

Formation Création d'entreprise III : Créer son PAC + Déployer son lancement

■ Durée :	5 jours (35 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	3 175,00 € HT (standard) 2 540,00 € HT (remisé)
■ Public :	Créateurs souhaitant structurer l'acquisition de clients et le démarrage commercial - Porteurs de projet voulant transformer le plan marketing en actions concrètes - Entrepreneurs cherchant à construire une prospection réaliste et mesurable - Porteurs de projet voulant réduire les risques de démarrage et cadrer les obligations essentielles
■ Pré-requis :	Disposer d'un positionnement, d'une offre initiale et d'une cible prioritaire - Avoir un plan marketing de base ou des hypothèses d'acquisition - Disposer d'un ordinateur portable
■ Objectifs :	Développer une communication commerciale cohérente - Construire une offre commerciale vendable et un argumentaire - Définir un plan d'actions commerciales sur 90 jours - Mettre en place les outils de prospection et de suivi - Produire les premiers supports commerciaux (pitch, messages, pages, séquences) - Mettre en œuvre un plan de lancement opérationnel - Sécuriser les démarches, documents et obligations de base - Prévenir les risques et définir les routines de pilotage - Finaliser la communication et les process commerciaux - Lancer les premières actions et mesurer les résultats
■ 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 :	AUT102882-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 l'offre commerciale et construire la proposition de valeur vendable

Transformer l'offre en promesse claire et en bénéfices mesurables pour la cible
Définir les livrables, conditions, options, garanties et éléments de réassurance
Construire une logique de prix et de négociation cohérente avec la valeur et le marché
Rédiger l'argumentaire commercial et les réponses aux objections récurrentes
Préparer les scénarios de vente selon les contextes (B2C, B2B, appels entrants, prospection)

Atelier fil rouge : produire une fiche offre et un argumentaire complet (promesse, bénéfices, preuves, objections, prix)

Déployer la communication commerciale et préparer les supports

Choisir les canaux prioritaires et structurer le message par cible et par canal
Rédiger des messages commerciaux efficaces et adaptés (email, LinkedIn, script d'appel, message court)

Structurer une page de présentation simple et orientée conversion (offre, preuve, appel à l'action)

Initier une stratégie de contenus courte : sujets, angles, calendrier, réutilisation multi-canaux

Utiliser des outils simples pour produire des supports cohérents (charte, visuels, documents)

Atelier fil rouge : produire les supports minimum viable (pitch, message LinkedIn/email, trame de page, support court)

Construire le plan d'actions commerciales et organiser le pilotage

Définir un PAC sur 90 jours : objectifs, cibles, actions, volumes, rythme et responsabilités

Structurer un tunnel simple : acquisition, qualification, proposition, conversion, fidélisation

Définir les indicateurs de suivi (leads, taux de réponse, RDV, conversion, panier, CAC) et la routine de pilotage

Organiser la prospection et le suivi (CRM simple, pipeline, relances, scripts, planning)

Préparer les premiers tests terrain et le plan d'amélioration continue

Atelier fil rouge : finaliser le PAC 90 jours (actions, volumes, calendrier, KPI) et préparer la mise en œuvre immédiate

Sécuriser les démarches de démarrage et prévenir les risques

Identifier les obligations clés selon l'activité : facturation, CGV, mentions, données, assurances, responsabilité

Mettre en place les documents essentiels : devis, facture, conditions, process de commande et de paiement

Identifier les risques majeurs du démarrage et définir des mesures de prévention

Définir l'organisation administrative minimale : suivi clients, suivi trésorerie, archivage, planning

Préparer les interlocuteurs et ressources utiles pour sécuriser la mise en route

Atelier fil rouge : construire le kit de démarrage (checklist démarches, documents, risques, interlocuteurs) et planifier l'exécution

Lancer l'activité, piloter les actions et ajuster rapidement

Finaliser la stratégie de lancement : offres de démarrage, promotions, séquences d'acquisition, partenariats

Définir un plan d'exécution hebdomadaire et une routine de pilotage des indicateurs

Mettre en œuvre les premières actions du PAC et organiser les relances et le suivi

Structurer la collecte de retours clients et les ajustements d'offre, prix, message et canal

Préparer une feuille de route d'amélioration sur 30 jours et une trajectoire sur 90 jours

Atelier fil rouge : simuler le lancement (semaine 1 à 4), définir KPI, routine de pilotage et plan d'ajustement