

# **A.N.F.G.**

---

**Association Loi 1901 - Organisme de formation enregistré sous le Numéro :  
-91340613634 auprès du Préfet de Région Languedoc-Roussillon –  
siret : 482 122 108 000 38 – ape : 913E  
ZAC Parc Eurêka - 876 rue du Mas de Verchant - 34000 MONTPELLIER  
+ 04 67 20 84 42 – anfg@orange.fr**

---

**PROGRAMME DU STAGE :  
PROMOUVOIR DES SERVICES D'ÉTABLISSEMENTS GÉRONTOLOGIQUES  
ET PILOTER LA COMMERCIALISATION  
DE PRESTATIONS DE SERVICES ET DE SOINS À DOMICILE  
AU SEIN DE TERRITOIRES**

Durée : 5 jours

Public :

Directeurs et directeurs adjoints d'établissements ou services gérontologiques

Compétences visées :

Promouvoir les établissements gérontologiques, définir et garantir la mise en place de stratégies de communication (2j)

Piloter le développement commercial d'établissements gérontologiques et sécuriser les taux d'occupation des établissements (3j)

**Ce stage permet de valider le bloc 5 de compétences menant au titre de niveau 7 (nomenclature européenne, équivalent du titre RNCP niveau 1) de Manager d'établissements gérontologiques.**

**Titre enregistré au RNCP (code RNCP 26974 – code NSF 330) au niveau 7 (J.O. du 26/09/2016)**

Programme :

Jour 1

**De l'établissement à la prospection : comprendre les enjeux, les missions et obligations de chacun**

Méthodologie : Tour de table, questionnements sur expériences en EHPAD, en services d'aide et de soins à domicile, les difficultés rencontrées et les problématiques commerciales, discussion sur les impacts possibles des enjeux dits commerciaux, la stratégie générale pour inclure l'établissement dans son environnement le vocabulaire utilisé, les valeurs à transmettre, les évolutions à anticiper, les enjeux financiers...

## **De la notion de « public » à celle de « prospect » :**

Comprendre les besoins, les attentes, la qualité souhaitée, entendre, anticiper, assurer un suivi..

- Promouvoir ses services, son établissement : une méthodologie rigoureuse
  1. Rappels sur les fondamentaux de la communication, la prospection, le marketing
  2. Déterminer les marges de manœuvre des EHPAD des services à domicile, en interne, en externe, dans sa localité, son territoire, son environnement: les leviers d'influence, les différents réseaux, les différents supports de communication, de promotion...les projets attractifs source d'échanges..

### Jour 2 et 3

- **Construire et savoir présenter une stratégie commerciale - cas concret et méthodologie du pas à pas – De la pose d'objectifs aux plans d'actions et d'évaluations**
  1. Etude de la concurrence - savoir situer l'établissement dans son environnement, mettre en place une stratégie en interne, une stratégie organisationnelle, identifier interlocuteurs en interne et en externe, réseaux, les vecteurs d'influence et de diffusion, les supports de communications, les budgets disponibles..
  2. Analyser les situations avec une méthodologie facilitée et construire son plan progressivement de manière claire, concise, concrète.
  3. Définir les modalités de suivi des plans stratégiques et les outils d'évaluation à mettre en place...

### Jour 4

- **De l'accueil physique à l'accueil téléphonique...** une exigence de tous les instants : quelles compétences ? quelle stratégie en interne ? Quelle organisation pour une visite d'établissement, ou des rdv extérieurs pour prospection ? procédures existantes ? Déterminer les outils de suivi et d'évaluation...
- **Connaitre les forces et les faiblesses de votre établissement ou services**
- **Construire son ou ses argumentaires**

### Jour 5

- **Mener à bien les entretiens physiques, téléphoniques et les échanges réseaux-exercices par chaque stagiaire** (Savoir se présenter, Savoir mettre en valeur les atouts de l'établissement des services, savoir rebondir, lever les objections- du verbal au para-verbal : prendre conscience de sa propre communication...Utiliser l'écoute active)
- **Construire sa filière interne** – Déterminer les acteurs de la filière commerciale en interne, les former, suivre, évaluer et réajuster si besoin- Mettre en place process et procédures, fiche de mission et outils d'évaluation etc...

### Méthodes d'évaluation :

Mise en situation professionnelle :

- Élaborer et présenter une stratégie marketing et de communication pour un établissement gérontologique

- Analyser des problématiques commerciales d'un établissement gériatrique et présenter des préconisations

Intervenant :

Directeur multi-sites EHPAD

**TARIFS**

Formation inter-établissements : 585,00€ TTC / jour / personne

Formation intra-établissement : 1650,00€ / jour / groupe (10-12 personnes)