



Résumé des sujets traités

1. Conférence (1 heure ou 2 heures) : LE FUTUR e s'écrit avec un e!

Alors que le monde évolue au rythme des technologies, le monde des affaires doit en saisir tout le potentiel. L'innovation est un synonyme de nouveauté et elle sous-tend la créativité tant dans les moyens que dans l'action. Dans ce nouvel ordre économique, nous constatons que tous ceux qui comprennent l'importance de l'aspect relationnel en affaires ont un réel avantage. Les femmes semblent favorisées par ce dernier constat.

La conférencière vous expliquera comment le futur s'épelle avec un "e". Vous apprendrez comment tirer le maximum de votre entreprise grâce à vos qualités intrinsèquement féminine et les technologies. La nouvelle recette du succès est la combinaison de la créativité et de l'usage des technologies au service de l'innovation.

Note : une version abrégée peut être préparée sur le thème :

Créez des expériences clients tout en « e-motion »!

L'évolution des technologies de communications sur IP atteint de nouveaux sommets et paradoxalement les entreprises s'éloignent de leurs clients. La conférencière vous expliquera comment les « e-motions » déterminent maintenant la croissance des affaires. L'amélioration de l'expérience client du « POW au WOW » est centrée sur la véritable relation client. Envie d'en savoir plus?

2. Formation : Le marketing stratégique ou le marketing intégré

Le marketing est trop souvent associé à des aspects tactiques du développement des affaires de l'entreprise. Nombreuses sont les entreprises qui font du marketing intuitif et trop nombreuses sont les entreprises qui ne font carrément pas confiance au marketing pour les aider à améliorer leurs performances. Les entreprises appliquées dans le marketing stratégique sont celles qui obtiennent les meilleurs résultats. Cet atelier propose une démarche concrète pour aider les entreprises (B2B ou B2C) à maximiser leur budget de développement dans l'esprit du marketing stratégique. Optimiser le plein potentiel de votre entreprise et faites du marketing intégré!



Le marketing stratégique ou intégré c'est ...

- Différencier les différents éléments qui composent le marketing
- Analyser l'information du marché et la compétition
- Analyser l'adéquation de nos offres versus les besoins clients
- Démontrer à la haute direction l'importance du marketing stratégique*
- Augmenter la valeur de la marque en communiquant mieux*
- Fidéliser les clients de l'entreprise
- Maintenir ou augmenter les budgets marketing

Cet atelier s'adresse

Aux gestionnaires et aux professionnels responsables du développement stratégique dans l'entreprise ou à des responsables marketing qui désirent restructurer leur département de marketing. Si votre marketing a pas ou peu d'influence dans l'entreprise, cet atelier est pour vous.

Durée : 1 jour en version abrégée ou *2 jours en version détaillée

3. Vous avez dit, Marketing (stratégies marketing pour entrepreneures en démarrage) (formation minimale d'une journée, idéalement 2 jours)

Cette formation est une version adaptée de la formation mentionnée 2 pour les entrepreneures en phase de démarrage ou de croissance. Ce sont les éléments clés d'une réflexion stratégique porteuse de solutions différenciées pour la réussite du développement d'affaires ou la production du plan marketing. C'est une approche définitivement très à jour des meilleures pratiques en matière de marketing stratégique. C'est également une bonne façon d'aborder la variété des approches les plus innovatrices du marketing actuel.

Cette formation permet aux participantes de mettre leurs idées au défi en les confrontant avec le potentiel réel de marché. Une occasion unique de remettre les priorités de développement d'affaires en place. Il est avantageux de suivre cette formation le plus tôt possible dans le processus du plan d'affaires ou de l'investissement dans un nouveau projet afin de bien cerner l'idéation et son potentiel commercial.

4. Créez votre vitrine virtuelle (3 heures)

Tout ce qu'il faut savoir pour maximiser le plein potentiel de notre présence sur le net. Cet atelier est très pratique et permet de mieux comprendre l'univers des sites Internet et des moyens pour en créer à faible coût.

(Idéal pour le démarrage en affaires ou la refonte d'un site Internet)

5. Les réseaux sociaux : créez votre capital conversationnel (3 heures)

Sous forme d'atelier, le contenu est spécifiquement adapté à la refonte d'un site Internet ou à la réflexion des outils disponibles pour passer à la prochaine génération soit le Web 2.0. Il permet d'explorer les outils de réseaux sociaux disponibles incluant les technologies audio/vidéo qui améliorent l'efficacité de notre site Internet et qui permet les interactions un à un. Les différentes applications connues (Facebook, LinkedIn, Twitter, Viadeo, blogue etc.) seront aussi proposées en fonction des objectifs recherchés.

6. FORMATION EN RÉFÉRENCIATION NATURELLE

Vous avez un site Internet et vous vous demandez comment sortir de l'anonymat? Une étude menée conjointement par les instituts Jupiter Research et Iprospect révèle que 36% des internautes estiment qu'une entreprise positionnée parmi les premiers résultats est leader du secteur (étude menée en 2006 aux États-Unis). Il faut donc apprendre à maîtriser les bases du « SEO » (Search Engine Optimization) afin d'augmenter ses chances d'être parmi les premières places dans les moteurs de recherches. Une formation pour apprendre les règles d'or du « SEO » et comprendre comment gagner des places au palmarès des moteurs de recherches.

7. Votre image de marque ou vendre sans parler!

47 000 000. Sur Internet, c'est le nombre de sites trouvés en référence au branding sur un moteur de recherche célèbre. Le moins que l'on puisse dire, c'est que le mot semble d'actualité. Le branding est en effet partout. Retournez le col de votre chemise. Oui, il est même sur vous. Il est partout parce qu'il est essentiel. Depuis toujours.

La meilleure des agences ne peut rien pour une marque qui ne sait pas ce qu'elle veut. Ce constat d'impuissance est aussi simple que logique : une marque doit toujours se demander ce qu'elle est, ce qu'elle aimerait être, quelle est sa promesse, quelle image elle veut donner d'elle-même, et à qui. Une marque doit donc faire des choix. Or, c'est bien connu, choisir c'est renoncer, par le simple fait que prendre un chemin empêche de prendre tous les autres. Quels sont ces chemins qui s'offrent à une marque? Comment la fait-on évoluer?

Dans un monde de technologie et de concurrence exacerbées, les produits se multiplient et ont tendance à se rapprocher, à devenir similaires. Les services en font tout autant. La différence se fait de plus en plus sur la perception. Sur la faculté qu'a une marque à véhiculer une vision, une attitude. De nos jours, l'émotion ajoutée crée la valeur ajoutée. Le branding fait donc passer le consommateur d'un état de satisfaction à un état de fidélité.

Le temps du monologue, celui où la marque semblait se regarder le nombril est révolu. L'ère est maintenant celle d'un dialogue sans cesse renouvelé entre l'entreprise et ses clients. Quel est le visage actuel du branding? Quelles en sont les tendances? Pour avoir les réponses, il faut être prêt à regarder votre image en face?

*Disponible sous forme d'atelier d'une journée pour le démarrage d'entreprise
Disponible sous forme d'atelier d'une demi-journée pour les entreprises existantes
Disponible sous forme de conférence d'une heure ou plus.*

Publics cibles :

Nouveaux entrepreneurs

Entreprises qui souhaitent changer ou actualiser leur image (la questionner)

Entreprises qui souhaitent inculquer une culture de branding aux employés.



Biographie Sylvie Bédard

Avec plus de 25 ans d'expérience en marketing et en ventes, le développement d'affaires est un art qui est maîtrisé avec une approche efficace et surtout orientée sur les résultats. Actuellement présidente fondatrice de Mind Drop, elle permet aux idées innovatrices de voir le jour grâce à sa connaissance du marché et des nouvelles technologies. Axé sur l'innovation et la commercialisation, l'offre est conçue pour aider les nouveaux entrepreneurs à atteindre le succès ou à aider ceux qui éprouvent des baisses de ventes.

Elle a aussi développé une expertise unique dans le marché en mettant en place des stratégies marketing qui ont appuyé le développement d'une industrie en forte évolution soit la vidéo sur IP. Que ce soit par la stratégie marketing ou par les tactiques relationnelles, elle a une capacité d'idéation d'affaires qui a permis à plusieurs entrepreneurs de trouver leur offre de valeur unique « USP ». En tant que vice-présidente marketing intégré et associée dans une entreprise de webdiffusion, elle était responsable de toutes les activités marketing de l'entreprise. Une nouvelle approche marketing avait été également instaurée par le biais d'une offre de service en stratégie V-commerce. Elle a également dirigé une entité apparentée vouée à la recherche et au développement dans l'univers de la vidéo bidirectionnelle sur IP. Ce nouveau mode de communication sur le net permet désormais de nombreuses applications dans l'appui des stratégies de ventes, de marketing et de services à la clientèle.

Sa longue expérience dans l'industrie bancaire au sein des banques Royale et Nationale dans des rôles de gestion ainsi que ses expériences marketing à la SAQ et en agences de communication et marketing lui ont permis de comprendre les impératifs d'affaires de toutes les entreprises et ce, peu importe leur taille.

Elle détient un MBA spécialisé en étude sur la PME de l'UQAM et un baccalauréat en administration de l'Université de Sherbrooke spécialisé en Marketing. Elle a été double médaillée « or et argent » de l'Institut des Banquiers Canadiens pour ses résultats.

Ses habilités de communicatrice ont été maintes fois utiles pour aider les entrepreneurs à optimiser leur plan d'affaires et particulièrement leurs stratégies marketing notamment avec le

CEFQ et le CLD de Verdun. Elle donne de la formation à des entrepreneurs en démarrage et des ateliers de coaching pour assurer un suivi sur mesure. Elle également reconnue comme une femme d'affaires aguerrie et visionnaire puisqu'elle est la fondatrice d'une entreprise ayant un concept tout à fait original fondée en 1999 SPA Bêtes VIP et un autre concept spécialisé et complémentaire Le Bistro à 4 pattes. Elle est extrêmement impliquée dans la communauté d'affaires et marketing. Elle a siégé sur le CA de Mentorat Québec de 2005 à 2007. Elle a occupé le rôle de présidente de l'Association marketing de Montréal de 2004 à 2006 divers et a siégé pendant 5 ans sur le CA.

Avec sa vision unique des affaires qui allie les forces du développement d'affaires et de l'aspect financier, elle ne rate jamais une occasion de faire avancer la cause des femmes dans le monde des affaires. Un livre est actuellement en édition pour aider les gestionnaires et entrepreneurs à mieux comprendre le nouvel environnement d'affaires à l'heure des nouvelles technologies.