SERVICE FORMATION : MARKETING ET PLAN DE COMMUNICATION

2 jours

COMMENT PROMOUVOIR SES ACTIONS DE FORMATION ET IMPLIQUER LES COLLABORATEURS ?

PROGRAMME DE LA FORMATION

ENJEUX ET OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION INTERNE POUR LE SERVICE FORMATION

› Identifier l'importance d'un message clair vis-à-vis de sa politique formation, ses actions de formation
› Répertorier les potentiels freins et résistances : communiquer pour les anticiper
› Identifier les sources de motivation des salariés pour se former : un préalable essentiel
Réflexion en sous-groupes sur les freins et motivations pour se former

FAIRE CONNAÎTRE SA POLITIQUE ET SON OFFRE FORMATION : DÉFINIR UN PLAN DE COMMUNICATION/MARKETING

› Optimiser les process de communication en interne
– réaliser l'état des lieux du circuit d'information actuel : auprès des managers, des collaborateurs et de la direction
– identifier les écarts entre information communiquée et attentes des différents acteurs
– formaliser ses procédures
– utiliser l'intranet RH ? Atouts et points de vigilance
Autodiagnostic des process de communication existants dans son entreprise
› Intégrer et impliquer les managers dans les projets formation
– assurer la compréhension des objectifs de formation : une nécessité
– organiser la communication auprès des équipes, la remontée d'information
› Communiquer autour des droits des salariés à la formation, suite à la réforme
– les nouveaux dispositifs d'accès et modalités de départ en formation
– les démarches et délais
– informer sur les autres acteurs de la formation
› Mener des actions de communication, de marketing en interne : comment donner envie aux salariés de se former ?
– les différents supports et mode de communication : témoignage, brochure, affiche, teaser, intranet…
– utiliser les techniques marketing innovantes
Cas pratique : réaliser un teaser
Cas pratique : réaliser un slogan avec l'IA

RENDRE ATTRACTIVE SON OFFRE DE FORMATION

› Diversifier les outils pédagogiques
› Varier les modes de formation : e-learning, présentiel, blended learning
› Travailler l'attrait des programmes de formation
– importance de la maquette du programme : soigner son design
– rendre le programme attractif et concret pour susciter l'intérêt
Cas pratique : à partir de programmes existants, repérer les règles essentielles d'un programme attractif

MIEUX COMMUNIQUER : VALORISER SES MISSIONS ET GAGNER EN CRÉDIBILITÉ

› Développer le capital image du service formation
› Établir une relation de confiance avec ses interlocuteurs internes
› Optimiser la préparation et l'animation de ses réunions
› Développer ses qualités de communiquant
– les clés de la communication verbale et non verbale
– adapter sa communication selon le type de situation et l'interlocuteur
– faire passer ses idées : les techniques d'argumentation
– communiquer en situations difficiles (tensions, objections…)
Mises en situation issues de cas concrets

OBJECTIFS

- Mettre en place un plan de communication efficace pour faire connaître la politique formation de l'entreprise.
- Utiliser les outils de communication et de marketing pour promouvoir ses formations et motiver les collaborateurs à se former.
- Rendre son offre de formation visible et attractive.
- Développer ses qualités de communiquant.
- Contribuer au développement de l'image positive du service formation.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

- La possibilité pour les participants de travailler sur leurs propres documents : plan de communication, notes intranet, programmes de formation….
- Des mises en situation individuelles et conseils personnalisés du consultant pour optimiser sa communication et son marketing de la formation

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Directeurs et responsables formation, responsables RH/personnel, chargés de mission formation

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement et attestation de fin de formation
Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

1 630 € HT - Réf : FOR-MAFO

Validité : 30 juin 2025

PROCHAINES SESSIONS

Formation à distance :
les 3 et 4 avril 2025

Paris Montparnasse :
les 9 et 10 octobre 2025

BULLETIN D'INSCRIPTION

GERESO SAS - 38 rue de la Teillaie
CS 81826 - 72018 LE MANS Cedex 2
Tél. 02 43 23 09 09 - Fax 02 43 23 77 07
formation@gereso.fr - www.gereso.com

Participant(e)

☐ Mme ☐ M. Nom .....

Prénom .....

Fonction .....

E-mail .....
(obligatoire pour accéder à vos documents personnalisés, avant et après votre formation)

Tél. (ligne directe) .....

Tél. mobile (pour infos de dernière minute) .....

Mesures compensatoires pour les personnes en situation d'handicap :

.....

Formation choisie

Titre .....

Référence .....

Dates .....

Lieu .....

Options proposées pour certaines formations :
- Accès e-ressources pendant un an (remise de 40% sur le prix public)
- Veille juridique pendant un an (remise de 70% sur le prix public)
- Expertise décisionnelle d'une heure (remise de 30% sur le prix public)

Merci de préciser votre choix :

☐ Accès e-ressources* ☐ Veille juridique* ☐ Expertise décisionnelle

Indiquez le tarif total (Formation + option(s) choisie(s)) .....

Entreprise / Établissement

Raison sociale .....

Adresse .....

Code postal |_|_|_|_|_| Ville .....

Téléphone ..... Fax .....

N°d'identification (TVA intracommunautaire) .....

Code APE / NAF ..... N° Siret |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|

Responsable de l'inscription

☐ Mme ☐ M. Nom ..... Prénom .....

Service/Fonction .....

Tél. (ligne directe) ..... E-mail .....

Facturation/Règlement

☐ FACTURE À ADRESSER À L'ENTREPRISE / L'ÉTABLISSEMENT :

À l'attention de ☐ Mme ☐ M.

Nom .....

Prénom .....

Service/Fonction .....

E-mail .....

Libellé de la facture .....

.....

Si la facture est à adresser à l'entreprise mais à une autre adresse ou un autre service, merci de préciser .....

.....

.....

.....

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur la facture ?

☐ OUI ☐ NON

Si OUI, numéro : .....

GERESO se réserve le droit de facturer une pénalité forfaitaire si le client n'a pas transmis son bon de commande avant le début de la formation

Prise en charge (si parcours certifiant) :

☐ CPF ☐ Entreprise ☐ OPCO

☐ FACTURE À ADRESSER À L'OPCO :

Nom de l'OPCO .....

Numéro de prise en charge .....

Adresse de votre OPCO .....

.....

Code postal |_|_|_|_|_|

Ville .....

Si GERESO n'a pas reçu l'accord de prise en charge de l'OPCO le dernier jour de la formation, le client sera facturé de l'intégralité du prix de la formation.

Fait à : Le :

Signature et cachet de l'Entreprise / l'Établissement, précédés de la mention « bon pour accord » :

La signature de ce bulletin d'inscription vaut acceptation des conditions générales de vente précisées sur *www.gereso.com/mentions-legales-et-cgv*

Les informations recueillies sur ce formulaire sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont enregistrées dans un fichier informatisé par GERESO dans la finalité de traitement de votre demande. Conformément à la loi "informatique et libertés", vous pouvez exercer votre droit d'accès aux données vous concernant et les faire rectifier ou supprimer en vous adressant à : dpo@gereso.fr
** Les options "accès aux e-ressources pédagogiques" et "veille juridique", proposées en option en complément de la formation, sont renouvelables annuellement par tacite reconduction, sauf résiliation notifiée un mois avant la date d'échéance.*