Impul'S OF 3.0 : Stratégie de développement et plan commercial

Fiche technique

Secteurs
Tous secteurs

Public
Salariés des organismes de formation adhérents :
-Dirigeants
-Formateurs
-Cadres Pédagogiques
-Personnels administratifs
-Chargés de développement

Durée
2 jours

Lieux & dates

Interlocuteur Opco Santé

Pour l'INTRA : Contactez votre conseiller emploi-formation
Dates sur demande

Contexte

La nouvelle réforme de la formation professionnelle s'inscrit dans une logique, déjà engagée depuis plusieurs années, de maîtrise des couts, d'individualisation des parcours et de lutte contre le chômage. Elle a des conséquences majeures pour tous les acteurs de la formation et en particulier auprès des prestataires de la formation.

VIDEO DE PRESENTATION

Objectifs

- Définir une stratégie de développement et savoir construire sa démarche commerciale
- Mieux vendre ses actions de formation, mieux connaitre son public « consommateur », leurs attentes, motivations et facteurs d'inscription
- Maitriser les gestes commerciaux et savoir intégrer les nouvelles opportunités liées aux marchés face aux nouveaux publics (demandeurs d'emplois, publics faiblement qualifiés,…)
- Savoir répondre à des appels d'offres
- Savoir réaliser un plan de communication pour valoriser ses actions de formation (teasing, e-mailing, presse, réseaux sociaux…) et animer des réseaux d'anciens stagiaires, …
- Développer des partenariats avec des acteurs clés (ARS, Pôle Emploi, Régions..) et mettre en place des stratégies d'alliance avec les universités

Prérequis

Contenu

E-LEARNING 3h30

- Connaitre les fondamentaux : de la stratégie marketing au plan d'actions commerciales

Les axes d'une stratégie de développement : fidélisation, prospection, diversification.

JOUR 1 Après-midi et JOUR 2 Journée

- Construire sa démarche commerciale
- Les marchés potentiels nouveaux des organismes de formation, liés à la réforme
- Vendre ses actions de formation, mieux connaitre son public «consommateur», leurs attentes, motivations et facteurs d'inscription

- Savoir dérouler un processus de vente (découverte, compréhension des besoins, présentation,
argumentation, réponse aux objections, conclusion.)
- Savoir questionner pour détecter les
besoins des clients
- Panorama des différents outils de communication et visibilité
- Plan de communication pour
valoriser ses actions de formation et animer des réseaux d'anciens stagiaires, …
- Savoir identifier les personnes et les partenaires clés pour son activité
- Connaitre le cadre réglementaire : OF, La contractualisation
- Répondre à des appels d'offres