formation et l'intégralité de ses séances impliquent l'apprenant en tant qu'acteur de sa formation, et non comme simple participant.

## Mode de validation

Clôture de la formation en Semaine 6 avec synthèse et bilan du travail réalisé, et proposition d'axes de progression et perspectives pour la suite.

Questionnaire de satisfaction à remplir par l'apprenant.

Attestation de stage délivrée à l'apprenant à l'issue de la formation.

## Financements possibles

En France : possibilité de faire financer la formation en totalité ou en partie par le FIF-PL (selon code APE).

---