

Développer l'activité commerciale de son organisme de formation - 10h

Développer un organisme de formation ne repose plus uniquement sur la qualité pédagogique ou les certifications. Pour croître durablement, il est indispensable de structurer son positionnement, son parcours client et sa stratégie commerciale. Cette formation permet aux organismes de formation de comprendre les mécanismes d'acquisition, de clarifier leur offre et de construire un plan d'action concret pour développer leur activité.

Durée: 10 heures (1,5 jour).

Modalités : blended-learning (9h e-learning + 1h de visio synchrone individuelle).

Tarif : à partir de 650€ (exonéré de TVA — Art. 261.4.4 a du CGI).

Profils des apprenants : Dirigeants et responsables d'organismes de formation souhaitant développer leur acquisition commerciale.

Prérequis : Être dirigeant d'un organisme de formation ou en charge de son développement commercial.

Modalités d'évaluation : réalisation de cas pratiques à chaque module, QCM, grille d'évaluation.

Méthodes mobilisées : supports vidéo, cas pratiques, ressources et templates téléchargeables.

Délai d'accès : 15 jours.

Accessibilité : voir le [paragraphe accessibilité](#) de notre site.

Objectifs pédagogiques

- Analyser le marché et le positionnement concurrentiel de son organisme de formation
- Identifier précisément sa cible et ses leviers décisionnels
- Définir une offre commerciale attractive et différenciante
- Construire un tunnel d'acquisition adapté à son organisme
- Sélectionner et prioriser des leviers d'acquisition cohérents avec ses ressources
- Élaborer un plan d'action d'acquisition structuré sur 90 jours

Contenu de la formation

Module 1 : Connaître sa cible et son marché

- Connaître les différents publics de formation et définir ses cibles
- Construire un persona stratégique intégrant les besoins en compétences
- Cartographier le parcours d'achat d'un apprenant ou décideur RH
- Identifier les décideurs et déclencheurs de sa cible
- Analyser le marché et la concurrence de son organisme (+ : *template de benchmark*)
- Identifier des opportunités de différenciation : 6 axes différenciants pour les OF

Module 2 : Comprendre les mécanismes d'acquisition d'un organisme de formation

- Les différentes étapes d'un tunnel adapté à la vente de formation
- Niveaux de conscience et maturité d'un prospect face à la formation
- Identifier les intentions de recherche et requêtes de sa cible
- Diagnostic de maturité marketing de son organisme (+ : *grille d'auto-évaluation*)
- Connaître les leviers de financement pour conseiller et accompagner les prospects (+ : *fiche récap' des financements*)

Module 3 : Structurer et valoriser son offre de formation

- Clarifier sa proposition de valeur pédagogique
- Définir un positionnement cohérent avec son expertise métier et sa promesse marketing
- Fixer son tarif : 6 stratégies tarifaires applicables aux OF
- Structurer l'offre commerciale de son organisme
- Mettre en valeur son offre de formation : argumentaire, communication et supports commerciaux (+ : *template de programme, structure de landing page*)

Module 4 : Construire un tunnel d'acquisition adapté à la formation

- Comprendre le fonctionnement d'un tunnel d'acquisition
- Tunnel court vs tunnel long, adapté à la typologie de formation
- Identifier les points d'entrée pertinents
- Structurer le parcours prospect jusqu'à la contractualisation
- Définir ses points de conversion mesurables

Module 5 : Définir ses leviers d'acquisition

- Stratégie inbound, stratégie outbound
- Panorama des différents leviers d'acquisition
- Comment choisir des leviers adaptés à son organisme (+ : *matrice de décision*)
- Déterminer un levier principal et des leviers secondaires pour sa cible
- 8 stratégies d'acquisition adaptées aux OF (+ : *template de tunnel d'acquisition*)

Module 6 : Construire son plan d'action sur 90 jours

- Fixer des objectifs réalistes
- Définir des indicateurs de performance simples et adaptés aux OF (+ : *template de reporting*)
- Prioriser les actions à fort impact (+ : *matrice de priorisation*)
- Séquencer le développement commercial sur la durée (+ : *template de roadmap 90j*)

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Johanna Di Giorgio, dirigeante d'OF et experte en communication digitale avec plus de 15 ans d'expérience.

Moyens pédagogiques et techniques

Plateforme e-learning.

Supports vidéos, études de cas, ressources PDF, templates à compléter.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

Feuilles de présence et logs de connexion.

Mises en application et exercices d'évaluation tout au long de la formation.

Formulaires d'évaluation de la satisfaction de la formation.

Certificat de réalisation de l'action de formation.