

PROGRAMME DE FORMATION

Mettre en valeur et développer commercialement votre marque de cosmétiques bio



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION

CONTACT / RENSEIGNEMENTS

- Tel : 09 83 98 88 47
- Email : laboratoire4e@gmail.com

DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

21 heures en présentiel - Horaires : 09H – 13H , 14H30 – 17H30

Nombre de stagiaires : 4 minimum et 10 maximum

Lieu : CENTRE DE FORMATION , 264 avenue Sainte Catherine, 84140 MONTFAVET

PROFIL DU FORMATEUR



CAROLE DURAND

- ✓ **Formatrice de marques** de cosmétiques et conférencière métier et marques en école d'esthétique
- ✓ Créatrice protocoles signature
- ✓ **Spa Manager** (Hôtellerie haut de gamme) : vente des produits cosmétiques partenaires et prestations en **ancienne animatrice de vente** en pharmacie et institut
- ✓ **Jury professionnel** pour le Titre Professionnel de Formateur d'Adultes et BTS MECP et Professeur BTS MECP, CAP Esthétique et CQP Spa Manager.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

« Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation. »

PUBLIC CONCERNÉ

Créateur/ créatrice d'une marque de cosmétique naturelle et/ ou bio

PRÉREQUIS

être dans une démarche de création de produits cosmétiques dans le but de les commercialiser.



CONTENU DE LA FORMATION

JOUR 1 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

CREER UNE IDENTITE COMMERCIALE

- Déterminer la philosophie de sa marque
 1. identifier les valeurs
 2. identifier sa valeur ajoutée et son concept

Atelier : Mettre en place sa philosophie de marque

- L'importance du story telling

Atelier : mettre en place une communication écrite avec la méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir et Action)

- Communiquer sur son identité et ses projets

Atelier : créer son pitch commercial

- Mettre en place une stratégie marketing à son échelle

Atelier : créer un fil rouge de communication / animation par rapport à un marronnier marketing (des thématiques pour enrichir votre calendrier éditorial et votre production de contenus)

JOUR 2 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

COMPRENDRE ET CIBLER LES CANAUX DE DISTRIBUTION

- Les différents canaux de distribution des cosmétiques (instituts de beauté, spa, parapharmacie, magasin bio)
- Cibler et interpréter les divers concepts et prise en charge du client selon vos canaux de distributions identifiés



- Définition du client idéal

Atelier : créer son buyer persona (client idéal) par rapport aux canaux identifiés

- Créer son concept
 1. identité commerciale
 2. valeurs
 3. proposition client
 4. buyer persona

Atelier : reprise et amélioration du pitch de la veille

- Valoriser son expertise : **qu'est ce qui me différencie de la concurrence?**

JOUR 3 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

DEVELOPPER LES VENTES PAR UN ARGUMENTAIRE CIBLE

- Comprendre la différence entre un argumentaire, un objectif, un bénéfice client, la promesse client et un résultat

Atelier : construire un objectif, une promesse, un bénéfice et un résultat à partir d'un produit de votre création

- **Les argumentaires produits : théorie et atelier**

- Mettre en place une communication orientée "résultat"

Atelier : créer une communication ciblée à partir d'un produit de votre création

Pratique : Mise en situation

Identifier un canal de distribution, exposer son pitch commercial, argumenter 2 produits de votre création

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation vous serez capable de :

- Vous positionner dans l'environnement concurrentiel de la beauté, du bien-être et des cosmétiques.
- Vous démarquer par une identité commerciale en accord avec vos valeurs
- Vous différencier par des arguments ciblés

Objectifs pédagogiques :

- Cibler le positionnement de son activité et son identité commerciale
- Définir une stratégie commerciale en fonction de ses valeurs et ses objectifs
- Appréhender les canaux de distribution
- Cibler la clientèle idéale
- Mettre en place un pitch commercial percutant
- Mettre en place une communication orientée « résultat »

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Ateliers basés sur l'activité de l'apprenant
- Etude de cas concrets
- Partage et valorisation d'expériences
- **Pédagogie active** : les temps de mise en situation et d'exercices pratiques sont basés sur l'activité de l'apprenant ce qui le rend acteur de sa formation. L'accompagnement individuel pendant ces temps collectifs se font par la formatrice dans un climat de bienveillance.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation à l'oral en cours de formation pendant toute la formation.
- Questionnaire d'entrée et de fin d'évaluation professionnel

MOYENS TECHNIQUES

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Support de formation
- Exposés théoriques

TARIF

798 € HT - L'organisme de formation atteste être exonéré de TVA.

Un acompte de 30 % est demandé pour valider l'inscription et réserver sa place.

Financement personnel :

Possibilité de paiement en plusieurs fois ou

Remise de 10 % sur la facture si paiement en 1 fois