

COMMERCIALISER SON OFFRE DE FORMATION

Ref : FORM-PRO2-16

Page 1/2

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Connaître le marché de la formation
- . Comprendre les fondamentaux du marketing commercial
- . Définir sa stratégie marketing
- . Construire son offre de formation
- . Mettre en œuvre son plan d'action commercial

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à toute entreprise ou formateur indépendant, qui souhaite développer une structure de formation.

PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés. Matériel requis : un ordinateur portable.

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 4 sessions pour une durée totale de 16 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de Ghislaine Fernandes-Coz dont l'organisme de formation répond à la norme de Qualité Qualiopi.

SUIVI ET EVALUATION

A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et de supports de cours (papier ou numérique). Un questionnaire fera l'objet d'une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation. Le suivi concernant la mise en pratique des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation. L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz et d'exercices pratiques ou de contrôle continu.

OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices), Plateforme FOAD, partage d'écran, vidéo et support digitaux pour le suivi pédagogique.

**DATES ET LIEU DE FORMATION :**

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 16 heures



Groupe : de 1 à 8 personnes

**CONTACT**

FERNANDES-COZ Ghislaine
ghislaine.coz@gmail.com

06 62 49 23 71

Service administratif

contact@formagest.fr

COMMERCIALISER SON OFFRE DE FORMATION

Ref : FORM-PRO2-16

Page 2/2

CONTENU DE LA FORMATION**A COMPRENDRE LA DEMARCHE MARKETING**

- ANALYSER L'ENVIRONNEMENT DU MARCHE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE
- ANALYSER LA CONCURRENCE
- IDENTIFIER LES OPPORTUNITES DE MARCHES

B DEFINIR SA STRATEGIE MARKETING

- IDENTIFIER SES CLIENTS ET DETERMINER SES CIBLES
- FORMALISER SA PROPOSITION DE VALEUR
- ELABORER SON POSITIONNEMENT MARKETING

C CONSTRUIRE SON OFFRE DE FORMATION

- QUELLES FORMATIONS ?
- QUELLES SPECIFICITES ?
- A QUEL PRIX ?
- QUELLE COMMUNICATION ?
- SE DIFFERENCIER PAR LA QUALITE DE SERVICE

D METTRE EN ŒUVRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL

- LES PRE-REQUIS POUR UNE DEMARCHE COMMERCIALE PERENNE
- IDENTIFIER LES ACTIONS DE PROSPECTION
- IDENTIFIER LES ACTIONS DE FIDELISATOIN
- CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL