

# Formation des élus : Construire une stratégie de développement syndical

2 jours 14 heures

Programme de formation

## Public visé

Tout administrateur et futur administrateur de l'organisation professionnelle commanditaire (les formations sont organisées uniquement sur commande d'organisations professionnelles).

Les formations sont accessibles sous certaines conditions aux personnes en situation de handicap. Merci de prendre contact avec l'ISM ([formation@infometiers.org](mailto:formation@infometiers.org)) afin de mettre en oeuvre les dispositions nécessaires pour garantir l'accueil et le bon déroulement de la formation.

## Pré-requis

Aucun prérequis n'est exigé pour participer à cette formation.

## Objectifs pédagogiques

La formation concourt à préparer les élus à l'exercice de leur mandat et à développer une compétence de pilotage de l'organisation professionnelle.

- Dresser un diagnostic de son organisation
- Hiérarchiser les objectifs et les projets pour l'élaboration d'un plan stratégique
- Formaliser une stratégie de marketing syndical
- Savoir travailler en équipe et s'entourer des compétences externes

## Description / Contenu

Le programme ci-dessous est indicatif. En cas de commande, il est adapté sur mesure, en fonction des attentes exprimées.

- Les dates et lieux des formations sont de même déterminés en lien avec l'organisation commanditaire. L'ISM peut accueillir la formation dans ses locaux à Paris ou décentraliser la formation, au plus près des domiciles des bénéficiaires.
- Le coût de la formation est de 245 euros par jour et par stagiaire. Une demande de prise en charge peut être réalisée auprès du FAFCEA, sous couvert de réunir les critères d'éligibilité.

### Programme

Tour de table : présentation des participants et formulation de leurs attentes

1) Caractériser l'offre de son organisation professionnelle :

- Action syndicale et offre de services : comment s'appuyer sur l'action syndicale pour développer le service

2) S'inscrire dans une démarche marketing

- Les enjeux et fondamentaux de la démarche marketing

- L'analyse des attentes et besoins des adhérents

- Les réponses de l'organisation à ces besoins : évaluation

- L'analyse des offres de la concurrence

3) Mesurer l'audience de son organisation professionnelle

4) Construire sa stratégie de développement :

- Les étapes clés d'une bonne stratégie
- La définition des objectifs et des cibles potentielles
- La définition de l'offre de services

5) Mettre en oeuvre son plan stratégique

- La définition des priorités du plan de développement
- La planification du projet à court, moyen et long terme
- La définition des modalités de mise en oeuvre (mutualisation, externalisation...)
- Les outils de la gestion de projet
- L'élaboration du budget prévisionnel

## Modalités pédagogiques

- Les formateurs de l'ISM sont sélectionnés pour leur expertise des thèmes traités et du monde de la petite entreprise.
- La formation alterne apports de contenus, de méthode, et exercices pratiques (jeux de rôle, questions-réponse, études de cas concrets, travaux individuels ou en groupes...).
- Les exercices de mises en situation sont préparés, en amont des formations, avec les organisations commanditaires.

## Moyens et supports pédagogiques

Un support pédagogique est remis aux participants.

## Modalités d'évaluation et de suivi

- Les participants doivent signer une attestation de présence.
- Des questions/réponses ou des travaux pratiques en fin de chaque séquence permettent d'évaluer la bonne acquisition des connaissances et des compétences.
- Un questionnaire de satisfaction est à compléter à l'issue de la formation.
- Un QCM électronique est également adressé aux participants après la formation pour évaluer les acquis et la bonne compréhension des questions traitées.

Programme valide pour l'année 2022.

Date de dernière mise à jour : 20 décembre 2021