

Formation Création d'entreprise I : Construire son projet

■ Durée :	3 jours (21 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 875,00 € HT (standard) 1 500,00 € HT (remisé)
■ Public :	Porteurs de projet de création ou reprise d'entreprise souhaitant valider la faisabilité et le positionnement - Demandeurs d'emploi ou salariés en transition professionnelle voulant structurer un projet concret - Futurs entrepreneurs ayant besoin d'un cadre méthodologique pour passer de l'idée au projet
■ Pré-requis :	Disposer d'un ordinateur portable - Savoir utiliser les outils bureautiques et web (traitement de texte, tableur, navigation, messagerie) - Avoir une idée de projet suffisamment définie pour être analysée (offre envisagée et cible pressentie)
■ Objectifs :	Organiser les étapes de la création et définir ses priorités - Confirmer son projet et identifier ses atouts mobilisables - Se situer sur son marché et qualifier sa cible - Définir son positionnement et formaliser un plan marketing - Construire les premiers livrables projet (synthèse marché, proposition de valeur, plan d'actions)
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.

Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence :	AUT102876-F
Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Structurer sa démarche de création et clarifier son projet

Comprendre les grandes étapes de la création et les décisions structurantes à prendre
 Positionner son projet dans un calendrier réaliste et identifier les dépendances (temps, budget, obligations personnelles)
 Clarifier le problème client adressé, les bénéfices attendus et la proposition de valeur initiale
 Identifier ses atouts mobilisables, ses contraintes et les compétences à acquérir ou à externaliser
 Formuler les hypothèses clés du projet et définir une stratégie de validation pragmatique

Atelier fil rouge : rédiger la fiche projet et construire un plan de validation des hypothèses (actions terrain et informations à collecter)

Analyser son marché et qualifier sa cible

Définir le périmètre de marché et segmenter les clients potentiels
 Identifier les acteurs, les tendances, les niveaux de prix et les barrières d'entrée

Construire une grille d'enquête et préparer les questions utiles pour valider les besoins et la capacité à payer

Analyser les motivations, freins, critères de décision et parcours d'achat de la cible prioritaire

Synthétiser les résultats et transformer l'étude en opportunités, risques et axes de différenciation

Atelier fil rouge : produire une synthèse d'étude de marché (segments, persona, concurrence, opportunités, risques) et partager une analyse argumentée

Définir son plan marketing et préparer le plan d'actions

Construire un positionnement différenciant à partir des enseignements marché et concurrence

Structurer l'offre initiale et ses variantes (packaging, niveaux de service, options, livrables)

Définir une logique de prix et de valeur (prix psychologique, benchmark, objectifs de marge, perception client)

Choisir des canaux d'acquisition adaptés et définir les messages clés par cible et par canal

Établir un plan marketing opérationnel et un plan d'actions de validation sur 30 à 90 jours

Atelier fil rouge : formaliser le plan marketing (positionnement, offre, prix, canaux, messages, calendrier d'actions) et définir les indicateurs de succès