



3 et 4 octobre

**Public**

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

**Prérequis**

Exercer au sein d'un prestataire concourant au développement des compétences

**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

**Intervenant**

Un consultant en stratégie de développement des organismes de formation, chargé de formation pour le compte de Centre Inffo

**Modalités d'évaluation**

Progression des participants évaluée par le formateur tout au long de la formation (test de positionnement, temps d'échanges, travaux pratiques, exercices d'entraînement...) et par un quiz d'évaluation des acquis en fin de formation.

**Modalité de sanction**

Remise d'une attestation de fin de formation

2024

**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
- Établir 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



14 heures sur 2 jours de 9 h à 17 h

1 565 € HT (TVA 20 %) 1 878 € TTC  
Déjeuner comprisCentre Inffo,  
Saint-Denis-La Plaine

De 3 à 9 personnes maximum



Un court entretien individuel vous sera proposé par le formateur, en amont de la formation, pour une meilleure adaptation au contexte de votre organisme.

