
Programme de Formation

Développer son cabinet : stratégie terrain et digitale

Organisation

Durée : 21 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique



Public visé

Hypnothérapeutes, sophrologues, coachs et autres praticiens de l'accompagnement en projet d'installation ou déjà installé.



Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

1. Présenter clairement son activité et son identité professionnelle.
2. Identifier et lever ses freins personnels (peur du jugement, rapport à l'argent, crainte de l'échec).
3. Développer une stratégie de bouche-à-oreille efficace et proactive.
4. Construire un réseau de prescripteurs et de partenaires locaux.
5. Créer et optimiser une présence en ligne professionnelle.
6. Élaborer un plan d'action concret pour développer son activité.



Description

Programme

Jour 1 – Poser les bases - Développer son réseau et le bouche-à-oreille (7h)

Accueil et attentes

Présentation des participants, identification des freins et objectifs.

Identité professionnelle et posture

- Passer de praticien à entrepreneur de l'accompagnement.
- Gagner en légitimité et confiance.

Pitch et présentation de son activité

- Construire un pitch percutant (30 sec à 2 min).
- Atelier : entraînement et feedback.

Réseau et bouche-à-oreille

- Identifier prescripteurs et partenaires.
- Développer une démarche proactive sans “forcer la vente”.
- Atelier : plan d'action individuel (liste de prescripteurs + stratégie bouche-à-oreille).

Jour 2 matin – Lever ses freins

Rapport à l'argent et à la réussite

- Lever la culpabilité à fixer ses tarifs.



- Assumer la valeur de son travail.
- Atelier : annoncer ses tarifs avec assurance (jeu de rôle).

Peur du jugement et de l'échec

- Identifier ses croyances limitantes.
- Exercices pratiques : s'entraîner à parler de son activité devant différents publics.

Après-midi – Se lancer sur les réseaux sociaux

Comprendre les réseaux sociaux et leur utilité pour un praticien.

Choisir les canaux adaptés (Facebook, Instagram, LinkedIn).

Créer/optimiser un profil professionnel.

Atelier pratique : optimisation en direct.

Jour 3 – Développer sa visibilité digitale (7h)

Créer du contenu simple et efficace

Posts utiles, témoignages, conseils, vidéos.

Atelier pratique : création d'un visuel avec Canva.

Construire un calendrier éditorial

Importance de la régularité.

Atelier pratique : calendrier d'1 mois.

Engager et développer sa communauté

Répondre, interagir, susciter des réactions.

Call-to-action et engagement.

Introduction à la publicité

Campagnes simples sur Facebook/Instagram.

Clôture & plan d'action global

Chaque participant repart avec :

Un pitch clair,

Un plan terrain (prescripteurs + bouche-à-oreille)

Un profil optimisé

Un calendrier éditorial pour 1 mois.



Prérequis

Le stagiaire doit savoir parler, lire et écrire couramment le français.

Avoir suivi ou en cours de suivi d'une formation initiale en accompagnement.



Modalités pédagogiques

Apports théoriques courts et vulgarisés

Études de cas et exemples concrets

Exercices pratiques, mises en situation et jeux de rôle

Ateliers collaboratifs

Élaboration d'un plan d'action personnalisé



Moyens et supports pédagogiques

Support de cours remis à chaque stagiaire au format imprimé et/ ou numérique

Projection de slides / vidéos

Intranet pour le partage de documents en ligne

Supervision à distance (Messagerie WhatsApp)



Modalités d'évaluation et de suivi

Questionnaire en fin de formation

Enquête d'évaluation de la qualité de la formation

Attestation remise en fin de formation

Auto-diagnostic initial et final

Évaluation continue via exercices pratiques et mises en situation

Présentation finale d'un plan d'action personnalisé (validé par le formateur)