

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 data-bbox="1182 338 1433 367">2 heures e-learning</p> <p data-bbox="363 378 1193 412">le marché de la formation professionnelle pour adultes</p> <ul data-bbox="384 423 1342 651" 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 data-bbox="1190 719 1441 748">14 heures présentiel</p> <p data-bbox="363 759 831 792">la stratégie de positionnement</p> <ul data-bbox="384 804 1382 1431" 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 • l'expérience utilisateur (UX) de l'organisme de formation• atelier : écriture de l'UX actuelle et de l'UX souhaitée • 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 data-bbox="1142 1498 1441 1527">2 heures classe virtuelle</p> <p data-bbox="363 1538 1206 1615">le processus de création des formations multimodales : de l'ingénierie à la diffusion des formations</p> <ul data-bbox="384 1626 1394 1771" 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="1177 331 1428 369">2 heures e-learning</p> <p data-bbox="359 392 730 421">les outils de la formation</p> <ul data-bbox="375 432 1316 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="1134 616 1428 654">3 heures classe virtuelle</p> <p data-bbox="359 665 970 694">la stratégie et le plan de communication</p> <ul data-bbox="375 705 1364 974" 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="1198 1034 1428 1072">1 heure e-learning</p> <p data-bbox="359 1084 970 1113">la stratégie de veille et de partenariat #1</p> <ul data-bbox="375 1124 1372 1276" 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="1134 1337 1428 1375">3 heures classe virtuelle</p> <p data-bbox="359 1402 906 1431">l'organisation interne de la veille #2</p> <ul data-bbox="375 1442 1257 1514" style="list-style-type: none">• atelier : évaluation du plan d'action opérationnel incluant veille et partenariat
08	<p data-bbox="1158 1594 1428 1632">1 heure classe virtuelle</p> <p data-bbox="359 1659 801 1688">accompagnement individuel</p> <ul data-bbox="375 1700 1385 1771" 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