

Formation : Marketing de la formation

Promouvoir vos formations et les rendre attractives

Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. MFL

Prix : 1310 € H.T.

Vous avez créé une formation de qualité et vous peinez à attirer des participants ? Notre formation vous donnera toutes les clés pour rendre votre offre de formation attractive. Vous expérimenterez des techniques de promotion testées et éprouvées pour susciter la curiosité et l'intérêt des participants, concevoir une stratégie et un plan de marketing multicanal percutant, engageant et centré sur les besoins de vos apprenants.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Définir, cibler et segmenter son public apprenant pour personnaliser ses stratégies de communication et de promotion
- ✓ Concevoir une stratégie de communication et de marketing personnalisée
- ✓ Mettre en place un plan de communication innovant et percutant tout au long du déploiement du dispositif
- ✓ Expérimenter les leviers d'engagement pour susciter l'envie et l'intérêt : storytelling et gamification
- ✓ Produire des supports et contenus de communication engageants avec les outils digitaux et les intelligences artificielles génératives (IAG)

Public concerné

Responsable formation, responsable pédagogique, chef de projet formation, digital learning manager, DRH.

Prérequis

Aucun

PARTICIPANTS

Responsable formation, responsable pédagogique, chef de projet formation, digital learning manager, DRH.

PRÉREQUIS

Aucun

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Entraînement pour construire sa stratégie de formation et son plan marketing. Expérimentation d'outils d'engagement. Échanges de bonnes pratiques.

Méthodes pédagogiques

Pédagogie active

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Identifier les enjeux et opportunités du marketing appliqué à la formation

- Comprendre l'art de capter l'attention et donner envie
- Utiliser l'approche multicanale, le nudging, l'IAG, l'UGC (User-Generated Content) et leurs applications en formation
- Du collaborateur/apprenant au client/consommateur : replacer l'apprenant au cœur de sa démarche marketing

Échanges

Discussion autour des nouveaux enjeux du marketing de la formation. Partages d'expériences.

2 Construire une stratégie de communication et de marketing personnalisée

- Définir, cibler et segmenter son public apprenant pour personnaliser ses stratégies de marketing et de promotion
- Identifier les besoins, attentes, motivations, habitudes des apprenants pour concevoir une proposition de valeur
- Transformer les objectifs pédagogiques en avantages et bénéfices concrets pour son audience
- Adopter l'état d'esprit d'un marketeur et designer, concevoir des stratégies de promotion personnalisées et adaptatives
- Explorer quelques exemples réels issus de différentes stratégies de marketing en formation

Travaux pratiques

Cartographier le(s) persona(s) cible(s) de son dispositif ainsi que la proposition de valeur de sa formation (titre, accroche, pitch créatif). Travail individuel : présentation et argumentation de sa stratégie de formation, échanges et partages.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

3 Capter l'attention et maintenir l'engagement des apprenants

- Expérimenter la gamification, le storytelling et les IAG
- S'appuyer sur les managers, les sponsors et les ambassadeurs positifs pour décupler l'influence de sa stratégie
- Promouvoir la formation avec l'UGC

Exercice

Choisir trois leviers d'engagement et les décliner en actions concrètes pour sa campagne marketing

4 Mettre en place un plan de communication et marketing percutant

- Concevoir son plan de communication détaillé
- Définir les indicateurs de succès pour suivre, analyser et améliorer ses actions déployées

Exercice

Réaliser son plan marketing détaillé puis le pitcher pour recueillir les feedbacks du groupe

5 Concevoir des supports et contenus engageants avec des outils digitaux

- Créer une fiche attractive de présentation du dispositif
- Réaliser une vidéo teaser pédagogique (face-cam, vidéo d'animation 2D)
- Créer et lancer une campagne de communication sur les réseaux sociaux
- Rédiger une newsletter captivante avec l'aide de l'IA

Exercice

Réaliser en sous-groupes un support de communication digital

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 28 mai, 15 oct., 17 déc.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 21 mai, 8 oct., 17 déc.