



Le positionnement d'une entreprise



Daniel connaît ce dont il parle et nous donne de bons exemples, autant visuels qu'auditifs.

Julie, Bronzage J'adore (Terrebonne)



Description de l'atelier

Fixer ses prix de vente, définir son service à la clientèle, embaucher le bon personnel, acheter les bons produits, passer le balai et garder le sourire... Bref, gérer une entreprise n'est plus de tout repos.

Cet atelier permet au participant de s'arrêter, de se placer du point de vue du client et d'évaluer si l'image et le positionnement de son entreprise l'inciteraient à y entrer et à acheter. Tout en réfléchissant sur son positionnement, le participant effectue un diagnostic de certains aspects de la gestion de son entreprise afin d'en évaluer la cohérence.

Éléments de contenu

- Les enjeux face à la concurrence
- Les 4 principales composantes du positionnement pour le client
- Les yeux du client : les éléments clés
- L'importance de la cohérence

Approche pédagogique

À l'aide d'une présentation PowerPoint et d'exemples concrets du formateur, de discussions de groupe et d'exercices, le participant est amené à échanger avec les autres sur sa perception du positionnement et à personnaliser différentes approches pour distinguer son entreprise de ses concurrents. Un exercice en équipe résume les apprentissages sur le positionnement.

Participants

Toute personne qui désire en apprendre davantage sur l'importance du positionnement comme outil de développement d'une entreprise. Maximum 25 participants.

Durée

3 heures

Matériel fourni

Chaque participant reçoit un cahier du participant comprenant les éléments théoriques et les différents exercices.