

LES CLES DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DU FRANÇAIS PROFESSIONNEL

Clé 1 : MARKETING ET COMMUNICATION

« Définir son offre de cours en français professionnel et la promouvoir »

Catherine BRUNETEAUX-SWANN

DATES

22 et 23
novembre 2016

Objectifs

- ✓ Appréhender les fondements méthodologiques et les outils opérationnels pour mettre en place et développer un marketing des cours du français professionnel
- ✓ Comprendre les enjeux d'une stratégie de communication dans la création de notoriété et la fidélisation à la marque (l'entité), identifiée sur le marché du français professionnel

Méthodologie

- ✓ Formation participative basée sur des cas pratiques de marketing des cours de français professionnel. Par ailleurs, le cours s'appuie sur le diagnostic marketing préalable de votre établissement.

Public

- ✓ Toute personne en charge de développer une offre de cours en français professionnel : directeur, responsable marketing et/ou communication, directeur des cours, responsable pédagogique, enseignant.

Effectif maximum

- ✓ 15 personnes

Durée

- ✓ 14 heures / 2 jours

PROGRAMME

- ✓ Le système marketing : environnement, marché potentiel, concurrence pour une offre de cours en français professionnel
- ✓ La demande et la concurrence : modalités d'études et analyse
- ✓ La formulation d'un diagnostic : analyse interne/analyse externe, identification des défis clés et les opportunités stratégiques
- ✓ La définition de la stratégie marketing : objectifs, stratégie et plan marketing, segmentation et ciblage, positionnement et avantages concurrentiels
- ✓ Construire une démarche BtoB et BtoC
- ✓ Marketing mix : définition des 4 P
- ✓ Elaborer une stratégie d'offre et de tarification en fonction des publics
- ✓ Stratégies de communication pour développer les offres de cours en français professionnel
- ✓ Construire des relations avec ses clients : marketing relationnel et politique de fidélisation
- ✓ Mettre en œuvre sa stratégie marketing : plan d'actions marketing, plan d'action commercial et suivi

Outils remis

- ✓ Boîte à outils : étude de marché, stratégie marketing et communication
- ✓ Bonnes pratiques marketing et communication
- ✓ Fiche de plan d'actions marketing, plan d'action commercial et suivi

Intervenant



Après une expérience significative dans la gestion de la marque et la stratégie marketing pour de grands groupes internationaux, Catherine Bruneteaux-Swann a créé sa propre activité dans le conseil en stratégie marketing pour aider les entreprises locales à construire leurs marques et à développer leurs plans marketing et stratégie de communication. Catherine enseigne la stratégie de la marque, le management de l'innovation et la création d'entreprise, le développement de nouveaux produits et la stratégie marketing en écoles de management, notamment à l'ESSCA, à Sup de Vente, à Toulouse Business School, ainsi qu'à l'École Polytechnique de Milan.

LES CLES DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DU FRANÇAIS PROFESSIONNEL

Clé 2 : RENTABILITE ET GESTION D'UNE OFFRE DE COURS DE FRANÇAIS PROFESSIONNEL

« Construire son budget
et gérer son offre de formation en
français professionnel »

Régis SAVARY

DATES

24 et 25
novembre 2016

Objectifs

- ✓ Appréhender les impacts comptables et financiers dans le lancement et la gestion d'une offre de cours
- ✓ Chiffrer les potentiels de commercialisation tant en inter qu'en intra, construire une prévision financière et anticiper les besoins financiers en marketing, en communication et commerciaux
- ✓ Définir une politique tarifaire adaptée à la cible et en cohérence avec l'offre globale
- ✓ Mesurer la rentabilité d'une action de formation, d'une session, dans le temps... et mettre en place des plans d'action spécifiques

Méthodologie

- ✓ Alternance des méthodes : expositive, démonstrative, interrogative, découverte (active)
- ✓ Approche pratique, simulations, conception de ses propres outils
- ✓ Supports remis aux participants
- ✓ Documents authentiques remis pour exercices
- ✓ Utilisation de différents documents comptables pour prise de décision tactique et opérationnelle

Public

- ✓ Toute personne en charge de développer une offre de cours en français professionnel : directeur, responsable marketing et/ou communication, directeur des cours, responsable pédagogique, enseignant.

Effectif maximum

- ✓ 15 personnes

Durée

- ✓ 14 heures / 2 jours

PROGRAMME

- ✓ Construire un budget dédié à une offre de cours
- ✓ Définir les charges associées au lancement et au développement d'une offre
- ✓ Suivi comptable des charges fixes et variables et des produits d'activités
- ✓ Volume d'heures vendues/salles/salaires...
- ✓ Calcul marge sur coûts variable
- ✓ Tableau de bord de performance et de rentabilité de l'organisation des cours (marge, charges...)
- ✓ Principaux ratios de suivi et de développement
- ✓ Politique tarifaire lors du positionnement et du lancement de l'offre et lors de la révision annuelle
- ✓ Seuil de rentabilité / point mort : les 3 niveaux
- ✓ Présentation de l'ensemble des indicateurs de performance, ayant une incidence sur la rentabilité des formations et des cours
- ✓ Mettre en œuvre des objectifs de rentabilité

Outils remis

- ✓ Rapports qualitatifs : plan de formation, observations de classe, presse, nouveaux cours
- ✓ Rapports quantitatifs : heures vendues, inscriptions
- ✓ Modèles de budget
- ✓ Exemples de compte de résultat d'un cours
- ✓ L'ensemble des ratios nécessaire au développement des cours avec définition et formules de calcul
- ✓ Modèles d'analyse de rentabilité d'actions de formation

Intervenant



Directeur Associé de DEFINEA société conseil et de formation spécialisée dans le développement des organismes de formation en stratégie, Marketing, Digital, Développement Commercial, Finance, Rentabilité, Gestion de projet stratégique, Digital Learning, Management, RH. Régis accompagne

ses clients dans toutes les problématiques marketing (études de marché, de notoriété/ image, plans opérationnels, digital...) et commerciales (CRM, stratégie de développements (sectorielles, grands comptes...) segmentation de portefeuille, PAC (plan d'actions commercial), management commercial, définition d'objectifs...)

LES CLES DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DU FRANÇAIS PROFESSIONNEL

Clé 3 : COMMERCIAL ET VENTE

« Vendre son offre de formation en français professionnel »

Mounir CHAOUKI

DATES

28 et 29
novembre 2016

Objectifs

- ✓ Appréhender les mécanismes de la vente et définir sa propre stratégie de vente
- ✓ Construire ses outils de prospection
- ✓ Définir un argumentaire de vente, répondre à un besoin et défendre son prix
- ✓ Fidéliser ses clients

Méthodologie

Approche pratique, simulations, conception de ses propres outils

Public

- ✓ Toute personne en charge de développer une offre de cours en français professionnel : directeur, responsable marketing et/ou communication, directeur des cours, responsable pédagogique, enseignant.

Effectif maximum

- ✓ 15 personnes

Durée

- ✓ 14 heures / 2 jours

PROGRAMME

- ✓ Découverte des mécanismes de la vente
- ✓ Qualification des leads en prospects
- ✓ Démarche de prospection téléphonique et prise de RDV
- ✓ Stratégie de prospection multi canal (emailing, réseaux sociaux) sur les enjeux du français professionnel
- ✓ Réalisation d'un RDV commercial de découverte des besoins et attentes
- ✓ Réponse commerciale à une offre sur étagère, consultation simple, proposition commerciale, appel d'offres
- ✓ Négociation
- ✓ Fidélisation (stratégie et outils opérationnels)

Outils remis

- ✓ Les questions pour la qualification d'une opportunité
- ✓ Préparation d'un rendez-vous : la check liste de documents et d'actions à effectuer en amont avant d'aller à un rendez-vous client
- ✓ Etapes pour un entretien de découverte des besoins

Intervenant



Mounir CHAOUKI, Ingénieur & MBA ESCP Europe, est consultant formateur certifié en développement de la compétitivité des entreprises avec + 15 ans d'expérience

Internationale dans le conseil en développement commercial, l'accompagnement de dirigeants pour la conception et mise en place de projets sur mesure de croissance rentable. Il a animé plus de 60 sessions de formations, axées sur le modèle de la formation-action, en Business et Management pour différentes cibles. Mounir a réalisé plusieurs missions de renforcement de capacités commerciales pour des Instituts de formation.

LES CLES DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DU FRANÇAIS PROFESSIONNEL

Clé 4 : ETUDE DE CAS ET ACCOMPAGNEMENT DE PROJET

" Mettre en actions son projet de développement du français professionnel "

Régis SAVARY

DATES

30 novembre et
1^{er} décembre 2016

Objectifs

- ✓ Savoir mener un projet de l'expression du besoin ou de l'attente et en suivre l'évolution par son déploiement jusqu'à son aboutissement/son évaluation
- ✓ Acquérir et développer une méthodologie opérationnelle et structurée permettant de travailler avec différents services (commercial, pédagogie, ressources et planning formateurs, logistique, finance...) et le client (DRH, RF, direction opérationnelle...)
- ✓ Gérer l'organisation en ressources limitées, la gestion des délais serrés, le suivi et le contrôle des changements au cours du projet et l'optimisation des temps, des ressources et des performances de l'équipe

Méthodologie

- ✓ Alternance des méthodes : expositive, démonstrative, interrogative, découverte (active)
- ✓ Approche pratique, simulations, conception de ses propres outils
- ✓ Supports remis aux participants
- ✓ Documents authentiques remis pour exercices
- ✓ Utilisation de différents documents comptables pour prise de décision tactique et opérationnelle

Public

- ✓ Toute personne en charge de développer une offre de cours en français professionnel : directeur, responsable marketing et/ou communication, directeur des cours, responsable pédagogique, enseignant.

Effectif maximum

- ✓ 15 personnes

Durée

- ✓ 14 heures / 2 jours

PROGRAMME

En présentiel :

- ✓ Formation à la conduite de projet
- ✓ Etude de cas de synthèse sur le développement du français professionnel
- ✓ Travaux de groupes et création d'outils
- ✓ Restitutions et échanges en séance

A distance :

- ✓ Accompagnement de votre stratégie / offre de cours en français professionnel présente ou non dans votre projet d'établissement
- ✓ Coaching personnalisé sur la mise en œuvre d'un projet de développement du français professionnel dans votre centre avec une stratégie spécifique et locale en direction des entreprises.
- ✓ Suivi à distance pendant 3 mois après la formation (3 rendez-vous skype, Hangout, emails, ou téléphone).

Outils remis

- ✓ Analyse stratégique
- ✓ Etude préliminaire et avant-projet
- ✓ Fiche projet, équipe, chef de projet
- ✓ Cahier des charges / plan d'action
- ✓ Fiche action, plan de communication
- ✓ Diagramme de Gantt simplifié (planning)
- ✓ Budget (prévisionnel ou de suivi)
- ✓ Suivi des réalisations, mise à jour du planning
- ✓ Suivi et réception/évaluation du projet

Intervenant



Directeur Associé de DEFINEA société conseil et de formation spécialisée dans le développement des organismes de formation en stratégie, Marketing, Digital, Développement Commercial, Finance, Rentabilité, Gestion de projet stratégique, Digital Learning, Management, RH. Régis accompagne ses clients dans toutes les problématiques marketing (études de marché, de notoriété/ image, plans opérationnels, digital...) et commerciales (CRM, stratégie de développements (sectorielles, grands comptes...) segmentation de portefeuille, PAC (plan d'actions commercial), management commercial, définition d'objectifs...)