

développer votre organisme de formation

les clés pour repenser votre business model

découvrez comment renforcer votre compétitivité en affinant votre positionnement et en structurant un plan d'action sur plusieurs années.

dotez-vous des outils nécessaires pour équiper votre organisme de formation face aux nouvelles exigences du marché et soutenir une croissance durable.

objectifs pédagogiques

- distinguer les éléments composants le marché de la formation professionnelle pour adulte
- établir son business model : stratégie de positionnement marché et plan d'action opérationnel sur 1 an et jusqu'à 3 ans
- élaborer sa stratégie de communication interne / externe opérationnel
- établir une stratégie de partenariats
- élaborer sa stratégie de veille

contenus

- le vocabulaire spécifique lié à la formation et à l'andragogie
- l'environnement et le marché de la formation : acteurs, parties prenantes, réglementation, organisation et structure financière liée aux commanditaires
- les métiers présents dans un of
- l'évolution du métier de formateur
- l'évaluation en formation
- les catégories et fonction d'usage des outils en formation
- l'expérience utilisateur de l'of
- le positionnement marché
- le positionnement concurrentiel
- les composantes de l'offre de formation
- la stratégie de positionnement prix
- les composantes du mix marketing
- le plan d'action opérationnel : actions, moyens, kpi
- la stratégie de distribution de l'offre de formation
- le plan de communication : organisation, coût, outils, parties prenantes, kpi
- la stratégie de veille
- la stratégie de partenaires

résultats attendus

- positionner et développer son offre sur un marché ciblé
- établir son business model à 3 ans

déroulé de la formation

01	<p style="text-align: right;">2 heures e-learning</p> <p>le marché de la formation professionnelle pour adultes</p> <ul style="list-style-type: none">• le vocabulaire spécifique lié à la formation et à l'andragogie• l'environnement et le marché de la formation : acteurs, parties prenantes, réglementation, organisation et structure financière liée aux commanditaires• les métiers présents dans un organisme de formation• l'évolution du métier de formateur
02	<p style="text-align: right;">14 heures présentiel</p> <p>la stratégie de positionnement</p> <ul style="list-style-type: none">• les composantes de l'offre de formation• le positionnement marché• le positionnement concurrentiel• atelier : description de l'organisation interne actuelle de sa structure formation, écriture de son positionnement concurrentiel actuel et de son offre <ul style="list-style-type: none">• l'expérience utilisateur (UX) de l'organisme de formation• atelier : écriture de l'UX actuelle et de l'UX souhaitée <ul style="list-style-type: none">• la stratégie de positionnement prix• la stratégie de distribution de l'offre de formation• les composantes du mix marketing• le plan d'action opérationnel : actions, moyens, kpi• atelier : écriture de la stratégie de l'organisme de formation de 1 à 3 ans et les premières étapes du plan d'action opérationnel
03	<p style="text-align: right;">2 heures classe virtuelle</p> <p>le processus de création des formations multimodales : de l'ingénierie à la diffusion des formations</p> <ul style="list-style-type: none">• le séquençage pédagogique : ingénierie, conception et production : définition, process, parties prenantes et fonctions associées• l'externalisation et l'internalisation des process : choix et modalités

déroulé de la formation (suite)

04	<p data-bbox="1182 338 1428 371">2 heures e-learning</p> <p data-bbox="359 394 730 423">les outils de la formation</p> <ul data-bbox="376 434 1315 544" style="list-style-type: none">• les catégories et fonctions d'usage des outils en formation• l'évaluation en formation : le modèle kirkpatrick, les modalités d'évaluation et les activités
05	<p data-bbox="1137 624 1428 658">3 heures classe virtuelle</p> <p data-bbox="359 667 970 696">la stratégie et le plan de communication</p> <ul data-bbox="376 707 1362 976" style="list-style-type: none">• les composantes du plan de communication• les objectifs et moyens à mettre en œuvre du plan de communication• la stratégie de communication et son plan d'action opérationnel• atelier : la stratégie de communication, évolution de son plan d'action opérationnel incluant les éléments de la communication
06	<p data-bbox="1201 1039 1428 1072">1 heure e-learning</p> <p data-bbox="359 1081 970 1111">la stratégie de veille et de partenariat #1</p> <ul data-bbox="376 1122 1374 1279" style="list-style-type: none">• la veille dans la formation• les acteurs de la formation à cibler• la formalisation des partenariats• le plan d'action opérationnel du développement des partenariats
07	<p data-bbox="1137 1346 1428 1379">3 heures classe virtuelle</p> <p data-bbox="359 1400 906 1429">l'organisation interne de la veille #2</p> <ul data-bbox="376 1440 1257 1518" style="list-style-type: none">• atelier : évaluation du plan d'action opérationnel incluant veille et partenariat
08	<p data-bbox="1161 1603 1428 1637">1 heure classe virtuelle</p> <p data-bbox="359 1657 802 1686">accompagnement individuel</p> <ul data-bbox="376 1697 1385 1776" style="list-style-type: none">• la stratégie envisagée et le plan d'action opérationnel : feedbacks, ajustement, du plan d'action réponses aux questions

livrables

- padlet : outils, supports et bibliographie
- moodle Laet's Learn : formation en ligne, ressources et synthèses
- trame méthodologique et outils
- accès podcasts

méthodes pédagogiques

méthodes expositive, active et par projet : formation action sur des cas réels.
chaque participant élabore sa stratégie de positionnement et ses plans d'action opérationnels de mise en œuvre de 1 à 3 ans

évaluations

- évaluation de positionnement : www.assessmind.fr : radar de maturité digitale
- évaluation des acquis :
 - e-learning par quiz
 - projet de stratégie et plans d'action opérationnel : projet individuel à rendre
 - la formation est validée lorsque chacune des compétences est acquise en prenant en considération la progression de chaque stagiaire
- évaluation de satisfaction de fin de formation
- évaluation des compétences par entretien téléphonique à m+4 mois après la fin de la formation
- attestation de réalisation de la formation et attestation de compétences acquises remise à chacun des stagiaires

public & prérequis

public

- formateur.trice indépendant.e
- directeur.trice d'organisme de formation
- responsable formation

prérequis

- connaissances de base en bureautique et sur internet
- français niveau C1

durée

- durée totale : 48 heures
- modalité synchrone : 14 heures en présentiel, 8 heures de classe virtuelle et 1h d'accompagnement individuel
- modalité asynchrone : e-learning : 4 heures et travail individuel : 21 heures avec feedback individualisé
- le calendrier de la formation est en ligne et transmis directement aux inscrits



intervenante

Laetitia Flye Sainte Marie
co-fondatrice et dirigeante de Laet's Learn
ingénieure pédagogique - formatrice

places disponibles	de 4 à 12 personnes	
lieu	présentiel	lieu déterminé en fonction des inscrits
	classes virtuelles	réalisées sur Zoom : lien transmis avant le début de la formation et identique durant toute la formation
	e-learning	accès web - LMS moodle Laet's Learn
prix	3100 € par personne modalités financières et règlement Conditions Générales de Vente	

modalités

formation en intra, formation individuelle : [nous contacter](#)

- inscription : formulaire de contact / entretien individuel
- délais d'accès : suivant démarrage formation.
- les inscriptions sont closes 15 jours avant le démarrage de la formation.
- 4 sessions annuelles

prendre **contact**
avec Laet's Learn

contact@laetslearn.com

06 19 83 16 41

laetslearn.com

13, rue de la Madeleine - 69007 LYON