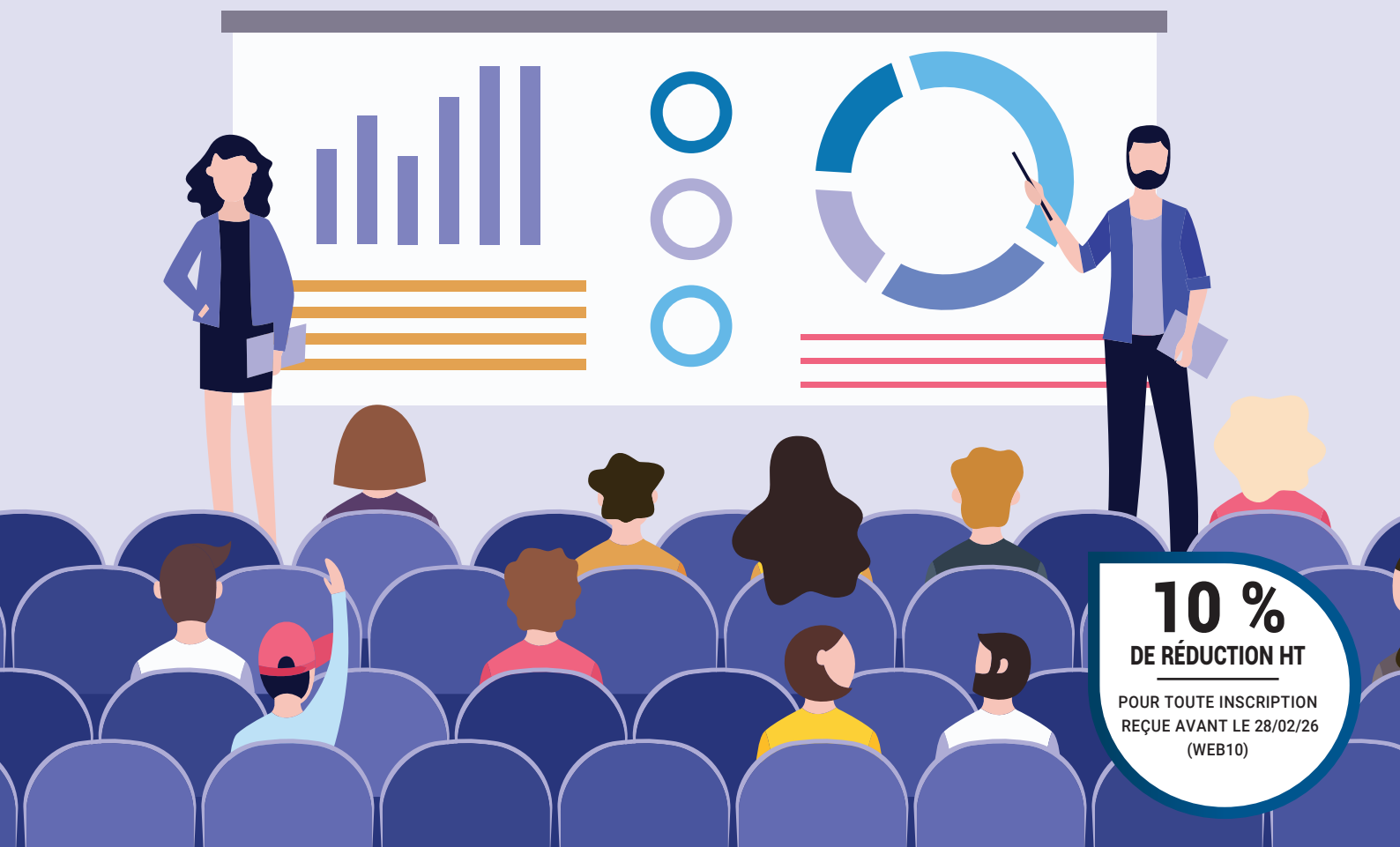




MARKETING DE LA FORMATION

Les outils du Marketing pour renforcer l'adhésion
à vos dispositifs de formations internes

**10 %****DE RÉDUCTION HT**

POUR TOUTE INSCRIPTION
REÇUE AVANT LE 28/02/26
(WEB10)



**Agnès OU**

Directrice adjointe de l'offre
SKOLAE Formation

Le marketing de la formation est devenu incontournable pour tous les Départements Learning & Development.

Les opportunités d'apprentissage étant désormais pléthoriques, il devient de plus en plus difficile de capter l'attention de vos collaborateurs et de les orienter vers les meilleures solutions d'apprentissage.

Si nombre d'entreprises sont désormais convaincues qu'il est impératif de marketer leurs offres de formation pour susciter l'adhésion de leurs collaborateurs, les Directions Formation ayant développé une compétence Marketing au sein de leurs équipes sont plus rares.

Au cours d'une Masterclass, nous vous proposons d'appréhender et d'utiliser les outils et techniques du marketing pour renforcer la visibilité de votre offre de formation.

À l'issue de cette Masterclass, vous serez en mesure de vous appuyer sur :

- Un benchmark des bonnes pratiques en matière de Marketing de la formation
- Une cartographie des formats et contenus pour communiquer autour de vos dispositifs apprenants
- Les leviers & outils du Marketing stratégique pour concevoir une offre de services alignée avec les enjeux stratégiques de votre organisation et les usages apprenants
- Les leviers & outils du Marketing opérationnel pour promouvoir vos dispositifs de formation en optimisant les points de contact apprenants et contenus associés

**Si vous
rencontrez
les difficultés
suivantes,
cette
Masterclass
est faite
pour vous !**

- Le succès de votre dernier dispositif a été limité ? Vous rencontrez des difficultés à susciter l'adhésion à vos dispositifs de formation ?
- Il devient de plus en plus complexe de faire adhérer et d'engager les managers et les collaborateurs aux dispositifs de formations proposés en entreprise ?
- Votre équipe intervient régulièrement en mode pompier et n'est pas toujours reconnue comme un véritable accélérateur de la transformation ?
- Il est difficile pour vos équipes de proposer la bonne solution au bon moment et via le bon canal pour répondre aux enjeux de développement des compétences ?

POUR QUI ?

- Directeur/trice de la Formation, du développement des compétences ou du département Learning & Development
- Directeur/trice du développement des compétences ou du département Learning & Development
- Directeur/trice Learning & Development

POURQUOI ?

- S'appuyer sur l'état de l'art et les meilleurs pratiques pour faire la promotion interne de ses dispositifs apprenants
- Intégrer les leviers du Marketing stratégiques pour concevoir une offre de formation adaptée et centrée sur les usages apprenants
- Utiliser outils du Marketing opérationnel pour faire adhérer ses collaborateurs aux dispositifs de formation interne

COMMENT ?

- Cas d'étude, retours d'expériences ; apports de matrices et canevas méthodologiques
- Ateliers Fablab : travaillez sur vos projets en sous-groupe
- Échanges entre pairs et partages de bonnes pratiques

LES ACQUIS

Les acquis de cette masterclass ne seront pas évalués.





JEUDI 19 MARS 2026

MASTERCLASS ANIMÉE PAR :

Agnès OU

Directrice adjointe de l'offre

Fabienne LOCHARDET

Directrice de l'innovation pédagogique

SKOLAE Formation

8h45 Accueil des participants

9h00 Face aux nouvelles pratiques d'apprentissage, la nécessité d'une approche marketing de la formation

- 6 évolutions du learning : des changements clés pour les Départements formation
- Les nouveaux modèles d'apprentissage : un appel à renouveler son approche du métier pour s'adapter aux usages apprenants
- Tour d'horizon des tendances autour du learning et des dispositifs apprenants
- Étude de cas : analyse de 3 dispositifs innovants



Cas n°1 Comment former l'ensemble des salariés et managers à un nouveau dispositif d'évaluation annuelle ?



Cas n°2 Comment pousser des collaborateurs à compléter un programme de formation en ligne ?



Cas n°3 Comment créer une communauté de formateurs et tuteurs internes pour tout un réseau ?



Partage d'expériences

Quelles bonnes pratiques en matière de communication autour d'un dispositif de formation pour :

- Aider vos collaborateurs à mieux identifier leurs compétences et besoins d'évolution
- Embarquer vos équipes en amont du dispositif
- Faire parler du dispositif avant son démarrage
- Être utile à vos collaborateurs et faciliter leurs choix
- S'intégrer dans les temps de recherche passive des collaborateurs
- Jouer avec le syndrome "Be there, Done that"
- Créer de la viralité sans chercher à le faire & miser sur la récompense

Le Marketing stratégique au service de la formation : aligner son offre de service sur les enjeux stratégiques, les besoins des collaborateurs et les usages apprenants

- Le marketing stratégique : la clé pour concevoir une offre adaptée à son « marché interne » et centré sur les usages apprenants
- Vision & Signature apprenante : un préalable pour aligner enjeux stratégiques et offre de formations interne

- Connaissez-vous vraiment vos cibles au-delà de leurs fonctions ? 3 questions à se poser pour adapter ses dispositifs à votre cible
- Un outil du marketing du stratégique au service de la formation : le Value proposition canvas® (VPC)
- Comprendre les concepts clés du VPC : « job-to-bedone », gains & pertes, proposition de valeur



Étude de cas Comment repenser un dispositif apprenant en s'appuyant sur le Value proposition canvas®



Atelier Fablab Construisez votre propre profil de cible et concevez une proposition de valeur adaptée

12h30 Déjeuner

14h00 Le Marketing opérationnel au service de la formation : un levier pour promouvoir votre offre de service

- Les leviers du marketing opérationnel en formation : le rapport Temps disponible – Courbe d'apprentissage – Points de contact apprenants
- Un outil clé pour repenser la promotion de son offre de services : du marketing funnel au Learning funnel®
- Toucher la bonne personne, au bon moment, avec le bon contenu : comment s'appuyer sur l'approche TOFU-MOFU-BOFU
- Cartographie des différents formats de contenus apprenants disponibles et des temps/coûts de production associés



Étude de cas Analyse d'utilisation du Learning funnel® pour repenser son marketing de la formation



Étude de cas Analyse d'une matrice TOFU-MOFU-BOFU adapté à un dispositif de formation



Atelier Fablab Construisez votre matrice TOFU-MOFU-BOFU sur un de vos projets

Et la communication ? Bâtir un plan de communication autour de son offre de services

- Les 3 règles d'or d'un plan de communication réussi
- Cartographie des canaux, relais de communication et medium disponibles



Cas pratique : décryptage d'une matrice de plan de communication

17h30 Clôture

**POUR VOUS INSCRIRE
SCANNEZ CE QR-CODE**

ou rendez-vous sur le site www.efe.fr



Vous recevrez cette information de la part de EFE.
Si vous ne souhaitez plus recevoir de sollicitations de la part d'EFE :
DPO - 18-24 rue Tiphaine, 75015 Paris ou correctionbdd@abilways.com.

Rejoignez EFE sur LinkedIn



EFE - Edition Formation Entreprise

INFORMATIONS PRATIQUES

DATE ET LIEU DE LA CONFÉRENCE

Jeudi 19 mars 2026

Paris ou à distance

Le lieu de la conférence vous sera communiqué sur la convocation qui vous sera transmise 10 jours avant la date de la conférence

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

EFE - Département formation
18-24 rue Tiphaine, 75015 Paris
serviceclient@abilways.com - www.efe.fr
Tél. : 01 85 53 27 11

RENSEIGNEMENTS PROGRAMME

Posez vos questions à Julien RACLOT
jraclot@abilways.com

PARTICIPATION (TVA 20 %)

1 250 € HT

**10 % HT de réduction pour toute inscription avant le
28/02/2026 (code WEB10)**

Ce prix comprend le déjeuner, les rafraîchissements et les documents remis pendant la conférence.

**les acteurs de
la compétence**

Membre de la Fédération
Les acteurs de la Compétence

