

# COMMERCIALISER ET MARQUETER SON OFFRE DE FORMATION : INTÉGRER LES PERSPECTIVES DE LA RÉFORME À SA STRATÉGIE D'ORGANISME DE FORMATION

**Durée :**  
2 jours

**Objectifs pédagogiques :**  
A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- **S'approprier les grands axes de la réforme de 2018**
- **Décliner un plan d'action en fonction de leur stratégie et de leurs publics**
- **Optimiser la communication sur leur offre de formation dans le respect des règles juridiques**

**Public :**

- Responsables de structure,
- Responsables de formation ou pédagogiques,
- Coordonnateur-trice, Chargé-es de communication ou de développement commercial d'organismes de formation

**Contenu pédagogique :**

## L'ENVIRONNEMENT FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE AUJOURD'HUI

Réforme de la FPC du 05 septembre 2018 : Enjeux et conséquences  
 Les acteurs (OPCO, CPRI, CEP, Pôle Emploi, Mission Locale, APEC, CAP EMPLOI, France compétences)  
 Les dispositifs (Contrat de Professionnalisation, Pro A, CPF et CPF de transition, Plan de formation, le PIC)  
 Contribution unique et extra légale  
 La notion d'action de formation assouplie  
 Les projets  
 La nouvelle donne en matière de qualité des actions de formation

## DEFINIR ET METTRE EN EN ŒUVRE SA STRATEGIE COMMERCIALE

Stratégie commerciale, de quoi s'agit-il ?  
 Elaborer le C.A.P. de son offre de service  
 Définir ses spécificités  
 Identifier ses clients et déterminer ses cibles, son marché  
 Connaitre les outils de marketing directs  
 Adapter sa communication à son public

## DEFINIR ET METTRE EN ŒUVRE UN PLAN D'ACTION COMMERCIALE ET UN PLAN DE COMMUNICATION

Quelles actions menées ?  
 Auprès de qui ?  
 Selon quelles priorités ?  
 Par quel moyen : référent, outil, calendrier, méthode  
 Suivi et évaluation du plan d'action  
 Compétence de l'équipe commerciale

## SE DIFFERENCIER PAR LA QUALITÉ DE SERVICE

Une organisation structurée et structurante  
 Réactivité et service client  
 Satisfaction du client et performance de l'organisme de formation (Organisation de la collecte d'information)  
 Suivi des stagiaires  
 Entériner la démarche qualité et communiquer : certification qualité ?



## REGLEMENTATION DE LA COMMUNICATION DANS LE CHAMP DE LA FORMATION

- Les termes de la convention de formation, les devis, les factures, les programmes
- La publicité : utilisation du numéro de déclaration d'activité, modalités de financement
- Les restrictions en matière de publicité
- Le respect des obligations vis-à-vis des stagiaires : Règlement intérieur, émargements, évaluations de fin de formation, l'attestation de formation
- La justification des titres et qualités des formateurs

### Démarche et méthodes pédagogiques :

- Démarche **active, centrée sur l'apprenant qui « agit ».**
- Méthodes :
  - **Participative**, basée sur le questionnement des participants
  - **Active**, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants.

### Techniques et outils :

- Alternance des techniques suivantes : Brefs exposés, simulation, résolution de problèmes, brainstorming, quiz, exercices, situations professionnelles reconstituées, ...
- Remise d'un support pédagogique individuel

### Modalités d'évaluation :

- Evaluation formative séquencé, en cours de module
- Evaluation des acquis
- Evaluation de la satisfaction, à chaud
- Evaluation à froid (sous 3 à 4 mois)



ASCENCIEL® / Forma JC Conseil, SARL au capital de 12 000 € -  
242 Allée de Craponne Bât. A Le Châteauredon – 13300 SALON DE PROVENCE

☎ : 04 90 17 42 07 - @ : jca@ascenciel.fr - www.ascenciel.fr

RCS Marseille 503 042 749 - Siren : 503 042 749 - APE : 8559A - N° d'activité : 93 13 13310 13

2024