ÉCHOBAT DÉVELOPPEMENT
ORGANISME DE FORMATION DU RÉSEAU DE L'ÉCOCONSTRUCTION SOLIDAIRE

PROGRAMME DE FORMATION

Initiation à la fonction communication et marketing de réseau

INTRODUCTION SUR L'ENVIRONNEMENT GLOBAL DE L'INTERVENTION

L'ambition de cette formation est de pouvoir permettre aux membres de l'équipe ÉCHOBAT d'appréhender la fonction communication et marketing d'un réseau professionnel afin d'adapter leur stratégie aux spécificités de l'économie collaborative.

La formation permettra de comprendre les grands principes de la communication / marketing adaptés à ÉCHOBAT et à chacune des 3 cibles de l'économie collaborative : les contributeurs prestataires (les adhérents), l'interface (ÉCHOBAT), les utilisateurs (les « clients » ÉCHOBAT).

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À la fin de la formation, les participants seront en mesure :

- D'appréhender le fonctionnement de l'économie collaborative pour un réseau professionnel,
- De déterminer précisément les composantes de la fonction communication / marketing au sein d'un réseau,
- De comprendre les enjeux de cette fonction pour le réseau,
- De traduire la stratégie d'ÉCHOBAT en messages par l'utilisation de médias adaptés.

LE PROGRAMME DE FORMATION

Module théorique

- Comprendre le contexte : le fonctionnement spécifique de l'économie collaborative
- Positionner ÉCHOBAT dans ce contexte : comment faire vivre un réseau de professionnels dans cette économie ?
- Expliquer les grands principes de communication / marketing adaptés à chacune des 3 cibles de l'économie collaborative : les contributeurs / prestataires, l'interface, les utilisateurs.
- Adapter une stratégie de communication / marketing

Module pratique

- Échanges autour questionnaires individuels pour diagnostic interne
- Découverte d'outils de communication / marketing adaptés à ÉCHOBAT : panorama et utilité
- Temps collectifs de partage et de co-construction d'un plan d'actions de communication

Livrables

- Support de formation
- Plan d'actions collectif et planning concerté d'actions à mener sur l'année 2021

Déroulement et moyens pédagogiques :

- Recueil des questionnaires individuels pour diagnostic interne.
- Apports théoriques, échanges, débats.
- Travail à partir de cas concrets permettant de mettre en œuvre l'ensemble des apports théoriques,
- Elaboration d'un cadre stratégique de communication / marketing,
- Préconisations d'actions à mettre en œuvre.