

Grille d'analyse du besoin client

Objectif :

Cet outil vous propose des éléments de repères pour prendre en compte les questions principales lorsque vous envisagez un projet de formation. Chaque situation est particulière et dépend de nombreux facteurs (appétences des salariés, qualité de la relation commerciale, capacité financière, offre de formation disponible etc.). Le diagnostic du besoin client en matière de formation ne se résume pas à cet outil, pour autant celui-ci peut vous aider à installer un dialogue opérationnel au bénéfice des salariés qui s'engageront dans un parcours.

◆ Contenu de formation

- Quel est l'objectif visé ? :
 - Renforcer les compétences, répondre à une attente de qualification
 - Faire évoluer professionnellement les salariés intérimaires,
 - Sourcer / préparer de nouveaux candidats
 - Obtenir une ou des certifications indispensables au poste de travail (formations réglementaires) ;
- Quelles sont les compétences attendues ?
 - Compétences métier,
 - Compétences complémentaires (habilitations...),
 - Compétences transversales ...
 - Quelles sont les compétences indispensables à acquérir pour la mission et compétences optionnelles complémentaires souhaitées
- Quelle est la validation souhaitée ? (Attestation de compétences, titre, diplôme, CQP ...)

◆ Modalités et période de réalisation

- Quelle est la durée de formation envisagée ?
- Quelle est la meilleure période pour former (à quelle date démarre la mission, quelles sont les périodes plus calmes, intermissions)
- Faut-il opter pour des formations en présentiel, à distance, en entreprise ou une combinaison de ces méthodes ?
- Est-ce que l'alternance est possible ?
- Quels sont les prestataires de formation à solliciter (avec quels prestataires le client forme-t-il ses propres salariés ?)

◆ Public visé

- Quel est le public cible ? (Nouveaux candidats, montée en compétences d'intérimaires en poste...);
- Quels prérequis en termes d'expériences, de connaissances ;
- Quel est le besoin en termes de volume (plus les besoins sont importants, plus il sera possible de proposer un groupe dédié) ;
- Est-ce que le besoin peut également concerner des salariés permanents de l'EU (pour constitution de groupe mixte le cas échéant)

◆ Engagement client

- Quel engagement client post formation, quelles durées de mission prévues ?
- Engagement en termes de niveau de délégation post formation (mission en lien avec le nouveau niveau de qualification acquis)
- Comment s'assurer de l'engagement des participants (validation prévue, statut salarié, perspectives de mission, tutorat, cérémonie de fin de formation avec remise des attestations...)
- Quelle est la disponibilité du client en termes de temps et de ressources (disponibilité pour analyser le besoin, conseil éventuel sur le choix du prestataire, validation du contenu, validation des candidats avant l'entrée en formation)
- Inviter le client au bilan intermédiaire et final (vérifier sa disponibilité)
- Prévoir une cérémonie de remise de diplôme et signature des contrats en présence de l'entreprise

Le conseil du FPETT

Cette première analyse permet de gagner beaucoup de temps et de faire le bon choix. Dans la majeure partie des cas, vous disposez déjà d'une partie des réponses à ces questions (objectifs, saisonnalité ...) et il convient de reformuler le besoin ou d'approfondir certains points avec le client pour construire une réponse formation adaptée, lorsque la formation est une réponse.

Ce questionnaire permet aussi d'engager le client, de le sensibiliser au coût de formation et au temps passé à construire une solution client.

Cela permet également d'associer, de façon plus active, le client dans le projet de formation et ainsi d'augmenter la motivation et l'engagement des intérimaires en formation, de prévenir les éventuels décrochages.

La présence du client au bilan intermédiaire et au bilan final, l'organisation d'une « cérémonie » de remise de diplôme en présence du client (et signature des contrats post formation) contribue aussi à maintenir et développer vos relations commerciales. Le client est ainsi pleinement associé au processus de formation et de fidélisation des salariés intérimaires.