

## 06

## OF 3.0 : Module 4 – Stratégie de développement et plan commercial

**Fiche technique****Secteurs**

Tous secteurs

**Public**

Cette formation s'adresse aux organismes de formation adhérents à l'OPCO Santé

**Durée**

3 jours

**Organisme de formation**

☞ Kollektiv AGO

**Lieux & dates**☞ **Groupe 1**

**Session 1 (26/04 & 20/05  
10h-12h) - 100% digitale**

Le 26 avril 2021

+ Le 20 mai 2021

**Interlocuteur Opcos Santé**

**Sabrina EMERY, Assistante  
Régionale**

[formationscollectivesNA@opco-sante.fr](mailto:formationscollectivesNA@opco-sante.fr)

**Contexte****Cycle Organisme de Formation**

La nouvelle réforme de la formation professionnelle s'inscrit dans une logique, déjà engagée depuis plusieurs années, de maîtrise des coûts, 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 connaître son public « consommateur », leurs attentes, motivations et facteurs d'inscription
- ☞ Maîtriser 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**

Aucun prérequis n'est demandé

**Contenu****E-LEARNING 3h30**

- ☞ Connaître 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 connaître 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
- ⇒ Connaître le cadre réglementaire : OF, La contractualisation
- ⇒ Répondre à des appels d'offres