

# Le marketing du Sisem

## *Une stratégie de développement économique du Sisem*

Le SISEM part du constat que, pour réussir et s'épanouir, il est préférable d'aimer ce que l'on fait. C'est pourquoi il s'intéresse aux sources de motivation humaine afin de nous indiquer comment faire pour être à sa place et développer ses talents.

Cette approche répond aux questions d'une part croissante de la population qui s'interroge en termes d'orientation ou de réorientation professionnelle, de compétences managériales, de connaissance de ses sources de motivation.

Le public est pluriel : entreprises, professions libérales, maisons médicales, institutions, particuliers. Chacun trouve dans le Sisem des réponses claires et directement utilisables dans son parcours professionnel et/ou personnel.

A l'issue de ce séminaire, vous disposerez des grilles de lecture pour définir une stratégie marketing et de développement d'une activité basée sur la méthodologie et les outils proposés par le Sisem. Cette réflexion sera articulée autour de votre propre spécificité en matière d'accompagnement.

## Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir les attentes rencontrées par le Sisem
- Définir les publics rencontrés par le Sisem
- Définir sa plus value dans cette approche
- Etablir ses objectifs en termes de développement d'activités Sisem.
- Etablir son plan d'action pour vendre le Sisem

## Public concerné

Ce séminaire s'adresse aux professionnels des Ressources humaines, Conseillers en bilan de compétences, Consultants, Coaches et managers, désireux de développer une activité avec l'outil Sisem.

## Pédagogie

Les apports théoriques de la formation sont construits à partir de cas pratiques. Les participants sont donc invités à réfléchir à partir de leur projet et de cas concrets. Ce qui permet d'intégrer les différentes techniques et de pouvoir les utiliser immédiatement.

## Programme de la formation

- Pourquoi le Sisem aujourd'hui ?
- Analyse marketing du Sisem
- Qui sont mes clients potentiels ?
- Quelle est la spécificité de mon offre ?
- Arguments et techniques de vente
- Les supports de communication
- Le plan d'action.

## Animateur

Thierry Delperdange est titulaire d'un master en communication (Université de Louvain) et coach certifié (coaching de gestion, Montréal). 20 années d'expérience dans le développement de projets et la formation lui confère une connaissance non seulement de l'utilisation du coaching mais aussi de ses différents utilisateurs et de leurs attentes. Il est aussi l'auteur d'un essai : le bonheur des uns fait le bonheur des autres (image publique)