PROGRAMME DE FORMATION

Mettre en valeur et développer commercialement vos produits cosmétiques et vos prestations

DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

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

Nombre de stagiaires : 5 minimum et 8 maximum

Centre de formation Laboratoire 4E

264 avenue Sainte Catherine, 84140 Montfavet (Commune d'Avignon)

Lieu : En distanciel en présence du formateur

CONTACT / RENSEIGNEMENTS

Tel : 09 88 50 23 33 Email : laboratoire4e@gmail.com

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
Esthéticienne ou gérante/gérant d'un institut de beauté

PRÉREQUIS

Aucun

CONTENU DE LA FORMATION

JOUR 1 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

CREER UNE IDENTITE COMMERCIALE

- Déterminer la philosophie de sa marque ou de son institut

1. identifer les valeurs
2. identifier sa valeur ajoutée et son concept

Atelier : Mettre en place sa philosophie de marque ou de son institut

- L'importance du story telling

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

- Communiquer sur son identité

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 marronier marketing (des thématiques pour enrichir votre calendrier éditorial et votre production de contenus)
NB : Le calendrier reprend les offres à mettre en place en cours d'année.

JOUR 2 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

CIBLER SON CLIENT IDEAL ET SES ATTENTES

- Définition du client idéal

Atelier :
créer son buyer persona (client idéal) par rapport à son activité

1. Créer son concept
2. Identité commerciale
3. Valeurs
4. Proposition client
5. Buyer persona

Atelier : reprise et amélioration du pitch de la veille à visée BtB et BtC

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

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

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

JOUR 3 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

DEVELOPPER LES VENTES PAR UN ARGUMENTAIRE CIBLE

ATELIER 1 : comprendre et cibler les canaux de distribution de votre marque

- Les différents canaux de distribution pour votre marque (instituts de beauté, spa, parapharmacie, magasin bio...)
- Cibler et interpréter les attentes du client selon les canaux de distributions identifiés

· Pratique : Mise en situation

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

JOUR 3 : ALTERNANCE DE PRATIQUE ET THEORIE

DEVELOPPER LES VENTES PAR UN ARGUMENTAIRE CIBLE

ATELIER 2 : Valoriser son expertise en institut

- Se positionner en tant qu'expert(e) : qu'est ce qui me différencie de la concurrence ? Comment communiquer auprès de ma cible client ? La notion de valeur et de tarif.
- Mettre en place une communication orientée "expérience client "

Pratique : Mise en situation :

identifier une prestation ou un produit cosmétique et argumentez auprès de votre cliente idéale

ATELIER 3 : Instituts et marques

Atelier final : créer une communication ciblée/pitch à partir d'un produit de votre création / une prestation / une marque / votre institut

Le plus de la formation : entre artisans créateurs de marque et instituts, dans le but d'échanger pour valoriser votre activité

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
- Vous saurez valoriser votre expertise que ce soit en institut ou pour votre marque

Objectifs pédagogiques :

- Cibler le positionnement de son activité et son identité commerciale
- Définir une stratégie commerciale en fonction de ses valeurs et ses objectifs
- 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

- 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