



#### PUBLIC

Ce module s'adresse à des formateurs, coordinateurs et personnels administratifs d'instituts de français langue étrangère désireux d'intégrer et/ou de développer une offre de cours de français professionnel, à destination des entreprises ou des publics individuels.

#### PRÉREQUIS

Être sensibilisé aux principaux enjeux de développement d'un centre culturel et d'éducation à autonomie financière : rentabilité des cours, marketing et communication, diversification d'un catalogue produit, relation clientèle, recours aux outils numériques. Un niveau de français C1 est requis.

#### OBJECTIF GÉNÉRAL ET PRÉSENTATION DU MODULE

Les participants seront amenés à s'interroger sur l'état de leurs pratiques et leur positionnement respectif en matière d'offre de français professionnel. Après avoir situé ensemble les principaux enjeux et fondamentaux (commerciaux, humains, pédagogiques, etc.) liés à la mise en place d'une telle offre, les stagiaires dresseront un état des lieux de la concurrence (Benchmarking) qui devra leur permettre d'établir un plan d'action destiné à développer une offre en interne à destination de la clientèle individuelle (*Business-to-Consumer*) et en externe à destination des entreprises (*Business-to-Business*).

#### MODALITÉS

Ce module de 15 heures d'enseignement-apprentissage est conçu selon une approche de formation-action participative et active, faisant alterner les apports théoriques, les cas pratiques et l'expérimentation. On alternera le travail en grand groupe et en sous-groupes.

#### CONTENUS PRÉVISIONNELS

- Se présenter, mutualiser ses représentations et ses pratiques, formuler ses attentes au regard des objectifs du module.
- Situer les enjeux de l'intégration d'une offre de français langue étrangère à destination des professionnels : typologie et définition du produit, étude de marché et politique tarifaire, digital marketing et communication, prospection et relation clientèle.
- Mettre en place une offre de français professionnel en interne (B2C) : définir les publics cibles, communiquer, calculer la rentabilité, définir les volumes et les objectifs, choisir supports et contenus, proposer des certifications et former les formateurs.
- Mettre en place une offre à destination des entreprises (B2B) : prospecter et/ou répondre à un appel d'offre, mener un audit, négocier et construire un devis, évaluer l'impact de l'action de formation et en proposer le suivi.
- Définir un plan d'action en fonction de son contexte local et de ses ressources.
- Mutualiser les productions et faire une synthèse des contenus de la formation.

#### VALIDATION DU STAGE

Attestation de formation **Alliance Française de Normandie**. Sous réserve d'assiduité à l'ensemble des enseignements.

Certifié



Alliance Française

Rouen - Normandie

