

# PROMOTION DE SERVICES ET COMMERCIALISATION D' ETABLISSEMENTS G ERONTOLOGIQUES (distance)

## Promotion de services d'établissements g erontologiques et pilotage de la commercialisation

*Cette formation, éligible au CPF, permet de valider un bloc de compétences menant à la certification Directeur d'établissements g erontologiques (Titre de niveau 7 enregistré au RNCP code 34381)*

*Bloc n 3 : Promotion de services d'établissements g erontologiques et pilotage de la commercialisation de prestations de services et/ou de soins à domicile au sein de territoires*

### **Modalit  pédagogique :**

Formation à distance

### **Durée:**

35.00 heures - jours

### **Profils des stagiaires**

- Directeurs et directeurs adjoints d'établissements ou services g erontologiques

### **Prérequis**

-  tre titulaire d'un diplôme ou titre de niveau 6 ou avoir 5 ans d'expérience dans le secteur de la g erontologie.

## **Objectifs pédagogiques**

- Déterminer des stratégies de communication à mettre en place pour la promotion d'établissements g erontologiques et de structures spécialisées dans les prestations de soins à domicile
- Cibler des canaux et des médias pour communiquer sur des établissements g erontologiques, établir une stratégie d'utilisation du digital adaptée aux publics cibles, aux ressources en interne et aux budgets
- Définir des stratégies de promotion des services et des prestations d'établissements g erontologiques, mettre en avant des différences et présenter des avantages concurrentiels d'établissements
- Définir des budgets marketings, promotionnels et de communication d'établissements en relation avec des agences spécialisées, des prestataires externes
- Déterminer des objectifs de remplissages d'établissements en fonction du type d'accueil et des performances économiques souhaitées
- Structurer et présenter des objectifs de commercialisation de prestations et de services d'établissements g erontologiques et de soins à domicile à des équipes chargées de la promotion
- Structurer, piloter et suivre des activités commerciales, contrôler des niveaux de performances de services commerciaux, utiliser des outils (CRM) de suivi des activités commerciales, manager des équipes de vente en fonction des enjeux et objectifs de structures
- Programmer des actions de promotion et de commercialisation spécifiques pour garantir des atteintes d'objectifs d'activités et de remplissages d'espaces d'accueils

## **Contenu de la formation**

- Module 1 (3h30) - De l'établissement à la prospection : comprendre les enjeux, les missions et obligations de chacun
  - Méthodologie : Tour de table, questionnements sur les 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
  - Stratégie générale pour inclure l'établissement dans son environnement (vocabulaire utilisé, valeurs à transmettre, évolutions à anticiper, enjeux financiers...)

# Association Nationale de Formation en G erontologie

876 rue du Mas de Verchant

34000 Montpellier

Email: anfg34@orange.fr

Tel: 0467208442



- Module 2 (3h30) - De la notion de "public"   celle de "prospect"
  - o Comprendre les besoins, les attentes, la qualité souhaitée, entendre, anticiper, assurer un suivi.. : Promouvoir ses services, son établissement : une méthodologie rigoureuse
  - o Rappels sur les fondamentaux de la communication, la prospection, le marketing
  - o 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..
- Module 3 (3h30) - Construire et savoir présenter une stratégie commerciale
  - o Cas concret et méthodologie du pas à pas
  - o De la pose d'objectifs aux plans d'actions et d'évaluations
  - o Généralités
- Module 4 (3h30) - Construire et savoir présenter une stratégie commerciale
  - o Etude de la concurrence
  - o Savoir situer l'établissement dans son environnement
  - o Mettre en place une stratégie en interne, une stratégie organisationnelle
  - o Identifier interlocuteurs en interne et en externe, réseaux, les vecteurs d'influence et de diffusion, les supports de communications, les budgets disponibles.
- Module 5 (3h30) - Construire et savoir présenter une stratégie commerciale
  - o Analyser les situations avec une méthodologie facilitée et construire son plan progressivement de manière claire, concise, concrète.
- Module 6 (3h30) - Construire et savoir présenter une stratégie commerciale
  - o Définir les modalités de suivi des plans stratégiques et les outils d'évaluation à mettre en place...
- Module 7 (3h30) - De l'accueil physique à l'accueil téléphonique...
  - o 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...
- Module 8 (3h30) - Connaitre les forces et les faiblesses de votre établissement ou services
  - o Les forces, les faiblesses
  - o Construire son ou ses argumentaires
- Module 9 (3h30) - Mener à bien les entretiens physiques, téléphoniques et les échanges réseaux
  - o Exercices individuels : Savoir se présenter, mettre en valeur les atouts de l'établissement, des services, savoir rebondir, lever les objections
  - o Du verbal au para-verbal : prendre conscience de sa propre communication...Utiliser l'écoute active
- Module 10 (3h30) - Construire sa filibre interne
  - o Déterminer les acteurs de la filibre commerciale en interne, les former, suivre, évaluer et réajuster si besoin
  - o Mettre en place process et procédures, fiche de mission et outils d'évaluation etc...

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

Nos formateurs sont des professionnels de la gérontologie (Directeurs d'EHPAD, cadres supérieurs et cadres de santé, diététiciens, psychologues, animateurs-trices, médecins-gériatres, psychomotriciens,...) ayant suivi une formation spécifique à nos méthodes.

### Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Mise en situation professionnelle

### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

## Association Nationale de Formation en G erontologie

876 rue du Mas de Verchant

34000 Montpellier

Email: anfg34@orange.fr

Tel: 0467208442



**Coût indicatif de la formation par personne : 2800.00 à TTC**