

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

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 : déterminer les supports de communication les plus adaptés selon l'offre à promouvoir

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 communicant
 - 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 communicant.
- 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

1 595 € HT - Réf : FOR-MAFO

Validité : 30 juin 2024

PROCHAINES SESSIONS

Paris Montparnasse :
 les 8 et 9 avril 2024
 les 16 et 17 septembre 2024

