

**Nouvelle-Aquitaine** 

Fonds mutualisé de Branche

#### Salariés de la Branche

# 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

Kollektif AGO

## **Lieux & dates**

**ᢒ** Groupe 1 Session 1 (26/04 & 20/05 10h-12h) - 100% digitale Le 26 avril 2021 + Le 20 mai 2021

## **Interlocuteur Opco Santé**

# Sabrina EMERY, Assistante Régionale

formationscollectivesNA@opcosante.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 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 connaître 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**

Aucun prérequis n'est demandé

# 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 connaître son public «consommateur», leurs



Fonds mutualisé de Branche

Salariés de la Branche

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