

Manager l'activité commerciale et marketing d'un CFA comme levier de croissance



PUBLIC : Managers / RUPS / Responsable /
Directeurs en CFA et OF



PRÉREQUIS : Aucun prérequis



TARIFS

Inter : 700 euros

Intra : *Contactez-nous, il est possible qu'un
formateur soit disponible dans votre région.*



*Vous souhaitez adapter ce programme à vos
besoins ? Sollicitez-nous.*

**2 jours (14H) -
Présentiel 100% -
Distanciel 100% ou
Blended**

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ✓ Comprendre les enjeux stratégiques du marketing et du développement commercial dans le contexte d'un CFA
- ✓ Structurer une démarche commerciale proactive pour développer les partenariats, la notoriété et le recrutement d'apprenants
- ✓ Mettre en œuvre des actions marketing ciblées (digital, terrain événementiel) en cohérence avec les publics visés
- ✓ Piloter l'activité commerciale à l'aide d'outils de suivi, d'indicateurs et de plan d'action
- ✓ Fédérer les équipes autour d'une culture orientée client, service et impact, au service de la croissance du CFA

LE PROGRAMME

JOUR 1 :

MATIN - Décrire les enjeux stratégiques du marketing et du développement commercial en CFA

1. Décryptage du contexte CFA :

- Environnement concurrentiel post-réforme (loi Avenir, financement au contrat)
- Publics : jeunes, familles, entreprises, OPCO, prescripteurs

2. Marketing d'un CFA vs marketing d'une entreprise :

CMA Académie 2026

cma-academie@cma-france.fr / 01.44.43.10.23

<https://cma-academie.fr/>

N° de Déclaration D'Activité (NDA) : 1175PO13475

- Logique d'attractivité, de réputation, d'offre éducative
- Limites du "produit scolaire", attentes de la génération Z / Alpha

3. Développement commercial : une fonction stratégique :

- Finalités : recrutement, partenariats, notoriété, ancrage territorial
- Enjeux : fidélisation des entreprises, visibilité, différenciation

4. Cartographie des parties prenantes : Élèves/apprentis, familles, maîtres d'apprentissage, OPCO, branches, partenaires publics

APRES-MIDI : Structurer une démarche commerciale proactive

1. Démarche commerciale en CFA :

- Cycle de vie de la relation entreprise : prospection → suivi → fidélisation
- Rôles de chacun : direction, formateurs, chargé de relations entreprise

2. Prospection structurée :

- Identification des cibles prioritaires (métiers en tension, bassins d'emploi)
- Construction de fichiers, prise de contact, script de RDV, objections

3. Argumentaire et posture commerciale :

- Démontrer la valeur ajoutée de l'apprentissage
- Adapter son message : entreprise, apprenti, institutionnel

4. Suivi de la relation entreprise : Tableaux de bord, CRM, fiches entreprise, logiques de

partenariat durable

JOUR 2 :

MATIN - Déployer des actions marketing ciblées

1. Marketing digital pour CFA :

- Réseaux sociaux (Instagram, TikTok, LinkedIn), site web, référencement
- Campagnes emailing, newsletters, présence sur plateformes

2. Marketing terrain et de proximité :

- Salons, portes ouvertes, lycées, événements métiers
- Co-animation avec apprentis, témoignages, ambassadeurs

3. Événementiel CFA :

- Organisation de job dating, visites d'entreprise, forums internes
- Implication des équipes pédagogiques et des anciens

4. Cohérence et message :

- Branding du CFA, ligne éditoriale, ton et visuel adaptés au public visé
- Calendrier annuel des actions marketing

APRES-MIDI - Piloter l'activité commerciale et fédérer les équipes autour de la culture "client apprenant"

1. Outils de pilotage :

- Tableaux de bord (taux de transformation, taux de fidélisation, présence entreprise)
- Plans d'action mensuels / campagnes ciblées
- Utilisation d'un CRM ou tableau Excel collaboratif

2. Indicateurs clés :

- Objectifs fixés par la Région / OPCO / DGEFP
- Suivi du parcours apprenant-entreprise, ruptures, réinscriptions

3. Culture client-apprenant :

- Qualité de l'accueil, écoute active, personnalisation
- Positionner les formateurs comme acteurs de la relation client

4. Mobilisation d'équipe :

- Développer l'engagement des agents dans les actions de promotion
- Ateliers internes, réunion inter-services, valorisation des réussites

EVALUATION

Tout au long de la formation

Pour toute question concernant la participation de personnes en situation de handicap, contacter directement CMA Académie (coordonnées ci-dessous).