



MC_031 – CONVAINCRE LES ACHETEURS – LA VENTE EN SALON ET A L'ATELIER

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Développer les bonnes attitudes pour mieux appréhender le client qu'il soit particulier, galériste, revendeur ou prescripteur,
- Evaluer les besoins et motivations de ses clients,
- Argumenter en s'adaptant à chaque situation,
- Conclure des ventes dans un climat positif et durable.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun – Formation destinée aux non-commerciaux.

Durée et lieu

Le parcours est d'une durée de 28 heures, soit 4 journées de 7 heures de formation.

Dates : Du 15 au 18 septembre 2020

Lieu de formation : 19 Côté Cour – 19 rue Marc Séguin – 75018 Paris

Horaires de formation : De 9h30 à 13h00 et de 14h00 à 17h30

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation animée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création et/ou Christel Valenza, consultante métiers d'art en marketing et communication.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Jeux de rôle filmés et débriefés au sein d'un stand reconstitué**
- Stage 100 % pratique**
- Vidéoprojecteur
- Support remis aux stagiaires

Contenu

Les fondamentaux de la vente (1^{er} jour)

Se mettre dans l'habit du vendeur sans perdre son âme

- La gestuelle,
- Le verbal,
- La tenue vestimentaire,

Asseoir le contact

- Aborder le client et créer un climat favorable,
- Situer son entreprise et son offre : la présentation flash,
- La règle des 5 fois 20,
- Jeux de rôle et débriefing.

Comprendre le client et ses besoins

- Lister les besoins,
- Decrypter les motivations,
- Identifier les freins,
- Rédiger un questionnaire type.
- Jeux de rôle et débriefing.

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



MC_031 – CONVAINCRE LES ACHETEURS – LA VENTE EN SALON ET A L'ATELIER

L'argumentation (2^{ème} jour)

Argumenter

- Lister les principaux arguments de ses produits et de son offre,
- Mettre en avant les avantages, les bénéfices et les preuves,
- Méthodes d'argumentations.

Traiter les objections

- Comprendre et analyser les objections,
- Les exploiter et les traiter,
- Jeux de rôle et débriefing.

La conclusion de la vente (3^{ème} jour)

Rempporter la vente

- Reformuler et rassurer,
- Techniques de conclusion,
- Jeux de rôle et débriefing.

Entretien de vente complet

- Jeux de rôle et débriefing.

Les plus (4^{ème} jour)

La vente additionnelle

- Comment vendre plusieurs pièces à un même client,
- Jeux de rôle et débriefing.

La gestion multi-clients

- La gestion de l'afflux de clients, la gestion des couples et ami(e)s,
- Jeux de rôle et débriefing.

Les jeux de rôle s'inscrivent en situation avec notamment la reconstitution d'un stand. Il est conseillé aux participants d'apporter leurs outils de vente (book, plaquette, tarifs) et leurs propres pièces en quantité suffisante pour faciliter la construction de leur argumentaire.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, évaluation par jeux de rôle.

Tarif

Les 4 journées, soit 28 heures de formation : 910 € / stagiaire, Minimum 8 participants – Maximum 10 participants.



GE_520 – VENDRE AU BON PRIX

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mieux gérer son temps et rationaliser son activité pour gagner en productivité,
- Evaluer le prix de revient de ses produits ou prestations,
- Fixer son prix de vente (professionnel, grand public) en fonction de son positionnement et des réseaux de distribution utilisés pour rencontrer sa clientèle,
- Présenter son tarif.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de 7 heures

Séances :

1	22/09/2020	09h00-12h30	3	24/09/2020	13h30-17h00
2	23/09/2020	09h00-12h30	4	25/09/2020	09h00-12h30

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Echanges d'expériences
- Ateliers personnalisés et cas pratiques (plus de 40 % du temps de formation) Gérés et réalisés depuis le Drive**
- Paper-board partagé
- Diaporama partagé
- Support Powerpoint en téléchargement
- Autodiagnostic et outils d'organisation en téléchargement

Contenu

Séance 1

Le calcul du coût de revient et l'organisation de l'activité

- La répartition du temps de travail – comment optimiser son temps ?
 - o La relation au temps,
 - o Identifier les mangeurs de temps,
 - o Appliquer les 4 règles d'or : Planifier, s'organiser, déléguer, contrôler,
 - o Maîtriser les outils de pilotage : gestion de la production, gestion commerciale, administrative et financière.

Séance 2

- Le calcul du taux horaire
 - o Les charges de structure, le plan de charges annuel,
 - o L'évaluation des temps productifs,
 - o Calculer son taux horaire.

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



GE_520 – VENDRE AU BON PRIX

- Le coût de revient par produit
 - o Les coûts matières : l'évaluation par pièce – la gestion des achats,
 - o L'évaluation du temps de production par pièce,
 - o Exemples et calcul du coût de revient d'un produit type.

Séance 3

Fixer le prix de vente de son produit

- Le prix marché, benchmarking,
- L'impact du réseau de distribution : prix atelier, prix prescripteur, prix revendeur, prix grand public, prix export,
- L'impact de la TVA,
- Le positionnement et l'ajustement par la valorisation du produit et l'ajustement de la politique de prix.

Séance 4

La présentation du tarif

- Le minimum de commande,
- L'impact des frais de port (facturation au réel – facturation au forfait – franco de port),
- La validité des prix,
- La négociation des prix et les remises.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques, quizz, remise d'une attestation de formation

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



MC_021 – COMMENT REUSSIR UNE BOUTIQUE COLLECTIVE

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Déterminer le format adéquat,
- Définir le fonctionnement d'une boutique sur le plan organisationnel, financier et commercial,
- Coordonner les opérations,
- Evaluer l'expérience.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun.

Durée et lieu

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de 7 heures

Séances :

1	28/09/2020	09h00-12h30	3	02/10/2020	09h00-12h30
2	28/09/2020	13h30-17h00	4	02/10/2020	13h30-17h00

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Formation assurée par Corinne Breton, fabricant de luminaires et objets de décoration, elle a mis en place et gère depuis 12 ans le concept d'Echoppe Ephémère.

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Echanges d'expériences
- Ateliers personnalisés et cas pratiques (plus de 40 % du temps de formation) Gérés et réalisés depuis le Drive**
- Paper-board partagé
- Diaporama partagé
- Support Powerpoint en téléchargement
- Boîte à outils en téléchargement

Contenu

Séance 1 – Le format du projet

- Le statut et les démarches associées,
- Le lieu : de l'emplacement à la négociation du bail,
- La période, la durée, les horaires,
- Les participants : combien, quel rôle,
- La vision collective.

Séance 2 – La préparation du projet

- Les éléments du budget prévisionnel,
- Le règlement interne, le contrat de dépôt, la communication interne,
- Dossiers de candidature et comité de sélection,
- Les outils de communication,
- L'aménagement et le plan d'implantation,
- Les animations,
- Le respect des contraintes réglementaires des ERP,
- Les éléments comptables et bancaires,
- L'organisation des permanences – le planning.

- o **Atelier pratique**

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



MC_021 – COMMENT REUSSIR UNE BOUTIQUE COLLECTIVE

Séance 3 – Le fonctionnement

- Agencement permanent du lieu et des vitrines,
- Le briefing initial,
- Les dépôts et les réassorts,
- L'accueil client,
- La mise en œuvre des animations programmées et la communication journalière,
- Le reporting journalier et la transmission d'information,
- La gestion des incidents,
- Le suivi comptable,
- L'analyse hebdomadaire pour optimiser le fonctionnement de la boutique.

- o **Atelier pratique**

Séance 4 – Le bilan

- Rendre un lieu,
- La clôture des comptes,
- L'enquête de satisfaction,
- Points forts et points moins forts, les erreurs à ne pas reproduire, les améliorations à apporter,
- Le compte-rendu complet.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratique, remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire, minimum 6 participants – maximum 12 participants.



MC_050 – MONTER UN DOSSIER POUR UN CONCOURS OU UN SALON

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Présenter sa démarche artistique,
- Construire son CV,
- Mettre en page un document dans le respect d'une charte graphique,
- Concevoir et envoyer son dossier.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Avoir des connaissances basiques des outils de bureautique (prendre contact avec l'organisme de formation en cas de doute).

Durée

L'action de formation est d'une durée de 21 heures, soit 3 journées de 7 heures.

Séances :

1	29/09/2020	09h00-12h30	4	06/10/2020	13h30-17h00
2	29/09/2020	13h30-17h00	5	13/10/2020	09h00-12h30
3	06/10/2020	09h00-12h30	6	13/10/2020	13h30-17h00

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Christel Valenza, consultante métiers d'art en marketing et communication.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Partage du groupe, brainstorming, mind mapping
- Cas pratiques
- Illustrations grâce à des cas concrets
- Paper-board et supports partagés
- Support Powerpoint en téléchargement
- Les stagiaires doivent se munir d'un ordinateur portable, disposer de la suite Microsoft, OpenOffice ou Libre Office et d'un surligneur

Contenu

Présenter sa démarche artistique

- Définition,
- Pourquoi une démarche artistique ?
- Comment utiliser la démarche artistique ?
- Rédaction,
- Techniques simples,
- Mots ou expressions à éviter,
- Exercices de simplification de l'écriture.

Construire son CV

- Objectifs,
- Contenu,
- Méthodologie,
- La forme (titre, slogans commerciaux, format, cohérence...).
- Les pièges à éviter.

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



MC_050 – MONTER UN DOSSIER POUR UN CONCOURS OU UN SALON

La notice biographique

- Règles de rédaction,
- Exercice pratique.

Les règles de présentation d'un document

- Identité visuelle,
- Les règles de la mise en page (règles de base, typographie, couleurs, photos, illustration, cohérence...),
- Exercices pratiques : réalisation du CV et de la démarche artistique sous un logiciel libre de droit.

Conception et envoi du dossier par voie numérique

- Enregistrement au format pdf,
- Utilisation de service en ligne gratuit pour envoyer des fichiers volumineux. Wetransfer (cf. mode opératoire).



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, cas pratiques.

Tarif

Le module, soit 21 heures de formation : 630 € / stagiaire, Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



Objectif

Public et pré-requis

Durée et lieu

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Contenu

MC_011 – DEFINIR ET METTRE EN PLACE SA STRATEGIE MARKETING & COMMERCIALE POUR DEVELOPPER SON ACTIVITE ARTISTIQUE OU ARTISANALE

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Proposer des créations pour ses cibles de clients,
- Positionner son produit, son œuvre,
- Définir ses cibles et les approcher,
- Concevoir des outils de communication adaptés à ses cibles,
- Faire vivre son activité sur le net,
- Développer une stratégie d'entreprise en cohérence avec sa démarche artistique.

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun.

Le parcours est d'une durée de 42 heures de formation, soit 1 journée de 7 heures et 10 demi-journées de 3,5 heures

Séances :

1	01/10/2020	09h00-12h30	7	19/10/2020	13h30-17h00
2	01/10/2020	13h30-17h00	8	22/10/2020	13h30-17h00
3	05/10/2020	09h00-12h30	9	26/10/2020	13h30-17h00
4	08/10/2020	09h00-12h30	10	29/10/2020	13h30-17h00
5	12/10/2020	09h00-12h30	11	02/11/2020	13h30-17h00
6	15/10/2020	13h30-17h00	12	05/11/2020	13h30-17h00

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Formations assurées par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création et Christel Valenza, consultante métiers d'art en marketing et communication.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
 - Apports fondamentaux
 - Echanges d'expériences
 - Ateliers personnalisés et cas pratiques (plus de 40 % du temps de formation)**
 - Paper-board partagé
 - Diaporama partagé
 - Support Powerpoint en téléchargement
 - Boîte à outils en téléchargement
- Gérés et réalisés depuis le Drive**

Module 1 – La stratégie marketing et l'offre produit

Séance 1 – Quel est mon projet ?

Qu'est-ce qu'une stratégie marketing ?

- Les 4 P,
- La cohérence d'un projet.

Séance 2 - Analyser et valider son offre

- o Mon profil type de client : qui est mon client, comment et pourquoi achète-t-il mon produit et à quel prix ?
- o Les tendances du marché, évaluer la concurrence,
- o Structurer son offre et mettre en place des collections ou des lignes de produits,
- o Valoriser ses créations (packaging, certificat d'authenticité, étiquettes, protéger son produit, sa marque...).

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



MC_011 – DEFINIR ET METTRE EN PLACE SA STRATEGIE MARKETING & COMMERCIALE POUR DEVELOPPER SON ACTIVITE ARTISTIQUE OU ARTISANALE

Module 2 – Positionner son prix le marché

Séance 3 - Benchmarking

- Qui sont mes concurrents ?
- Comment faire un relevé de prix ?
- L'analyse du benchmarking,
- Le prix de vente idéal.

Séance 4 - Du prix de vente au coût de revient

- L'impact des réseaux de distribution, les marges des intermédiaires,
- Prix de vente public, prix de vente professionnel,
- La marge et la notion de coût de revient.

Module 3 – Définir ses réseaux de diffusion

Séance 5 - Panorama des réseaux de vente

- Les différents réseaux de vente,
- Les manifestations commerciales,
- Les intermédiaires et apporteurs d'affaires.

Séance 6 - Actions commerciales à mettre en place

- Le ciblage géographique : local, national, européen, international,
- Le fichier prospect et la prospection commerciale,
- Planifier ses actions commerciales (prospection directe, salons, expositions...).

Module 4 – La communication : quel message, quels outils

Séance 7 - La charte graphique

- Objectifs
- Règles de base
- Brand board

Séance 8 - Les outils de communication papier

- La carte de visite
- La plaquette
- Le flyer

Séance 9

- Le catalogue
- Le book

Séance 10 - La communication digitale

- Le site Internet
- Les réseaux sociaux

Séance 11 - La presse

- Le communiqué de presse
- Le dossier de presse
- Toucher et convaincre les journalistes

Séance 12 - Synthèse du parcours

- Quelle est ma stratégie ?
- Quelles actions mettre en place à l'issue de la formation pour développer mon activité commerciale ?

Suivi et évaluation

Rédaction de fiche objectifs, cahier des charges, plan d'actions et feuille de route. Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Les 4 modules, soit 42 heures de formation : 1 260 € / stagiaire, minimum 6 participants – maximum 10 participants.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



EX_420 – DESTINATION EXPORT : COMMENT PARTIR A L'INTERNATIONAL ?

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les enjeux de l'export pour mieux se structurer,
- Cibler et étudier son ou ses marché(s),
- Construire une stratégie marketing à l'international,
- Planifier et budgéter ses actions commerciales.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun

Durée et lieu

L'action de formation est d'une durée de 7 heures, soit 1 journée de formation.

Dates : 16/10/2020

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séances de formation collective en visio
- Paper-board et écran partagés
- Apports fondamentaux
- Support Powerpoint en téléchargement
- Ateliers personnalisés et cas pratiques (plus de 40 % du temps de formation)**

Contenu

Diagnostiquer sa capacité à exporter

- Pourquoi exporter ?
- Identifier ses forces et ses faiblesses pour aborder l'export,
- Réalisation d'un auto-diagnostic export.

Cibler et étudier son marché

- Critères et méthodologie,
- La recherche de l'information,
- Les principaux marchés porteurs du secteur,
- Construction d'une matrice de sélection de marché.

Mettre en place une stratégie marketing export

- Adapter et valoriser ses produits / ses œuvres,
- Se positionner,
- Cibler sa clientèle,
- Communiquer,
- Mise à plat des premières pistes de stratégie à mettre en place.

Planifier ses actions commerciales

- Identifier ses prospects,
- Monter des missions commerciales,

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



EX_420 – DESTINATION EXPORT : COMMENT PARTIR A L'INTERNATIONAL ?

- Le cas particulier des salons à l'étranger : organisation commerciale, logistique et douanière
- Planifier et budgéter ses actions,
- Elaboration de son plan d'action export.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, quizz.

Tarif

Le module, soit 7 heures de formation : 210 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



EX_430 – GERER SES COMMANDES A L'EXPORT

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Rédiger une offre export vendeuse et sécurisante : la pro-forma et les CGV export,
- Organiser ses expéditions,
- Rédiger ses documents export : facture, liste de colisage, certificats d'origine...
- Comprendre les contraintes douanières.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun

Durée et lieu

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de formation.

Dates : 20 et 23 octobre 2020

Lieu de formation : Visioconférence – Solution Zoom

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formations assurées par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séances de formation collective en visioconférence
- Apports fondamentaux
- Ateliers personnalisés et cas pratiques (plus de 40 % du temps de formation)**
- Paper-board et support Powerpoint partagé
- Support de formation et outil Excel en téléchargement

Contenu

Séance 1 – 1^{er} jour matin

Maîtriser le langage export – rédiger son offre export

- Le contenu de l'offre :
 - o Volet produit / savoir-faire : Nomenclature de douane et origine des produits,
 - o Volet financier : Prix export, conditions de paiement à l'international et choix de la devise,

Séance 2 – 1^{er} jour après-midi

- o Volet logistique : Incoterms, modes de transport et emballage, la demande de cotation,
 - o Volet juridique : Les conditions générales de vente export,
-
- La forme de l'offre :
 - o Le devis,
 - o La pro-forma export,
 - o Prise en main de l'outil Excel, construction de sa propre matrice de pro-forma et mise en place d'une politique interne de conditions de vente.

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



EX_430 – GERER SES COMMANDES A L'EXPORT

Séance 3 – 2^{ème} jour matin

Gestion de la commande export

- Process Export
 - o La fiche client,
 - o La fiche de suivi de commande,
 - o Le contrôle de la commande,
 - o L'obtention du numéro EORI,

- La rédaction des documents export
 - o La facture export,
 - o La liste de colisage,
 - o Les documents liés à l'origine.

Séance 4 – 2^{ème} jour après-midi

- L'organisation de l'acheminement
 - o Les instructions d'expédition,
 - o Les relations avec le transporteur,
 - o Les documents liés : documents de transport, documents de douane,

- Le cas particulier des expéditions postales

- La déclaration d'échanges de biens



La certification qualité a été
délivrée au titre de la catégorie :
Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques et QCM
Remise d'une attestation de formation

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 8 participants.



GE_510 – MICRO ENTREPRISE : MON REGIME EST-IL UN FREIN A MA RENTABILITE ?

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Sécuriser et optimiser la mise en pratique du régime micro entreprise,
- Comparer le régime avec d'autres statuts,
- Se préparer à la sortie (dépassement des seuils ou décidée) du régime micro entreprise, grâce à une prise de connaissance des régimes réels d'imposition et à l'établissement de prévisions.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de formation.

Dates : 19 et 26 octobre 2020

Lieu de formation : En visioconférence par Zoom

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement

Formation assurée par Marion Hovart, accompagnatrice en montage de projet, elle forme et conseille dans les domaines juridiques, fiscaux, sociaux et de la gestion financière.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Echanges d'expériences
- Utilisation de simulateurs en ligne
- Paper-board et écran partagés
- Support de formation en téléchargement
- Les stagiaires doivent disposer lors de la formation d'un tableur (Microsoft Excel ou Libre Office) et du montant de leurs charges d'exploitation

Contenu

Micro-entreprise : caractéristiques, fonctionnement et optimisations

- Une micro-entreprise, c'est quoi ? Décryptage...
 - o Champ d'application et conditions
 - o Statut juridique : entreprise individuelle et EIRL
 - o Régimes fiscaux : micro-entreprise et franchise en base de TVA
 - o Régime microsociale : cotisations sociales et couverture sociale
 - o Impôt sur le revenu : prélèvement à la source et option pour le prélèvement libératoire
 - o Autres taxes (dont CFE)
- Ma micro-entreprise au quotidien
 - o Les obligations comptables (livres des achats et des recettes, ...)
 - o Devis, factures : quand en réaliser ? quelles mentions y faire apparaître ?
 - o Mes documents commerciaux
- Spécificités du régime micro-BNC de la Maison des Artistes
- Conclusion
 - o Montant des charges au-delà duquel le régime micro n'est pas intéressant ?
 - o Faut-il retenir l'option Versement Libératoire de l'impôt sur le revenu ?
 - o Réflexions sur quelques optimisations : frais de débours, gestion des achats.



GE_510 – MICRO ENTREPRISE : MON REGIME EST-IL UN FREIN A MA RENTABILITE ?

A part la micro-entreprise, quelles sont les possibilités ?

Pour chaque item, les avantages et inconvénients par rapport à la micro-entreprise seront approfondis.

- Statut juridique : les sociétés, notamment SARL
- Choix fiscaux
 - o Régime d'imposition : le réel normal
 - o Régime de TVA : l'assujettissement à la TVA (exemple de déclarations, conséquences sur mon prix de vente)
 - o Impôt sur le revenu et Impôt sur les sociétés
- Régime social : calcul et mode de paiement "classique" des cotisations sociales
- Spécificités du régime de la déclaration contrôlée de la Maison des Artistes
- Conclusion
 - o Quelles sont les combinaisons possibles juridique / fiscal / social ?
 - o Quels sont les critères qui vont me guider vers un choix plutôt qu'un autre ?

Et pour moi, quel statut semble le plus adapté à ma situation ?

Mise en perspective, sur la base d'un simulateur, des statuts les plus avantageux pour chaque stagiaire.

Mettre en place des outils de suivi et de prévision de mon activité : un impératif quel que soit mon statut !

- Différence entre gestion et comptabilité
- Trésorerie ? Résultat ? Quelles informations cela me donne ?
- Mettre en place un plan de trésorerie
- Etablir un budget prévisionnel



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, cas pratiques et QCM.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire, Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



Objectif

WE_222 – E-COMMERCE : DEVELOPPER SES VENTES ET SE CONFORMER A LA LEGISLATION

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Adapter le contenu de son site marchand pour optimiser l'expérience client,
- Répondre à la législation de la vente à distance,
- Mettre en place une politique commerciale dynamique,
- Générer du trafic via le web marketing.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art.

Pré-requis : Avoir un ordinateur, un micro et une webcam.

Durée et lieu

L'action de formation est d'une durée de 7 heures, soit 1 journée de formation.

Dates : 27/10/2020

Lieu de formation : Visioconférence via Zoom.

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation animée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Echanges d'expériences
- Ateliers personnalisés et cas pratiques Gérés et réalisés depuis le Drive**
- Paper-board partagé
- Diaporama partagé
- Support Powerpoint en téléchargement
- Boîte à outils en téléchargement

Contenu

Matin

Les contenus du site marchand : les bonnes pratiques

- Les textes, les témoignages, comment raconter une histoire,
- Les pages produits,
- Les médias,
- L'arborescence du site, la navigation, la vitesse de chargement.

- **Atelier : commentaires de sites de vente en ligne, analyse des bonnes pratiques.**

La législation sur la vente à distance

- Les mentions légales,
- L'impact des RGPD,
- Les conditions générales de vente, focus sur la livraison, le paiement, la médiation,
- Le processus de gestion des commandes,

- **Atelier : construire sa feuille de route pour se mettre aux normes.**

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



WE_222 – E-COMMERCE : DEVELOPPER SES VENTES ET SE CONFORMER A LA LEGISLATION

Après-midi

Booster les ventes

- Un support client efficace,
- E-mailing,
- Opérations marketing,
- Partenariats,
- Réseaux sociaux.

Développer ses ventes grâce aux marketplaces

- Quelles marketplaces cibler ?
- Comment mettre ses produits en avant ?
- Lier son propre site aux marketplaces.

o **Atelier :**

- **Définir une politique commerciale,**
- **Elaborer un tableau de bord des opérations de web marketing à mener.**



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, étude de cas par atelier.

Tarif

Le module, soit 7 heures de formation : 210 € / stagiaire, Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



MC_028 – EXPOSER A MAISON & OBJET : LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mettre en place une méthodologie adaptée pour préparer un salon professionnel,
- Se doter d'outils de vente et de communication,
- Gérer la relation commerciale pendant et après le salon.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Avoir un ordinateur, un micro et une webcam.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 7 heures, soit une journée de formation.

Dates : 03/11/2020

Lieu de formation : Visioconférence via Zoom.

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Séance de formation en visio | <input type="checkbox"/> Paper-board partagé |
| <input type="checkbox"/> Apports fondamentaux | <input type="checkbox"/> Diaporama partagé |
| <input type="checkbox"/> Echanges d'expériences | <input type="checkbox"/> Diaporamas de stands |
| <input type="checkbox"/> Ateliers personnalisés et cas pratiques | <input type="checkbox"/> Support Powerpoint en téléchargement |
| Gérés et réalisés depuis le Drive | <input type="checkbox"/> Outil Excel en téléchargement |

Contenu

Matin

Préparer sa participation

- Présentation du salon Maison & Objet et de l'espace Craft,
- Choisir son emplacement,
- Agencer son stand : superficie, mobilier de présentation, enseigne...
- Quels produits exposer ?
- Organiser la logistique,
- Définir son budget,
- Elaborer son rétroplanning,
 - o **Atelier : croquis rapide du stand et construction d'une check-list**

Après-midi

Elaborer et utiliser ses outils commerciaux et outils de vente

- Invitations et outils de promotion,
- La carte de visite,
- Le catalogue ou la brochure,
- Le carnet de commande,
- Les fiches contacts.
 - o **Atelier : rédaction d'un texte court de présentation**

DUBUISSON
EXPORT

32 bis rue des Lyonnais

75005 Paris – France

Tél + 33 (0)1 43 31 64 92

E-mail : contact@dubuisson-export.fr

www.myboutiqueconseil.com

Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



MC_028 – EXPOSER A MAISON & OBJET : LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

Gérer la relation commerciale

- Pendant le salon : la relation commerciale avec les professionnels,
- Après le salon : le suivi des contacts,
- Le bilan et l'analyse des résultats.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, évaluation des ateliers.

Tarif

Le module, soit 7 heures de formation : 210 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 8 participants.



WE_210 – DEBUTER SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET CREER SA PAGE FACEBOOK

Objectif

Avec plus de 40 millions d'utilisateurs quotidiens en France, les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs de communication incontournables, en BtoC comme en BtoB. La compréhension du web social et la maîtrise du fonctionnement des différents outils est aujourd'hui un enjeu clé du développement d'une activité sur le web.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les enjeux fondamentaux de la communication sur les réseaux sociaux,
- Préparer son engagement sur un ou plusieurs réseaux sociaux,
- Créer sa page Facebook,
- Analyser ses résultats,
- Lancer une campagne publicitaire.

Public et pré-requis

Public : Chefs d'entreprises, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Disposer d'un ordinateur, d'un micro et d'une webcam.

Niveau : Débutant.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de 7 heures de formation.

Dates : 4 & 5 novembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence via Zoom.

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement

Formation assurée par Olivier Barbin, fondateur de l'agence Superfull, expert en brand content, social media, influence, pour de grandes entreprises comme EDF, Crédit Agricole, Evian ou Oxybul et pour des PME et TPE.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Ecran partagé
- Echanges d'expériences
- Supports en téléchargement
- Stage 50 % pratique**

Contenu

Jour 1 - Matin

- **Découvrir et comprendre le web social**
 - o Historique du web 2.0, appartenance et usages,
 - o Communication verticale vs horizontale : un changement clé de paradigme,
 - o Comprendre les notions fondamentales : capital social, zone d'écoute, engagement,
- **Choisir son réseau social**
 - o Présentation des différents réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter,
 - o Les fonctionnalités clés de chaque réseau,



WE_210 – DEBUTER SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET CREER SA PAGE FACEBOOK

- Analyse des avantages, inconvénients, contraintes au regard de vos objectifs,
- Différences entre réseau social personnel et professionnel,

Atelier : Définir son objectif et identifier son ou ses réseaux sociaux

Jour 1 - Après-midi

- **Analyse de cas pratiques**
 - Analyse d'un compte Facebook : positionnement, ligné éditoriale, forces et faiblesses,
 - Analyse d'un compte Instagram : positionnement, ligné éditoriale, forces et faiblesses,
 - Analyse d'un compte Pinterest : positionnement, ligné éditoriale, forces et faiblesses,
- **Votre positionnement global**
 - Définir mon objectif,
 - Identifier mon réseau social,
- **Quizz de connaissances sur les réseaux sociaux**
 - Evaluation des connaissances,
 - Partage d'expériences,
 - Analyse de situations.

Jour 2 - Matin

- **Comprendre Facebook**
 - Distinguer profil personnel, page professionnelle, groupe,
 - Comprendre le fonctionnement général d'une page,
 - Comprendre le fonctionnement du flux d'actualités,
 - Distinguer post naturel et post sponsorisé,
- **Ouvrir son compte Facebook**
 - Processus de création de page : nom, photos de profil, couverture...
 - Rédaction des éléments de présentation,
 - Paramétrages de la page,
 - Tour d'horizon des fonctionnalités,

Jour 2 - Après-midi

- **Publier sur Facebook**
 - Publier un post photo,
 - Publier un post vidéo,
 - Publier un sondage,
 - Publier une offre commerciale,
 - Programmer ses publications en utilisant creator studio,
- **Modérer sa page Facebook**
 - Lire et modérer les commentaires,
 - Lire et répondre aux messages privés,
- **Analyser les résultats**
 - Comprendre les indicateurs de résultats,
 - Analyser les résultats d'un post,
 - Analyser les résultats globaux de votre page,



WE_210 – DEBUTER SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET CREER SA PAGE FACEBOOK

- **Lancer une campagne publicitaire sur Facebook**
 - o Comprendre les objectifs de campagne,
 - o Comprendre les dispositifs de ciblage : sociodémographiques, personnalisés, lookalike,
 - o Préparer et enregistrer vos ciblages,
 - o Définir un budget,
 - o Créer le message publicitaire,
 - o Analyser les résultats.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratique, quizz,
Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



MC_071 – REUSSIR SES PHOTOS POUR MIEUX COMMUNIQUER (Spécial Objets)

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Photographier ses créations pour les mettre en valeur, mieux communiquer et mieux vendre,
- Photographier un objet avec du matériel photo « ordinaire »,
- Comprendre et maîtriser l'importance de la lumière en photographie,
- Réaliser rapidement des photos d'une série d'objets,
- Créer un espace photo pour obtenir un rendu régulier et professionnel à moindre frais.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Avoir un appareil photo numérique (idéalement un reflex ou hybride Numérique ou un smartphone haut de gamme).

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit deux journées de formation.

Dates : 9 & 12 novembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Olivier Germain, photographe, vidéaste et créateur du Studio Reflexhaut.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Ateliers pratiques et travail sur les prises de vue des stagiaires.
- Support partagé en ligne
- Les stagiaires réalisent entre les deux journées, une série de prises de vue.

Contenu

Jour 1 - matin

Photographie numérique : L'importance de vos photos, les bases théoriques

- Les enjeux de la photographie d'objet,
- Les outils de communication moderne, les réseaux sociaux. Notion de droit sur les images,
- Exploitation, diffusion des images,
- Faire des belles photographies quand on n'est pas « photographe »,
- Les différents types d'appareil,
- Choisir son mode de prise de vue,
- Les bases pour comprendre et obtenir un rendu de qualité :
 - o Température de couleur,
 - o Balance des blancs,
 - o Profondeur de champs, netteté et mise au point,
 - o La meilleur qualité de vos images, les ISO !
 - o La lumière : Lumière du jour, lumière artificielle,
 - o Les fonds,
 - o La stabilité (objets et appareil),
 - o Les problématiques de brillance, reflet et les rendus de texture,
- La résolution, la définition, les usages,



MC_071 – REUSSIR SES PHOTOS POUR MIEUX COMMUNIQUER (Spécial Objets)

Jour 1 – après-midi

La pratique – Etude de cas – Consigne pour les ateliers

- Mise en pratique et démonstration par l'étude de cas,
 - La tente photographique,
 - Créer un coin photo dans son atelier (Montage d'un mini coin photo pour moins de 100€, voir beaucoup moins !)
 - Comment réaliser rapidement et régulièrement des photographies sur fond uni,
 - Contraintes et solutions de prise de vue en fonction des éléments des stagiaires,
-
- Ateliers à réaliser entre les deux sessions par le stagiaire :
 - o Réalisation de quelques prises de vue,
 - o Photographier un tableau / une toile,
 - o Photographier un objet avec des reflets ou des transparences,
 - o Photographier une série d'objet (Packshot),

Jour 2 – matin

La mise en pratique

- Ateliers photographiques – Mise en œuvre pratique et prises de vue :
 - o Analyse des images réalisées,
 - o Lire et récupérer les photos en ligne,
 - o Comprendre et trouver des solutions aux problématiques spécifiques à chacun,

Jour 2 – après-midi

- Optimiser et améliorer ses photos :
 - o Transférer, gérer et sauvegarder ses photos,
 - o Optimisation des photos en fonction des usages,
 - o Utilisation du logiciel XnViex MP et de photofiltre 7.
- Débriefing / Questions - Réponses aux stagiaires



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques, QCM
Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



MC_073 – PRODUIRE DES VIDEOS EFFICACES POUR LE WEB

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre l'intérêt de la communication par la vidéo sur le Web,
- Maitriser les bases d'une bonne vidéo : qualité de l'image, importance du son, possibilités du montage vidéo,
- Choisir le matériel à utiliser en fonction de l'objectif de communication et du budget,
- Etre efficace dans la réalisation vidéo, de la mini séquence au film promotionnel.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Etre à l'aise avec l'outil informatique, avoir un smartphone ou une tablette récents, une caméra, un caméscope récents ou un appareil photo avec fonction vidéo HD ou 4K.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 21 heures, soit 3 journées de formation.

Dates : 16, 17 & 25 novembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence – solution Zoom

Horaires de formation : De 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Olivier Germain, photographe, vidéaste et créateur du Studio Reflexhaut.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visioconférence
- Diaporama, support de cours partagés
- Apports fondamentaux
- Supports en téléchargement
- Les stagiaires disposent d'un appareil pour filmer et un ordinateur portable (configuration minimum : 2GHz, RAM 4Go, idéalement 8Go)

Contenu

Jour 1

Avant la pratique, un peu de théorie pour comprendre l'évolution et les enjeux de la vidéo

- Présentation,
- Le Web et les Réseaux Sociaux. La vidéo, outil de communication banal !
- Les spécificités et contraintes des vidéos pour le Web,
- Les bases d'une vidéo de qualité,
- Les règles et les droits de diffusion (droits à l'image, droits d'auteur),
- Les musiques libres de droits et les banques musicales,
- Préparer un storyboard, un script, raconter une histoire.

La pratique – On film quoi, et avec quoi ?

- Quel matériel pour filmer ? Avantages et inconvénients, à chaque matériel son usage et ses possibilités !
- Scénario et storyboard :
 - o Communiquer à travers une vidéo web, une histoire courte,
 - o Cible et objectifs de notre vidéo,
 - o Le message à faire passer,
 - o Mise en scène et images clés,
- On film comment ?
 - o Les règles de base d'un tournage,



MC_073 – PRODUIRE DES VIDEOS EFFICACES POUR LE WEB

- o Les contraintes de diffusion web (format horizontal, vertical, carré, ...),
- La mise en pratique pour comprendre et se faire la main,
 - o Atelier : Réalisation d'image par les stagiaires sur un scénario préétabli (à faire entre les deux jours de formation).

Jour 2

La pratique – Le montage vidéo

- Importer, transférer les images, les rushes vidéos,
- Les outils de montage,
- Une solution de montage, un logiciel accessible,

La pratique – Transférer, héberger et diffuser

- Internet :
 - o Une vidéo sur votre site, sur votre blog,
 - o Sur une plateforme vidéo Youtube, Vimeo, Dailymotion ...
 - o Créer une chaîne Youtube ?
 - o Facebook, Instagram, Twitter ...
 - o Votre vidéo sur le « Cloud » pour l'envoyer par mail à vos clients, prospects ...
- Vos vidéos hors usages Internet :
 - o Salons, expositions,
 - o Dans vos locaux.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, travaux pratiques, QCM.

Tarif

Le module, soit 21 heures de formation : 630 € / stagiaire, Minimum 6 participants – Maximum 8 participants.



MC_032 – CONVAINCRE LES ACHETEURS – DEMARCHER SES CLIENTS

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Prendre efficacement ses rendez-vous commerciaux par téléphone,
- Développer les bonnes attitudes pour mieux appréhender le client qu'il soit particulier, galériste, revendeur ou prescripteur,
- Evaluer les besoins et motivations de ses clients,
- Argumenter en s'adaptant à chaque situation,
- Conclure des ventes dans un climat positif et durable.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun – Formation destinée aux non-commerciaux.

Durée et lieu

Le parcours est d'une durée de 28 heures, soit 4 journées de 7 heures de formation.

Dates : Du 17 au 20 novembre 2020

Lieu de formation : 19 Côté Cour – 19 rue Marc Séguin – 75018 Paris

Horaires de formation : De 9h30 à 13h00 et de 14h00 à 17h30

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation animée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Jeux de rôle filmés et débriefés : prise de rendez-vous par téléphone, entretien en face à face
- Vidéoprojecteur
- Support remis aux stagiaires
- Tests et questionnaires
- Ateliers : 60 % du temps

Contenu

Les fondamentaux de la vente (1^{er} jour)

Se mettre dans l'habit du vendeur sans perdre son âme

- La gestuelle,
- Le verbal,
- La tenue vestimentaire,

Bien se connaître pour mieux vendre

- Quel est mon type spontané de négociateur ?
- Quel est mon socio-style ?
- Comment négocier avec les 4 différents types de socio-style ?

Atelier : Diagnostic et travaux de groupe

Préparer la relation client

- Identifier sa cible et construire son fichier,
- Quelles informations dois-je obtenir de mon client? Que dois-je savoir avant l'entretien ?
- La présentation flash,
- L'argumentaire Entreprise / Savoir-faire / Produit.

Atelier : Présentation flash



MC_032 – CONVAINCRE LES ACHETEURS – DEMARCHER SES CLIENTS

La prise de rendez-vous par téléphone (2^{ème} jour)

Savoir téléphoner

- La gestuelle,
- La voix,
- Les mots.

S'organiser

- Timing,
- Espace de travail,
- Prise de notes.

L'entretien téléphonique

- Se présenter et identifier son interlocuteur,
- Annoncer l'objectif de l'appel et argumenter,
- Répondre aux objections et conclure.

Atelier : Jeux de rôle filmés et débriefing.

L'entretien de face à face (3^{ème} jour)

Asseoir le contact

- Créer un climat favorable,
- Situer son entreprise et son offre,

Comprendre le client et ses besoins

- Rédiger un questionnaire type,
- Définir le socio-type du client, decrypter les motivations et identifier les freins,

Argumenter

- Choisir les arguments,
- Mettre en avant les avantages, les bénéfices et les preuves,

Traiter les objections

- Comprendre et analyser les objections,
- Les exploiter et les traiter,

Rempporter la vente

- Reformuler et rassurer,
- Techniques de conclusion.

Atelier : Jeux de rôle filmés et débriefing.

La relation client dans la durée (4^{ème} jour)

La relance commerciale

- Le choix du support : téléphone, mail, courrier...
- Le contenu du message,

Atelier : Rédaction d'un mail de relance commerciale

Atelier : Jeux de rôle filmés d'une relance par téléphone.



MC_032 – CONVAINCRE LES ACHETEURS – DEMARCHER SES CLIENTS

Une relation dans la durée

- Les visites client,
- Les newsletters,

L'organisation commerciale

- Qu'est-ce que la GRC - Gestion de la relation client ?
- Les logiciels de GRC – panorama,
- L'utilisation du logiciel pour une meilleure relation client.

Atelier : Manipulation de logiciels.

Les jeux de rôle s'inscrivent en situation. Il est conseillé aux participants d'apporter leurs outils de vente (book, plaquette, tarifs) et leurs propres pièces / échantillons.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, évaluation par jeux de rôle.

Tarif

Les 4 journées, soit 21 heures de formation : 910 € / stagiaire,
Minimum 8 participants – Maximum 10 participants.



MC_012 – VALORISER SON PRODUIT PAR LE PACKAGING ET LE STORYTELLING

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Analyser les bonnes pratiques en matière de packaging et storytelling.
- Mettre en place un packaging adapté et valorisant.
- Raconter des histoires autour de son produit, sa marque.
- Démarquer ses produits des produits concurrents
- Créer une relation entre sa marque et le consommateur

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de formation.

Dates : 26/06 et 03/07/2020

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Christel Valenza, consultante métiers d'art en marketing et communication.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Classe Virtuelle – solution Zoom
- Appports fondamentaux
- Echanges d'expériences
- Cas pratiques sur le Drive
- Paper-board partagé
- Support Powerpoint partagé
- Support Powerpoint en téléchargement

Contenu

Jour 1

Les rôles du Packaging

- Fonctions techniques
- Fonctions marketing.
- La réglementation
- Exercices pratiques

Les grande tendances du packaging

- Analyse des pratiques
- Comment je m'en inspire ?
- Exercices pratiques

Les éléments du packaging

- Forme,
- Design,
- Matériaux,
- Couleurs,
- Exercices pratiques



MC_012 – VALORISER SON PRODUIT PAR LE PACKAGING ET LE STORYTELLING

Les autres éléments de valorisation du produit

- L'étiquette (forme, matière, composition...)
- Mode d'entretien ou d'utilisation
- Certificat d'authenticité
- Signature...
- Exercices pratiques

Jour 2

Le storytelling : comment l'appliquer à ses produits ?

- Qu'est ce que le storytelling ?
- Que vais-je raconter sur mon produit ?
- Comment capter l'attention ?
- Exercices pratiques

L'expérience utilisateur

- Ecouter son consommateur.
- Renforcer la convivialité entre le produit et le consommateur
- Ateliers pratiques



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Ateliers pratiques. Exercices.
Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



MC_020 – EVENEMENTS COMMERCIAUX : LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

Salons professionnels et grand public, expositions collectives et personnelles, boutiques éphémères...

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Choisir l'événement approprié en fonction des objectifs poursuivis : boutique éphémère, exposition collective ou personnelle, salons...
- Optimiser le lieu, le stand, la logistique et la communication,
- Respecter les contraintes réglementaires,
- Réaliser un suivi opérationnel de ses contacts / prospects / clients,
- Réussir sa participation et transformer son expérience en chiffre d'affaires.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de formation.

Dates : 23 & 27 novembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et D'encadrement

Formation assurée par Christine Dubuisson, consultante en développement commercial depuis 30 ans, spécialisée dans les métiers de la création.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Echanges d'expériences
- Mise en place de la gestion d'un projet : quel événement, rétro-planning...
- Paper-board et écran partagés
- Diaporamas de stands et expos
- Support Powerpoint et outil Excel en téléchargement

Contenu

La définition du projet

- Définir ses objectifs : les enjeux des différents types d'événements tels que pop up stores, expositions, salons...
- Prendre la décision d'exposer ou de participer (atelier) :
 - o Evaluer les actions passées,
 - o Quelle(s) manifestation(s) choisir ?

Préparer sa participation à l'événement

- Les partenariats,
- Maîtriser le temps,
- Maîtriser l'espace,
- Organiser la logistique,
- Respecter les contraintes réglementaires des événements destinés au grand public,
- Gérer la communication : les supports papier, le web, les invitations, la presse.



MC_020 – EVENEMENTS COMMERCIAUX : LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

Salons professionnels et grand public, expositions collectives et personnelles, boutiques éphémères...

Elaborer et utiliser ses outils commerciaux

- Les outils de gestion de projet (atelier) :
 - o Construire son budget, faire appel aux parrainages et au mécénat,
 - o Monter son retro-planning,
 - o Réaliser sa check-list.
- Les outils de vente.

La gestion de l'événement

- L'attitude commerciale : De l'accueil à la conclusion des ventes,
- Les animations :
 - o Vernissage, afterWork, conférences, visites privées, dîners privés, ateliers de démonstration, décrochage ou finissage,
 - o Organiser l'accueil et le cocktail.
- La gestion du stand ou du lieu.

Analyse des résultats et suivi commercial

- Le bilan commercial et financier, analyse des résultats,
- Le suivi commercial à court terme :
 - o Mise à jour de la base Contacts,
 - o Le mailing post événement,
 - o La relance,
 - o Le rendez-vous,
- Entretenir la relation commerciale dans la durée
 - o Le support : la newsletter,
 - o Le contenu,
 - o La fréquence et les différentes occasions de contact



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, étude de cas.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire, Minimum 6 participants – Maximum 12 participants.



CR_330 – METTRE SES PRODUITS EN SCENE ET EN LUMIERE

Objectif

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre l'acte d'achat pour réussir la mise en valeur de ses produits sur un stand ou en boutique,
- Choisir les pièces et le mobilier d'exposition, agencer,
- Mettre en lumière ses produits,
- Etre autonome dans la conception et la réalisation de sa scénographie.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d'entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de 7 heures de formation.

Dates : 1^{er} et 2 décembre 2020

Lieu de formation : 19 Côté Cour – 19 rue Marc Séguin – 75018 Paris

Horaires de formation : De 9h30 à 13h00 et de 14h00 à 17h30

Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement

Formation assurée par Caroline Degorce, Lexeme Studio, architecte d'intérieur, designer (module 1) et Joël Coupé, régisseur lumière et son, concepteur en éclairage (module 2).

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en salle
- Présentations iconographiques
- Stage 60 % pratique
- Paper-board
- Vidéoprojecteur & wifi
- Les stagiaires doivent apporter des pièces.

Contenu

Module 1 – 1 jour – Mettre ses produits en scène

Présentation des principes d'agencement et de mise en scène de ses produits

- De la mise en espace globale à l'assortiment en rayon
 - o En lien direct avec la communication choisie pour le produit / son concept, comment déclencher l'acte d'achat ?
 - o Notion de merchandising,
 - o Exemples et échanges.
- Les enjeux de la mise en scène
 - o L'image du produit et le choix de mise en scène,
 - o L'accompagnement des clients vers leur acte d'achat, le cheminement spatial et psychologique associé,
 - o Confort de découverte comme amorce à l'achat final.
 - o Atelier : Quelle histoire pour mes produits ? Quel environnement ?

Comment réaliser un assortiment pertinent ?

- Présentation d'un guide pour réaliser le choix des produits à associer (tailles, matériaux, besoin ergonomique de chacun...)

Les règles à suivre afin de réussir la mise en valeur de ses produits

- Créer un « point fort »,



CR_330 – METTRE SES PRODUITS EN SCENE ET EN LUMIERE

- La notion de composition
 - o Comparaison du processus de mise en scène à celui d'une composition créative tel un tableau,
 - o Hiérarchie / Harmonie colorée / Signature,
- Fonctionnement du cerveau, ergonomie (posture face aux produits), valeurs de teintes...
- Reconnaître et éviter les « effets parasites » de l'environnement pour y palier,
- Exemples et contre-exemples,

Imaginer des solutions simples et accessibles pour présenter ses produits

- Structurer un espace de vente : parti pris décoratif simple,
- Petit mobilier de présentation,
- Idées originales complémentaires : parfum, éléments conviviaux et/ou poétiques...

Atelier

- Travail collectif sur le projet personnel de chaque participant, basé sur ses photos, plans, projets. Intervention minutée en fonction du nombre de participants.

Module 2 – 1 jour – Mettre ses produits en lumière

Notions de branchement électrique, sécurité en rapport avec l'électrocution et les risques incendie, logique de dépannage

- En arrivant sur un lieu : savoir où et comment se brancher facilement,
- Quelques notions de sécurité de base: rallonges ou multiprises dangereuses...
- Dépannage: savoir identifier rapidement un appareil défectueux pour ne pas mettre en péril tout l'éclairage du lieu.

Différentes solutions pour éclairer un objet dans son environnement

- Présentation avec démonstrations des différents angles d'éclairages (face, douche, latéral, etc ...),
- Scénographie : bien déterminer la position de l'objet par rapport au public,
- Choix de positionnement des projecteurs.

Colorimétrie, rapport de puissance

- Quelques notions sur la température de la lumière avec démonstration (froid, chaud, lumière du jour),
- Quel choix faire en fonction de ses attentes ?

Description des différents types de projecteurs et de leurs lampes

- Présentation de différents types de projecteurs et de lampes avec démonstrations,
- Où se procurer le matériel ?

Quel choix faire pour l'éclairage de son expo

- Questions diverses, études de solutions personnalisées,
- Mise en pratique sur les objets apportés par chacun.

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence, remise d'une attestation de formation, cas pratique, QCM.

Tarif

Les 2 modules, soit 14 heures de formation : 476 € / stagiaire, Minimum 8 participants – Maximum 12 participants.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z



WE_211 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX - FACEBOOK

Objectif

Avec plus de 40 millions d'utilisateurs quotidiens en France, les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs de communication incontournables, en BtoC comme en BtoB. Néanmoins, pour sortir du lot et retenir l'attention de sa cible, il convient d'établir une stratégie d'engagement, susceptible d'optimiser votre action et d'éviter les écueils.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les enjeux fondamentaux de la communication sur les réseaux sociaux,
- Comprendre les mécaniques de définition et de déploiement d'une stratégie d'engagement,
- Définir sa stratégie d'engagement, en fonction de son activité ?
- Déployer sa stratégie sur Facebook.

Public et pré-requis

Public : Chefs d'entreprises, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Avoir suivi le niveau débutant ou avoir déjà une pratique régulière de Facebook.

Niveau : Avancé.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de 7 heures.

Dates : 3 & 9 décembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence via Zoom.

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement

Formation assurée par Olivier Barbin, fondateur de l'agence Superfull, expert en brand content, social media, influence, pour de grandes entreprises comme EDF, Crédit Agricole, Evian ou Oxybul et pour des PME et TPE.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Ecran partagé
- Echanges d'expériences
- Supports en téléchargement
- Stage 100 % pratique**

Contenu

Jour 1 – Matin – Définir sa stratégie

- Rappel des fondamentaux

- o Historique du web 2.0, appartenance et usages,
- o Communication verticale vs horizontale : un changement clé de paradigme,
- o Comprendre les notions fondamentales : capital social, zone d'écoute, engagement,
- o Quizz de connaissances des principaux médias sociaux,

- Déterminer son positionnement

- o Définir l'objet simplement,
- o Identifier les cibles et leurs habitudes,
- o Déterminer les objectifs fondamentaux, décliner mes objectifs opérationnels,
- o Benchmarker la concurrence,
- o Identifier les canaux d'engagement, comprendre leurs spécificités (FB, IG, Pinterest, Lnkdn, Tw),



WE_211 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX - FACEBOOK

- Définir sa stratégie de contenus

- o Adopter une démarche user centric,
- o Identifier la nature et les formats des contenus à déployer : texte, photo, vidéo,
- o Déterminer les thématiques à aborder,
- o Identifier les règles d'écriture : tonalité, accroche et call to action, usage des emojis, usage des hashtags, interdits,
- o Définir les règles de modération.

Atelier : Définir son positionnement et sa stratégie de contenus

Jour 1 - Après-midi – Définir sa stratégie

- Présenter sa stratégie d'engagement sur les réseaux sociaux

- o 5 minutes de présentation + 4 minutes d'échanges par participant,

- Evaluer son action sur les réseaux sociaux

- o Comprendre les différentes méthodes d'évaluation : notoriété, engagement, lead, conversion...
- o Identifier les critères d'évaluation au regard de ses objectifs,

- Définir ses actions de sponsorship

- o Pourquoi le recours à la publicité sur les réseaux sociaux est-il aujourd'hui inévitable ?
- o Définir les objectifs publicitaires,
- o Construire et segmenter les ciblage,
- o Choisir les bons emplacements,
- o Déterminer le budget,
- o Définir les messages et les visuels,
- o Evaluer les actions,

- Déterminer son organisation

- o Définir le cycle de production : définition des sujets, production, validation, publication, modération, évaluation,
- o Planifier son action,
- o Programmer ses publications,
- o Connaître les outils pour gagner du temps : agorapulse, canva, mention...

- Développer la notoriété de ses réseaux sociaux

- o Comprendre les avantages et les limites de la mécanique du concours,
- o Inviter ses amis,
- o Installer un lien sur le site internet,
- o Interagir sur les pages de l'écosystème,
- o Valoriser les réseaux sur les supports de communication,
- o Installer un compteur.

Jour 2 – Matin – Déployer sa stratégie sur Facebook

- Comprendre Facebook

- o Comprendre l'algorithme,
- o Comprendre le fonctionnement général d'une page,
- o Comprendre le fonctionnement du flux d'actualités,
- o Distinguer post naturel et post sponsorisé

- Analyser l'efficacité de sa page Facebook (exercice d'analyse croisée)

- o Analyse des éléments visuels de la page ,



WE_211 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX - FACEBOOK

- Analyse des informations de présentation,
- Analyse des contenus de la page,
- Analyse des interactions,
- Analyse du rythme de publications,

Jour 2 – Après-midi – Déployer sa stratégie sur Facebook

- Enrichir ses publications sur Facebook

- L'importance de l'image et de la vidéo,
- Les emoji,
- Les options de publications : Sondage, offre commerciale, évènement, carrousel, Diaporama, recevoir des messages,
- Le call to action,

- Lancer et analyser sa première campagne publicitaire sur Facebook (exercice d'analyse croisée)

- Créer et enregistrer son premier ciblage,
- Définir son budget,
- Rédiger son message publicitaire,
- Illustrer sa campagne publicitaire,

- Organiser son premiers concours

- Comprendre les aspects légaux,
- Comprendre les CGU de Facebook,
- Définir son objectif,
- Définir la mécanique de son concours,
- Les outils de tirage au sort : fanpage karma, random.org, agorapulse.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques, quizz,
Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



WE_212 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX - INSTAGRAM

Objectif

Avec plus de 40 millions d'utilisateurs quotidiens en France, les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs de communication incontournables, en BtoC comme en BtoB. Néanmoins, pour sortir du lot et retenir l'attention de sa cible, il convient d'établir une stratégie d'engagement, susceptible d'optimiser votre action et d'éviter les écueils.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les enjeux fondamentaux de la communication sur les réseaux sociaux,
- Comprendre les mécaniques de définition et de déploiement d'une stratégie d'engagement,
- Définir sa stratégie d'engagement, en fonction de son activité ?
- Déployer sa stratégie sur Instagram.

Public et pré-requis

Public : Chefs d'entreprises, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Avoir suivi le niveau débutant ou avoir déjà une pratique régulière d'Instagram.

Niveau : Avancé.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 14 heures, soit 2 journées de 7 heures.

Dates : 3 & 17 décembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence via Zoom.

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement

Formation assurée par Olivier Barbin, fondateur de l'agence Superfull, expert en brand content, social media, influence, pour de grandes entreprises comme EDF, Crédit Agricole, Evian ou Oxybul et pour des PME et TPE.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Ecran partagé
- Echanges d'expériences
- Supports en téléchargement
- Stage 100 % pratique**

Contenu

Jour 1 – Matin – Définir sa stratégie

- **Rappel des fondamentaux**
 - o Historique du web 2.0, appartenance et usages,
 - o Communication verticale vs horizontale : un changement clé de paradigme,
 - o Comprendre les notions fondamentales : capital social, zone d'écoute, engagement,
 - o Quizz de connaissances des principaux médias sociaux,
- **Déterminer son positionnement**
 - o Définir l'objet simplement,
 - o Identifier les cibles et leurs habitudes,
 - o Déterminer les objectifs fondamentaux, décliner mes objectifs opérationnels,
 - o Benchmarker la concurrence,
 - o Identifier les canaux d'engagement, comprendre leurs spécificités (FB, IG, Pinterest, Lnkdn, Tw),



WE_212 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX - INSTAGRAM

- Définir sa stratégie de contenus

- o Adopter une démarche user centric,
- o Identifier la nature et les formats des contenus à déployer : texte, photo, vidéo,
- o Déterminer les thématiques à aborder,
- o Identifier les règles d'écriture : tonalité, accroche et call to action, usage des emojis, usage des hashtags, interdits,
- o Définir les règles de modération.

Atelier : Définir son positionnement et sa stratégie de contenus

Jour 1 - Après-midi – Définir sa stratégie

- Présenter sa stratégie d'engagement sur les réseaux sociaux

- o 5 minutes de présentation + 4 minutes d'échanges par participant,

- Evaluer son action sur les réseaux sociaux

- o Comprendre les différentes méthodes d'évaluation : notoriété, engagement, lead, conversion...
- o Identifier les critères d'évaluation au regard de ses objectifs,

- Définir ses actions de sponsorship

- o Pourquoi le recours à la publicité sur les réseaux sociaux est-il aujourd'hui inévitable ?
- o Définir les objectifs publicitaires,
- o Construire et segmenter les ciblages,
- o Choisir les bons emplacements,
- o Déterminer le budget,
- o Définir les messages et les visuels,
- o Evaluer les actions,

- Déterminer son organisation

- o Définir le cycle de production : définition des sujets, production, validation, publication, modération, évaluation,
- o Planifier son action,
- o Programmer ses publications,
- o Connaître les outils pour gagner du temps : agorapulse, canva, mention...

- Développer la notoriété de ses réseaux sociaux

- o Comprendre les avantages et les limites de la mécanique du concours,
- o Inviter ses amis,
- o Installer un lien sur le site internet,
- o Interagir sur les pages de l'écosystème,
- o Valoriser les réseaux sur les supports de communication,
- o Installer un compteur.

Jour 2 – Matin – Déployer sa stratégie sur Instagram

- Comprendre Instagram

- o Comprendre l'algorithme,
- o Comprendre le fonctionnement général d'un compte,
- o Comprendre le fonctionnement du flux d'actualités,
- o Distinguer post naturel et post sponsorisé,

- Analyser l'efficacité de son compte Instagram (exercice d'analyse croisée)

- o Analyse des éléments visuels du compte,



WE_212 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX - INSTAGRAM

- Analyse de la bio,
- Analyse des contenus du compte, des stories du moment, des stories à la une,
- Analyse des interactions,
- Analyse du rythme de publications,

Jour 2 – Après-midi – Déployer sa stratégie sur Instagram

- **Enrichir ses publications sur Instagram**
 - Le travail de l'image (cadrage, lumière, composition...),
 - La rédaction de la légende,
 - Les emoji, les hashtags,
 - Le call to action,
- **Lancer et analyser sa première campagne publicitaire sur Instagram (exercice d'analyse croisée)**
 - Créer et enregistrer son premier ciblage,
 - Définir son budget,
 - Rédiger son message publicitaire,
 - Illustrer sa campagne publicitaire,
- **Organiser son premiers concours**
 - Comprendre les aspects légaux,
 - Comprendre les CGU d'Instagram,
 - Définir son objectif,
 - Définir la mécanique de son concours,
 - Les outils de tirage au sort : Instagram random comment picker, random.org.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques, quizz,
Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 14 heures de formation : 420 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



WE_214 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX – FACEBOOK - INSTAGRAM

Objectif

Avec plus de 40 millions d'utilisateurs quotidiens en France, les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs de communication incontournables, en BtoC comme en BtoB. Néanmoins, pour sortir du lot et retenir l'attention de sa cible, il convient d'établir une stratégie d'engagement, susceptible d'optimiser votre action et d'éviter les écueils.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les enjeux fondamentaux de la communication sur les réseaux sociaux,
- Comprendre les mécaniques de définition et de déploiement d'une stratégie d'engagement,
- Définir sa stratégie d'engagement, en fonction de son activité ?
- Déployer sa stratégie sur Facebook et sur Instagram.

Public et pré-requis

Public : Chefs d'entreprises, porteurs de projet de création d'une activité dans les secteurs des métiers d'art, de la mode et du design.

Pré-requis : Avoir suivi le niveau débutant ou avoir déjà une pratique régulière des outils.

Niveau : Avancé.

Durée

L'action de formation est d'une durée de 21 heures, soit 3 journées de 7 heures.

Dates : 3 & 9 décembre 2020

Lieu de formation : Visioconférence via Zoom.

Horaires de formation : De 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement

Formation assurée par Olivier Barbin, fondateur de l'agence Superfull, expert en brand content, social media, influence, pour de grandes entreprises comme EDF, Crédit Agricole, Evian ou Oxybul et pour des PME et TPE.

Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre :

- Séance de formation en visio
- Ecran partagé
- Echanges d'expériences
- Supports en téléchargement
- Stage 100 % pratique**

Contenu

Jour 1 – Matin – Définir sa stratégie

- **Rappel des fondamentaux**
 - o Historique du web 2.0, appartenance et usages,
 - o Communication verticale vs horizontale : un changement clé de paradigme,
 - o Comprendre les notions fondamentales : capital social, zone d'écoute, engagement,
 - o Quizz de connaissances des principaux médias sociaux,

- **Déterminer son positionnement**
 - o Définir l'objet simplement,
 - o Identifier les cibles et leurs habitudes,
 - o Déterminer les objectifs fondamentaux, décliner mes objectifs opérationnels,
 - o Benchmarker la concurrence,
 - o Identifier les canaux d'engagement, comprendre leurs spécificités (FB, IG, Pinterest, Lnkdn, Tw),



WE_214 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX – FACEBOOK - INSTAGRAM

- Définir sa stratégie de contenus

- o Adopter une démarche user centric,
- o Identifier la nature et les formats des contenus à déployer : texte, photo, vidéo,
- o Déterminer les thématiques à aborder,
- o Identifier les règles d'écriture : tonalité, accroche et call to action, usage des emojis, usage des hashtags, interdits,
- o Définir les règles de modération.

Atelier : Définir son positionnement et sa stratégie de contenus

Jour 1 - Après-midi – Définir sa stratégie

- Présenter sa stratégie d'engagement sur les réseaux sociaux

- o 5 minutes de présentation + 4 minutes d'échanges par participant,

- Evaluer son action sur les réseaux sociaux

- o Comprendre les différentes méthodes d'évaluation : notoriété, engagement, lead, conversion...
- o Identifier les critères d'évaluation au regard de ses objectifs,

- Définir ses actions de sponsorship

- o Pourquoi le recours à la publicité sur les réseaux sociaux est-il aujourd'hui inévitable ?
- o Définir les objectifs publicitaires,
- o Construire et segmenter les ciblagés,
- o Choisir les bons emplacements,
- o Déterminer le budget,
- o Définir les messages et les visuels,
- o Evaluer les actions,

- Déterminer son organisation

- o Définir le cycle de production : définition des sujets, production, validation, publication, modération, évaluation,
- o Planifier son action,
- o Programmer ses publications,
- o Connaître les outils pour gagner du temps : agorapulse, canva, mention...

- Développer la notoriété de ses réseaux sociaux

- o Comprendre les avantages et les limites de la mécanique du concours,
- o Inviter ses amis,
- o Installer un lien sur le site internet,
- o Interagir sur les pages de l'écosystème,
- o Valoriser les réseaux sur les supports de communication,
- o Installer un compteur.

Jour 2 – Matin – Déployer sa stratégie sur Facebook

- Comprendre Facebook

- o Comprendre l'algorithme,
- o Comprendre le fonctionnement général d'une page,
- o Comprendre le fonctionnement du flux d'actualités,
- o Distinguer post naturel et post sponsorisé

- Analyser l'efficacité de sa page Facebook (exercice d'analyse croisée)

- o Analyse des éléments visuels de la page ,



WE_214 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX – FACEBOOK - INSTAGRAM

- Analyse des informations de présentation,
- Analyse des contenus de la page,
- Analyse des interactions,
- Analyse du rythme de publications,

Jour 2 – Après-midi – Déployer sa stratégie sur Facebook

- Enrichir ses publications sur Facebook

- L'importance de l'image et de la vidéo,
- Les emoji,
- Les options de publications : Sondage, offre commerciale, évènement, carrousel, Diaporama, recevoir des messages,
- Le call to action,

- Lancer et analyser sa première campagne publicitaire sur Facebook (exercice d'analyse croisée)

- Créer et enregistrer son premier ciblage,
- Définir son budget,
- Rédiger son message publicitaire,
- Illustrer sa campagne publicitaire,

- Organiser son premiers concours

- Comprendre les aspects légaux,
- Comprendre les CGU de Facebook,
- Définir son objectif,
- Définir la mécanique de son concours,
- Les outils de tirage au sort : fanpage karma, random.org, agorapulse.

Jour 3 – Matin – Déployer sa stratégie sur Instagram

- Comprendre Instagram

- Comprendre l'algorithme,
- Comprendre le fonctionnement général d'un compte,
- Comprendre le fonctionnement du flux d'actualités,
- Distinguer post naturel et post sponsorisé,

- Analyser l'efficacité de son compte Instagram (exercice d'analyse croisée)

- Analyse des éléments visuels du compte,
- Analyse de la bio,
- Analyse des contenus du compte, des stories du moment, des stories à la une,
- Analyse des interactions,
- Analyse du rythme de publications,

Jour 3 – Après-midi – Déployer sa stratégie sur Instagram

- Enrichir ses publications sur Instagram

- Le travail de l'image (cadrage, lumière, composition...),
- La rédaction de la légende,
- Les emoji, les hashtags,
- Le call to action,

- Lancer et analyser sa première campagne publicitaire sur Instagram (exercice d'analyse croisée)

- Créer et enregistrer son premier ciblage,
- Définir son budget,



WE_214 – DEFINIR SA STRATEGIE D'ENGAGEMENT SUR LES RESEAUX SOCIAUX – FACEBOOK - INSTAGRAM

- Rédiger son message publicitaire,
- Illustrer sa campagne publicitaire,
- **Organiser son premiers concours**
 - Comprendre les aspects légaux,
 - Comprendre les CGU d'Instagram,
 - Définir son objectif,
 - Définir la mécanique de son concours,
 - Les outils de tirage au sort : Instagram random comment picker, random.org.



La certification qualité a été
délivrée au titre de la catégorie :
Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques, quizz,
Remise d'une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 21 heures de formation : 630 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.



CR_310 – CREER DES COLLECTIONS DANS L’AIR DU TEMPS

Objectif

A l’issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Situer son produit dans une tendance,
- Profiler son client,
- Définir un thème de collection,
- Structurer et proposer une gamme de produits.

Public et pré-requis

Public : Artistes, artisans, designers, chefs d’entreprises, collaborateurs, porteurs de projet de création d’une activité dans les secteurs des métiers d’art, de la mode et du design.

Pré-requis : Aucun

Durée et lieu

L’action de formation est d’une durée de 28 heures, soit 4 journées de formation.

Séances :

1	04/12/2020	09h00-12h30	5	08/12/2020	09h00-12h30
2	04/12/2020	13h30-17h00	6	08/12/2020	13h30-17h00
3	07/12/2020	09h00-12h30	7	11/12/2020	09h00-12h30
4	07/12/2020	13h30-17h00	8	11/12/2020	13h30-17h00

Lieu de formation : Visioconférence par Zoom

Moyens pédagogiques Techniques et D’encadrement

Formation assurée par Caroline Degorce, Lexeme Studio, architecte d’intérieur, designer.

Moyens pédagogiques et d’encadrement mis en œuvre :

- Séances de formation en visio
- Apports fondamentaux
- Débats et échanges entre participants
- Echanges d’expériences
- Ateliers personnalisés et cas pratiques (plus de 40 % du temps de formation), gérés et réalisés depuis le Drive**
- Paper-board partagé
- Diaporama partagé
- Support Powerpoint en téléchargement
- Boîte à outils en téléchargement

Contenu

Séance 1 – Observer le marché et les tendances

- Qu’est-ce que l’air du temps ?
 - o Réflexion sur la notion de tendance,
 - o Approche statistique : les tendances sociétales françaises en lien avec l’ensemble des pays européens,
 - o Les mouvements prédominants actuels dans le domaine du design, les concepts porteurs,

Séance 2 – Observer le marché et les tendances (suite)

- Quels sont les outils à utiliser pour rester connecté avec les tendances ?
 - o Internet et les réseaux sociaux,
 - o Salons professionnels et de design,
- Comment situer ses produits dans ce contexte ?
 - o Les grands courants de l’histoire du design et les designers actuels,
 - o Réalisation d’une mind-map personnalisée (atelier pratique).



CR_310 – CREER DES COLLECTIONS DANS L’AIR DU TEMPS

Séance 3 – Comprendre ce que le client attend de mon produit

- Identifier son client potentiel contemporain : portrait,
- Le lien entre produit(s) et client : l’expérience produit,
- Le discours commercial adapté au concept : la base line.

Séance 4 – Comprendre ce que le client attend de mon produit (suite)

- Atelier pratique

Séance 5 - Concevoir une collection

- Qu’est-ce qu’une collection ?
 - o Notion de gamme,
 - o Exemples et contre-exemples,
 - o Recherche et définition de son propre thème de collection (atelier pratique),

Séance 6 - Concevoir une collection (suite)

- Comment structurer et proposer une gamme de produits ? (atelier pratique)
 - o Conception d’une collection à partir de produits existants, croquis, photos,

Séance 7 - Concevoir une collection (suite)

- o Restitution du travail de recherche à l’ensemble du groupe,

Séance 8 - Concevoir une collection (suite)

- Savoir vérifier que l’expérience client est réussie
 - o Retours d’expériences des intermédiaires de la distribution,
 - o Sondages,
 - o Analyse du nombre de ventes.

Les participants sont invités à apporter leurs pièces, matières, books, catalogues, photos produits, pour bénéficier pleinement de la formation.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation.



32 bis rue des Lyonnais
75005 Paris – France
Tél + 33 (0)1 43 31 64 92
E-mail : contact@dubuisson-export.fr
www.myboutiqueconseil.com
Siret 353 316 094 00039 – APE 7022Z

Suivi et évaluation

Cas pratiques, quizz
Remise d’une attestation de formation.

Tarif

Le module, soit 28 heures de formation : 840 € / stagiaire,
Minimum 6 participants – Maximum 10 participants.