

Formation

« Déployer sa stratégie d'influence territoriale »

> Bénéficiaires

4 à 8 dirigeants, managers, entrepreneurs

> Prérequis

Être muni d'une tablette ou ordinateur portable
Avoir créé son profil LinkedIn

> Intervenante

Catherine SARNOW
Formatrice en communication d'entreprise, managériale, interpersonnelle.
Coach professionnel
Ou
Véronique DUPREY
Formatrice en gestion de carrière recrutement.
Coach 360°

> Modalités d'intervention

3 jours soit 21 heures non consécutifs
En présentiel ou en distanciel selon les contraintes sanitaires

> Dates

03-04/03/2022 & 11/03/2022
13-14/06/2022 & 24/06/2022
13-14/10/2022 & 21/10/2022

> Suivi et évaluation

Étude de cas
Jeux de rôles
Quiz
Plan de progrès

> Tarif

2 100 € HT
Tarif intra : nous contacter

> Solutions de financement

Nous contacter

> Objectif de la formation

Cultiver et co-développer un réseau d'influence territorial en ligne et hors ligne pour faciliter le développement de son activité

> Objectifs pédagogiques

- Co-construire une stratégie d'influence territoriale
- Mobiliser durablement ses réseaux d'influence
- Améliorer sa marque professionnelle

> Méthodes et outils pédagogiques

Formation en présentiel avec alternance des méthodes interrogative, active et expositive pour capter, maintenir l'attention et faciliter l'apprentissage.

Outils : autodiagnostic, étude de cas, jeux de rôle, matrices, fiches pratiques, médias sociaux, quiz, manuel du participant.

Programme

Jour 1 Co-construire une stratégie d'influence territoriale

- Décrire une stratégie d'influence
- Définir des objectifs SMART et plan d'action en cohérence avec l'objectif commun
- Identifier les synergies et répartir les axes de développement au sein du groupe

Jour 2 Mobiliser durablement ses réseaux d'influence

- Appliquer une démarche réseau méthodique
- Distinguer réseautage, lobbying et clientélisme
- Identifier les trois leviers de développement efficaces

Travail inter session : rédiger son pitch LinkedIn et enregistrer son pitch en face à face

Jour 3 Améliorer sa marque professionnelle

- Adapter « son pitch réseau » à ses cibles
- Diagnostiquer son profil de réseuteur
- Optimiser son personal branding sur les médias sociaux.