

# DÉVELOPPER LES VENTES DE SON ORGANISME DE FORMATION GRÂCE AU MARKETING

L'écosystème de la formation, notamment par le biais du CPF, place le stagiaire en position de consommateur. Face à une concurrence rude, les organismes de formation doivent redoubler d'innovation et d'attractivité pour retenir l'attention du public. Dans ce contexte, une approche marketing est donc tout à fait pertinente et leur offre un levier de développement intéressant.

Cette formation opérationnelle et adaptée à chaque contexte vous apportera les bases méthodologiques de votre propre démarche marketing : état des lieux du marché, segmentation des cibles, leviers de différenciation, construction de l'offre, bonnes pratiques en matière de tarifs, communication...

## OBJECTIFS DE FORMATION

- > Définir une offre de service cohérente sur son marché
- > Segmenter sa clientèle en tenant compte des opportunités induites par la réforme
- > Définir ses éléments de différenciation vis-à-vis de la concurrence
- > Mettre en place des outils de communication et de mesure pour évaluer son efficacité

## PROGRAMME

### STRATÉGIE MARKETING

- > Connaître les fondamentaux du marketing appliqués à l'offre de formation
- > Définir son marché et le segmenter
- > Définir ses priorités

### CONSTRUCTION DE L'OFFRE

- > Définir sa cible
- > Construire un *persona* pour mettre en œuvre une stratégie plus efficace
- > Etablir sa différenciation

### COMMUNICATION DE L'OFFRE

- > Connaître les conditions d'une bonne communication
- > Réfléchir aux canaux et thèmes de communication les plus appropriés
- > Mettre en place des outils de mesure pour évaluer l'efficacité de sa communication

### COMMUNICATION DIGITALE

- > Mettre à profit les spécificités de la communication digitale
- > Choisir les outils et canaux digitaux adaptés à sa cible
- > Mettre en place une stratégie de contenu



2022

10 AU 13 MAI

### PUBLIC

Toute personne en charge de la gestion d'un organisme de formation

### PRÉREQUIS

Aucun

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

- > Exposés suivis de périodes de questions-réponses
- > Travaux d'application : exercices sur la définition de son offre et sur la communication de son offre, analyse d'offres concurrentes ou des offres des autres participants, etc.
- > Accès en ligne aux ressources pédagogiques et documentaires

### MOYENS TECHNIQUES

Les séquences en visioconférence sont organisées via l'application Zoom. Une assistance technique est assurée par Centre Inffo

### INTERVENANT

**Sandrine BASLÉ**, consultante en stratégie de développement des organismes de formation, chargée de formation pour le compte de Centre Inffo



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en place d'un dispositif d'évaluation complet : recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation des acquis, recueil des appréciations

### MODALITÉ DE SANCTION

Remise d'une attestation de fin de formation

# DÉVELOPPER LES VENTES DE SON ORGANISME DE FORMATION GRÂCE AU MARKETING


 14 heures sur 4 jours  
 € 1 445 € HT (TVA 20 %) 1 734 € TTC  
 De 3 à 12 personnes maximum

## MODULE 1

### Objectifs

- > Connaître les fondamentaux du marketing appliqués à l'offre de formation
- > Définir ses priorités

## STRATÉGIE MARKETING

JOUR 1	JOUR 1	
		
2h30	1h	<b>3H30</b>
13h30-16h	16h-17h	

## MODULE 2

### Objectifs

- > Définir sa cible
- > Savoir segmenter son marché

## CONSTRUCTION DE L'OFFRE

JOUR 2	JOUR 2	
		
2h30	1h	<b>3H30</b>
13h30-16h	16h-17h	

## MODULE 3

### Objectifs

- > Bâtir sur ses forces
- > Savoir définir une offre de formation différenciante

## COMMUNICATION DE L'OFFRE

JOUR 3	JOUR 3	
		
2h30	1h	<b>3H30</b>
13h30-16h	16h-17h	

## MODULE 3

### Objectifs

- > Définir la communication de son offre de formation
- > Appliquer les fondamentaux de la communication digitale

## COMMUNICATION DIGITALE

JOUR 4		
		
3h30		<b>3H30</b>
13h30-17h		



Centre Inffo

Contact commercial :  
 contact.formation@centre-inffo.fr  
 Tél. : 01 55 93 91 83 - www.centre-inffo.fr



Classe virtuelle



Travaux individuels ou en sous-groupes (asynchrone)  
 Prévoir dans votre emploi du temps, un créneau entre les classes virtuelles pour réaliser les travaux qui seront demandés  
 Ils font partie intégrante de votre parcours d'apprentissage

