

### L'étude de marché

La concurrence	Cerner la concurrence	Création d'une cartographie
Les fournisseurs	Fournisseurs métier ou technique - fournisseurs généralistes (banque, assurance, téléphonie...)	
Les clients	Bien définir sa cible	
Le questionnaire	Comment construire son questionnaire	
La zone de chalandise	Mon local commercial - Où ? - Enquête terrain - Comment ?	
La politique commerciale	Les tarifs pour chaque produit ou prestation	
Les partenaires	Prescripteurs	

**Objectif** : s'approprier la méthodologie de l'étude marché et de son importance pour la faisabilité du projet

**Durée** : 2h

### Stratégie de communication

Quelle stratégie ?	Pourquoi - Comment ?
Le print	Quel support pour quel usage et pour qui ?
Le web	Site internet sa création, son contenu, la notion de cahier des charges
Les réseaux sociaux	Comment gérer ou créer son profil sur les réseaux sociaux, lesquels ?- Cible ?
Personnal Branding	Créer et gérer sa marque personnelle

**Objectif** : comprendre l'importance et la méthodologie d'une stratégie de communication pour développer sa marque personnelle du print au web en passant par les réseaux sociaux

**Durée** : 2h

**FLORENCE SAMSON**