



Ce module permettra aux participants, quelle que soit leur fonction, de **découvrir leur parcours et les différentes modalités proposées** (plateforme I-TIPI notamment) puis de **consolider leurs connaissances théoriques et pratiques sur la Réforme** et ses mesures phares mais surtout de **prendre conscience des impacts de la loi du 6 mars 2014** sur les principaux acteurs du marché (OPCA, employeurs, prestataires). Nous proposerons une synthèse sous forme de **7 nouveaux défis** pour les organismes de formation qui permettra aux participants de **se positionner et d'effectuer un diagnostic concret**.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Responsables Formation / Chargé(e)s de développement
- Formateur(trice)s
- Personnels administratifs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Disposer de points de repère essentiels sur le paysage de la formation professionnelle et ses évolutions
- Maîtriser les fondamentaux et les mesures phares de la Réforme de mars 2014 (dont le décret qualité du 30/6/15)
- Etre en capacité d'établir un diagnostic d'impact (défensif et offensif) pour son organisme et sa fonction.
- Apprendre à apprendre autrement dans le cadre d'un parcours multimodal

INTERVENANTS

- Philippe Joffre (Paradoxes)
- Françoise Larroye Carré (Paradoxes)
- Anne-Marie Muntz (Paradoxes)
- Frédéric Bancel (Paradoxes)

1
e-learning

4
vidéos
d'experts

14h
Présentiel

PROGRAMME

- 1 - Le paysage de la formation professionnelle en France : chiffres et acteurs clés, gouvernance nationale et régionale
- 2 - La réforme de mars 2014 : genèse, principes clés et mesures phares. La réforme 18 mois plus tard : ce qu'elle devait changer, ce qu'elle a changé effectivement (zooms sur les entreprises, les OPCA/OPACIF, la personne)
- 3 - 10 défis pour les organismes de formation (actions de formation et éligibilité, multimodalités, positionnement, certification, qualité, sources de financement, marketing et commercial, évaluation, stratégie d'alliance et partenariat, professionnalisation)
- 4 - Quels impacts pour mon organisme, ma fonction ?
- 5 – Découverte et prise en main des différentes modalités du parcours et de la plateforme

Les plus...

- Une connaissance intime du sujet sur le plan théorique et pratique et des témoignages concrets d'acteurs (OPCA, Entreprises)
- Des études de cas et exercices issus de missions opérationnelles, des fiches pratiques claires et synthétiques
- Des outils de diagnostic élaborés spécifiquement pour des prestataires de formation



Ce module a pour ambition de permettre aux acteurs concernés d'établir un diagnostic d'impact de la réforme sur les positionnements, pratiques et compétences des organismes de formation et de leurs collaborateurs mais aussi de permettre leur sensibilisation et de les associer à la conduite du changement (ce n'est pas une réforme administrative et financière mais un environnement complet qui change). Des outils et un accompagnement spécifique et individualisé permettront d'accompagner la construction de plans d'actions individuels ou collectifs.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Responsables Formation / Chargé(e)s de développement


OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES


- Repérer et analyser les différents marchés de la formation post réforme et leurs logiques d'action (légal, conventionnel, extralégal, btoc, btob, référencement, ...) et conditions de performance à réunir
- Identifier les forces/faiblesses, opportunités/menaces pour son organisme et/ou la fonction que l'on représente
- Bâtir une stratégie, un plan d'action et conduire le changement

INTERVENANTS

- Philippe Joffre (Paradoxes)
- Frédéric Bancel (Paradoxes)
- Françoise Larroye Carré (Paradoxes)

1  e-learning

4  vidéos d'experts

14h  Présentiel

1h30 : Tutorat

PROGRAMME

- 1- Formaliser son positionnement (marketing stratégique)
- 2 - Caractériser les marchés et auto-positionnement des organismes
- 3 - Définir ses besoins et identifier les nouveaux « drivers » de croissance
- 4 - Bien calibrer ses ressources, les aides possibles, l'univers concurrentiel, les obstacles prévisibles et les profits possibles
- 5 - Construire et marquer une offre de services (bâtir un catalogue, une plaquette)
- 6 - Définir les stratégies d'alliance et de partenariat
- 7 - Conduire le changement et associer les acteurs (IRP, collaborateurs, partenaires, ...)
- 8 - Découvrir les stratégies de prospection, fidélisation, reconquête
- 9 - Réaliser un diagnostic de son marché et de son portefeuille clients pour construire un plan d'action et des approches adaptés
- 10 - Identifier les couples (nouveaux) produits/marchés liés à la mise en œuvre de la réforme

Les plus...

- Une formation-action construite autour d'outils et méthodes éprouvés au cours de nombreuses missions
- Une dimension collaborative et une dimension individualisée pour accompagner la construction d'un plan d'action défensif et offensif connecté à la réalité terrain



Ce parcours a pour but de permettre aux formateurs d'optimiser leur démarche et leurs interventions en utilisant les nouvelles pratiques de la formation : créer des situations de formation plus collaboratives, s'approprier et utiliser les outils numériques en présentiel et mettre en œuvre un dispositif de mesure de l'efficacité de la formation.

PUBLIC

- Formateur(trice)s

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Accompagner les apprentissages dans une approche Social Learning,
- Maîtriser les outils de formation en ligne pour mettre en œuvre des parcours hybrides et interactifs,
- Assurer le suivi des apprentissages en formation et post-formation, et en évaluer les impacts.

INTERVENANTS

- Loïc Tournedouet (AFPA)
- Gaëlle Turotte (AFPA)
- Gilles Lepage (AFPA)
- Stéphanie Moreau (Paradoxes)
- Antonin Sené (Paradoxes)

PROGRAMME

- 1 – Les nouvelles pratiques de la formation
 - Les repères de la formation à distance et du Social Learning
 - Les enjeux liés à l'intégration du numérique dans la pédagogie
 - La pédagogie inversée pour faciliter la pratique de l'interactivité
 - Les différents apports des outils numériques pour des nouveaux usages de la formation (espace collaboratif, classe virtuelle, travail en mode projet...)
- 2 – Ateliers thématiques
 - Utiliser les outils du digital en présentiel (applications web, drive, réseaux sociaux...)
 - Scénariser et animer des activités encourageant le travail collaboratif
 - Enrichir ses ressources pédagogiques en utilisant le web
 - Organiser une veille partagée sur les outils technologiques et leurs usages
 - Evaluer les apprentissages dans un environnement numérique
 - Mesurer l'efficacité de la formation (interview, analyse, diagnostic...)
- 3- Etude de cas
- 4- Retour d'expérience et capitalisation
 - Analyse de pratique en grand groupe
 - Echanges de pratique en petits groupes de pairs à partir de thématiques identifiées (posture du formateur...)
 - Formalisation des pratiques : capitalisation sous forme de guide opératoire

Les plus...

- Un apprentissage entre pairs basé sur le partage, la collaboration et la co-production des individus en groupes
- Des ateliers techniques dédiés à l'appropriation des outils numériques

3
e-learning

21h
Présentiel



Après avoir cerné de façon générale les enjeux en matière de qualité de la formation au sens large (qualité des systèmes, des pratiques, des acteurs, ...) nous verrons en quoi la question de la qualité se pose de façon singulière à ce jour pour les organismes de formation en zoomant notamment sur les impacts du décret du 30 juin 2015. Nous travaillerons notamment sur les exigences et le référentiel UNIFAF (lecture par l'OPCA des 6 voire 7 critères) ainsi que sur les conclusions du groupe de travail inter OPCA.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Chargé(e)s de développement / Responsables de formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Permettre aux participants de disposer d'une vision globale des enjeux en matière de qualité et de leur évolution dans le temps,
- Connaître et maîtriser les enjeux du décret du 30/6/15 (contenu des critères, acteurs concernés, enjeux pour les OPCA et offre de services sur le sujet, ...)
- Faire un état des lieux des démarches qualité et de leur spécificité (qualification, évaluation, certification, ...)

INTERVENANTS

- Stéphanie Moreau (Paradoxes)
- Philippe Joffre (Paradoxes)
- Frédéric Bancel (Paradoxes)

PROGRAMME

- La qualité : notions clés et lexique (assurance qualité, plan qualité, processus, procédure, audit, inspection, contrôle, qualification, ...)
- Label, certification, qualification professionnelle : de quoi parle-t-on ? quelle différence ?
- Les enjeux de la qualité dans le domaine de la formation : histoire des démarches qualité dans la formation depuis le début des années 1990
- Le décret du 30 juin 2015 : quels contenus ? Quels impacts sur les acteurs ? Quels nouveaux rôles et missions pour les OPCA et pour UNIFAF ?
- Les enjeux liés aux achats individuels (CPF, CIF, BtoC, ...)
- Point à date sur les initiatives dans le secteur (projet Data Dock, comités régionaux de contrôle, référentiel inter OPCA, ...)
- Travail sur les 6 critères du décret : apprendre à argumenter (sous-critères, indicateurs, preuves, ...)
- Quelle démarche qualité choisir ? Pour quels objectifs ? Descriptif détaillé des acteurs, contenu/référentiels, coûts, délais, ...
- Outil d'aide au choix et de prédiagnostic

Les plus...

- Une approche très pragmatique issue de 25 ans de travail sur le sujet et d'expériences récentes (élaboration d'un certificat de conformité pour l'AFNOR, travaux avec les OPCA sur leur politique d'achat, accompagnement de prestataires, ...)



3
e-learning



14h
Présentiel



L'idée sera ici de permettre aux organismes de **construire** et **mettre en œuvre une démarche commerciale** en cohérence avec leur **positionnement**, **cibles**, **objectifs**, **atouts différenciateurs**, ... Il n'y a en effet **pas UN** mais **DES** marchés de la formation qui obéissent à des **règles spécifiques** et nécessitent la **maîtrise de gestes professionnels différents** (marketing digital, réponse aux appels d'offres, entretiens commerciaux, soutenance, ...).

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Chargé(e)s de développement / Responsables de formation
- Formateur(trice)s

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Diagnostiquer les forces et faiblesses de son organisme et ses atouts différenciateurs pour identifier un positionnement pertinent
- Segmenter son offre (prix et niveaux de services)
- Maîtriser les incontournables d'une démarche commerciale : plan d'action commercial, plan d'action individuel, campagnes commerciales, rituels d'animation
- S'entraîner sur quelques gestes incontournables (entretiens)

INTERVENANTS

- Loïc Tournedouet (AFPA)
- Gaëlle Turotte (AFPA)
- Gilles Lepage (AFPA)
- Stéphanie Moreau (Paradoxes)
- Antonin Sené (Paradoxes)

PROGRAMME

- Se positionner sur ses marchés : comment diversifier les sources de financement ? Comment construire une politique commerciale ?
- Analyse de la concurrence : comment se situer sur son marché et assurer une activité de veille ?
- Comment construire et segmenter son offre de services et comment construire une politique tarifaire (tenant notamment compte des conditions de financement et taux de prise en charge)
- Identifier les incontournables du PAC (Plan d'Action Commercial) en fonction de la structure de l'organisme
- Réaliser un diagnostic de son marché et de son portefeuille clients
- Cibler les actions pour des prospects, clients inactifs, clients actifs
- Campagnes commerciales : 10 étapes fondamentales
- Maîtriser les entretiens commerciaux et construire une proposition d'intervention
- Optimiser ses actions commerciales et mesurer leur efficacité

1 
e-learning

21h 
Présentiel

1h30 : Tutorat

Les plus...

- Un apprentissage entre pairs basé sur le partage, la collaboration et la co-production des individus en groupes
- Des ateliers techniques dédiés à l'appropriation des outils numériques



L'objectif de ce module est de **permettre de découvrir et vivre** (logique expérientielle) une **diversité de modalités de formation** en ayant la possibilité de saisir les **spécificités et conditions de réussite**. A l'appui de cette logique, des apports en matière de théories de l'apprentissage mais aussi des éléments très pratiques sur la **gestion d'un projet multimodal**. La première journée du module permettra aussi d'animer une séquence « **apprendre à apprendre autrement** » permettant de vivre ce parcours blended dans les meilleures conditions.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Responsables Formation / Chargé(e)s de développement
- Formateur(trice)s

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Anticiper les grandes évolutions digitales
- Découvrir un large panel de modalités de formation et savoir les mobiliser
- Maîtriser l'essentiel des outils et techniques de gestion de projet appliqués à un projet de formation blended
- Analyser les freins et les résistances au déploiement d'un projet de formation multimodal afin de les dépasser

INTERVENANTS

- Stéphanie Moreau (Paradoxes)
- Antonin Sené (Paradoxes)
- Margot Beauchamps (Paradoxes)
- Virginie Lassalle (AFPA)

PROGRAMME

- Vers une nouvelle définition plurielle de la notion d'action de formation
- Identifier les étapes et les grandes évolutions : de la FOAD vers la multi-modalité
- Identifier les différentes phases d'un projet multimodal (Puzzle Interactif)
- Découvrir les principales modalités de formation et savoir les conjuguer
- Cadrer un projet multimodal (étude de cas)
- Baser ses conceptions sur les théories de l'apprentissage et la connaissance de l'adulte apprenant
- Identifier le champ du possible
- Designer un dispositif de formation multimodal
- Sécuriser et optimiser le déploiement
- Evaluer la multimodalité

14h
Présentiel

Les plus...

- Une formation riche et variée permettant aux apprenants de vivre concrètement la multimodalité mais aussi de disposer d'outils et réflexes concrets pour concevoir et « designer » des dispositifs diversifiés.



La pratique des appels d'offres et plus généralement des appels à projets, consultations et autres mises en concurrence s'est généralisée. Les Directions des Achats interviennent de plus en plus dans les processus d'achat de formation. Les OPCA passent d'un rôle de financeur à un rôle de « labellisateur » voire d'acheteur. La construction de réponse et dossier de soumission est donc devenue un acte commercial majeur qui conditionne l'accès aux marchés. Un module de formation pour augmenter son taux de transformation tout en optimisant le temps passé à répondre !

PUBLIC


- Dirigeants / Responsables Formation / Chargés de développement

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Savoir repérer les différents types d'appels à projets et adapter les livrables et modes de fonctionnement (publics, privés, RFI, RFP, consultation, ...)
- Analyser un cahier des charges et se positionner
- Travailler le fond et la forme de la proposition : informer, rassurer et convaincre
- Etablir et défendre un budget dans le cadre d'une soutenance

INTERVENANTS

- Philippe Joffre (Paradoxes)
- Frédéric Bancel (Paradoxes)
- Françoise Larroye Carré (Paradoxes)

3  e-learning

14h  Présentiel

7h  Présentiel

1h30 : Tutorat

PROGRAMME

- Formaliser son positionnement (marketing stratégique)
- Caractériser les marchés et auto-positionnement des organismes
- Définir ses besoins et identifier les nouveaux « drivers » de croissance
- Bien calibrer ses ressources, les aides possibles, l'univers concurrentiel, les obstacles prévisibles et les profits possibles
- Construire et marquer une offre de services (bâtir un catalogue, une plaquette)
- Définir les stratégies d'alliance et de partenariat
- Conduire le changement et associer les acteurs (IRP, collaborateurs, partenaires, ...)
- Les stratégies de prospection, fidélisation, reconquête.
- Réaliser un diagnostic de son marché et de son portefeuille clients pour construire un plan d'action et des approches adaptées
- Identifier les nouveaux couples produits/marchés liés à la mise en œuvre de la réforme

Les plus...

- Un travail sur toutes les phases de réponse, du GO / NO GO à la soutenance, qui permettra de réels progrès dans l'argumentation, sa personnalisation aussi bien que sur la forme des propositions (niveaux de lecture, schémas, ...). Une formation issue de plus de 25 ans de pratique (achat et vente)



Le module repose sur une **démarche de conseil** qui détaille les diverses étapes pour **rendre son offre de formation éligible au CPF** : de l'identification des formations certifiantes éligibles au CPF à la démarche de mise en œuvre d'un projet d'enregistrement RNCP, en passant par l'appréhension de la globalité de la démarche d'ingénierie de certification utile à la construction d'une demande auprès de la CNCP et l'évaluation des impacts d'un dépôt CNCP sur la stratégie et la politique de sa structure.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s
- Responsables de formation
- Chargé(e)s de développement

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les formations certifiantes éligibles au CPF et exploitables dans son offre de formation
- Comprendre comment répondre aux critères des branches professionnelles, des certificateurs, et de la CNCP pour l'examen d'une demande (agrément, certification)
- Acquérir des points de repère sur la mise en œuvre d'une ingénierie de certification
- Appréhender les impacts stratégiques liés à une démarche de certification.

INTERVENANTS

- Philippe Joffre (Paradoxes)
- Frédéric Bancel (Paradoxes)
- Françoise Larroye Carré (Paradoxes)
- Perrine Dejoie (AFPA)

1



e-learning

14h



Présentiel

2h00 : Tutorat

PROGRAMME

- La certification
 - La certification, la qualification, la validation de compétences ; définitions et valeur d'une certification ; les différents types de certifications, le RNCP et l'inventaire de la CNCP
 - Examiner les certifications enregistrées au répertoire et recensées à l'inventaire en lien avec son activité
 - Etudier les composantes d'une certification, le découpage en blocs de compétences
- La certification et le CPF
 - Les conditions d'éligibilité d'une formation au CPF en lien avec la certification
 - La construction des listes COPANEF, COPAREF, et les critères de choix en lien avec la CNCP
 - Le dispositif CPF et les critères UNIFAF
- La certification et le CPF
 - L'opportunité d'une inscription ou d'un recensement
 - La nécessaire élaboration d'un référentiel d'activités et de compétences
 - Les impacts stratégiques de la certification sur le développement de son offre de formation

Les plus...

- L'animation est dynamisée par une relation constante faite de présentations, d'échanges et de débat entre participants
- La formation est active et réclame une forte participation dans des ateliers de recherche sur les certifications en lien avec son activité



Le module repose sur une démarche d'information et de conseil qui détaille les enjeux et les diverses étapes pour devenir un organisme DPC. Elle précise la démarche complète nécessaire à l'enregistrement auprès de l'ANCPC, permet à chaque structure de bien évaluer les impacts d'un enregistrement et propose un accompagnement individualisé permettant à celle-ci de finaliser un dépôt de dossier en répondant aux exigences requises.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Responsables Formation / Chargé(e)s de développement
- Personnels administratifs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Appréhender les enjeux et les impacts d'un enregistrement ODPC
- Connaître les obligations et contraintes d'un organisme de DPC
- Comprendre l'organisation générale et les missions des instances liées au DPC
- Maîtriser la démarche d'enregistrement et de validation auprès de l'ANDPC

INTERVENANTS

- Fabienne FAUDE (AFPA)
- Alain ADELISE (AFPA)
- Christine BATIME (Paradoxes)

PROGRAMME

- Rôle et responsabilités des instances
 - Les rôles et missions des différentes instances liées au DPC
 - L'organisation et les zones d'intervention de l'ARS
 - Les différents acteurs
 - Instances professionnelles et commissions
 - Organismes de formation
 - Employeurs
- Les dernières références réglementaires applicables dont la loi santé de 2016
- Pourquoi devenir organisme de DPC ? Intérêts, enjeux et contraintes.
- La procédure d'inscription, d'enregistrement et de contrôle d'un ODPC
 - Critères, pièces, calendrier, rétro-planning...
- La démarche de sélection des actions DPC
 - Dépôt et actualisation, suivi des pièces à collecter, analyse et démonstration d'impact

Les plus...

- Une formation qui s'appuie sur de nombreux exemples
- Un temps d'accompagnement individualisé proposé à chaque OF suite à son autodiagnostic afin de répondre à toute question technique utile à la finalisation du dépôt de son dossier

1
e-learning

2 x 1h30
Groupe de
travail
distanciel

Auto-
diagnostic



Un parcours de formation qui a pour ambition à la fois de **permettre de disposer des bases et références théoriques** permettant de **distinguer les objets, finalités, méthodes et acteurs** des différents types et niveaux d'évaluation mais aussi de **mettre en place des dispositifs d'évaluation efficaces, réalistes et adaptés** aux contenus et modalités de formation.

PUBLIC

- Dirigeant(e)s / Responsables Formation / Chargé(e)s de développement
- Formateur(trice)s
- Personnels administratifs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir l'évaluation
- Identifier les 4 niveaux de l'évaluation (Kirkpatrick)
- Repérer les outils de l'évaluation
- Bâtir un dispositif d'évaluation

INTERVENANTS

- Françoise Larroye Carré (Paradoxes)
- Antonin Sené (Paradoxes)
- Frédéric Bancel (Paradoxes)
- Philippe Joffre (Paradoxes)

PROGRAMME

- Focus sur les nouveaux enjeux de l'évaluation et l'actualité du sujet (cf. Réforme, ROI/ROE, nouveaux usages, consumérisme, ...)
- Benchmark : illustrations de pratiques de prestataires et d'entreprises
- Le modèle de Kirkpatrick mais pas seulement... Focus sur les différents niveaux d'évaluation et les fondements théoriques
- Bâtir son dispositif d'évaluation – Pourquoi évaluer ? Les enjeux de l'évaluation : Reconnaissance, Preuve de l'utilité, Progresser...
- Bâtir son dispositif d'évaluation (partie 1) – Les objets de l'évaluation : Qu'est-ce que l'on évalue ? Quelles compétences ciblées, comment les évaluer (Est-ce que l'on évalue des soft skills & des hard skill de la même manière, avec les mêmes délais, etc), quelles compétences acquises et transférées ?
- Bâtir son dispositif d'évaluation (partie 2) – Qui évalue ? Le rôle des différents acteurs de l'évaluation : Le formateur, le concepteur de formation, le manager
- Bâtir son système d'évaluation – Les outils de l'évaluation - tour d'horizon des outils/pratiques actuelles et innovantes + Etude de cas
- L'évaluation d'un projet de formation : Savoir faire les recettes aux différentes étapes d'un projet : CDC, Validation, Conception, Validation formation pilote, validation formation déploiement...



1
e-learning



1
webconf



7h
Présentiel

Les plus...

- Une vision à la fois globale et concrète de l'évaluation. En travaillant sur leur propre dispositif d'évaluation, les apprenants pourront tester et expérimenter « en direct » les cadres théoriques et méthodologiques abordés.