



Fiche conseils

DÉFINITION DE L'OFFRE DE COURS

De la synthèse des données recueillies sur le terrain concernant les besoins de la clientèle cible, la concurrence et les forces, faiblesses, opportunités et menaces découlent **les caractéristiques devant apparaître dans l'offre de cours.**

Innover dans votre offre de cours, dans les actions de coopération et de promotion du français professionnel signifie introduire quelque chose de nouveau. Il peut s'agir :

- d'améliorer et d'étendre la gamme ou la qualité des produits et / ou de services existants ;
- de développer des cours et des services entièrement nouveaux, pour satisfaire au changement rapide de la demande ou des besoins des clients ou d'un nouveau public ;
- d'ajouter de la valeur aux produits, services ou marchés existants pour vous distinguer de vos concurrents (établissements, autres langues) et augmenter la valeur perçue pour les clients et le marché des langues.

Quels sont les besoins de ma clientèle ? Quel est le positionnement de la concurrence ? Quelles sont les ressources sur lesquelles mon centre de langue peut s'appuyer dans le cadre de la création de cette offre en français professionnel ? Le croisement de ces données, lors d'un atelier de conception créative en équipe par exemple, permet de **faire émerger l'offre de cours la plus à même de répondre aux besoins des clients les plus divers**. Une fois validé, le squelette de cette offre pourra aiguiller l'équipe enseignante dans la construction du programme.

Pour augmenter la satisfaction du client et rendre l'offre attrayante, des produits et services peuvent être proposés avec l'offre de cours. Ces produits et services peuvent être déjà proposés par le centre de langues (médiathèque, événements culturels, supplément de cours en ligne, etc.), mais il peut aussi s'agir de produits et de services nouveaux adaptés aux clients de l'offre de cours de français professionnel (événements de réseautage, visite d'entreprises francophones, diplôme en fin de formation, etc.).

Memento

- ☐ j'ai fait la synthèse des données recueillies concernant les besoins de la clientèle cible, la concurrence et les forces, faibles, opportunités et menaces
- ☐ j'ai identifié les caractéristiques fondamentales de l'offre de cours en français professionnel
- ☐ j'ai défini l'offre de cours pouvant répondre aux besoins les plus larges et pouvant être la plus rentable pour mon centre de langue
- ☐ j'ai identifié les produits et services pouvant permettre d'étoffer mon offre en français professionnel