

CAHIER DES CHARGES	
Titre de l'action	STRATEGIE ET ACTION COMMERCIALE WEB-TO-PRINT
Public visé	Directeur, Directeur technique, Directeur commercial, Responsable de production, Chef d'atelier
Pré-requis	Avoir défini les grands axes de la stratégie d'entreprise Avoir ciblé un axe de développement autour du Web to Print
Objectifs attendus de la formation	Appréhender les solutions Web-to-print existantes Mettre en place une stratégie de différenciation marketing opérationnelle par le Web to print Mettre en place une approche « gestion de projet » visant à optimiser l'organisation de la production et de la logistique
Contenus de la formation proposée par votre organisme	
Modalités pédagogiques	
Descriptif des outils pédagogiques utilisés	
Type de validation (attestation de compétence en lien avec E-cographic ou référentiel)	Attestations de compétences (tests d'évaluation permettant de valider des capacités ou connaissances acquises, à mettre en place tout au long du module)
Durée de la formation	14h en continu ou en discontinu (dans ce cas, prévoir dans l'intersession un travail à développer dans l'entreprise avec un retour d'expérience)
Dates ou périodes prévisionnelles et horaires spécifiques	
Nombre de stagiaires (minimum-maximum)	6 à 10 stagiaires
Evaluation du coût du dispositif (coût horaire/stagiaire)	

CV du (ou des) formateur(s) à joindre impérativement à la réponse	
Spécificités d'accueils (hébergement, repas ...)	
Lieu de réalisation de l'action	
Réalisation de l'action dans un ou plusieurs centre(s) partenaire(s) dans le cas d'une action dupliquée en région	La mise en place de cette action doit prévoir des déplacements dans les régions
Identification du ou des centre(s) de formation	
Modalités administratives	
Identification de la personne en charge de la gestion administrative et celle intervenant sur la partie ingénierie pédagogique au sein du Centre de formation	