



Représenter et promouvoir son organisme (M61)

Contexte : Dans un environnement marqué par une concurrence accrue, les organismes de formation doivent définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale.

PUBLIC

Responsable de formation, coordinateur, consultant...

OBJECTIFS

- Situer, en tant qu'acteur, sa contribution à la fonction commerciale d'un organisme de formation.
- Appréhender quelques méthodes et techniques.
- Communiquer à l'externe.

CONTENUS

L'organisation de la fonction commerciale dans les organismes de formation.
 La représentation d'un organisme : entre une réalité de fait et une fonction reconnue ; les modalités opérationnelles.
 Les types et niveaux de contribution des différents acteurs au développement de l'organisme de formation ;
 La veille sur l'environnement : recueil des informations et leur mutualisation ; la presse professionnelle ; les évolutions du marché de la formation et la place des différents acteurs.
 La communication externe : le plan de communication –organisation, cibles, supports.
 Le suivi clientèle et l'analyse des besoins de formation nouveaux.

METHODES

- Apports notionnels et méthodologiques
- Applications pratiques
- Création d'outils
- Études de cas

ORGANISATION

Durée : 2 jours
Dates : 14-15 décembre 2017
Lieu : GIP-FAR Rennes
Tarif : 306 euros

Bloc de compétences 6
Titre RDF