



PROGRAMME DE FORMATION PROFESSIONNELLE

Renforcer la performance commerciale des acteurs de la formation à l'ère de l'IA

à partir de 3 490 € HT

35 heures – 5 ateliers collectifs de 7h
100 % live (présentiel ou distanciel synchrone)

Dirigeants, responsables développement, marketing, communication ou commercial des écoles, CFA et organismes de formation.



LES POINTS CLÉS DE LA FORMATION :

“Renforcer la performance commerciale des écoles, CFA et organismes de formation à l'ère de l'IA”

Tarif : à partir de 3 490 € HT – Paiement en 3 fois possible

Durée : 35 heures

Modalités : Présentiel ou Distanciel

👉 5 ateliers collectifs (35h en direct)

Un parcours structuré en 5 séquences complémentaires pour : diagnostiquer vos pratiques, clarifier votre stratégie, renforcer votre visibilité, professionnaliser votre acquisition, et ancrer durablement la transformation grâce à l'automatisation et à l'intelligence artificielle.

🔒 Accès à une plateforme pédagogique exclusive

Des modèles de diagnostic, des tutoriels pratiques, des prompts IA personnalisables, et des ressources opérationnelles pour prolonger la dynamique après la formation.

👉 Vos bénéfices

- Un parcours 100 % live, interactif et contextualisé à votre structure.
- Des ateliers collaboratifs favorisant l'intelligence collective.
- Un usage raisonné de l'IA générative à chaque étape du parcours.
- Des livrables concrets co-construits : diagnostic, feuille de route, plan d'action, ...
- Un plan de transformation clair et actionnable, adapté à vos objectifs et à vos ressources.

Coordination : Alan CALLOC'H - 06 50 95 25 69 - alan@turquoise.academy



CONTEXTE

Le secteur de la formation connaît une profonde mutation : concurrence accrue, évolution des comportements d'achat, transformation digitale accélérée et intégration progressive de l'intelligence artificielle dans les pratiques.

Pour rester visibles, attractifs et performants, les écoles, CFA et organismes de formation doivent repenser leur stratégie commerciale, clarifier leur positionnement et mieux coordonner leurs actions marketing, communication et développement.

Cette formation propose une approche concrète pour structurer une stratégie commerciale, digitaliser des actions d'acquisition et tirer parti de l'IA de manière raisonnée. Elle s'adresse aux structures qui souhaitent passer d'actions dispersées à une démarche claire, pilotée et durable.

OBJECTIFS DE FORMATION

A l'issue de la formation et en situation professionnelle, les participants seront capables de :

1. Élaborer une stratégie commerciale claire et alignée

Analyser la situation actuelle de sa structure, identifier les forces et axes d'amélioration, et définir une stratégie marketing et commerciale cohérente avec ses objectifs et son positionnement.

2. Structurer un plan d'action marketing et digital

Mettre en place une démarche d'acquisition efficace : communication multicanale, prospection digitale, référencement naturel et animation des réseaux sociaux.

3. Optimiser l'expérience et le parcours client

Cartographier le parcours de décision des prospects, simplifier les points de contact, fluidifier les processus d'inscription et améliorer le taux de conversion.


4. Exploiter l'intelligence artificielle pour gagner en efficacité : Identifier les cas d'usage pertinents de l'IA dans la communication, la création de contenu, le suivi commercial et le pilotage des performances, tout en gardant la maîtrise humaine.

5. Mettre en place des indicateurs et un pilotage de la performance

Suivre les résultats commerciaux, analyser les données clés, ajuster les actions et instaurer une culture d'amélioration continue au sein de l'équipe.

6. Renforcer la collaboration entre direction, marketing et développement

Encourager la transversalité et l'intelligence collective pour une stratégie unifiée entre communication, développement et pilotage global de la structure.

 *Ces objectifs visent à permettre aux participants de développer une approche stratégique et opérationnelle du marketing et du développement commercial, adaptée aux enjeux numériques et à l'intégration raisonnée de l'intelligence artificielle.*



💡 *Approche transversale : usage raisonné de l'IA générative. Tout au long du parcours, les participant·es sont initié·es à un usage raisonné et personnalisé de l'intelligence artificielle générative. Chaque séquence intègre des exemples concrets d'application de l'IA (ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.) pour :*

- *analyser plus rapidement les données issues du diagnostic,*
- *rédiger ou reformuler des messages marketing adaptés aux cibles,*
- *créer des trames de contenus pour améliorer la visibilité digitale,*
- *construire des prompts personnalisés pour le pilotage et l'automatisation.*

L'objectif n'est pas de "former à l'outil", mais de montrer comment l'IA peut soutenir la réflexion stratégique et opérationnelle, tout en gardant la maîtrise humaine sur les décisions finales.

COMPÉTENCES VISÉES

- **Analyser et positionner son offre sur le marché de la formation**
Identifier les tendances, les besoins et les acteurs clés de son écosystème pour évaluer la place de sa structure et détecter les leviers de différenciation.
- **Définir et formaliser une stratégie marketing et commerciale**
Structurer un plan d'action clair intégrant les volets communication, prospection, fidélisation et valorisation de l'offre de formation.
- **Développer la visibilité et la notoriété de sa structure**
Mettre en œuvre une communication cohérente et ciblée sur les canaux digitaux (site web, réseaux sociaux, emailing, référencement naturel, etc.).
- **Intégrer l'intelligence artificielle dans les processus commerciaux et marketing**
Identifier les outils et usages pertinents pour automatiser les tâches récurrentes, personnaliser la communication et améliorer la productivité sans dénaturer la relation client.
- **Optimiser le parcours client et les processus d'inscription**
Fluidifier les interactions avec les prospects, simplifier les étapes de conversion et améliorer l'expérience utilisateur pour augmenter le taux d'engagement et de satisfaction.
- **Piloter la performance commerciale et organisationnelle**
Mettre en place des indicateurs de suivi, mesurer les résultats, ajuster les actions et ancrer une culture de pilotage et d'amélioration continue au sein de l'équipe.

💡 Ces compétences visent à rendre les structures de formation plus performantes, visibles et résilientes dans un environnement en transformation numérique et concurrentielle.



PUBLIC CIBLE

Cette formation s'adresse aux écoles, CFA et organismes de formation souhaitant renforcer leur stratégie marketing et commerciale à l'ère du numérique et de l'intelligence artificielle.

Elle concerne plus particulièrement :

- Les **dirigeant-es et responsables de structures de formation** souhaitant clarifier leur stratégie de développement.
- Les **responsables marketing et communication** souhaitant professionnaliser leurs actions d'acquisition et de visibilité.
- Les **responsables commerciaux ou développement** souhaitant optimiser leurs processus de prospection et de conversion.
- Les **équipes supports** impliquées dans la gestion du parcours client, l'inscription et la relation apprenant.

💡 Le programme peut être organisé en inter ou en intra-entreprise, avec une adaptation possible des cas pratiques et exemples au contexte spécifique de chaque structure.

PRÉREQUIS

Pour suivre cette formation dans de bonnes conditions, les participants devront :

- Disposer d'une activité de formation existante (école, CFA, organisme ou centre de formation) ou exercer une fonction en lien avec la stratégie commerciale, marketing ou développement.
- Avoir une première maîtrise des outils bureautiques et numériques de base (suite Google ou Microsoft, navigation web, outils collaboratifs).
- Posséder une bonne compréhension du fonctionnement global de leur structure, de ses publics cibles et de ses offres de formation.

💡 *Aucune compétence technique spécifique en intelligence artificielle n'est requise. La formation s'adapte au niveau de maturité digitale des équipes et propose une montée en compétence progressive.*

ACCESSIBILITÉ

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Notre responsable formation étudiera les adaptations possibles pouvant être mises en place pour suivre la formation.

Référent Handicap : Alan Calloch - alan@turquoise.academy



DÉLAI D'ACCÈS

L'accès de la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 15 jours à 2 mois selon le mode de financement.

ÉVALUATIONS DES ACQUIS

Modalités d'évaluation :

- **Avant la formation**

Un questionnaire d'auto-évaluation est transmis aux participants afin d'identifier leur niveau de maturité sur les thématiques abordées (marketing digital, acquisition, IA, pilotage de la performance).

Une évaluation diagnostique orale est également conduite en ouverture de session pour préciser les attentes et vérifier leur cohérence avec les objectifs de la formation.

- **Pendant la formation**

Des évaluations formatives sont réalisées tout au long du parcours, sous forme d'exercices pratiques, de mises en situation, de quiz ou de restitutions collectives.

Ces temps permettent de valider la compréhension des notions clés et l'acquisition progressive des compétences.

- **À l'issue de la formation**

Une évaluation sommative sous forme de quiz et d'étude de cas permet de mesurer l'assimilation des connaissances et la capacité à transposer les apprentissages dans le contexte professionnel. Un **bilan collectif et individuel** est réalisé afin d'élaborer une feuille de route personnalisée pour chaque structure participante.

Modalités d'évaluation de la formation :

- A la fin de la formation, une évaluation à chaud de la formation est réalisée par les participants.
- 6 semaines après la fin de la formation, une évaluation à froid est réalisée par les participants.

Une liste des émargements sera remise à l'entité bénéficiaire ainsi qu'un certificat de réalisation.

VALIDATION DES ACQUIS

Les acquis de la formation sont évalués tout au long du parcours, au regard des objectifs opérationnels définis dans le programme.

Modalités de validation :

- **Évaluations formatives** réalisées à chaque séquence (quiz, études de cas, restitutions



collectives) permettant de mesurer la progression des participants.

- **Évaluation sommative finale** sous la forme d'une mise en situation professionnelle : élaboration d'un plan d'action concret pour renforcer la performance commerciale et digitale de sa structure, présenté en fin de parcours.
- **Restitution collective** sous la forme d'un atelier de synthèse, permettant de confronter les apprentissages, de formaliser les priorités d'action et de valider la feuille de route finale.

Attestation de fin de formation : À l'issue du parcours, chaque participant reçoit une attestation de fin de formation mentionnant les compétences acquises au regard des objectifs visés.

💡 Cette attestation peut être intégrée au dossier de développement des compétences de la structure et valorisée dans le cadre d'une démarche qualité (Qualiopi, plan de formation, etc.).

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

MÉTHODES

Le formateur utilise les méthodes expositives, interrogatives, démonstratives et actives. Il apporte des apports techniques et pratiques, couplés avec des cas pratiques afin d'intégrer au mieux les nouvelles connaissances et compétences. Aussi, les participants sont invités à participer activement aux études de cas concrets, ateliers de travail, débats et mises en situation. Les cas pratiques, issus de cas réels, sont réalisés aussi bien de façon individuelle et sous-groupe pour stimuler les échanges.

Debriefing individuel et collectif

ÉQUIPEMENTS ET MATÉRIELS UTILISÉS

- La formation peut se dérouler en distanciel synchrone (via Google Meet) ou en présentiel, selon les modalités définies avec le client.
- Chaque participant doit disposer d'un ordinateur avec une connexion internet stable, ainsi que d'un environnement calme pour favoriser les apprentissages à distance.
- Le formateur s'appuie sur une diversité de supports pédagogiques : présentations visuelles (Google Slides / PowerPoint), vidéos explicatives, cas pratiques concrets et temps d'échange interactifs.
- Le support de formation est remis à l'ensemble des participants en fin de session, au format PDF.
- Des ressources complémentaires sont mises à disposition sur une plateforme E-learning sécurisée (RiseUp) : Templates, trames prêtes à l'emploi, vidéos, tutoriels, prompts IA et ressources métiers. Ces contenus sont accessibles 24h/24 pendant toute la durée d'accès prévue (précisée dans le contrat de formation).

ASSISTANCE TECHNIQUE ET PÉDAGOGIQUE

Une hotline est disponible par email pour toute question technique ou pédagogique liée à la plateforme RiseUp :

- support@turquoise-academy.fr
- Horaires de support : du lundi au vendredi de 9h à 18h (heure de Paris).

Les demandes sont traitées sous 48h ouvrées maximum. Un accompagnement pédagogique



personnalisé est également proposé pendant la formation, avec des temps de réponses dédiés aux questions des apprenants (en visio ou par message via la plateforme).

FORMATEUR

Formation construite et animée par Alan Calloc'h, spécialisée en :

- Entrepreneuriat, Marketing Digital et pédagogie (+20 ans d'expérience)

INDICATEURS DE SATISFACTION ET DE PERFORMANCE *

- Nombre de stagiaires formés en 2022 : N/A
 - Satisfaction globale moyenne : N/A /10
 - Note générale de la formation : N/A /10
 - Note générale moyenne attribuée aux formateurs : N/A /10

** Nos formations sont créées, et réalisées sur mesure, ce qui explique qu'il n'y ait pas de données pour ce programme*

INDICATEURS DE SATISFACTION ET DE PERFORMANCE GLOBAUX *

- Nombre total de stagiaires formés par Turquoise Academy en 2024 : 649
- Nombre total de formations réalisées par Turquoise Academy en 2024 : 152
- Nombre d'évaluations de satisfaction reçues : 623 évaluations
 - Satisfaction globale moyenne : 9,13 /10
 - Note générale de la formation : 8,82 /10
 - Préparation et organisation de la formation : 8,68 /10
 - Note générale moyenne attribuée aux formateurs : 9,73 /10

** Toutes formations confondues*

MODALITÉS	CONDITIONS DE VALIDATION	TARIFS DE LA FORMATION
Pour les formations en intra-entreprise et sur-mesure, les dates sont convenues suivant les disponibilités du client.	EFFECTIF MINIMUM 1 participant EFFECTIF MAXIMUM 8 participants	à partir de 3 490 € HT 5 sessions en distanciel ou présentiel (35 heures)



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Tère séquence

DIAGNOSTIQUER & ALIGNER LA VISION

OBJECTIFS

À l'issue de cette séquence, les participant-es seront capables de :

- Analyser la situation actuelle de leur structure sur les plans commercial, marketing et digital.
- Identifier les forces, les faiblesses et les opportunités d'évolution dans un contexte concurrentiel.
- Comprendre les leviers clés de la performance commerciale d'un acteur de la formation.
- Évaluer la maturité numérique et organisationnelle de leur structure à l'aide d'un cadre d'analyse structuré.
- Partager une vision commune pour initier une transformation cohérente et collective.

CONTENU :

Cette première séquence pose les bases du parcours. Les participant-es réalisent un diagnostic global de leur stratégie marketing et commerciale, croisent leurs perceptions et identifient les priorités d'action. L'objectif : sortir de la journée avec une compréhension partagée de la situation actuelle et des axes de progrès concrets.

Temps forts de la journée :

- Cartographie des pratiques actuelles : canaux utilisés, outils, processus et résultats observés.
- Auto-évaluation de la maturité numérique et commerciale de la structure à l'aide d'un référentiel de diagnostic.
- Analyse collective des points forts, faiblesses et leviers de performance.
- Identification des enjeux clés : acquisition, conversion, automatisation, collaboration.
- Introduction à l'usage de l'IA pour l'analyse de données et la synthèse de diagnostics.
- Introduction à la feuille de route de transformation : méthode et livrables attendus.

Cas pratique : diagnostic stratégique collaboratif :

Les participant-es sont guidé-es pas à pas pour :

- Réaliser une photo objective de leur situation actuelle (forces, freins, opportunités).
- Identifier les gains rapides (quick wins) et les leviers structurants à moyen terme.
- Prioriser les actions à mener pour renforcer la cohérence et la performance commerciale.

👉 Chaque équipe repart avec une fiche diagnostic structurée, synthétisant les principaux constats, leviers et priorités. Ce document servira de base à la construction de la stratégie et à la feuille de route opérationnelle élaborée lors des séquences suivantes.

DURÉE :

- **Présentiel ou distanciel** : 7 heures
- **Ressources complémentaires** : accès illimité à la plateforme e-learning (outils de diagnostic, templates, fiches d'analyse, quiz et supports pédagogiques).



2ème séquence

STRUCTURER LA STRATÉGIE & LA FEUILLE DE ROUTE.

OBJECTIFS

À l'issue de cette séquence, les participant-es seront capables de :

- Définir ou ajuster le positionnement stratégique de leur structure sur le marché de la formation.
- Identifier leurs segments de clientèle prioritaires (BtoB, BtoC, international, etc.) et leurs canaux d'acquisition les plus pertinents.
- Clarifier leur proposition de valeur et leur message différenciant.
- Structurer un plan d'action marketing et commercial cohérent et hiérarchisé.
- Établir une feuille de route réaliste avec des priorités, des responsables et des échéances.

CONTENU

Cette deuxième séquence transforme le diagnostic de la première journée en une vision stratégique claire et partagée. Les équipes travaillent sur leur positionnement, leurs cibles, leurs priorités commerciales et les actions à mettre en œuvre pour gagner en impact. L'objectif : sortir avec une stratégie lisible et une feuille de route mobilisatrice.

Temps forts de la journée :

- Définition ou ajustement du positionnement commercial et marketing.
- Segmentation des publics : typologies de clients, besoins, parcours et canaux privilégiés.
- Clarification du message clé et de la promesse de valeur.
- Utilisation de l'IA pour générer des propositions de positionnement et des variantes de messages.
- Élaboration du plan d'action commercial et digital : actions, outils, calendrier, objectifs.
- Introduction aux notions de priorisation et pilotage (impact, faisabilité, délais).

Cas pratique : construction de la feuille de route stratégique

Les participant-es sont guidé-es pas à pas pour :

- Sélectionner les axes stratégiques prioritaires.
- Formaliser un plan d'action à 90 jours (objectifs, livrables, responsables, indicateurs).
- Présenter leur feuille de route au reste du groupe pour validation et enrichissement collectif.

👉 Chaque structure repart avec une feuille de route stratégique personnalisée, intégrant les priorités commerciales, les canaux à activer, les ressources nécessaires et les indicateurs de suivi. Ce document devient la boussole opérationnelle du parcours et servira de base pour les séquences suivantes sur la visibilité, l'acquisition et l'automatisation.

DURÉE :

- **Présentiel ou distanciel** : 7 heures
- **Ressources complémentaires** : modèles de plan d'action, matrices de priorisation, templates de feuille de route, supports vidéo et quiz disponibles sur la plateforme e-learning.



3ème séquence

OPTIMISER LA VISIBILITÉ & L'ACQUISITION

OBJECTIFS

À l'issue de cette séquence, les participant-es seront capables de :

- Renforcer la visibilité digitale de leur structure grâce à des actions de communication cohérentes et ciblées.
- Optimiser leur présence en ligne : site web, référencement naturel (SEO), réseaux sociaux et campagnes emailing.
- Définir un parcours client fluide depuis la découverte jusqu'à la demande de devis ou d'inscription.
- Mettre en œuvre des actions de prospection digitale efficaces (automation, nurturing, CRM).
- Produire des contenus à forte valeur ajoutée pour attirer, qualifier et convertir leurs prospects.

CONTENU

Cette séquence est centrée sur la mise en action. Les participant-es traduisent leur stratégie en leviers concrets de communication et de développement commercial. Ils identifient les canaux les plus performants, optimisent leur parcours client et expérimentent des outils numériques accessibles pour gagner en efficacité.

L'objectif : sortir avec une stratégie d'acquisition claire, des outils activables et une meilleure maîtrise des leviers digitaux.

Temps forts de la journée :

- Diagnostic de la visibilité actuelle (site, SEO, réseaux, emailings, partenariats).
- Conception d'une stratégie de contenus alignée sur la proposition de valeur.
- Amélioration du parcours client : du premier contact à la conversion.
- Introduction à l'automatisation commerciale : gestion de leads, relances, segmentation.
- Pratique de l'IA pour la création de contenus, la segmentation et la recherche de mots-clés.

Cas pratique : refonte du parcours client et plan d'acquisition

Les participant-es sont guidé-es pas à pas pour :

- Cartographier leur parcours client actuel et identifier les points de friction.
- Définir les actions prioritaires pour améliorer la conversion (ex : tunnel de contact, réponse automatisée, argumentaire).
- Élaborer un plan d'acquisition digital détaillant les canaux, les outils et les indicateurs clés de performance.

👉 Chaque structure repart avec : Une cartographie du parcours client réalisée pendant la formation, identifiant les points forts et les points de friction. Un plan d'acquisition digital de référence, co-construit à partir des outils présentés, à adapter à sa propre structure. Un modèle de calendrier éditorial prêt à personnaliser pour organiser les futures actions de communication et de prospection.

DURÉE

- **Présentiel ou Distanciel : 7 heures**
- **Ressources complémentaires** : canevas d'audit SEO, modèles de tunnel de conversion, outils d'automatisation et prompts IA disponibles sur la plateforme e-learning.



4ème séquence

PILOTER ET PÉRENNISER LA PERFORMANCE

OBJECTIFS

À l'issue de cette séquence, les participant-es seront capables de :

- Mettre en place des indicateurs de suivi simples et pertinents pour mesurer l'impact des actions.
- Analyser les résultats obtenus et ajuster les actions en fonction des données collectées.
- Organiser le pilotage de la performance au sein de l'équipe (rôles, routines, coordination).
- Comprendre les leviers permettant d'ancrer une culture d'amélioration continue.
- Identifier les bonnes pratiques pour pérenniser la transformation digitale engagée.

CONTENU

Cette séquence aide les participant-es à passer d'une logique d'expérimentation à une logique de pilotage durable. Ils apprennent à mesurer, interpréter et partager les résultats de leurs actions pour renforcer la cohérence collective et la performance dans le temps. L'objectif : installer des réflexes de suivi et de pilotage pour maintenir la dynamique initiée.

Temps forts de la journée :

- Introduction aux indicateurs de performance commerciale et digitale (KPI).
- Construction d'un tableau de bord simplifié pour suivre les actions prioritaires.
- Définition des rôles et rituels de pilotage (revues, réunions, points de suivi).
- Analyse de données réelles (taux de conversion, trafic, engagement, satisfaction).
- Exploitation de l'IA pour le reporting, la génération de tableaux de bord ou d'indicateurs personnalisés.
- Mise en perspective : comment inscrire le pilotage dans la durée et éviter la perte de dynamique post-formation.

Cas pratique : création du tableau de bord de pilotage

Les participant-es sont guidé-es pas à pas pour :

- Un modèle de tableau de bord de pilotage complété à partir de ses propres données.
- Une fiche récapitulative listant les indicateurs suivis, la fréquence d'analyse et les responsables associés.
- Une grille d'auto-évaluation pour mesurer l'évolution de la maturité commerciale et digitale au fil du temps.

💡 Ces outils ont vocation à être réutilisés et enrichis par les équipes pour maintenir une dynamique de progrès continue après la formation.

DURÉE

- **Présentiel ou Distanciel : 7 heures**
- **Ressources complémentaires** : modèles de tableaux de bord, grilles KPI, exemples de reporting visuel et fiches pratiques disponibles sur la plateforme e-learning.



5ème séquence

AUTOMATISER ET ANCRER LA TRANSFORMATION

OBJECTIFS

À l'issue de cette séquence, les participant-es seront capables de :

- Identifier les tâches répétitives pouvant être automatisées pour gagner du temps et réduire la charge opérationnelle.
- Comprendre les principes et limites de l'automatisation dans le cadre d'une structure de formation.
- Découvrir des outils accessibles (CRM, marketing automation, IA générative, workflows) et leurs cas d'usage concrets.
- Mettre en place des processus simples et duplicables pour fiabiliser le pilotage et la communication.
- Construire un plan d'action post-formation pour maintenir les acquis et poursuivre la transformation en autonomie.

CONTENU

Cette dernière séquence permet de consolider l'ensemble des apprentissages du parcours. Les participant-es découvrent comment tirer parti du numérique et de l'IA de façon raisonnée pour simplifier leurs processus, fluidifier la collaboration interne et maintenir la cohérence stratégique dans la durée. L'objectif : sortir avec des pistes concrètes d'automatisation, une vision claire des prochaines étapes et un plan d'action durable.

Temps forts de la journée :

- Panorama des outils d'automatisation et d'assistants IA adaptés aux organismes de formation.
- Identification des processus chronophages pouvant être automatisés sans perte de contrôle.
- Atelier d'expérimentation : découverte et manipulation d'outils low-code / no-code simples.
- Bonnes pratiques pour conserver la maîtrise humaine dans un environnement de plus en plus digitalisé.
- Création d'agents IA simples pour automatiser les tâches répétitives et fluidifier la communication interne.
- Formalisation du plan d'action post-formation et engagement collectif sur les prochaines étapes.

Cas pratique : plan d'automatisation raisonnée

Les participant-es sont guidé-es pas à pas pour :

- Identifier un processus interne à simplifier ou automatiser (ex. suivi des prospects, relance, reporting, communication interne).
- Définir les étapes clés et les outils adaptés à leur niveau de maturité digitale.
- Élaborer un mini-prototype de workflow ou de scénario IA avec les outils présentés.

👉 À l'issue de cette séquence, chaque participant-e repart avec : Une fiche processus à automatiser décrivant les objectifs, les gains attendus et les outils identifiés. Un modèle de plan d'action post-formation pour poursuivre la transformation en autonomie. Une synthèse personnalisée de la feuille de route globale construite au fil des 5 séquences.

💡 L'objectif est d'ancrer durablement la dynamique de transformation engagée, en donnant à chaque participant les moyens de poursuivre les optimisations en interne.

DURÉE

- **Présentiel ou Distanciel : 7 heures**
- **Ressources complémentaires** : tutoriels vidéo, fiches outils, modèles de workflow et guides d'initiation à l'automatisation disponibles sur la plateforme e-learning.



BILAN DE LA FORMATION

- Retour sur les attentes des participants
- Bilan et conclusion de la formation

EN OPTION : Diagnostic de maturité & feuille de route stratégique

- En option : hors financement Qualiopi (facultative)
- 1 490 € HT
- Pour les structures souhaitant aller plus loin, il est possible de prolonger la formation par un diagnostic de maturité numérique portant sur plus de 200 critères. Cette option n'entre pas dans le périmètre du financement OPCO ou Qualiopi et peut être contractualisée séparément.

👉 Idéal si vous souhaitez un coup de pouce supplémentaire et un suivi humain renforcé au-delà des ateliers collectifs.