

Stratégie de communication et marketing pour Responsable formation

Utiliser les techniques de marketing et de communication pour rendre une formation désirable pour sa cible avec en bonus l'usage de ChatGPT

PROCHAINES SESSIONS

- **PARIS :**
30 mai. 2024
- **A DISTANCE :**
30 mai. 2024
- **PARIS :**
17 oct. 2024
- **A DISTANCE :**
17 oct. 2024

[Voir toutes les sessions](#)

PUBLIC

Responsables formation -
Responsables des ressources
humaines - Chargés de formation

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire

NIVEAU D'EXPERTISE

Expertise

LES POINTS FORTS

Nombreux exercices pratiques et interactifs qui boostent l'implication des participants et favorisent la résolution de problèmes

Remise d'outils opérationnels : modèles de supports de communication réalisés pour des projets de formation, exemples de plan d'actions marketing...

Travaux sur documents d'entreprise : les participants sont invités à venir avec leurs propres supports de communication

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et

Code
514031

Durée
1 jour / 7 heures

Tarif Inter*
1236 € HT

*Repas inclus (en présentiel)

Objectifs pédagogiques

- Identifier les enjeux et apports du marketing et de la communication en formation
- Mettre en oeuvre les techniques pour rendre attractifs ses projets de formation
- Réaliser un plan marketing pour valoriser son plan et sa fonction formation
- Utiliser ChatGPT dans les pratiques métier

Programme de la formation

Identifier les enjeux et apports du marketing de la communication

Expliquer les nouvelles tendances marketing de la formation

- Principaux enjeux
- Opportunités du marketing de la formation

Identifier les apports du marketing et de la communication en formation

- Comment mieux vendre ses formations aux collaborateurs et encadrants ?
- Mieux connaître ses consommateurs : attentes, motivations et facteurs d'inscription
- Comment développer sa créativité et sa capacité à innover en formation ?
- Défi en équipe : construire « l'effet waouh » pour un programme de formation

Mettre en oeuvre les techniques pour rendre attractifs ses projets de formation

Examiner les bonnes pratiques pour valoriser une formation

- Quelle est la promesse de la formation pour l'apprenant ?
- Comment mettre en valeur cette promesse : le teaser et la base line ?

Etablir une communication attractive

- Comment le communiquer sur le catalogue, trucs et astuces ?
- Comment tester la proposition de valeur de la formation ?
- Défi en équipe : construire des titres de formation, des teasers attractifs et motivants

Réaliser un plan marketing pour valoriser son plan et sa fonction formation

transfert

- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements
- ChatGPT pour favoriser l'usage métier des agents conversationnels

SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :
 - ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service
 - ▶ A froid, 60 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail
- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

Réaliser un plan de communication efficace pour une formation ?

- Comment identifier sa cible de communication : apprenants, managers,... ?
- Construire son message de communication pour favoriser l'engagement et le taux d'inscription
- Quel support de communication : mail, SMS, phoning, intranet, bot, communautés,... ?
- Quel timing pour la communication initiale, la relance et finalisation ?
- Défi en équipe : construire un plan de communication inspirant

Comment réussir le lancement d'une formation grâce au marketing ?

- Comment construire une équipe projet inspirée et inspirante ?
- Comment construire un pilote de formation ? Quels early adopters choisir ?
- Comment déployer son lancement dans le temps ?
- Comment fidéliser le lancement ? Les métriques et les KPI pour la cible
- Mise en situation : rendre un projet formation « mythique »