



# Les Grands **Débats** *by ildi* du Digital Learning

**Le marketing et la communication,  
leviers essentiels de la réussite  
des actions de formation.**

- Marion Breuleux, ABILWAYS

# CONCEVOIR & PROMOUVOIR

## CONCEVOIR

Intégrez les orientations stratégiques, les besoins, motivations & freins de vos clients internes et les nouveaux usages en matière d'apprentissage à votre stratégie d'offre

MARKETING STRATEGIQUE

## PROMOUVOIR

Déterminer & déployer des actions adaptées de promotion de vos services auprès de vos clients internes et donner de la visibilité à vos actions & succès

MARKETING OPERATIONNEL

# CONTENUS APPRENANTS : MISEZ SUR UNE APPROCHE EN FUNNEL

**PRISE DE CONSCIENCE**

**Collaborateur** >> **Visiteur régulier**

- >> *Contenus courts, faciles à produire et à « consommer »*
- >> *Temps disponible : 5 à 15 minutes*

**CONSIDERATION**

**Visiteur régulier** >> **Grignoteur de contenus**

- >> *Contenus plus approfondis, apportant une aide immédiate*
- >> *Temps disponible : 15 à 45 minutes*

**ACHAT**

**Grignoteur de contenus** >> **Participant**

- >> *Contenus de formation, permettant une évolution des compétences/pratiques*
- >> *Temps disponible : 0,5 jour et +*

**CONTRIBUTION**

**Participant** >> **Ambassadeur/Créateur de contenus**