

NOS FORMATIONS

Relation client

Commercial vente

Management

Développement personnel

Communication écrite

IL Y A UN AVANT ET UN APRÈS FONETICA

fonetica

des formations *clés !*

ÉDITO

Ensemble, construisons vos prochaines réussites !

Comme vous, nous sommes totalement convaincus que la force d'une entreprise, d'une organisation, d'un collectif passe avant tout par sa capacité à mettre en valeur son potentiel humain.

C'est pourquoi, année après année, **toujours réactifs à vos remarques, à vos besoins**, nous nous efforçons de construire et faire évoluer notre offre de services.

Cette nouvelle édition de notre catalogue s'enrichit des succès obtenus à vos côtés. Elle se veut le miroir de notre savoir-faire, plus étendu encore, pour atteindre, avec vous, vos objectifs majeurs, parmi lesquels :

- **Développer la qualité de votre relation client et son image perçue** aussi bien au téléphone, qu'en face à face ou au travers de vos écrits ;
- **Mieux vendre votre valeur ajoutée** en vous aidant à associer toutes vos forces vives qu'elles soient techniques, administratives ou commerciales au service de votre développement ;
- **Améliorer la compétitivité et la cohésion de vos équipes** avec des managers motivés et fédérateurs des performances collectives ;
- **Anticiper les changements, conforter les acquis, favoriser et assurer de nouvelles compétences chez vos collaborateurs ;**
- **Contribuer à l'épanouissement personnel et au bien-être de vos salariés.**

Accessibles à tous, en inter ou en intra, ces formations réalisées par nos formateurs experts se veulent avant tout **centrées sur vos attentes pour un résultat immédiatement perceptible**, tout en conciliant notre **exigence d'efficacité** avec vos contraintes de temps et budget.

Fonetica, c'est aussi une équipe de consultants et conseillers pour satisfaire à vos demandes personnalisées telles que :

- **Conception de modules spécifiques ;**
- **Audits internes ;**
- **Animation de séminaires** internes ou de réseau ;
- **Suivis individuels (coaching).**

Notre équipe pédagogique est, bien entendu, **à votre écoute pour comprendre vos besoins** de formation et d'accompagnement et **vous proposer les solutions les plus adaptées à votre réussite.**

Au plaisir de nous rencontrer bientôt.

Dominique BILHEU
Gérant



DES SOLUTIONS PÉDAGOGIQUES PERSONNALISÉES POUR RÉPONDRE À TOUTES VOS ATTENTES

Formations inter, Région Ouest

Des sessions de formations accessibles à tous (pour une ou plusieurs personnes de la même structure) et proches de chez vous :

- Pour partager et s'enrichir de la diversité des participants ;
- Pour la liberté de parole garantie par la confidentialité pour réfléchir ensemble et sans tabou sur les vrais problèmes à traiter ;
- Pour les échanges de solutions qui ont fait (ou qui font) leurs preuves dans d'autres entreprises.

Formations intra, sur-mesure

Que ce soit pour répondre à une problématique interne, développer la cohésion d'équipe, accompagner le changement, stimuler la créativité ou progresser ensemble, profitez des avantages d'une **formation intra** :



- Une réponse adaptée uniquement à vos besoins et à ceux de vos équipes ;
- Une approche méthodologique pour garantir une mise en application immédiate ;
- Un soutien du responsable pédagogique pour vous aider (si besoin) à rédiger votre cahier des charges et valider avec vous le programme sur-mesure ;
- Des sessions qui se déroulent à votre rythme, selon vos disponibilités, dans vos locaux ou dans un lieu à votre convenance.

Les **+** des formations inter ou intra Fonetica

Des formateurs sélectionnés pour leurs **qualités** et **expériences professionnelles** et aussi, surtout **humaines**.

- **Plus de 60 % du temps** sont consacrés à des **ateliers d'entraînement** et à des applications pratiques.
- Remise de supports.
- Un contrat de progrès est mis en place à la fin de chaque formation.
- Des groupes limités à 7/8 participants pour une progression pédagogique plus efficace.

Coaching individuel ou collectif



Un accompagnement individuel ou en équipe :

- Pour prendre de la hauteur, améliorer vos compétences, votre potentiel ;
- Pour vous aider à progresser au fil des séances et améliorer vos pratiques ;
- Pour savoir faire face à des situations complexes en milieu professionnel ;
- Pour développer votre épanouissement personnel.

Animation de séminaires, team building

Pour vos séminaires ou réunions internes, Fonetica peut intervenir :

- Pour vous aider à développer la cohésion et la motivation de vos équipes ;
- Pour impliquer vos collaborateurs sur un enjeu, favoriser leur adhésion, sensibiliser à des attitudes ou comportements ;
- Pour accompagner le changement ;
- Pour valoriser un projet, lancer de nouvelles offres...

Fonetica, c'est :

- **30 ans d'expérience** dans le grand Ouest et sur le territoire national ;
- Plus de **30 000 personnes formées** ;
- **5 thématiques de formation** :
 - Relation client ;
 - Commercial / vente ;
 - Management ;
 - Développement personnel ;
 - Communication écrite.
- Une offre d'accompagnement pour l'amélioration permanente des hommes et des organisations ;
- Une équipe de 15 consultants, animateurs experts.
- 75 % de récurrence du C.A.

Besoin d'un **conseil**,
une **demande personnalisée**,
un numéro unique pour nous
contacter :

02 51 42 94 58



SOMMAIRE

Formation **RELATION CLIENT**

- 9 **La dynamique des entretiens téléphoniques**
Les mots pour le dire
- 10 **La maîtrise des situations difficiles**
Les mots pour s'affirmer
- 11 **Fidéliser la clientèle par téléphone**
La visite téléphonique
- 12 **La relation technicien/client au téléphone**
Les mots pour progresser
- 13 **Se libérer de son stress sur les centres d'appels**
Retrouvez la sérénité au téléphone
- 14 **La relation technicien/client en face à face**
Le comportement gagnant
- 15 **La relation client pour les non-commerciaux**
Développer une dimension commerciale au quotidien
- 16 **La négociation au quotidien**
Les clés de la réussite
- 17 **La relance téléphonique des paiements**
Méthode et savoir-faire pour maîtriser son encours client
- 18 **Le recouvrement des impayés**
Comment faire entrer l'argent sans perte ni fracas

Formation **COMMERCIAL VENTE**

- 20 **Prospecter par téléphone**
Trouver de nouveaux clients par téléphone
- 21 **Vendre le rendez-vous par téléphone**
Les mots pour convaincre
- 22 **La vente par téléphone**
Les mots qui vendent
- 23 **L'entretien de vente face à face**
Les mots pour conclure
- 24 **La vente conseil**
Comment mieux vendre sa valeur ajoutée ?
- 25 **La vente additionnelle pour les non-commerciaux**
Les mots pour faire acheter
- 26 **La vente en magasin, en boutique**
Les mots pour bien conseiller et vendre efficacement
- 27 **Vendre plus et mieux avec les couleurs**
Comment mieux s'adapter face à son client
- 28 **Réussir ses négociations commerciales**
Maîtriser les techniques des acheteurs pour vendre mieux et plus

Formation **MANAGEMENT**

- 30 **Acquérir les bases du management**
Ce qu'il faut savoir
- 31 **Manager autrement avec les couleurs**
Savoir adapter son management selon le profil de ses collaborateurs
- 32 **Animer une équipe de travail**
Une équipe dynamique et motivée
- 33 **Optimiser la cohésion de son équipe**
Comment développer la performance et l'esprit d'équipe
- 34 **Manager en situation tendue**
Anticiper et gérer les conflits au sein de son équipe
- 35 **Mieux travailler ensemble**
Esprit d'équipe et Team building
- 36 **Manager une équipe multi-générationnelle**
Mieux se comprendre pour mieux avancer ensemble
- 37 **Déléguer pour gagner en efficacité**
Motiver et responsabiliser ses collaborateurs
- 38 **Mener une réunion efficace**
Informar, faire participer, décider
- 39 **L'entretien annuel d'évaluation/de progrès**
Méthode et savoir-être
- 40 **Conduire un entretien professionnel**
Réussir ses entretiens pour évoluer ensemble
- 41 **Réussir sa mission de tuteurs**
Encadrer et transmettre le savoir-faire
- 42 **La formation des formateurs occasionnels**
Savoir faire faire
- 43 **Savoir s'adapter au changement**
Un tremplin pour l'avenir
- 44 **Manager de proximité : accompagnement le changement**
Optimiser et piloter le changement avec ses équipes



Formation **MANAGEMENT** (suite)

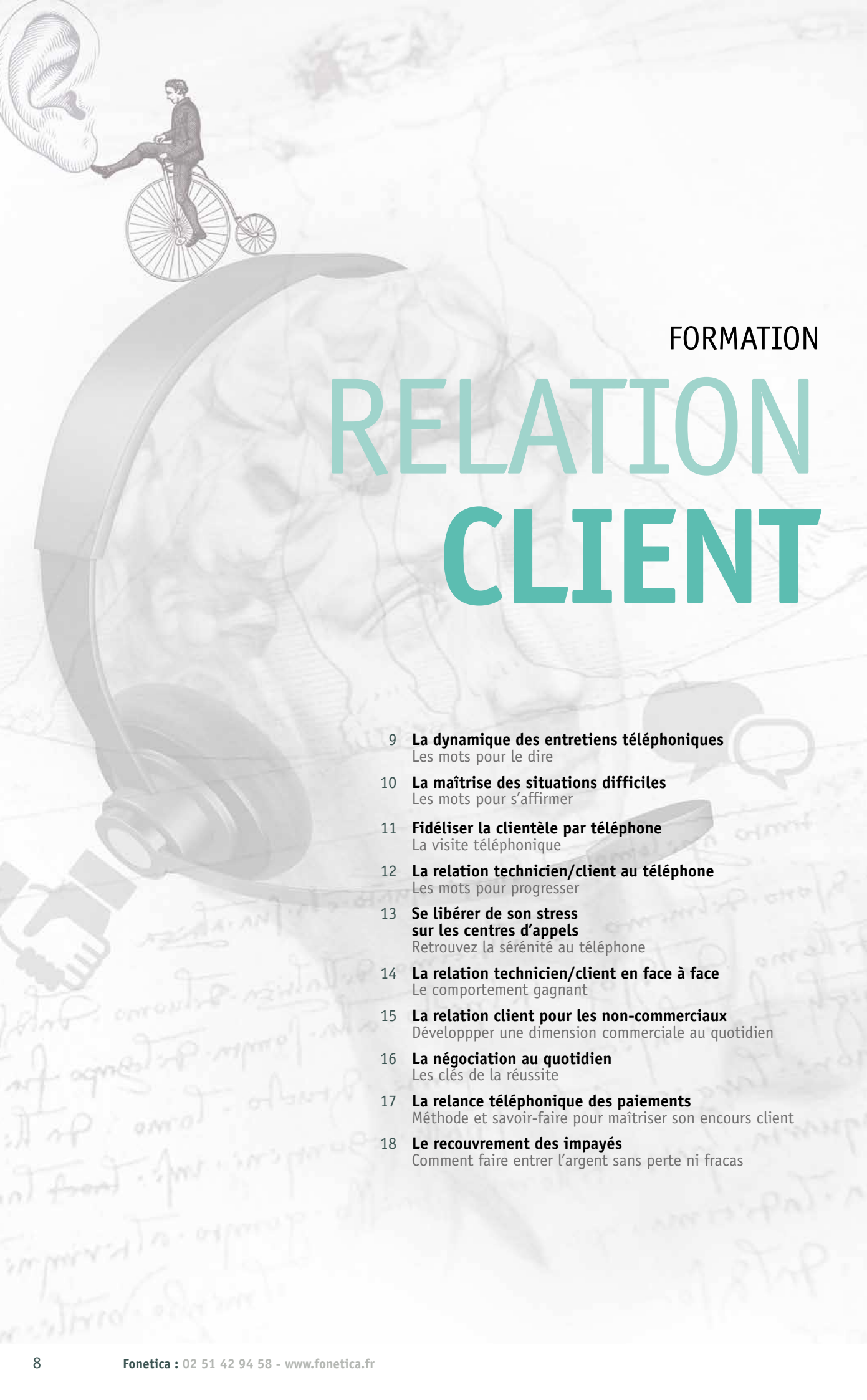
- | | |
|--|---|
| <p>45 Piloter un projet
Les étapes et les clés de la réussite d'un projet</p> <p>46 Prévenir les risques psycho-sociaux
La santé au travail</p> <p>47 Manager de managers
Se conduire en leader</p> | <p>48 Parcours : Le métier de manager
Animer, motiver et faire progresser son équipe</p> <p>50 Le métier de superviseur
Intégrer et faire progresser ses collaborateurs</p> |
|--|---|

Formation **DÉVELOPPEMENT PERSONNEL**

- | | |
|---|--|
| <p>52 Gagner du temps et de l'énergie
Se programmer pour réussir</p> <p>53 La prise de parole en public
Allez-y, nous vous écoutons</p> <p>54 Mieux communiquer
Avec aisance et souplesse</p> <p>55 Interagir autrement avec la méthode des couleurs
Mieux se connaître pour mieux échanger</p> | <p>56 Développer la confiance en soi
Oser et changer</p> <p>57 Transformer le stress en énergie positive
Être zen</p> <p>58 Être plus efficace grâce au Mind Mapping
Un outil ludique et performant</p> <p>59 La mémoire en pleine forme
Comment la réveiller et la stimuler</p> <p>60 La lecture rapide et efficace
Une méthode simple et opérationnelle</p> |
|---|--|

Formation **COMMUNICATION ÉCRITE**

- | | |
|---|---|
| <p>62 Rédiger des e-mails et courriers orientés clients
Bien concevoir ses écrits pour une relation client personnalisée</p> <p>63 Préparer et réussir ses présentations
Des animations claires et percutantes</p> <p>64 Concevoir et réaliser des mailings efficaces
Comment augmenter l'impact de mes actions de communication</p> | <p>65 Maîtriser les écrits professionnels
Rédiger des écrits professionnels pertinents et efficaces</p> <p>66 Rédiger sans fautes
Se réconcilier avec l'orthographe</p> <p>67 De la prise de notes au compte-rendu
Ou comment prendre l'essentiel pour restituer l'essentiel</p> |
|---|---|



FORMATION

RELATION CLIENT

- 9 **La dynamique des entretiens téléphoniques**
Les mots pour le dire
- 10 **La maîtrise des situations difficiles**
Les mots pour s'affirmer
- 11 **Fidéliser la clientèle par téléphone**
La visite téléphonique
- 12 **La relation technicien/client au téléphone**
Les mots pour progresser
- 13 **Se libérer de son stress sur les centres d'appels**
Retrouvez la sérénité au téléphone
- 14 **La relation technicien/client en face à face**
Le comportement gagnant
- 15 **La relation client pour les non-commerciaux**
Développer une dimension commerciale au quotidien
- 16 **La négociation au quotidien**
Les clés de la réussite
- 17 **La relance téléphonique des paiements**
Méthode et savoir-faire pour maîtriser son encours client
- 18 **Le recouvrement des impayés**
Comment faire entrer l'argent sans perte ni fracas

LA DYNAMIQUE DES ENTRETIENS TÉLÉPHONIQUES

RELATION CLIENT

Les mots pour le dire

“Moi qui reçois beaucoup d’appels, les techniques d’entretien comme la “boucle” et le “rebond” vont me permettre de gagner du temps.”

Adrianna (standardiste)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Hôtesse(s) d’accueil.
- Assistant(e)s.
- Conseillers.
- Chargé(e)s de clientèle.
- Personnel services ADV, SAV...

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Donner une image valorisante et homogène de leur entreprise ;
- Maîtriser les contacts avec méthode et diplomatie ;
- Faire face à la pression, à l’agression en professionnel et avec psychologie.

MÉTHODE

- Sensibilisation théorique (1/3 du temps).
- Échanges et simulations à partir de cas réels enregistrés (2/3 du temps).
- Formalisation d’objectifs individuels de progrès.



Réf. MPLD

PROGRAMME

L’accueil premier

- Communiquer par téléphone : les avantages, les inconvénients.
- Quelles sont les attentes du public ? Quelles sont les règles à respecter pour créer un rapport de qualité dans les 20 premières secondes ?
- Quelle est la différence entre : traiter une demande et parler à quelqu’un ?
- Quelles attitudes adopter et quels mots utiliser pour donner confiance et se montrer professionnel :
 - l’importance de la voix : le ton, le rythme, le sourire ;
 - le poids des mots : lesquels éviter, lesquels employer pour montrer son implication et échanger dans un climat positif.

L’efficacité

- Comment bien comprendre la demande :
 - L’écoute active
 - Les techniques de questionnement
 - la reformulation ;
- Comment bien se faire comprendre : la règle des 4 C.
- Savoir mener l’entretien, s’adapter à toutes les situations : gérer plusieurs lignes, prendre un message complet, donner une explication, gérer les situations imprévues, concilier accueil téléphonique et physique...

La gestion des entretiens délicats

- Les 3 techniques-clés : l’écoute empathique, le retrait, le rebond.
- Expliquer un retard, annoncer un refus, savoir dire non avec diplomatie.
- Les mots à utiliser et les comportements à adopter pour :
 - canaliser son interlocuteur ;
 - faire évoluer le contact ;
 - développer des propositions adaptées ;
 - rester solidaire de son entreprise ;
 - conclure avec un résultat positif.

LA MAÎTRISE DES SITUATIONS DIFFICILES

RELATION CLIENT

Les mots pour s'affirmer

Je sais maintenant comment faire pour oser dire les choses, pour me faire respecter [...] cette formation est utile aussi bien pour mes relations avec mes clients qu'avec mes collègues.

Béatrice (responsable SAV)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Pour toutes les personnes : assistantes, secrétaires, techniciens des services accueil, service commercial, bureau d'études, maintenance, après-vente, logistique, hot-line, dépannage... ayant à gérer des situations à risque (pression, agressivité...) que ce soit au téléphone ou en face à face.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Identifier les raisons de l'agressivité et éviter les situations à risque ;
- Adapter leur comportement afin de désamorcer les situations d'agressivité ;
- Comment se contrôler et ainsi mieux canaliser un interlocuteur difficile.

MÉTHODE

- Tests d'auto-évaluation.
- Apports méthodologiques sur la compréhension, l'anticipation et la gestion des situations.
- Mises en situation et analyses / partage à partir de cas rencontrés par les participants.
- Remise d'un guide de bonnes pratiques.



Réf. MPA

PROGRAMME

Préambule

- Partage d'expériences entre les participants.
- Formalisation de situations vécues.
- Ce qu'expriment le corps, les postures, les regards, la voix.
- Choisir les mots justes et le style adapté.
- Les techniques qui favorisent le dialogue : l'écoute active, le système des questions, la reformulation, le retrait, le rebond...
- Apprendre à gérer son propre stress et sa peur.
- Tests d'auto-évaluation : se connaître.

Gérer les réclamations, les mécontentements

- Ce qu'il faut faire dès le début dans une situation tendue.
- Comment se faire respecter, se montrer diplomate et rester solidaire de son entreprise ?
- Savoir transformer une attaque en critique utile.
- Développer des propositions adaptées pour un rapport gagnant-gagnant.

Annoncer une mauvaise nouvelle

- Savoir préparer son appel ou son entretien de face à face.
- Comment aborder le sujet et faire une proposition convaincante ?
- Savoir conclure avec maîtrise.

Annoncer un refus

- Dire non avec diplomatie.
- Négocier une alternative : trouver une issue acceptable pour les deux parties.
- Valider l'accord passé.

FIDÉLISER LA CLIENTÈLE PAR TÉLÉPHONE

RELATION CLIENT

La visite téléphonique

“ Je sais maintenant comment faire pour débiter chaque entretien client et surtout structurer chaque “visite téléphonique” pour qu’elle soit efficace. ”

Françoise (assistante commerciale)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Assistantes commerciales.
- Téléconseiller(e)s.
- Commerciaux sédentaires.
- Commerciaux-terrain.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants auront :

- Appris à préparer, à structurer et à varier leurs contacts ;
- Expérimenté une méthode pour maîtriser chaque étape de l’entretien ;
- Compris comment rendre efficace leur démarche pour atteindre leurs objectifs.

MÉTHODE

- Apports théoriques sur les fondamentaux de la communication téléphonique.
- Jeux de rôle enregistrés à partir de cas vécus.
- Évaluation et formalisation d’objectifs de progrès.



Réf. VTL

PROGRAMME

Les fondamentaux

- Quels sont les atouts et les limites de la relation téléphonique ?
- Quelles sont les règles de base à connaître pour toute conduite d’entretien ?
- Comment se servir utilement de la spécificité du téléphone dans une démarche commerciale ?

La visite d’entretien

- Quelles sont les attitudes et les mots qui provoquent le rejet dans les premières secondes ?
- Comment débiter l’entretien dans un climat favorable, comment ouvrir le dialogue ?
- Quels mots mettre en avant pour faire une offre percutante ?
- Savoir adapter et varier son argumentaire en fonction de l’activité du client et du statut du décideur.
- Prendre date pour la suite.

La relance des offres

- Savoir maintenir le contact pour des propositions en attente.
- Savoir faire parler.
- L’art du questionnement : comment obtenir les informations essentielles ? (le potentiel CA, les habitudes et motivations d’achat, la concurrence en place...).
- Comment orienter son discours en fonction des informations obtenues ?
- Identifier les freins à la décision, les niveaux de prix, etc.
- Répondre aux objections, valoriser son offre, négocier.
- Conclure avec un résultat palpable.

LA RELATION TECHNICIEN/ CLIENT AU TÉLÉPHONE

RELATION CLIENT

Les mots pour progresser

“ Je n’avais pas demandé à suivre cette formation mais je ne me suis pas ennuyé. Les mises en situation sont très proches de notre réalité. J’ai aimé aussi pouvoir discuter avec des collègues d’autres sociétés. ”

Alain (technicien de maintenance)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Techniciens.
- Responsables de maintenance.
- Collaborateurs de SAV.
- Dépanneurs.
- Personnel d'exploitation.
- Toute personne intervenant dans un but technique auprès d'une clientèle d'entreprises ou de particuliers.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront :

- Pris conscience de l'impact de leurs contacts ;
- Identifié ce qu'ils doivent changer dans leurs habitudes ;
- Expérimenté une méthode pour être plus à l'aise et valoriser l'image de leur service.

MÉTHODE

- Les 2/3 du stage sont consacrés à l'entraînement : les exercices et jeux de rôle sont construits, à partir de situations réelles vécues et proposées par les stagiaires.
- Remise d'un livret de stage.
- Formalisation d'un contrat individuel de changement.



Réf. MPP

PROGRAMME

Le contexte

- Quels sont les avantages et les inconvénients du téléphone ?
- La notion du service rendu : quelles sont les attentes et les motivations de la clientèle ?

Réussir sa prise de contact

- Ce qui doit être fait dans les 20 premières secondes.
- Quels mots utiliser pour montrer que je m'intéresse à la demande de mon interlocuteur et que je m'implique pour le satisfaire ?
- Quels sont les tics habituels du langage qui parasitent la qualité des contacts et qui peuvent provoquer des réactions négatives ?

Etre efficace

- Savoir écouter, savoir questionner ; l'importance de la reformulation et de la prise de notes.
- Savoir se faire comprendre dans un langage simple : être clair, concis, complet, concret.

Maîtriser les entretiens délicats

- Savoir préparer son entretien, annoncer une mauvaise nouvelle, négocier un délai, faire une remarque, exprimer un refus, faire face à la pression, à l'agressivité.
- Maîtriser son émotion, canaliser son interlocuteur, exprimer son point de vue avec diplomatie, écourter un entretien, présenter des solutions :
 - Tout en maintenant un rapport positif avec le client ;
 - Tout en restant solidaire de son entreprise.

SE LIBÉRER DE SON STRESS SUR LES CENTRES D'APPELS

RELATION CLIENT

Retrouvez la sérénité au téléphone

“ J’ai pris du recul et retrouver toute mon énergie lors de mes appels. ”

Sabrina (chargée clientèle)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Téléconseiller(e)s.

Pré-requis : Les stagiaires doivent avoir une expérience d'au moins 6 mois sur le poste de travail et avoir déjà reçu une formation à la relation au téléphone.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront appris :

- À mieux se connaître pour changer ses habitudes ;
- Une méthode pour être plus à l'aise.

MÉTHODE

- Auto-diagnostic.
- Exercices de relaxation.
- Supports de formation.



Réf. LSS

PROGRAMME

Définir le stress et son profil de personnalité

- **Analyser son stress :**
 - Les différentes causes de stress engendrés sur une plateforme de service (rythme, durée d'appels, répétitivité des appels, niveau d'exigence des clients, contacts difficiles, posture au travail...)
 - Définition et mécanismes du stress : comment s'installent-ils ?
 - Les conséquences du stress sur mon poste de travail.
- **Analyser sa réponse au stress en tant que télé-conseiller :**
 - Quels sont les stresseurs professionnels qui me touchent ?
 - Quelles sont mes pensées génératrices de stress et dans quelles circonstances se mettent-elles en place ?
 - Quels sont mes embrayeurs émotionnels ? Comprendre mes réactions face à certaines situations stressantes.

Élaborer son processus de changement

- **Gérer son stress physique :**
 - Pratiquer des techniques de respiration efficace en fonction du temps et de la situation que je rencontre.
 - Connaître les gestes qui détendent : face à une position statique longue, comment détendre mes muscles.
 - Pratiquer des techniques de relaxation : faire des micro-coupures pour contrer la lassitude et la fatigue liées à la répétitivité des appels, récupérer de l'énergie grâce à la visualisation positive pour durer sur mon poste et garder du plaisir au travail.
- **Gérer son stress émotionnel et psychologique :**
 - La gestion de ses émotions : utiliser les techniques d'ancrage corporel pour avoir accès à l'émotion adéquate (contacts difficiles, pics d'appels...)
 - La gestion de ses pensées négatives parasites : rationaliser ses pensées afin de prendre du recul et garder son calme.
 - La gestion de ses relations professionnelles : faire face aux contacts difficiles, transformer ses messages contraignants en messages permissifs.

LA RELATION TECHNICIEN/ CLIENT EN FACE À FACE

RELATION CLIENT

Le comportement gagnant

“J’avais du mal à gérer les clients mécontents. Cette formation m’a appris à prendre sur moi, je me sens plus à l’aise.”

Laurent (technicien)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Techniciens.
- Dépanneurs.
- Installateurs.
- Toute personne intervenant dans un but technique auprès d’une clientèle d’entreprises ou de particuliers.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Donner une dimension commerciale à leur intervention ;
- Développer une relation gagnant-gagnant avec leurs interlocuteurs ;
- Gérer avec tact et assurance les situations délicates.

MÉTHODE

- L’ambiance récréative favorise la participation et l’engagement.
- La pédagogie s’appuie sur les situations réelles vécues par les participants.
- La session se conclut par une formalisation d’un contrat de changement.



Réf. COGA

PROGRAMME

Le contexte

- La notion du service rendu : quelles sont les attentes et les motivations de la clientèle ?
- L’image de marque : quels sont les critères de l’excellence (la tenue, la régularité, la disponibilité...) ?

Le rapport

- Réussir sa prise de contact (les mots, les attitudes...) : comment créer un rapport de confiance ?
- Être efficace : établir un dialogue avant l’intervention, savoir faire parler, l’art du questionnement, savoir écouter, l’importance de la reformulation.
- Savoir se faire comprendre : la règle des 4 C, savoir expliquer, montrer, faire un compte-rendu.
- Maîtriser les entretiens difficiles : canaliser et orienter le dialogue, savoir faire une remarque (mauvaise utilisation du matériel, non-respect des consignes d’entretien), savoir dire NON en maintenant un rapport positif (intervention hors garantie).
- Se montrer solidaire de son entreprise, savoir présenter commercialement une solution...



LA RELATION CLIENT POUR LES NON-COMMERCIAUX

RELATION CLIENT

Développer une dimension commerciale au quotidien

Depuis cette formation, je n'hésite plus à proposer et à conseiller mes clients sur les services qui sont intéressants pour eux.

Richard (technicien installateur)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne en relation avec le public, la clientèle, sans expérience préalable de la vente.
- Technicien ou expert métier : juridique, comptable, financier, informatique, logistique, bâtiment...
- Collaborateur technique, SAV, gestion, ADV, maintenance, installation, livraison...

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Donner une dimension commerciale à leurs contacts ;
- Développer une relation gagnant-gagnant avec leurs interlocuteurs ;
- Gérer avec tact et assurance les situations délicates.

MÉTHODE

- L'ambiance récréative favorise la participation et l'engagement.
- La pédagogie s'appuie sur les situations réelles vécues par les participants.
- La session se conclut par une formalisation d'un contrat de changement.



Réf. RCNC

PROGRAMME

Démystifier la vente

- Quelles sont les attentes et les motivations de la clientèle ?
- Quels sont les points forts de mon entreprise sur son marché ?
- Comment est-ce que je contribue à la fidélisation de la clientèle ?

Le rapport

- **La convivialité** : (les mots, les attitudes...) comment créer un rapport de confiance dès les premiers instants, s'intéresser à l'autre à titre personnel...
- **L'efficacité** : savoir cadrer l'entretien dès le début, savoir faire parler, l'art du questionnement, savoir écouter, l'importance de la reformulation.
- **La maîtrise des entretiens difficiles** : canaliser et orienter le dialogue, savoir transformer un reproche en critique utile, savoir faire une remarque, savoir dire NON en maintenant un rapport positif, se montrer solidaire de son entreprise, savoir présenter commercialement une solution...
- **Le professionnalisme** : être clair, concis, complet, concret et convaincant, savoir : clore un entretien ; prendre en charge ; prendre date ; rendre compte à son entreprise ; coordonner son action avec les autres services...

LA NÉGOCIATION AU QUOTIDIEN

RELATION CLIENT

Les clés de la réussite

“L'animateur est vraiment très sympa et la formation était vivante, très structurée. Je repars avec des clés, et de vraies astuces pour conduire mes entretiens.”

Antoine (acheteur)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Acheteurs.
- Chefs de service.
- Managers de proximité.
- Commerciaux.
- Toute personne confrontée à des négociations internes ou externes.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront appris à :

- Se poser pour préparer des négociations importantes ;
- Oser s'engager avec diplomatie dans une démarche volontaire et structurée ;
- S'adapter en fonction des interlocuteurs et des circonstances pour obtenir des accords durables ;
- Imposer leur point de vue en douceur sans s'opposer.

MÉTHODE

- Les “étapes-clés d'une négociation de qualité” sont illustrées par des exercices pratiques.
- Mises en situation et jeux de rôle sur des cas concrets choisis par les participants.
- A l'issue des 2 premières journées de formation, le participant identifie un ou plusieurs axes à travailler avant la 3^e journée.
- Échanges et progression en groupe.



Réf. NEGO

PROGRAMME

Identifier son profil de négociateur

- Être conscient de son regard sur la négociation.
- Identifier ses propres ressources, surmonter ses craintes.

S'organiser

- Comprendre l'importance de la préparation.
- Définir les enjeux, besoins et objectifs.
- Envisager des plans de secours.

S'approprier les clés de la négociation gagnant-gagnant

- Accepter et comprendre les différences de points de vue.
- Ajuster sa communication interpersonnelle.
- Engager son interlocuteur sur le terrain de la coopération.
- Structurer et maîtriser les étapes de l'entretien.
- Savoir obtenir sans contraindre.
- Clarifier les accords.

Savoir négocier en situations complexes

- Surmonter les défenses, les rigidités.
- Négocier avec des personnes de cultures différentes.
- Dépasser les méthodes classiques.
- Éviter les blocages.
- Déjouer les manipulations.

LA RELANCE TÉLÉPHONIQUE DES PAIEMENTS

RELATION CLIENT

Méthodes et savoir-faire pour **maîtriser son encours client**

“ Je suis désormais plus à l’aise pour relancer et suivre mes dûs clients tout en préservant une bonne relation commerciale. ”

Julie (comptable)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Responsables de service, collaborateur(s), assistantes, etc.
- Toute personne en charge du crédit-client, qu'elle soit nouvelle dans la fonction ou confirmée.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Conduire l'entretien téléphonique avec aisance et diplomatie ;
- Maîtriser les différentes étapes du recouvrement amiable et contentieux ;
- Évaluer leur **marge de progression** personnelle pour mettre en place des **solutions concrètes** dans l'entreprise.

MÉTHODE

- Orientation du programme en fonction d'une fiche d'attentes préalablement remplie par chaque participant(e).
- Pour la partie « comportementale » : mise en pratique par jeux de rôle téléphoniques.
- Adaptation aux demandes spécifiques.
- Remise d'un livret.



Réf. **MSF1**

PROGRAMME

- Identifier le bon interlocuteur et son niveau de décision.
- Engager l'entretien en professionnel : clarté et convivialité.
- Déceler la nature réelle des freins : faire parler, écouter.
- Répondre aux objections et développer les propositions adaptées à chaque situation : la technique du rebond.
- Maîtriser les entretiens difficiles.
- Faire évoluer le contact : trouver une issue acceptable et positive.
- Conclure avec un résultat : reformuler accord ou engagement.



LE RECOUVREMENT DES IMPAYÉS

RELATION CLIENT

Comment **faire entrer** l'argent sans perte ni fracas

“Avant j'envoyais toutes mes relances par courrier. Cette formation m'a donné de l'assurance pour oser téléphoner et faire face aux objections et une méthode pour mettre en place une procédure amiable “maison”.”

Sophie (comptabilité clients)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne en situation de recouvrement amiable et pré-contentieux.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Comment fonctionnent les procédures du recouvrement amiable et du recouvrement judiciaire ;
- Conduire un entretien téléphonique de première relance ;
- Comment négocier une créance et être force de proposition.

MÉTHODE

- Apports méthodologiques alternés par des ateliers d'entraînement et des applications pratiques.
- Possibilité de travailler sur les propres documents de chaque stagiaire (sur papier ou support informatique /clé USB).
- Remise d'un guide de bonnes pratiques.



Réf. MSF2

PROGRAMME

1^{er} jour : l'environnement juridique

La procédure amiable

- Définir la procédure à mettre en place : nombres de relances, délais, une ou plusieurs procédures selon les sommes à recouvrer.
- Visualiser la procédure : organigramme de traitement.
- Les lettres de relances.
- La lettre recommandée avec accusé de réception.

La mise en demeure

- La forme.
- Les mentions.
- Les conséquences.
- Les dispositions particulières.

La procédure judiciaire

- L'injonction de payer : définition, saisine, procédure.
- Rédaction de la requête et de l'ordonnance.
- Après l'injonction de payer.

L'huissier et/ou l'agence de recouvrement

- L'huissier : statut et fonction.
- L'agence de recouvrement : statut et fonction.
- Qui choisir selon la situation ?

2^e jour : la relance téléphonique

Le contexte de la relance

- Quand la pratiquer ?
- Écouter son interlocuteur, les raisons invoquées.
- Analyser la situation et être force de proposition.

Le profil du débiteur

- Discerner le débiteur de bonne et de mauvaise foi.
- Déterminer la solvabilité du débiteur et sa capacité à rembourser.
- Pratiquer le questionnement.
- Mener l'enquête dans le respect des droits de chacun.

L'étalement de la dette et/ou effacement partiel

- Savoir proposer un échelonnement de la dette.
- Établir un échéancier.
- Rédiger un protocole d'accord à titre transactionnel.
- Savoir renoncer à une partie de la dette pour recouvrer l'autre partie.



FORMATION

COMMERCIAL VENTE



- 20 **Prospecter par téléphone**
Trouver de nouveaux clients par téléphone
- 21 **Vendre le rendez-vous par téléphone**
Les mots pour convaincre
- 22 **La vente par téléphone**
Les mots qui vendent
- 23 **L'entretien de vente face à face**
Les mots pour conclure
- 24 **La vente conseil**
Comment mieux vendre sa valeur ajoutée ?
- 25 **La vente additionnelle pour les non-commerciaux**
Les mots pour faire acheter
- 26 **La vente en magasin, en boutique**
Les mots pour bien conseiller et vendre efficacement
- 27 **Vendre plus et mieux avec les couleurs**
Comment mieux s'adapter face à son client
- 28 **Réussir ses négociations commerciales**
Maîtriser les techniques des acheteurs
pour vendre mieux et plus

PROSPECTER PAR TÉLÉPHONE

Trouver de nouveaux clients par téléphone

“ Cette méthode va sans doute me réconcilier avec le téléphone [...]. J’ai aussi appris à prendre rendez-vous avec moi-même pour dégager du temps pour la prospection. ”

Julie (commerciale terrain)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Assistantes commerciales.
- Téléconseiller(e)s.
- Commerciaux sédentaires.
- Commerciaux-terrain.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants auront :

- Appris à préparer, à structurer et à varier leurs contacts ;
- Expérimenté une méthode pour maîtriser chaque étape de l’entretien ;
- Compris comment rendre efficace leur démarche pour atteindre leurs objectifs.

MÉTHODE

- Apport théorique sur les fondamentaux de la communication téléphonique.
- Jeux de rôle enregistrés à partir de cas vécus.
- Evaluation et formalisation d’objectifs de progrès.



Réf. MPR

PROGRAMME

Introduction

- Faire émerger les freins éventuels liés à la prospection et échanger entre pairs
- Expliquer la nécessité d’une dynamique d’appels pour obtenir des résultats
- Démontrer la nécessité d’avoir une démarche organisée et structurée

Organiser sa prospection

En amont

- Planifier son activité quotidienne et hebdomadaire pour gagner en régularité et s’imposer de s’y tenir
- Identifier la procédure à mettre en place : quels documents envoyer avant les contacts ? Quoi confirmer ? Quand relancer et avec quel objectif ?

En aval

- Mettre en place un tableau de bord : le suivi des actions (appels utiles, résultats, relance...)

Préparer ses appels sortants

- Rechercher avant chaque appel les informations utiles à la bonne connaissance de l’environnement du prospect
- Préparer son organisation se préparer son discours : objectif, trame, script
- Se préparer psychologiquement

Les fondamentaux de la relation téléphonique

- Quels sont les atouts et les limites de la relation téléphonique ?
- Comment réussir sa prise de contact ?
- Comment utiliser sa voix pour faire passer son message ?
- Quelles sont les attitudes favorables pour se montrer professionnel ?
- Quels sont les tics habituels du langage qui parasitent la qualité des contacts et qui peuvent provoquer des réactions négatives ?
- Comment se faire comprendre dans un langage simple ?

Prospecter par téléphone : gagner en méthodologie

- Quoi dire pour franchir le barrage, identifier et obtenir le décideur ?
- Comment accrocher très rapidement ?
- Comment argumenter et savoir répondre à toutes les objections habituelles ou inattendues ?
- Conclure avec un résultat palpable et mettre en perspective un prochain contact avec un objectif précis : s’impliquer et impliquer le prospect.

VENDRE LE RENDEZ-VOUS PAR TÉLÉPHONE



Réf. RDV

Les mots pour convaincre

Avant, je passais beaucoup d'appels avec de faibles résultats. J'ai maintenant compris comment mieux convaincre mes prospects de nous rencontrer.

Adeline (commerciale)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Assistantes commerciales.
- Téléprospecteurs(trices).
- Commerciaux.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Prendre du recul sur leurs habitudes ;
- Enrichir et renouveler leur approche ;
- Trouver une nouvelle motivation ;
- Améliorer le taux de réussite.

MÉTHODE

- Mises en situation progressive en 4 étapes.
- Préparation des jeux de rôle en sous-groupes.
- Jeux de rôle enregistrés par équipe de 2 et analysés en groupe.
- Ateliers « ping-pong ».

En fin de séance : formalisation d'objectifs individuels de progrès.



PROGRAMME

Préambule

- Quels sont les avantages et les inconvénients de la démarche commerciale à distance ?
- Quelles sont les règles à respecter pour s'inscrire dans une démarche professionnelle ?

Le standard

L'importance des premiers mots

- Comment se présenter pour éveiller l'intérêt et réduire le filtrage.
- Comment créer un lien personnel avec les personnes du premier accueil (standard, secrétariat).
- Comment réagir face aux barrages habituels.

Le décideur

- Quelles sont les attitudes et les mots qui provoquent le rejet dans les premières secondes ?
- Comment débiter l'entretien dans un climat favorable, comment ouvrir le dialogue, attirer l'attention.
- L'art du questionnement : comment obtenir les informations essentielles.
- Comment désamorcer les objections principales et rechercher l'adhésion avant la proposition de rencontre.
- Quels mots utiliser pour mettre en avant l'intérêt du rendez-vous, comment varier et adapter son argumentaire en fonction de l'activité du client et du statut du décideur.
- Savoir traiter les objections avec concision et conviction, l'art du rebond : savoir enchaîner pour prendre le rendez-vous et engager à la décision immédiate.
- Conclure utile selon les résultats de l'entretien

LA VENTE PAR TÉLÉPHONE



Les mots qui vendent

“Ça fait du bien de revenir aux fondamentaux [...] l'habitude nous fait souvent oublier l'essentiel [...] je vois mon job autrement.”

Alexandre (commercial sédentaire)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Assistantes commerciales.
- Téléconseiller(e)s.
- Commerciaux sédentaires.
- Commerciaux-terrain.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront :

- Appris à structurer, à maîtriser et à varier leurs entretiens ;
- Pris conscience de leurs compétences et ainsi trouvé une nouvelle motivation ;
- Expérimenté une méthode pour atteindre plus facilement leurs objectifs.

MÉTHODE

- Mise en situation progressive en 4 étapes.
- Préparation des jeux de rôle en sous-groupes.
- Jeux de rôle enregistrés par équipes de 2 et analysés en groupe.
- Ateliers “ping-pong”.
- Formalisation d'objectifs individuels de progrès.



Réf. MQV

PROGRAMME

Les fondamentaux

- Quels sont les avantages et les limites de la communication par téléphone ?
- Comment se servir utilement de la spécificité du téléphone dans une démarche commerciale ?
- Quelles sont les règles de base à respecter et les attitudes à adopter pour installer un climat favorable à l'échange ?

Les appels entrants

- Comment transformer une prise de commande, une demande de prix, de renseignement en offre immédiate ?
- Comment attirer l'attention du client pour obtenir son écoute ?
- Comment faire une présentation, une proposition convaincante ?
- Conclure avec un résultat palpable.

Les appels sortants

- Savoir soigner sa prise de contact : l'importance des 20 premières secondes.
- Comment engager le dialogue, l'art du questionnement ? Ce qu'il faut faire et savoir avant de proposer.
- Quelles sont les motivations générales de la clientèle et quelle est la motivation particulière de mon client ?
- Savoir faire une offre “à la personne”.
- Quels mots mettre en avant pour faire une offre percutante ? Quelle est la différence entre un argument et un avantage ?
- Savoir répondre aux freins, se servir des objections pour faire évoluer l'entretien.
- Savoir négocier et engager à la décision immédiate, l'art de l'alternative.

L'organisation

- Savoir gérer son temps, prendre rendez-vous avec soi-même.
- Les supports écrits : quel document envoyer avant les contacts ? Quoi confirmer ? Quand relancer ? Garder une trace de l'entretien.
- Mettre en place un tableau de bord : le suivi des actions (appels utiles, résultats).

L'ENTRETIEN DE VENTE EN FACE À FACE



Réf. MPC

Les mots pour conclure

Je sais désormais conduire mes entretiens clients sans appréhension tout en ayant plus de maîtrise et d'efficacité.

Thomas (commercial terrain)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

débutants ou expérimentés :

- Vendeurs.
- Technico-commerciaux.
- Commerciaux sédentaires, terrain.
- Représentants.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront appris à :

- Mieux se connaître en situation ;
 - Respecter les étapes d'un entretien ;
 - Construire et adapter un argumentaire spécifique à leur métier ;
- Afin d'améliorer leur taux de transformation et leur chiffre d'affaires.

MÉTHODE

- Orientation du programme en fonction d'une fiche d'attentes préalablement remplie par chaque participant.
- Sensibilisation théorique illustrée et mise en pratique par jeux de rôle vidéo.
- Travail en groupe restreint pour répondre plus aisément aux attentes des participants d'expériences et de professions différentes.



PROGRAMME

Préparer

Quelles sont les conditions essentielles pour réussir avant de commencer l'entretien ?

Débuter l'entretien dans un climat favorable

La règle des 4 x 20 : comment se présenter, présenter sa société et ouvrir le dialogue

Connaître son futur client

Comment le faire parler : le système des questions, l'art du silence. Ce qu'il faut savoir impérativement avant de commencer à argumenter.

Appuyer son argumentation

- La règle des 3A ;
- Le choix des mots ;
- La recherche de l'adhésion.

Maîtriser l'entretien

Répondre aux freins, se servir des objections, savoir présenter et défendre son prix, négocier gagnant/gagnant.

Conclure avec un résultat

- Les signaux d'achat, engager à la décision, terminer avec quelque chose de palpable.

Comment mieux vendre sa valeur ajoutée ?

Depuis, mes ventes se sont développées. J'ai pu construire une relation durable avec mes clients qui me font totalement confiance.

Christian (commercial terrain)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Commerciaux juniors souhaitant acquérir les fondamentaux.
- Commerciaux confirmés désireux de consolider des acquis.
- Le niveau requis : idéalement 6 mois de terrain minimum pour les juniors.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Préparer des visites en ayant une vision très claire des objectifs à atteindre ;
- Identifier et maîtriser les phases primordiales de la vente ;
- Comprendre les principes de l'adaptabilité comportementale ;
- Connaître leur propre style.

MÉTHODE

- Apports théoriques selon la méthode SORA alternant avec des exercices pratiques tirés de l'expérience de chacun.
- Supports visuels et écrits.
- Feuilles d'exercices.



Réf. VECO

PROGRAMME

Pour réussir dans les métiers de la vente, les seules aptitudes naturelles du Commercial ne peuvent permettre de mener des entretiens de vente. Dans ces métiers, comme dans bien d'autres, la technicité maîtrisée des entretiens donne une réelle compétence observable.

Comment conduire (et non pas subir) un entretien de vente face à un client.

Préparer sa visite

- Définir sa situation idéale par rapport à sa situation actuelle chez le client.
- Préparer des objectifs SMAC.
- Anticiper les objections prévisibles et l'argumentation correspondante.
- La phase de vérification.

Conduire un entretien de vente conseil

- La prise de contact avec les 4 x 20 pour créer un climat favorable.
- La transition pour prendre le pouvoir dans l'entretien.
- La découverte :
 - Structurer et maîtriser sa découverte avec l'entonnoir COCA ;
 - Faire exprimer au client ses besoins et prendre des points d'appuis.
- La démarche d'argumentation :
 - Argumenter avec conviction de façon organisée et claire ;
 - Utiliser ses supports ;
 - Le CAP.
- Le traitement des objections : écouter ; creuser ; reformuler ; isoler ; relancer et/ou conclure.
- La conclusion et la revente immédiate.
- Analyse, bilan, rapport.

Qu'est-ce que l'adaptabilité ?

- Les grands principes.
- Les différents comportements observables.
- Les qualités de chaque profil.
- Quel est mon profil avec ses forces et ses faiblesses ?

LA VENTE ADDITIONNELLE POUR LES NON-COMMERCIAUX



Les mots

pour faire acheter

Avant j'étais souvent déstabilisée face à un client [...] Cette formation m'a permis de gagner en assurance dans la conduite de mes entretiens et de réaliser des ventes complémentaires.

Sandrine (chef de projet client)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Expert juridique, comptable, financier, informatique, logistique, bâtiment, agricole.
- Collaborateur technique, gestion, maintenance, installation, livraison, construction, SAV, ADV.
- Toute personne en relation avec le public, la clientèle sans expérience préalable de la vente.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Donner une nouvelle dimension à leurs contacts ;
- Mettre en valeur leur potentiel pour oser proposer ;
- Structurer leur approche et argumenter avec naturel.

MÉTHODE

- Découverte et assimilation des 3 étapes de l'entretien commercial à partir de mises en situation (= 60 % du temps de formation).
- Approche simple et pragmatique adaptée à la vente « courte » pour des produits / services « simples ».
- Point individuel et collectif.



Réf. **VANC**

PROGRAMME

Démystifier la vente

- Quelles sont les attentes et les motivations de la clientèle ?
- Quels sont les points forts de mon entreprise sur son marché ?
- Quels sont mes atouts en étant « non-commercial » ?

Le rapport

- **La prise de contact** (les mots, les attitudes...) comment créer un rapport de confiance dès les premiers instants, se mettre en harmonie...
- **La découverte :**
 - Savoir faire parler le client sur ses besoins complémentaires et sur ses motivations ;
 - L'art du questionnement ;
 - Savoir écouter ;
 - L'importance de la reformulation.
- **L'offre :**
 - Savoir présenter un produit ;
 - Un service ;
 - Quelle est la différence entre un argument et un avantage ;
 - Savoir présenter l'offre en mettant en avant le bénéfice client ;
 - Répondre aux objections, engager à la décision, proposer un essai, prendre date...

LA VENTE EN MAGASIN, EN BOUTIQUE



Les mots pour **bien conseiller et pour vendre efficacement**

“ J’ai appris à varier et surtout à enrichir mon argumentaire [...] j’ai retrouvé une nouvelle motivation. ”

Serge (vendeur)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Vendeurs, vendeuses.
- Débutant(e)s.
- Expérimenté(e)s.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants auront appris à :

- Mieux se connaître en situation pour mettre en valeur leur potentiel ;
- Respecter les étapes de l’entretien ;
- Varier et adapter leur argumentation en fonction des clients ;
- Enclencher les réflexes de la vente additionnelle.

MÉTHODE

- Sensibilisation théorique (1/3 du temps).
- Echanges et simulations à partir de cas réels enregistrés (2/3 du temps).
- Formalisation d’objectifs individuels de progrès.



Réf. VMAG

PROGRAMME

- **Débuter l’entretien dans un climat favorable :**
 - L’importance des premiers instants ;
 - Comment aborder sans déranger, comment faire parler (l’art du questionnement) ;
 - Utiliser le silence et l’écoute active pour déceler le vrai besoin et les motivations réelles ;
 - Les attitudes qui favorisent le dialogue.
- **Maîtriser la “ vente conseil ” :**
 - Savoir présenter un produit, un service en étant concis et convaincant ;
 - Quelle est la différence entre un argument et un avantage ?
 - Savoir mettre en avant le bénéfice client ;
 - Répondre aux freins ;
 - L’art de l’alternative ;
 - Les questions de contrôle ;
 - Gérer les priorités en cas d’affluence.
- **La vente-minute.**
- **Conclure avec un résultat :**
 - Les signaux d’achat ;
 - Rechercher l’adhésion ;
 - Engager à la décision ;
 - La vente complémentaire ;
 - La fidélisation ;
 - Les derniers mots.



VENDRE PLUS ET MIEUX AVEC LES COULEURS



Comment mieux s'adapter face à son client

“ J’ai déjà suivi plusieurs formations mais celle-ci est vraiment très concrète [...]. C’est à la fois agréable et surprenant de constater qu’après 10 années d’expérience, on peut encore apprendre. ”

Mathieu (commercial terrain)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout vendeur désireux d’expérimenter de nouvelles techniques d’entretien pour optimiser son efficacité.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Identifier leur type de personnalité et leur style de vente préférentiel ;
- Repérer les différents types de personnalités et varier leurs approches ;
- Identifier ce qui avant leur faisait manquer des ventes.

MÉTHODE

- Un inventaire de personnalité (24 pages) sera remis à chaque participant lors de la formation ainsi qu’un manuel complet décrivant les concepts de Success Insights.
- Une formation rythmée et concrète, avec des mises en situation qui permettent aux participants de s’approprier le modèle.



Réf. VSI

PROGRAMME

Découvrir son profil commercial

- Comprendre les interactions entre les profils.
- Analyser les différences de comportements.
- Anticiper les conséquences dans la relation commerciale.

Les 4 profils comportementaux de la méthode D.I.S.C. dans la vente

- Le langage des couleurs, objectifs et domaine d’application dans la vente.
- Les points forts, limites, besoins et moteurs de chaque profil.
- La communication à adopter selon le profil et le contexte.

Identifier le profil du client pour une vente individualisée

- Repérer rapidement le mode de fonctionnement de ses clients.
- S’adapter à ses clients et gérer les situations commerciales individuellement.
- Développer sa flexibilité de vendeur pour convaincre.

Anticiper et traiter les situations délicates

- Comprendre les difficultés relationnelles rencontrées avec certains clients.
- Anticiper les comportements inefficaces dans les situations de tension.
- Rétablir une communication efficace et positive avec ses clients.
- Gérer son stress et garder le contrôle de la relation.

RÉUSSIR SES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES



Réf. NEG3

Maîtriser les techniques des acheteurs pour **vendre mieux et plus**

Je dispose maintenant de beaucoup plus d'aisance pour défendre mes marges et conditions commerciales.

Patrick (commercial grands comptes)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Commerciaux ayant suivi toutes les formations précédentes de techniques de ventes.
- Commerciaux en attente d'évolution vers des postes ou des délégations de négociations.
- Le niveau requis : maîtriser toutes les techniques de vente.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Connaître et comprendre les différences fondamentales entre vendre et négocier ;
- Gérer un rapport de force face à l'exigence des interlocuteurs ;
- Préparer une négociation ;
- Mettre en œuvre les étapes de la conduite des entretiens de négociation.

MÉTHODE

- Apports théoriques selon la méthode SORA alternant avec des exercices pratiques tirés de l'expérience de chacun.
- Supports visuels et écrits.



PROGRAMME

Le contexte de la négociation

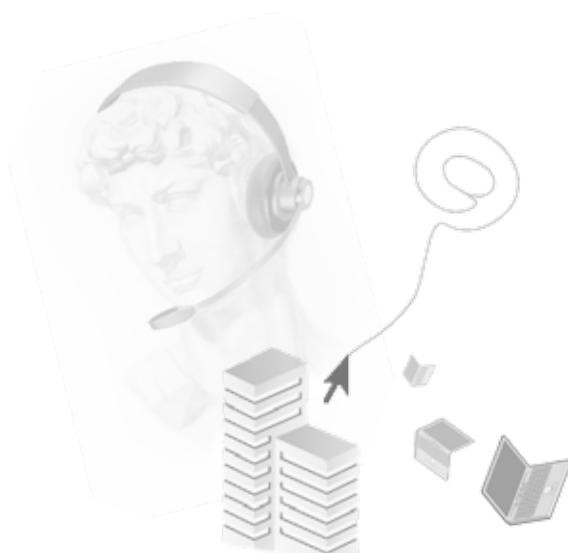
- Où se situe la négociation par rapport à la vente.
- Comment caractériser la négociation ? les 10 principes à connaître.
- Comment traiter les demandes ou objections de type rapport de force ?
- Préparer une négociation : demande du client ; position de l'entreprise ; accords passés ; marge de manœuvre ; concessions et contreparties... 9 points à travailler pour être prêt à négocier.

Conduire un entretien de négociation

- Prendre l'ascendant dès le début de l'entretien.
- Obtenir les « dernières infos » utiles avant la confrontation.
- Échanger des concessions contre des contreparties.
- Trouver un terrain d'entente.
- Conclure un accord.

La couleur de la situation

- Maîtriser ses émotions en phase de tension.
- Reconnaître la tension chez l'autre.
- Les styles de débordement et les comportements défensifs.



FORMATION

MANAGEMENT



- 30 **Acquérir les bases du management**
Ce qu'il faut savoir
- 31 **Manager autrement avec les couleurs**
Savoir adapter son management selon le profil de ses collaborateurs
- 32 **Animer une équipe de travail**
Une équipe dynamique et motivée
- 33 **Optimiser la cohésion de son équipe**
Comment développer la performance et l'esprit d'équipe
- 34 **Manager en situation tendue**
Anticiper et gérer les conflits au sein de son équipe
- 35 **Mieux travailler ensemble**
Esprit d'équipe et Team building
- 36 **Manager une équipe multi-générationnelle**
Mieux se comprendre pour mieux avancer ensemble
- 37 **Déléguer pour gagner en efficacité**
Motiver et responsabiliser ses collaborateurs
- 38 **Mener une réunion efficace**
Informar, faire participer, décider
- 39 **L'entretien annuel d'évaluation/de progrès**
Méthode et savoir-être
- 40 **Conduire un entretien professionnel**
Réussir ses entretiens pour évoluer ensemble
- 41 **Réussir sa mission de tuteurs**
Encadrer et transmettre le savoir-faire
- 42 **La formation des formateurs occasionnels**
Savoir faire faire
- 43 **Savoir s'adapter au changement**
Un tremplin pour l'avenir
- 44 **Manager de proximité : accompagnement le changement**
Optimiser et piloter le changement avec ses équipes
- 45 **Piloter un projet**
Les étapes et les clés de la réussite d'un projet
- 46 **Prévenir les risques psycho-sociaux**
La santé au travail
- 47 **Manager de managers**
Se conduire en leader
- 48 **Parcours : Le métier de manager**
Animer, motiver et faire progresser son équipe
- 50 **Le métier de superviseur**
Intégrer et faire progresser ses collaborateurs

ACQUÉRIR LES BASES DU MANAGEMENT



Réf. BAMA

Ce qu'il faut savoir

“ Ce n'est pas évident de manager ses anciens collègues. Cette formation m'a permis de trouver la bonne distance. ”

Julien (chef d'équipe)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Chefs d'équipe, chefs de service, chefs d'atelier.
- Managers de proximité.
- Tout responsable en situation d'encadrement d'une équipe de travail (gestion, production, vente...).

OBJECTIFS

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

- Comprendre la dimension du rôle du manager et ce que cela implique ;
- Se positionner efficacement vis-à-vis de leurs anciens collègues ;
- Prévenir et gérer les situations à risque.

MÉTHODE

- Les apports théoriques sont amenés de manière vivante, simple et concrète.
- Jeux de rôle à partir de cas vécus par les participants (+ de 50 % du temps).
- Chacun identifie ses points de progrès et formalise ses objectifs d'amélioration.



PROGRAMME

Le rôle du chef d'équipe

- Le rôle du responsable.
- Définir son rôle et sa mission de responsable.
- Les tâches concrètes à réaliser.

Les clés du leadership

- Faire la différence entre :
 - Avoir de l'autorité et être autoritaire ;
 - S'affirmer et s'imposer ;
 - Être à l'écoute et être d'accord ;
 - Manager et être technicien ou expert.

Savoir communiquer pour motiver

- Donner du sens au travail et à ce qui est demandé.
- Expliquer une décision.
- Valoriser un collaborateur, féliciter et remercier.
- Exprimer une insatisfaction sans "froisser".
- Communiquer sur les erreurs commises.
- Savoir dire non.

Être à l'écoute des collaborateurs

- Éclaircir les "non-dits", ce que pensent les collaborateurs.

Se positionner en leader

- Les comportements et situations à créer pour :
 - Motiver et développer la confiance et la motivation ;
 - Développer la cohésion d'une équipe.

Les clés du dialogue

- Obtenir l'accord et l'engagement d'un collaborateur sur :
 - Le respect des règles ;
 - Le changement d'un comportement ;
 - L'atteinte d'un objectif, d'une amélioration ;
 - La réalisation d'une tâche qui n'est pas prévue dans son poste.

MANAGER AUTREMENT AVEC LES COULEURS



Savoir **adapter son management** selon le profil de ses collaborateurs

J'ai appris à mieux me connaître. Je sais maintenant comment faire passer le courant. Aujourd'hui, je comprends mieux pourquoi j'avais du mal à communiquer avec certains collaborateurs.

Christophe (responsable de production)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout manager désireux de trouver plus de confort et d'efficacité dans ses relations quotidiennes avec ses collaborateurs.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, chaque participant :

- Aura identifié son profil et son propre style de manager ;
- Saura reconnaître le style comportemental de ses collaborateurs ;
- Pourra mieux s'adapter aux besoins et comportements de chaque collaborateur et ainsi optimiser la réussite de son équipe.

MÉTHODE

Une approche personnalisée :

- Chaque participant reçoit son inventaire de personnalité (24 pages) et exploite les résultats avec le consultant formateur.
- Les apports théoriques et les études de cas permettent de repérer les profils psychologiques de l'entourage professionnel.
- Une formation rythmée et concrète, avec des mises en situation qui permettent aux participants de s'approprier la méthode des couleurs.



Réf. MSI

PROGRAMME

Les 4 profils comportementaux de la méthode D.I.S.C.

- Le langage des couleurs : objectifs et domaine d'application dans le management.
- Les points forts, limites, besoins et moteurs de chaque profil.
- La communication à adopter selon le profil et le contexte.

Découvrir son profil de manager

- Comprendre les interactions entre les profils.
- Analyser les différences de comportements.

Identifier le profil de ses collaborateurs

- Repérer rapidement le mode de fonctionnement de ses collaborateurs.
- S'adapter à ses collaborateurs et gérer les situations individuellement.
- Développer sa flexibilité de manager pour convaincre.

Anticiper et traiter les situations délicates

- Comprendre les difficultés relationnelles rencontrées avec certains collaborateurs.
- Anticiper les comportements inefficaces dans les situations de tension.
- Rétablir une communication efficace et positive avec ses collaborateurs.
- Gérer son stress et garder le contrôle de la relation.

ANIMER UNE ÉQUIPE DE TRAVAIL



Réf. AET

Une équipe **dynamique** et **motivée**

J'avais du mal à m'imposer face à mes collaborateurs. Mon rôle est désormais reconnu et mon équipe progresse.

Patricia (manager)



4 jours soit 28 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout responsable en situation d'encadrement d'une équipe de travail (gestion, production, vente...).
- Chefs d'équipe, chefs de service, chefs d'atelier.
- Managers de proximité.

OBJECTIFS

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

- Organiser et suivre l'activité de leurs collaborateurs ;
- Développer les compétences et responsabiliser leurs collaborateurs ;
- Créer une dynamique collective et motivante.

MÉTHODE

- Adaptation de la formation aux problématiques « communes » des participants (à partir d'une fiche des attentes préalablement remplie).
- Les apports de la formation s'articulent autour : d'exercices vidéoscopés, de l'analyse des situations, de la mise en œuvre des recommandations, des cas apportés par les participants (leur étude permet de faire un lien concret avec les apports).



PROGRAMME

Définir son rôle de responsable

- Manager, diriger une équipe c'est agir sur quoi concrètement ?
- Quel est le rôle du manager ?
- En quoi le rôle de manager est difficile ?

Analyser et répartir l'activité

- Définir les critères de qualité de l'activité.
- Définir les objectifs de l'unité ou du service.
- Fixer et négocier des objectifs réalistes avec les membres de l'équipe.
- Sur quoi agir pour garantir au mieux l'atteinte des objectifs fixés : plan d'action, contrôle et suivi.

Communiquer

- Transmettre des informations à ses collaborateurs.
- Conduire un entretien avec un collaborateur.
- Conduire une réunion avec un groupe.
- Mettre en œuvre les techniques d'écoute et d'expression pour mieux se comprendre.

Autonomie et responsabilité des collaborateurs

- Développer les compétences, former ses collaborateurs : recommandations pour former efficacement ses collaborateurs.
- Partager la responsabilité avec ses collaborateurs : de quoi le manager et les collaborateurs sont responsables, sur quoi peuvent-ils décider seuls ?
- Déléguer des tâches : comment s'y prendre
- Évaluer ses collaborateurs : mesurer quoi ? avec quels outils ?

Se conduire en leader

- Gagner la confiance de ses collaborateurs en agissant sur soi.
- Utiliser d'autres leviers que son pouvoir ou sa position de « chef » pour avoir de l'autorité.
- Exprimer sa satisfaction ou son mécontentement à un collaborateur.
- Avoir des relations confortables et équitables avec ses collaborateurs.
- Analyser et intervenir dans les situations difficiles ou conflictuelles (2 collaborateurs en conflit, tension entre un collaborateur et le manager...).

OPTIMISER LA COHÉSION DE SON ÉQUIPE



Comment développer la performance et l'esprit d'équipe

“ Nos projets avancent beaucoup plus vite et mon équipe est maintenant très motivée pour atteindre les objectifs fixés. ”

Patrick (responsable de production)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne en situation de management, désireuse de prendre du recul pour donner un nouvel élan à son équipe.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, chaque participant sera capable de :

- Faire un état des lieux objectif et complet du “mode de vie” de son équipe ;
- Définir de nouvelles règles du jeu et mettre en place des actions partagées ;
- Suivre dans le temps les progrès et faire évoluer son équipe.

MÉTHODE

- Apports méthodologiques illustrés de nombreux exemples.
- Mises en situation : partage et analyse de bonnes pratiques.
- Formalisation d'objectifs de progrès à mettre en place par chacun.



Réf. COHE

PROGRAMME

Analyser

- Préambule : notions et indicateurs de la cohésion.
- Réaliser l'auto-diagnostic du mode de fonctionnement de son équipe.
- Quelles sont les sources de dysfonctionnement ?
- Quels sont les leviers de la mise en action ?

Agir

- Quels sont les comportements et les modes de communication du manager qui favorisent / entravent la cohésion ?
- Comment créer le lien, installer la confiance et la reconnaissance entre collaborateurs ?
- Partager et formaliser les valeurs communes qui doivent répondre aux besoins des différents partenaires (clients, services internes, direction).
- Mettre en évidence les complémentarités des membres de l'équipe.
- Définir ensemble des règles de fonctionnement.
- Construire des objectifs communs et un plan d'action partagé.
- Lever les blocages, faire s'exprimer les ressentis, les besoins, prendre en compte les difficultés et les contraintes de chacun.

Accompagner

- Prendre date avec son équipe.
- Faire prendre conscience du chemin parcouru.
- Valoriser les progrès.
- Définir de nouveaux paliers.

MANAGER EN SITUATION TENDUE



Réf. MUST

Anticiper et gérer les conflits au sein de son équipe

“Ce stage m’a surtout appris à oser intervenir, à prendre les devants pour éviter qu’une situation ne dégénère au sein de mon équipe.”

Martin (chef d’équipe)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout responsable recherchant une nouvelle façon d’interagir avec ses collaborateurs.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Repérer et connaître les mécanismes des conflits ;
- Faire face aux désaccords avec diplomatie et assurance ;
- Mettre en œuvre des outils de régulation, de médiation et d’arbitrage pour sortir d’un conflit.

MÉTHODE

- Pédagogie participative.
- Jeux de rôle à partir de cas réels.
- Remise de supports.



PROGRAMME

Comprendre le conflit : analyse, origines et conséquences

- Les différents types de conflits.
- Les origines des conflits : ce qui les provoque et ce qui les entretient.
- Les conséquences des conflits : au niveau relationnel, au niveau de l’entreprise, au niveau des objectifs collectifs.

Analyser les comportements

- Repérer les “non-dits” et les jeux psychologiques sous-jacents.
- Identifier les motivations, les intérêts et les bénéfices éventuels de chacun.
- Être vigilant sur ses interprétations relationnelles.

Traiter les conflits manager/subordonné : savoir s’affirmer pour mieux désamorcer le conflit

- Prendre de la distance : développer son contrôle émotionnel.
- Utiliser des outils de régulation : écouter de manière neutre, questionner et reformuler...
- Mener un entretien de recadrage.
- Apprendre à dire non sans provoquer de tensions.
- Faire une critique constructive.
- Répondre à une critique justifiée ou injustifiée.
- Proposer une alternative positive.
- Construire des solutions et formaliser les accords.

Traiter les conflits entre membres de l’équipe

- Repérer les conflits larvés.
- Savoir gérer les comportements de “victime”.
- Trouver sa place et identifier son rôle à jouer : médiateur, arbitre, régulateur ?
- Intervenir en qualité de médiateur dans les conflits au sein de l’équipe : mener une confrontation constructive, aider à adopter une solution satisfaisante pour les deux parties, contrôler l’application sur le terrain.

Traiter les conflits “violents”

- Faire face à la mauvaise foi et à la violence physique et/ou verbale.
- Déterminer quand il faut mettre un terme à l’entretien quand il n’est plus constructif.
- Sortir de l’impasse relationnelle.

MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE



Esprit d'équipe et team building

Certains d'entre nous avaient du mal à communiquer. Ce stage nous a permis de mieux nous connaître et d'être aujourd'hui plus forts ensemble.

Alexandre (chef d'équipe)



3 jours soit 21 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Ensemble des collaborateurs d'une équipe.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Prendre conscience de leur vrai potentiel et l'utiliser dans toute sa dimension ;
- Créer ou consolider des relations de confiance avec leur entourage professionnel ;
- Devenir un acteur constructif au sein de leur équipe de travail.

MÉTHODE

- Les apports techniques sont effectués de manière vivante, simple et pratique.
- Entraînement intensif à l'utilisation de ces « outils » : jeux de rôle, ateliers de 3 personnes, travail individuel.
- Formalisation d'objectifs de progrès : individuels et collectifs.



Réf. MTE

PROGRAMME

Me connaître

- Connaître ses sentiments et reconnaître ses besoins pour mieux faire comprendre ses points de vue.
- Analyser les points-clés du langage et du comportement.
- Identifier l'image que l'on renvoie aux autres.
- Comprendre comment s'expriment les personnalités dans le travail.

Créer un rapport constructif

- Repérer comment fonctionne l'autre : quel est son modèle du monde, ce qui est important pour lui, ce qui le motive.
- Clarifier mon objectif et exprimer mon besoin.
- Adapter mon comportement et évaluer l'impact de mon intervention.

Agir ensemble

- Reconnaître et respecter nos différences.
- Identifier les sources de malentendus.
- Gérer les tensions.
- Pratiquer la vérité : critiques, compliments.
- Savoir rétablir un dialogue mal engagé.
- Savoir négocier : argumenter, réfuter, concéder, échanger.
- Savoir décider : énoncer un accord, formaliser des objectifs communs et mettre en place des actions concrètes.

MANAGER UNE ÉQUIPE MULTIGÉNÉRATIONNELLE



Mieux se comprendre pour mieux avancer ensemble

“ J’ai demandé à tous mes responsables que nous suivions ensemble cette formation. C’est important pour nous de tout faire pour garder nos jeunes une fois qu’ils sont formés. ”

Jean-Pierre (directeur BTP)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Managers, responsables d’équipes, cadres, RRH animant des équipes multigénérationnelles.

OBJECTIFS

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

- Identifier les caractéristiques des générations en présence : attentes, valeurs et motivations ;
- Développer une communication souple et adaptée à tous les profils générationnels ;
- Adapter son style de management aux besoins de chaque collaborateur ;
- Améliorer la coopération inter-générationnelle.

MÉTHODE

- Alternance d’apports théoriques et méthodologiques.
- Travaux pratiques et mises en situations à partir d’expériences vécues.
- Formalisation d’un plan de progrès individuel.
- Remise d’un dossier complet à chaque participant.



Réf. GENY

PROGRAMME

Baby-boomers, X,Y,Z qui sont-ils ?

Le travail vu par les 3 générations

- Carrière, rapport à la hiérarchie, au pouvoir et à l’autorité.
- Travail-vie privée : ce qu’ils veulent concilier.
- Sources de motivations.

Communiquer en situation multi-générationnelle

- Accepter les différences sans juger, favoriser le respect mutuel et la communication positive dans l’équipe.
- Décrypter ses croyances, les remettre en cause et modifier son angle de vue.

Manager les générations

- Composer son équipe en misant sur la complémentarité.
- Adapter son style de management au collaborateur et à son profil générationnel.
- Motiver chaque membre de son équipe : adapter ses modes de reconnaissance et favoriser les développements personnels.
- Favoriser la transmission des compétences, le partage du savoir.
- Créer du lien entre les générations.

Développer sa «flexibilité» comportementale

- Repérer et développer les comportements attendus du manager de proximité par les 3 générations.

Anticiper ou gérer les tensions intergénérationnelles

- Les sources et risques de conflits (rapport au temps, relation à la hiérarchie, à l’entreprise, etc.)
- Détecter et réagir face à la démotivation, l’attentisme, la désillusion.

DÉLÉGUER POUR GAGNER EN EFFICACITÉ



Réf. DEEF

Motiver et responsabiliser ses collaborateurs

“ J’ai bien apprécié les exercices qui m’ont permis de traiter mes situations du quotidien. Je vais pouvoir les mettre tout de suite en application avec mon équipe. ”

Anne (directrice de pôle)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout public en situation managériale, et donc amené à déléguer.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Comprendre les critères de succès et d’échec de la délégation ;
- Adapter leur style de management pour chaque style de personnalité ;
- Mener à bien un entretien de délégation et un entretien de suivi.

MÉTHODE

- Apports pédagogiques illustrés d’exemples.
- Mises en situations.
- Partage et analyse de bonnes pratiques.



PROGRAMME

Principes de la délégation

- Qu’est-ce que la délégation ?
- Qu’apporte la délégation ?
- Dans quels cas déléguer ?
- Qu’est-ce qui peut être délégué ?
- Les freins à la délégation.

Démarche de délégation

- Proposer la délégation.
- Délimiter le champ de la délégation.
- Définir l’objectif.
- Négocier les moyens.
- Contrôler.

Fixer les objectifs

- Différences et liens entre : objectifs et missions principales.
- Pour une formulation claire des objectifs.
- Les trois catégories d’objectifs.
- Les phases clés de la négociation d’objectifs.

Contrôle

- Fixer les règles du contrôle.
- Savoir gérer positivement les erreurs.

Les difficultés de la délégation

- Savoir écouter.
- Utiliser le DESC en cas de tension.
- Pratiquer l’assertivité.
- Savoir dire non.

Faire le bilan de la délégation

MENER UNE RÉUNION EFFICACE

Informar, faire participer, décider

“J’avais beaucoup de mal à gérer les discussions qui portaient dans tous les sens. Je sais maintenant comment m’y prendre. En fait c’est très simple.”

Jean-Michel (responsable de service)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Cadres.
- Ingénieurs.
- Commerciaux.
- Responsables d’équipes.
- Toute personne amenée à animer des réunions.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Organiser et préparer efficacement leurs réunions ;
- Animer différents types de réunions avec facilité ;
- Maîtriser le rôle d’animateur de réunion.

MÉTHODE

- Fiches outils de préparation de réunion.
- Grille d’analyse vidéo personnalisée.
- Jeux de rôle vidéo : entraînement à la conduite de réunion dans différentes situations.

Réf. ARE



PROGRAMME

Préparer la réunion

1. Les différents types de réunions :

- La réunion d’information ascendante ou descendante.
- La réunion d’équipe, de service.
- La réunion de résolution de problème.
- La réunion de négociation.

2. Organiser la réunion :

- Définir le sujet, l’ordre du jour et l’objectif.
- Définir la durée.
- Établir les règles du jeu.
- Déterminer les participants et anticiper sur leurs comportements.
- Bâtir un plan adapté à l’objectif : sélectionner les informations à transmettre.

Animer la réunion

1. Bien jouer son rôle d’animateur :

- Donner des repères sur l’avancement de la réunion.
- Favoriser l’expression de chacun et les échanges.
- Clarifier et orienter les idées des participants.
- Relancer ou, au contraire, recadrer le débat.
- Clôturer la réunion : valider les accords, fixer le plan d’actions post-réunion (qui fait quoi et quand).

2. Faire passer les messages :

- Développer ses capacités d’écoute et de questionnement pour mieux cerner les demandes.
- Maîtriser sa communication verbale et non verbale.
- Utiliser les outils visuels adaptés aux types de réunions : informer, convaincre, débattre.

Gérer le groupe

1. Manager les participants :

- Gérer la discussion : distribuer le temps de parole de manière judicieuse.
- Structurer les échanges et faire évoluer la discussion vers une issue constructive.
- Gérer les participants difficiles : les bavards, les passifs, les agressifs, les perturbateurs.
- Réguler les conflits inter-personnel dans le groupe.

2. Sortir vainqueur des réunions difficiles :

- Traiter les objections des participants.
- « Glisser » sur les sujets délicats.
- Répondre à une question gênante, à une attaque.
- Rompre le silence.
- Réagir de manière appropriée face à un groupe qui attaque ou qui est bloqué.

L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION / DE PROGRÈS



Réf. ENA

Méthode et savoir-être

“ Au bout de 8 années de pratique des entretiens annuels, on a l'impression de tourner en rond. Cette formation va nous relancer. Nous avons refait le document et nous allons appliquer la méthode pour enrichir les échanges. ”

Alexandra (directeur d'établissement)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne ayant à mener un entretien annuel d'évaluation ou impliquée dans un projet de mise en place d'un entretien annuel d'évaluation : cadres, managers, directeurs, agents de maîtrise, chefs d'équipe, d'atelier...

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants sauront :

- Préparer l'entretien ;
- Impliquer et responsabiliser le collaborateur dans la démarche de l'entretien ;
- Positionner et articuler l'entretien d'évaluation avec les autres actes de management.

MÉTHODE

- Partage d'expériences, recherche commune de solutions aux problèmes rencontrés, transposition des “bonnes pratiques”.
- Alternance d'apports théoriques, méthodologiques et d'exercices pratiques : exercices vidéoscopés de “mini-entretiens” exercices de sous-groupes.



PROGRAMME

Le cadre de l'entretien d'évaluation

- L'entretien d'évaluation / de progrès : finalités et objectifs.
- Le calendrier de l'entretien d'évaluation et les modalités de mise en œuvre.
- Critères et conditions de réussite de l'entretien.
- Freins à l'implication des acteurs (manager et collaborateur).

Appropriation de l'outil, support de l'entretien

- Les thèmes à aborder.
- Les différentes rubriques à renseigner.
- La signification précise à donner aux différents termes à manier.
- Les notions fondamentales à maîtriser (objectifs, compétences, performance, besoin de formation).
- Les documents “Appui” (fiche de poste, objectifs d'activité, demandes de formation...).
- Notions d'évaluation.

La préparation de l'entretien

- Préalable à l'entretien : le management au quotidien.
- Planifier l'entretien, prendre rendez-vous.
- Protéger l'entretien.
- Préparation commune (manager et collaborateur) du contenu de l'entretien.

La conduite de l'entretien

- Mettre en place les meilleures conditions de l'entretien.
- Définir les étapes chronologiques de l'entretien.
- Faire participer le collaborateur.
- Gérer la relation et maintenir le meilleur climat possible.
- Techniques d'écoute et de négociation.

Le suivi de l'entretien

- Exploiter, en tant que manager, ce qui a été dit au cours de l'entretien, assurer un suivi des engagements et décisions prises.

PRÉPARATION

- Les participants peuvent venir avec leurs outils d'évaluation existants et tout document utile pour la préparation de l'entretien : fiches de poste ou de fonction, descriptions d'activité, formalisation d'objectifs, demandes de formation.
- Pour ceux qui n'ont pas d'outil en interne, un exemple d'outil leur sera fourni pendant la formation.

CONDUIRE UN ENTRETIEN PROFESSIONNEL



Réf. CEP

Réussir ses entretiens pour **évoluer ensemble**

“ Je vais enfin savoir comment m’organiser pour appliquer nos nouvelles obligations. ”

Patrick (responsable de service)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Responsables RH ou encadrants ayant à conduire les entretiens professionnels dans le cadre de la loi du 5 mars 2014.

OBJECTIFS

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

- Appliquer les obligations de la réforme du 5 mars 2014 en matière d’entretien professionnel ;
- Identifier les enjeux et les objectifs de l’entretien ;
- Maîtriser les phases de l’entretien, structurer son déroulement ;
- Favoriser les échanges grâce à une communication adaptée ;
- Compléter les documents supports de façon objective, précise et utile.

MÉTHODE

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Mises en situation d’entretien et jeux de rôles.
- Échanges sur les pratiques, analyse et proposition d’améliorations.
- Proposition d’une grille d’entretien.
- Formalisation d’objectifs individuels de progrès.

PROGRAMME

Les enjeux et les bénéfices de l’entretien professionnel

- Des obligations sociales renforcées
- Un espace de dialogue
- Une concordance entre souhait dévolution professionnelle et besoins en compétences.
- Ce qu’est l’entretien professionnel, ce qu’il n’est pas.

L’entretien professionnel : outil de management et de gestion des ressources humaines

- Veiller au maintien de l’employabilité des collaborateurs.
- Définir un plan d’action partagé en faveur d’une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences et de l’évolution du salarié.

La préparation de l’entretien

- Réunir les conditions matérielles.
- S’approprier la grille d’entretien.
- Fournir les outils de réflexion au collaborateur.

Déroulement et phases de l’entretien

- Inviter, accueillir, mettre à l’aise.
- Rappeler les buts et le déroulement de l’entretien.
- Rédiger les synthèses d’étapes et la synthèse générale.
- Gérer le temps, recentrer les échanges sur les objectifs.
- Prendre congé.

Le contenu de l’entretien

- Le parcours professionnel du collaborateur.
- Les formations suivies ou certifications obtenues.
- Les projets du salarié et les moyens à prévoir.
- Le lien avec les ambitions et les hypothèses d’évolution de l’entreprise.
- Tous les 6 ans : état des lieux récapitulatif de son parcours professionnel.

L’entretien professionnel : une situation de communication

- Favoriser le dialogue.
- Rythmer l’entretien avec un questionnement varié.

RÉUSSIR SA MISSION DE TUTEURS



Réf. RMT

Encadrer et transmettre le **savoir-faire**

“ Cette formation m’a donné les clés pour accompagner notre futur salarié. ”

Gyslaine (chef de ligne)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout salarié ayant accepté une mission de tutorat et d’accompagnement d’alternants ou d’apprentis, de stagiaires de la formation initiale, de contrats saisonniers, d’embauches en CDI ou CDD, de salariés en mobilité interne.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, chaque participant sera capable de :

- Cerner les fonctions du tuteur et ses limites ;
- Préparer l’accueil du nouveau collaborateur ;
- Développer une méthode et des outils réutilisables pour intégrer, former et suivre la progression ;
- Développer l’autonomie de la personne accompagnée en rendant le travail formateur.

MÉTHODE

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Echanges sur les pratiques, analyse et proposition d’améliorations.
- Présentation d’outils et mise en application.



PROGRAMME

Cerner ses fonctions de tuteurs

- Volontaire, qualifié, expérimenté.
- Accueillir, organiser, transmettre et expliquer, évaluer.

Accueillir : une étape essentielle

- Se préparer.
- Réussir l’entretien d’accueil.

Établir des relations positives et « gagnant-gagnant »

- Développer ses capacités d’écoute et repérer les besoins du tutoré pour progresser.
- Expliquer avec clarté et concision.
- S’adapter aux situations difficiles.

Former, transmettre connaissances et savoir-faire

- Analyser son propre métier.
- Identifier les acquis de départ et cerner les compétences à acquérir.
- Formuler des objectifs pédagogiques et construire une progression.
- Organiser un temps de formation sur poste de travail : préparation / réalisation / évaluation.

Évaluer et suivre la progression du tutoré

- Organiser et conduire les points périodiques.
- Encourager, recadrer en donnant du sens.
- Identifier les limites de sa fonction, savoir y mettre fin.

LA FORMATION DES FORMATEURS OCCASIONNELS



Réf. FFO

Savoir faire faire

“ Mes supports étaient au point, mais je me suis rendu compte que j’avais beaucoup d’efforts à faire sur les plans relationnel et pédagogique. ”

François (responsable informatique)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toutes les personnes qui ont à former un groupe, une autre personne (formateurs, animateurs, tuteurs, managers de proximité...).

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, chaque participant sera capable de :

- Préparer une formation, des séquences de formations, un parcours d’apprentissage ;
- Développer une pédagogie pratique et motivante ;
- Construire un parcours pédagogique et d’évaluer les résultats de son action de formation.

MÉTHODE

- Les participants sont invités à mettre en œuvre leurs pratiques pédagogiques spontanées au cours d’exercices simples (micro-formation).
- Les recommandations et apports sont amenés progressivement en alternance avec les mises en situation.



PROGRAMME

Préambule

- Construire une progression pédagogique, préparer ses supports.
- Définition des objectifs d’apprentissage et construction de la progression.
- Notions à prendre en compte dans l’apprentissage des adultes.

L’animation d’une session

- La séance de lancement : présentations, attentes, affichage du déroulé.
- Les techniques d’animation : didactiques, participatives, actives.
- Savoir varier son animation, tenir compte des rythmes d’apprentissage et des courbes d’attention.
- Optimiser l’utilisation des supports en fonction des objectifs pédagogiques.
- Gérer son temps et adapter le programme prévu en fonction des demandes individuelles, et du niveau des participants.
- La séance de conclusion : évaluation orale et formalisation des objectifs de progrès.

Les recommandations relationnelles

- Règles de fonctionnement avec le groupe, la personne formée.
- La gestion des questions des apprenants.
- La mise en activité et l’exploitation des mises en situation.
- Les conduites interpersonnelles avec le groupe, la personne formée.

La conduite de bilan et le suivi de la progression de l’apprenant

- Évaluer les résultats et les pratiques mises en œuvre pour les obtenir.
- Partager l’évaluation avec la personne formée.
- Formaliser des objectifs de progrès et leur mise en application.
- Mise en place du carnet de suivi de la progression.

SAVOIR S'ADAPTER AU CHANGEMENT



Un tremplin pour l'avenir

Une formation qui permet de prendre du recul qui n'est pas possible quand on a toujours le nez dans le guidon.

Yves (Responsable d'équipe)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout collaborateur désireux de mieux vivre les changements.

OBJECTIFS

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

- Prendre conscience de ses attitudes face au changement ;
- Prendre du recul, améliorer la confiance en soi pour se préparer à des situations nouvelles ;
- Reconnaître ses motivations pour développer son potentiel ;
- Donner du sens aux événements pour en devenir acteur.

MÉTHODE

- Pédagogie de la découverte et questionnement ouvert afin que la prise de conscience des participants se fasse progressivement et soit déductive, puis apports théoriques ;
- Exercices individuels et par 2 sur base de questionnaire et de supports écrits, débriefing commun ;
- Mises en situation et jeux de rôle. Débriefing. Les jeux de rôle s'appuient sur des situations concrètes vécues par les participants.
- Support écrit.



Réf. SAC

PROGRAMME

Les représentations du changement et les résistances

- Comment fonctionnons-nous ?
Les ressorts de notre personnalité.
- Prendre conscience des blocages face au changement, souvent synonyme de peur de l'inconnu.
- Comprendre le mécanisme de résistance au changement, repérer les principaux états émotionnels le caractérisant (fuite/évitement, agressivité, découragement).
- Reconnaître ce qui est important pour soi-même : les facteurs de motivation.
- Mesurer les enjeux du changement voire les opportunités qu'il représente.

Développer nos ressources face aux résistances

- Identifier ses aptitudes personnelles pour valoriser son passé et enrichir son futur.
- Les étapes nécessaires pour aborder les événements le plus sereinement possible : les phases du processus de changement.
- Comment passer de la crainte de l'imprévu, de l'inconnu à l'ouverture d'esprit, à une capacité d'adaptation.
- Accéder à ses ressources pour :
 - Générer des objectifs réalistes et motivants ;
 - S'engager dans une dynamique d'action.

MANAGER DE PROXIMITÉ : ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

MANAGEMENT

Optimiser et piloter le changement avec ses équipes

L'annonce du projet a bouleversé mon équipe. Nous avons pu y travailler ensemble et cela a été une réussite.

Pascal (service production)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Manager de proximité en charge d'animer une équipes en contexte de changement.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, chaque participant sauront :

- Comprendre le changement et les étapes de son processus ;
- Identifier les sources, manifestations et effets des résistances ;
- Développer l'écoute active et l'affirmation pour instaurer confiance et négociations gagnant-gagnant ;
- Mobiliser tous les collaborateurs à toutes les phases du changement.

MÉTHODE

- Apports théoriques et méthodologiques en lien avec des préoccupations terrain.
- Entraînements et mises en situations.
- Partage et analyse d'expériences vécues.



Réf. MPAC

PROGRAMME

Le changement des organisations

- Le contexte du changement : nouvelles formes d'organisations et influence de l'environnement.
- Les objectifs de l'entreprise.
- Les enjeux et les stratégies de changement de l'entreprise.

La dimension humaine du changement

- Les différentes étapes d'intégration du changement : 7 étapes pour mieux comprendre les réactions.
- Les freins et les résistances au changement : les repérer, les écouter, les accompagner.
- Les attitudes individuelles et celles du groupe.

Le rôle du manager

- Trouver les leviers d'implication des personnes en s'adaptant à chacun.
- Accompagner les individus face aux transformations des situations de travail.
- Développer son leadership pour mobiliser et mettre en mouvement tous les collaborateurs.
- Donner du sens et des signes de reconnaissance.
- Négocier au cas par cas.
- Capitaliser et partager les connaissances.

La communication dans un contexte de changement

- La prise en compte des besoins individuels.
- Faire preuve d'empathie.
- Faire partager les raisons du changement et ses bénéfices (attendus et prouvés).
- Communiquer à toutes les étapes du changement : avant, pendant et après.
- Les pièges à éviter dans le langage, les attitudes et maîtriser les techniques de communication adaptées.

PILOTER UN PROJET



Les étapes et les clés de la réussite d'un projet

J'aborderai maintenant différemment tous mes projets. Ces outils et méthodes me permettent de bien les structurer et de mieux garantir nos délais et objectifs.

Isabelle (chef de projet)



4 jours (2+2)
soit 28 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne intéressée par la gestion des différents cycles de vie de projets.
- Cadres, responsables de service, responsables de projet.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront acquis et expérimenté une méthode et des outils pour piloter un projet de A à Z tant au niveau humain qu'au niveau organisationnel.

MÉTHODE

- Apports théoriques et présentation d'outils.
- Réflexion en groupe ou sous-groupes.
- Études de cas / Analyse sur les projets en cours.
- Exercices et jeux de rôle.



Réf. **PRO**

PROGRAMME

Cadrage du projet : les éléments structurants du projet

- Les finalités et les enjeux du projet / la structure de pilotage de projet.
- La définition d'objectifs.
- Le système d'évaluation des objectifs.
- La stratégie et les étapes du déploiement.
- Le plan d'action et sa planification dans le temps.
- Les acteurs concernés et cahier des charges par acteur.
- Le plan de communication du projet.

Conduite du projet : les outils

- Répartir les tâches dans le temps : tableau de Gantt.
- Tableau de répartition des tâches par acteurs.
- Cahier des charges pour les différents acteurs.
- Évaluation de l'écart entre le « prévu » et le « réalisé ».
- Règles de base pour un projet.

Animation du projet

- Conduire une réunion avec l'équipe projet.
- Repérer les dysfonctionnements dans le projet et intervenir.
- Impliquer les acteurs dans le projet au fil du temps.
- Négocier les charges et tâches avec les différents acteurs.

PRÉVENIR LES RISQUES PSYCHO-SOCIAUX



La **santé** au travail

“ Cette formation, c’est un préalable essentiel. Cela m’a permis de mettre des mots sur des situations rencontrées. Elle clarifie les choses et permet de mieux voir où on va et d’adopter un langage commun. ”

Jean (responsable RH)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Cadres de direction.
- Directeurs(trices) des ressources humaines.
- Personnel du service ressources humaines.
- Responsables de société.
- Responsables de services.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Mesurer l’impact des risques psycho-sociaux sur la santé des personnes et sur le rendement de leur entreprise ;
- Repérer et identifier clairement les risques psycho-sociaux ;
- Développer des méthodes propres à leur entreprise pour prévenir les risques psycho-sociaux et ainsi concilier le bien-être de la personne et l’efficacité sur le poste.

MÉTHODE

- La formation est axée sur la résolution des problèmes spécifiques rencontrés par les participants dans leur vie professionnelle.
- Partage d’expériences, recherche commune de solutions aux problèmes rencontrés transposition des « bonnes pratiques ».
- Alternance d’apports théoriques, méthodologiques et d’exercices pratiques.



Réf. **PSY**

PROGRAMME

1. Les risques psycho-sociaux, de quoi s’agit-il ?

- Les différents types de risques psycho-sociaux : stress, agressivité, harcèlement moral, épuisement professionnel, dépression, accident du travail, violence au travail, suicide...
- L’ampleur du phénomène et son impact sur les plans individuel, collectif et sociétal.
- Environnement législatif et chiffres-clés.

2. Importance de la prévention des risques psycho-sociaux dans l’entreprise :

- Enjeux humain et social : préserver la santé et la sécurité des salariés, favoriser le maintien du dialogue social.
- Enjeu économique : limiter les coûts liés aux risques psycho-sociaux sous la forme d’arrêts maladie, d’accidents du travail, d’absentéisme.

3. Les différents types de risques :

- Stress, burn out, violences au travail : savoir repérer leurs différentes formes et manifestations.
- Les caractéristiques du stress.
- Les principales sources de stress dans les entreprises et leurs manifestations : symptômes visibles et points d’alerte.

4. Les facteurs de risques :

- Facteurs organisationnels : charge et organisation du temps de travail, politique salariale, injonctions contradictoires...
- Facteurs sociaux : interactions entre les salariés et avec la hiérarchie, incertitudes et changement.
- Facteurs environnementaux : promiscuité, bruit, températures, ambiance générale.

5. Agir au quotidien dans son management pour prévenir les risques

- Veiller à l’adéquation entre l’organisation, la charge de travail et les ressources des salariés.
- Analyser les modes de management et leurs impacts sur la santé psychique des salariés.
- Développer les attitudes et actes qui favorisent le bien-être au travail : dans les relations manager/collaborateur, manager/équipe.

Se conduire en leader

“ Cela fait du bien de prendre conscience de ses pratiques et de se donner une autre vision de son propre management. ”

Eric (directeur adjoint)



3 jours (2+1)
soit 21 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne en situation de management de managers.

OBJECTIFS

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

- Se positionner en manager sans empiéter sur le territoire de ses collaborateurs ;
- Renforcer son leadership ;
- Favoriser la cohésion d'équipe et l'efficacité individuelle.

MÉTHODE

- Construire sur les acquis et l'expérience des participants.
- Impliquer les participants au travers de mises en situation qui font vivre la difficulté d'être manager et managé.
- Mettre en œuvre les concepts pour mieux les ancrer, grâce à des études de cas au plus près du vécu des participants.



Réf. MAM

PROGRAMME

Se positionner en qualité de manager de managers

- Valeur ajoutée et rôle du manager de managers les différents niveaux de management au sein de l'entreprise : analyse de la position des acteurs.
- Traduire la stratégie en objectifs opérationnels.
- Connaître son périmètre de responsabilité et respecter celui de ses n-1.

Manager une équipe de managers opérationnels

- Politique de l'entreprise : y faire adhérer et la faire vivre au quotidien.
- Clarifier avec son équipe les modalités de fonctionnement et les règles du jeu.
- Harmoniser les pratiques managériales.
- Élaborer les objectifs et les outils de suivi.

Développer son propre leadership

- Identifier son style de management.
- Construire son identité de leader.
- Favoriser la coopération par le style de management.

Adapter son management à chaque manager

- Donner à chacun le degré d'autonomie adapté et conduire vers l'autonomie la double appartenance du manager opérationnel : membre de l'équipe et représentant de la direction.
- Accompagner les responsables, l'intérêt de la posture de coach.
- Gérer les situations difficiles.

Cohésion et cohérence d'une équipe de managers opérationnels

- Travailler ensemble sur les problématiques communes.
- Mettre en place des outils de communication communs.
- Encourager les partages d'expériences et la communication entre pairs.
- Capitaliser sur les meilleures pratiques.

Parcours : LE MÉTIER DE MANAGER



Animer, motiver et faire progresser son équipe

J'ai bien apprécié le partage d'expériences avec d'autres responsables. Cette formation est vraiment basée sur les situations, le comment faire. Le travail en plusieurs ateliers permet de revenir avec de nouvelles demandes.

Sébastien (responsable d'équipe)



6 jours soit 42 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout manager de proximité, désireux de mieux se connaître, et d'être plus à l'aise dans sa mission.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront appris à :

- Maîtriser les techniques de conduite pour stimuler l'efficacité de leur équipe ;
- Aider leurs collaborateurs à développer leurs potentialités ;
- Donner du sens à leur action au quotidien ;
- S'affirmer en leader reconnu par leur équipe et leur hiérarchie.

MÉTHODE

- Les apports techniques sont effectués de manière vivante, simple et pratique à partir de situations vécues par les participants et de jeux de rôles et travail en sous-groupes.
- Le travail par étape permet de mettre en application, au fur et à mesure, les techniques expérimentées dans chaque atelier.

Manager des équipes aujourd'hui ne s'improvise pas. Maillon indispensable de l'organisation et acteur clé de la performance, le manager incarne les valeurs et la culture de l'entreprise.

Que ce soit dans un contexte de prise de fonction ou bien de perfectionnement, ce parcours vous permettra progressivement d'identifier les éléments sur lesquels repose l'efficacité du management de proximité et d'acquérir des méthodes pour animer votre équipe.

Vous apprendrez ainsi à adapter votre style à votre équipe et à maîtriser les bonnes pratiques utiles dans votre quotidien.



PROGRAMME

Modules - (2 jours)

Rôle, tâches et comportements du manager leader

- Repérer son rôle de manager, ses missions, les tâches spécifiques de management.
- Se conduire en leader avec les membres de l'équipe, pour gagner en confiance auprès de ses collaborateurs et maintenir leur motivation, établir des relations confortables avec ses différents interlocuteurs, et avoir un impact sur la dynamique et la cohésion de l'équipe.
- Les règles de la communication et des techniques d'expression.
- Savoir observer le comportement de ses collaborateurs, aller au devant, amorcer des conversations délicates, faire parler.

Atelier 1 - (1 jour)

Définir et négocier des objectifs, déléguer des tâches

- Donner du sens et faire adhérer ses collaborateurs aux objectifs.
- S'engager avec ses collaborateurs vers l'atteinte des objectifs.
- Suivre régulièrement l'avancée des objectifs et mettre en œuvre les moyens nécessaires.
- Utiliser la délégation comme levier de motivation.
- Mettre en œuvre les conditions d'une délégation réussie pour développer l'autonomie la responsabilité et les compétences de ses collaborateurs.

- Mettre en œuvre les conditions d'une délégation réussie pour développer l'autonomie la responsabilité et les compétences de ses collaborateurs.

Atelier 2 - (1 jour) **Former et développer** **les compétences de ses collaborateurs**

- Mettre en œuvre une pédagogie pratique pour transférer efficacement son savoir-faire et son expertise à ses collaborateurs.
- Définir les compétences attendues des collaborateurs et les évaluer.
- Définir les objectifs de progrès, les besoins de formation de ses collaborateurs et contribuer à la mise en place du plan de formation de l'entreprise.
- Accompagner les collaborateurs dans la mise en œuvre des formations et leur progression.

Atelier 3 - (1 jour) **Prévenir et intervenir dans les situations** **conflictuelles**

- Repérer les sources de désaccord et d'insatisfaction pour désamorcer les conflits.
- Se positionner en médiateur pour clarifier les situations.
- Impliquer les collaborateurs dans la recherche de solutions gagnant/gagnant.
- Clarifier les règles de fonctionnement de l'équipe en cas de désaccord.

Atelier 4 - (1 jour) **Animer des réunions efficaces**

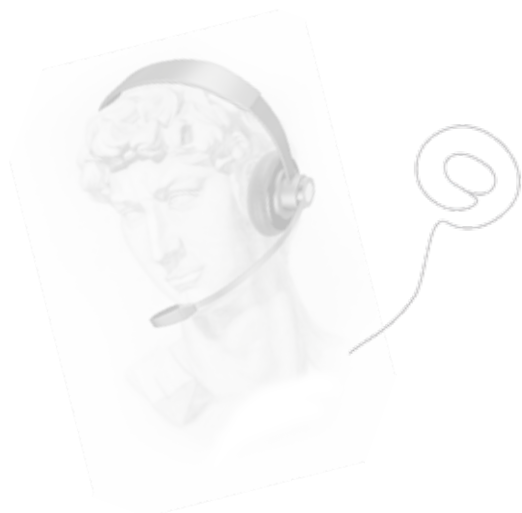
- Préparer et animer les différents types de réunions avec son équipe.
- Mettre en œuvre les outils d'animation adaptés en fonction du type de réunion.
- Favoriser la participation et les réactions de l'équipe.
- Annoncer une décision et l'expliquer.
- Gagner en confort pour gérer le groupe de participants et les différents types de personnalités et de situations, etc.

INTER-SESSIONS

Entre les ateliers, chaque stagiaire met en application son plan d'action individuel sur son lieu de travail. Cette expérience de pratique sur le terrain des acquis de la formation permet à chacun de progresser plus vite et plus concrètement sur les parties suivantes du stage.

PRÉPARATION

- Chaque participant est contacté personnellement avant le stage par le formateur pour connaître le contexte du poste occupé.
- Chaque participant est invité à formaliser au préalable ses attentes personnelles relatives à ce parcours.
- Afin de travailler sur leurs propres situations, les participants peuvent venir avec leurs outils d'évaluation ou de management existants, et tout document utile dans leurs fonctions de managers.



LE METIER DE SUPERVISEUR



Réf. SCA

Intégrer et faire progresser ses collaborateurs

Je suis heureuse d'avoir formalisé mon suivi et les évaluations de mes collaborateurs. Je sais maintenant comment partager ces nouveaux outils avec mon équipe.

Patricia (resp. service client)



3 jours (2+1)
soit 21 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Superviseur et animateur d'équipe de téléacteurs de centre d'appels.
- Service relation client, plateforme téléphonique, hot-line...

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, chaque participant sera capable de :

- Acquérir les méthodes et outils pour une supervision efficace ;
- Animer son équipe et donner du sens au travail quotidien ;
- Se positionner dans sa fonction de manager de proximité ;
- Gagner en confiance et en confort dans la relation manager/nouveau collaborateur ;
- Enrichir sa communication pour motiver et accompagner son équipe vers des résultats.

MÉTHODE

- Apport des outils et des techniques d'entretien.
- Etablissement d'une grille d'écoute personnalisée au contexte de l'entreprise.
- Mises en situation à partir de cas réels.



PROGRAMME

Du terrain à la supervision d'une équipe de téléconseillers : ce qui change

- Clarifier sa mission : objectifs de vente, de productivité, de satisfaction client, activités et compétences.
- S'approprier les enjeux de la relation client à distance.
- Se positionner en tant que manager de proximité : clés du succès et pièges à éviter.
- Savoir communiquer avec le service commercial terrain.

Motiver son équipe : donner du sens au travail quotidien des téléconseillers

- Du faire au faire faire : quand être directif ? participatif ?
- Donner un sens « orienté client » à une procédure, une règle à respecter.
- Impliquer chacun avec les leviers individuels de motivation.
- Mobiliser le groupe : réunions ponctuelles, périodique, lancement de campagne...

Faire progresser les compétences

- Les outils pour évaluer et manager les compétences des téléconseillers.
- Savoir animer un atelier d'évaluation.
- Intégrer un nouvel élément.
- Organiser le progrès : partager les savoir-faire, faciliter la polyvalence.
- Que faire avec un collaborateur qui ne progresse pas ?

La phase accompagnement

- Développer les compétences du collaborateur.
- Adapter son niveau d'intervention en fonction de la montée en autonomie.
- Programmer et réaliser le suivi des mises en œuvre des tâches.
- Mise en place d'un système de contrôle et d'évaluation partagée des résultats.
- Faire un bilan, une analyse des réalisations du nouveau collaborateur qui lui permette de s'exprimer et d'analyser sa propre pratique professionnelle.
- Analyser les erreurs et les exploiter.
- Savoir passer un message sur les axes de progrès.



FORMATION

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

- 52 **Gagner du temps et de l'énergie**
Se programmer pour réussir
- 53 **La prise de parole en public**
Allez-y, nous vous écoutons
- 54 **Mieux communiquer**
Avec aisance et souplesse
- 55 **Interagir autrement avec la méthode des couleurs**
Mieux se connaître pour mieux échanger
- 56 **Développer la confiance en soi**
Oser et changer
- 57 **Transformer le stress en énergie positive**
Être zen
- 58 **Être plus efficace grâce au Mind Mapping**
Un outil ludique et performant
- 59 **La mémoire en pleine forme**
Comment la réveiller et la stimuler
- 60 **La lecture rapide et efficace**
Une méthode simple et opérationnelle

GAGNER DU TEMPS ET DE L'ÉNERGIE

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Se programmer pour réussir

“ J’ai bien apprécié la notion de prendre rendez-vous avec soi-même et surtout le “petit truc” pour vider sa tête avant de quitter le bureau. ”

Romain (assistant de direction)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout public.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, chaque participant saura :

- Planifier, organiser, construire son temps pour contribuer à l’atteinte de ses objectifs ;
- Définir les plans d’action pour diminuer l’impact des “mangeurs de temps” ;
- Se comporter en “gagneur de temps”.

MÉTHODE

- Adaptation de la formation aux problématiques “communes” des participants.
- Travaux d’observation, d’analyse des situations rencontrées par les participants.
- Moments de partage des pratiques effectives des participants.
- Des cas apportés par les participants.



Réf. GTI

PROGRAMME

Réaliser son diagnostic par rapport au temps

- Observer l’utilisation réelle de son temps.
- Évaluer l’écart entre temps planifié et temps réalisé.
- Repérer les “mangeurs de temps”.
- Repérer ses comportements et son “rapport au temps”.

S’organiser pour être efficace : traitement des mangeurs de temps

- Faire l’inventaire des solutions à mettre en œuvre pour diminuer ou éliminer les “mangeurs de temps”.
- Avoir les comportements efficaces par rapport au temps : faire face aux dérangements, dire non, se rendre disponible et protéger son temps.

Acquérir les outils de la gestion du temps : de la fixation des objectifs à la planification

- Définir ce que l’on veut faire de son temps : estimer les temps de réalisation et définir les priorités.
- Organiser et planifier son temps en appliquant les règles simples de planification : intégration des imprévus et règles de report.

Se fixer et évaluer ses objectifs personnels et axes de progrès réalistes

- Sur la base d’une grille d’auto-évaluation fournie par l’intervenant, les participants se fixent leurs propres objectifs de changement en terme de gestion du temps. La grille permet aux participants de suivre leur progression dans la phase de mise en application qui suit la formation.

LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Allez-y,
nous vous écoutons

“ J’ai compris pourquoi j’ai le trac quand je fais mes démos [...]. Les multiples exercices vont me permettre de mieux contrôler mon émotion, surtout quand je débute. ”

Stéphane (vendeur expert en logiciel)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout public.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation,
chaque participant aura appris à :

- Prendre la parole en public avec efficacité et plaisir ;
- Captiver son auditoire : gérer ses réactions, répondre aux questions ;
- Gagner la sympathie du public ;
- Apprivoiser le trac : maîtriser son émotivité.
- Improviser

MÉTHODE

- Travail sur la voix et la respiration.
- Exercice de relaxation et de visualisation positive.
- Jeux de rôle vidéo.
- Supports de formation.



Réf. PPP

PROGRAMME

1^{re} partie

- Réussir son entrée en matière.
- Apprendre à suivre un déroulement logique et cohérent (grille de recherche d’idées, construction du discours).
- Améliorer la capacité d’expression : développer sa fluidité mentale et verbale.
- Améliorer la clarté du discours : travail sur la voix, l’articulation et le souffle.
- Construire et utiliser des supports visuels.
- Improviser.

2^e partie

- Connaître et utiliser le langage du corps.
- Capter et maintenir l’attention de l’auditoire.
- Adopter le comportement juste : gérer les réactions de l’auditoire.
- Répondre efficacement aux questions.
- Gérer le trac : se préparer psychologiquement, connaître les techniques de respiration et de relaxation.
- Les “trucs” de l’orateur.



MIEUX COMMUNIQUER



Avec aisance et souplesse

“ Je remercie ma collègue qui m’a conseillé de suivre cette formation. Ces 3 jours sont bien remplis [...] ça remue, mais ça fait un bien immense. ”

Fabienne (assistante)



3 jours soit 21 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne souhaitant développer des relations harmonieuses, dynamiques et constructives avec les autres.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, le participant pourra :

- Développer sa connaissance de lui-même : faire le point de ses forces et de ses freins personnels ;
- Adapter ses comportements pour inspirer confiance et éviter les tensions ;
- Utiliser des techniques simples pour être plus à l’aise en toute circonstance.

MÉTHODE

- L’ambiance récréative favorise la participation et l’engagement.
- Les apports techniques et les exercices proposés sont suivis d’applications concrètes : la pédagogie s’appuie sur les situations réelles vécues par les participants.
- L’animateur accompagne chacun dans la progression tout en stimulant les échanges au sein du groupe.



Réf. MICO

PROGRAMME

Prendre conscience de ses comportements face aux autres

- Le corps : l’attitude, le geste, le regard.
- La voix : le ton, la diction, le débit, l’articulation, la modulation.
- La cohérence : “ce que je veux dire” et ce que “je montre réellement”.

Établir un rapport harmonieux

- Capter les informations verbales et non verbales émises par mon interlocuteur : l’écoute active, l’empathie, le questionnement, la reformulation.
- Calibrer mon intervention : créer un réel courant de sympathie et de complicité avec les autres tout en restant naturel et sincère.

Oser s’affirmer tranquillement dans une relation

- Le pouvoir de la parole : être force de proposition, savoir demander, savoir refuser, savoir émettre une critique, un compliment...
- La réactivité :
 - Faire face aux situations imprévues (“questions-pièges”, recevoir un reproche...) de façon spontanée et positive, l’art de l’improvisation ;
 - Faire face aux situations conflictuelles : éviter le piège entre “monter sur le ring” et “être trop gentil” ;
 - Transformer une attaque en critique utile.

Établir un contrat personnel d’évolution

- Se fixer des objectifs réalistes et acceptables.

INTERAGIR AUTREMENT AVEC LA MÉTHODE DES COULEURS

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Mieux se connaître
pour mieux échanger

Maintenant, je sais ce qu'il faut faire
pour "faire passer le courant".

Maxime (responsable service logistique)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne désireuse de mieux se connaître et de mieux connaître les autres pour établir des relations plus confortables.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation,
chaque participant :

- Aura identifié son profil et son propre style d'interaction ;
- Saura reconnaître le style comportemental de ses collègues, de ses amis, de ses proches ;
- Pourra mieux s'adapter et enrichir ses échanges.

MÉTHODE

Une approche personnalisée :

- Chaque participant reçoit son inventaire de personnalité (24 pages) et exploite les résultats avec le consultant formateur.
- Les apports théoriques et les études de cas permettent de repérer les profils psychologiques de l'entourage professionnel.
- Une formation rythmée et concrète, avec des mises en situation qui permettent aux participants de s'approprier le modèle.



Réf. CSI

PROGRAMME

Les 4 profils comportementaux de la méthode D.I.S.C.

- Le langage des couleurs : objectifs et domaines d'application dans la vie de tous les jours.
- Les points forts, limites, besoins et moteurs de chaque profil.
- La communication à adopter selon le profil et le contexte.

Découvrir son profil

- Comprendre les interactions entre les profils.
- Analyser les différences de comportements.
- Anticiper les conséquences.

Identifier le profil des autres

- Repérer rapidement le mode de fonctionnement des personnes de son entourage.
- S'y adapter et trouver un terrain d'entente.

Anticiper et traiter les situations délicates

- Comprendre les difficultés relationnelles rencontrées par les uns et les autres.
- Anticiper les comportements inefficaces dans les situations à risques.
- Savoir recevoir un reproche, exprimer un refus, faire une remarque, faire face à la colère.
- Reconnaître derrière la tension le besoin exprimé par soi-même et par les autres.
- Retrouver le chemin du dialogue.
- Gérer son stress et garder le contrôle de la relation.

DÉVELOPPER LA CONFIANCE EN SOI

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Oser et changer

“ Je me suis sentie tout de suite à l'aise. Je me suis aperçue qu'en fait il est très facile de dépasser ses limites. ”

Sarah (comptable)



3 jours (2+1) soit 21 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne souhaitant cultiver et développer son estime de soi, et oser s'affirmer sans peur du jugement d'autrui.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, le participant saura :

- Mettre au jour ses freins, comprendre ses propres stratégies d'échec et de réussite, s'accepter ;
- Reconnaître sa valeur et construire l'estime de soi ;
- Développer son potentiel pour générer des relations harmonieuses et constructives.

MÉTHODE

- Test d'auto-évaluation.
- Techniques simples et concrètes : progression à partir de cas vécus par les participants, exemples de la vie courante dans les cadres personnel et professionnel.
- Mises en situation.
- Formalisation d'objectifs individuels.



Réf. EADS

PROGRAMME

Se situer

- Identifier les différents comportements : passivité, agressivité, manipulation, assertivité.
- Établir l'autodiagnostic de son comportement.
- Prendre conscience de ses besoins, de ses propres sentiments.
- Quelle est la place de nos émotions ?
- Évaluer l'impact de nos attitudes.

Se construire

- L'acceptation de soi : valeurs, critères de motivation, ressources.
- Les leviers pour développer et maintenir la confiance en soi.
- Reconnaître ses droits, les droits et les choix de l'autre.

S'imposer

- Savoir dire les choses.
- Formuler une critique constructive.
- Être capable de dire NON.
- Recevoir un reproche, faire un compliment.
- Dénouer les manipulations, négocier.
- Désamorcer et recadrer les situations de conflit.

Se projeter

- Définir des objectifs personnels de progression.

TRANSFORMER LE STRESS EN ÉNERGIE POSITIVE

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Être zen

“C’est rassurant de voir qu’on n’est pas seul à vivre des moments difficiles [...] Cette formation m’a donné les clés pour évacuer ces angoisses que je me passais en boucle.”

Laurent (téléconseiller)



2 jours (1+1) soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Tout public.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, chaque participant aura :

- Compris les origines et le mécanisme du stress pour le canaliser ;
- Appris qu’il a en lui toutes les ressources nécessaires pour se libérer des tensions physiques et mentales ;
- Trouvé une nouvelle source de motivation pour s’adapter et réagir face aux enjeux et situations professionnelles et personnelles.

MÉTHODE

- Travail en petits groupes dans un esprit convivial et détendu.
- Alternance d’exposés théoriques, de tests, d’évaluations, d’exercices de relaxation et de visualisation.
- Échange et partage d’expériences entre les participants.



Réf. ZEN

PROGRAMME

Comprendre le stress

- Qu’est-ce que le stress ? Ses causes et ses conséquences.
- Distinguer le “bon” et le “mauvais” stress.
- Les différentes réactions en fonction des personnalités.
- Identifier son propre mode de fonctionnement.

Canaliser et neutraliser les effets du stress

- Repérer les signaux d’alarme.
- Apprendre à réinterpréter ses pensées stressantes.
- Maîtriser la fonction respiratoire pour installer le calme et la confiance.

Agir contre le stress

- Savoir prendre du recul pour rester objectif.
- Vivre avec une conscience plus aiguë.
- Entretenir la confiance en soi.
- Instaurer une nouvelle relation au temps.

Limitier les sources de stress avec les autres

- S’affirmer en douceur.
- Savoir dire ce que l’on pense.
- Apprendre à dire non sans s’opposer.
- Déjouer les situations à risques.



ÊTRE PLUS EFFICACE GRÂCE AU MIND MAPPING

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Une approche **ludique**
et **performante** pour
structurer et synthétiser
vos idées

Il faudrait rendre cette méthode
obligatoire dès l'école.

Geneviève (responsable de projets)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne désireuse de progresser dans les situations courantes comme : prendre des notes, gérer des projets, faire des choix, prendre des décisions, préparer des présentations en public, des réunions, des formations, mémoriser des informations, développer la créativité et la productivité d'un groupe.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation,
les participants sauront:

- Concevoir des cartes adaptées à leur contexte, à la main et avec un logiciel gratuit ;
- Clarifier et structurer leurs idées en créativité et en mode de résolution de problèmes ;

MÉTHODE

- L'approche utilisée est active et participative : elle alterne phases de découverte par les participants, d'apports de l'animateur et d'appropriation par l'entraînement.
- Des exercices systématiques pour tous les savoirs abordés et des entraînements systématiques pour toutes les stratégies et astuces étudiées.

MATÉRIEL À APPORTER

- Un ordinateur portable



Réf. **MIND**

PROGRAMME

Découvrir les grands principes du traitement de l'information par le cerveau

- Deux modes de traitement de l'information : le mode linéaire et le mode global
- Deux principes sous-jacents de la mémoire : l'association et la visualisation

Concevoir une carte heuristique en suivant des règles simples et efficaces

- Rechercher des mots-clés.
- Mise en image.
- Mise en relation.

Utiliser la carte heuristique pour :

- Structurer les informations.
- Prendre des notes rapidement.
- Produire des idées nouvelles.
- Mieux mémoriser.
- Prendre la parole.

Développer son propre style et se l'approprier rapidement

Construire une carte heuristique avec un logiciel

- Le centre, les sujets, l'utilisation de modèles.
- Les notes et les étiquettes.
- Les marqueurs.
- Les pièces jointes et les hyperliens.
- Réaliser un brainstorming.
- Combiner plusieurs cartes.

Améliorer l'impact visuel d'une carte heuristique

- La structure, la forme, le fond.
- Les relations, accolades, nuages...
- Les pictogrammes et les images.

Utiliser un logiciel pour :

- Piloter des projets.
- Animer des réunions.
- Gérer l'information.

LA MÉMOIRE EN PLEINE FORME



Comment la réveiller et la stimuler

“J’ai bien aimé les tests et exercices, très ludiques pour retrouver et surtout entretenir “le chemin” des informations qu’on croyait perdues.”

Nathalie (service marketing)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne qui cherche à accroître le potentiel de sa mémoire pour en tirer des bénéfices concrets dans sa vie personnelle et professionnelle.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, chaque participant aura appris à :

- Définir le fonctionnement de la mémoire et son vieillissement ;
- Tirer parti de cette connaissance pour adopter des attitudes efficaces ;

MÉTHODE

- L’approche utilisée est active et participative : elle alterne phases de découverte par les participants, d’apports de l’animateur et d’appropriation par l’entraînement.
- Des exercices systématiques pour tous les savoirs approchés et des entraînements systématiques pour toutes les stratégies et astuces étudiées.
- Chaque temps pédagogique est résumé par des fiches synthèses.



Réf. **MEMO**

PROGRAMME

Mieux comprendre le fonctionnement de la mémoire

- Mémoires à court terme et à long terme, mémoires du passé et de l’avenir.
- Une pluralité de mémoires indépendantes mais hiérarchisées.
- Comment apprenons-nous ?
- Mémoire oublieuse et pathologique, vieillissement de la mémoire lexicale, érosion de la mémoire de travail.
- Comprendre nos oublis.
- Conseils pratiques au quotidien pour entretenir et développer les mots, les images et les significations.

Entraîner efficacement sa mémoire

- Entraîner ses attentions aux mots, aux images et aux significations.
- Associer pour lier les informations aléatoires ou arbitraires entre elles.
- Mémoriser un texte ou adopter des attitudes de préparation, de questionnement et de récapitulation.
- S’initier aux astuces mnémotechniques : mettre un nom sur un visage, mémoriser des nombres, une liste d’actions à effectuer.

LA LECTURE RAPIDE ET EFFICACE

DÉVELOPPEMENT
PERSONNEL

Une méthode simple et opérationnelle

Avec cet apport théorique et la poursuite des exercices, je vais rapidement gagner beaucoup de temps dans l'interprétation et la synthèse des documents.

Patrice (avocat)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne qui a à lire et à traiter fréquemment des informations abondantes.

OBJECTIFS

La formation doit permettre à chaque participant :

- D'améliorer sa vitesse de lecture et sa capacité de mémorisation ;
- D'acquérir des méthodes de restitution immédiate et structurée.

MÉTHODE

- L'approche est essentiellement pratique : elle intègre les lectures professionnelles pratiquées par les stagiaires et comme toute technique, se base sur un entraînement intensif.
- Une documentation pédagogique, indépendante des exercices, récapitule les informations principales.



Réf. **LIRE**

PROGRAMME

Les mécanismes physiologiques de la lecture

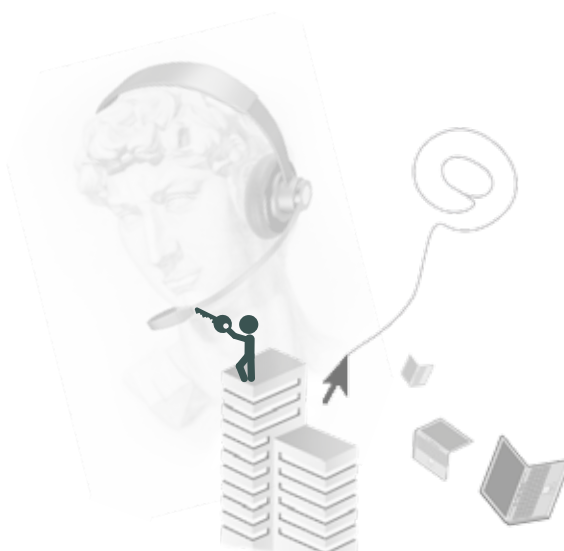
- Prise de conscience de nos habitudes de lecture.
- Passage d'une lecture orale et subvocale à une lecture mentale.
- Les obstacles psychologiques et techniques à la bonne lecture.
- Bilan de nos capacités de lecture, les critères d'efficacité.

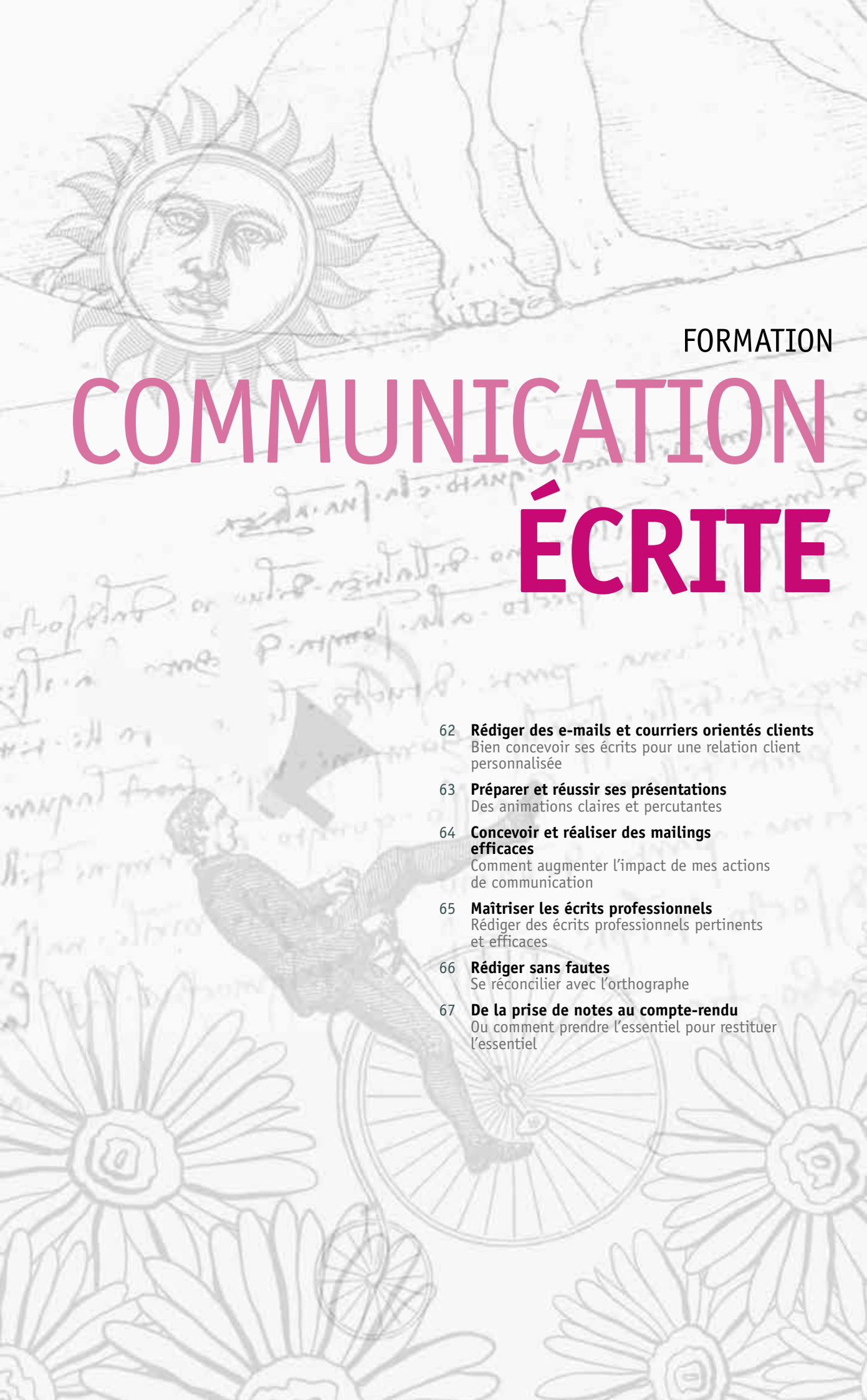
Les techniques de lecture

- Les types de lecture : globale, continue, discontinue...
- Le survol, le repérage et la lecture sélective.
- Utiliser les 3 entrées pour lire sélectivement : concepts-clés, alertes visuelles, attaques de paragraphes.
- L'écrémage et les balayages : pour aller vite à l'essentiel.

Mémorisation de l'information et élaboration des synthèses

- Le fonctionnement de la mémoire : attention, concentration, intérêt, logique.
- Savoir trier : maîtriser sa "carte mentale" pour classer, hiérarchiser et retenir les informations essentielles.
- De la logique de mémorisation à la logique de restitution : le choix du plan.





FORMATION

COMMUNICATION ÉCRITE

- 
- 62 **Rédiger des e-mails et courriers orientés clients**
Bien concevoir ses écrits pour une relation client personnalisée
 - 63 **Préparer et réussir ses présentations**
Des animations claires et percutantes
 - 64 **Concevoir et réaliser des mailings efficaces**
Comment augmenter l'impact de mes actions de communication
 - 65 **Maîtriser les écrits professionnels**
Rédiger des écrits professionnels pertinents et efficaces
 - 66 **Rédiger sans fautes**
Se réconcilier avec l'orthographe
 - 67 **De la prise de notes au compte-rendu**
Ou comment prendre l'essentiel pour restituer l'essentiel

RÉDIGER DES E-MAILS ET DES COURRIERS ORIENTÉS CLIENTS

COMMUNICATION
ÉCRITE

Bien concevoir ses écrits pour **une relation client personnalisée**

“ Cette formation m’a fourni des astuces simples et pratiques à mettre en place. Mes messages sont plus percutants. ”

Lucie (conseillère clientèle)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne ayant à rédiger des courriers et e-mails dans un cadre commercial.

OBJECTIFS

- A l'issue de la formation, les participants auront :
- Choisir entre les différents canaux et supports de communication (oral, écrit, courriers, mails...) ;
 - Identifier les enjeux des écrits dans la relation client ;
 - Construire un message personnalisé.

MÉTHODE

- Pédagogie active avec des exercices de découverte et d'entraînements.
- Chacun peut apporter des documents professionnels afin de les améliorer durant le stage.

PREVOIR

- Un ordinateur portable



Réf. RMC

PROGRAMME

Choisir le bon canal de communication

- Choisir le bon canal en fonction de l'objectif, du contexte et du message.
- Avantages et limites de la communication écrite.

Structurer son écrit

- Se mettre à la place du client et analyser sa problématique.
- Préparer et structurer son message.
- Travailler la forme.

Rédigez des courriers orientés client

- Identifier les enjeux du courrier.
- Personnaliser sa relation avec le client.
- Convaincre par écrit.

Rédiger des e-mails orientés clients

- Identifier les avantages et les pièges de la communication immédiate.
- Respecter les principes des e-mails efficaces.

Saisir l'opportunité de l'écrit pour renforcer la relation client

- Fidéliser, voire développer l'activité avec le client.
- Maîtriser les situations délicates : refus, relance, réclamations, excuses...

PRÉPARER ET RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS



Des animations *claires et percutantes*

“Pendant la formation, j’ai retravaillé sur des supports existants. Je suis désormais moins stressée et plus convaincante.”

Isabelle (chef produit)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne qui conçoit et réalise des présentations orales avec des supports visuels et souhaite renforcer leur efficacité.
- Pré-requis : Maîtriser les bases d’un logiciel de présentation (powerpoint, keynote...).

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Clarifier les objectifs de sa présentation ;
- Bâtir un scénario structuré et fluide ;
- Concevoir un diaporama efficace, complémentaire du propos oral ;
- Renforcer sa présence d’orateur.

MÉTHODE

- Partage d’expériences et applications concrètes.
- Les participants apportent une de leur présentation et la retravaillent durant la formation. Ils s’entraînent à la prise de parole avec des supports visuels.
- Remise de fiches ressources reprenant tous les points traités durant la formation.

PREVOIR

- Un ordinateur portable.
- Diaporamas déjà réalisés par le stagiaire.



Réf. **PRP**

PROGRAMME

Répondre aux besoins inconscients de tout auditoire

- Aller à l’essentiel.
- Impliquer l’auditoire.
- Viser la complémentarité entre le propos oral et le support visuel.

Développer et structurer son propos

- Se poser les bonnes questions.
- Déployer ses idées : données et arguments.
- Bâtir un plan autour du message essentiel.
- Rédiger son propos.

Concevoir un diaporama qui facilite la compréhension et la mémorisation

- Tracer un story-board, sélectionner les idées à soutenir visuellement.
- Structurer graphiquement sa présentation et prévoir des repères visuels.
- Choisir et insérer des illustrations adaptées : photos, schémas, graphiques, tableaux, vidéos...
- Donner du poids aux mots.
- Concevoir une mise en page efficace à partir des jeux de couleurs et de polices d’une charte graphique.

Piloter sa présentation avec aisance

- Susciter l’écoute par sa posture, ses gestes, sa voix.
- Coordonner prises de parole et projections de diapositives.
- Gérer son temps et anticiper les aléas.
- Suspendre sa présentation si nécessaire, sans perdre le fil.

CONCEVOIR ET RÉALISER DES MAILINGS ET E-MAILINGS

COMMUNICATION
ÉCRITE

Comment augmenter l'impact de mes actions de communication

À l'issue de cette formation, mon mailing était prêt à être expédié.

Mélissa (assistante commerciale)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Assistant(e)s commercial(e)s, marketing.
- Toute personne en situation de produire et diffuser de l'information clients/prospects.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront :

- Identifié les attributs et le rôle d'un mailing et d'un e-mailing ;
- Découvert et testé les outils et méthodes des professionnels du métier ;
- Conçu et réalisé des modèles adaptés à leurs actions.

MÉTHODE

- Alternance d'exposés théoriques et de nombreuses mises en situation.
- Ateliers de rédaction et de mise en page de mailings personnalisés.
- Remise aux participants d'un livret-document de synthèse de toutes les phases travaillées pendant la session.

PREVOIR

- Un ordinateur portable.
- Supports déjà réalisés par le stagiaire.



Réf. **MARK**

PROGRAMME

Concevoir les messages

- Pour informer ? Faire connaître ? Obtenir des renseignements ? Vendre des prestations ?
- Toujours se mettre à la place du récepteur-destinataire.
- Les composants d'un mailing : enveloppe, lettre, coupon-réponse, enveloppe réponse...
- Le rétro-planning.

L'écriture d'un mailing

- La séance de créativité et d'idéation.
- Les mots pour écrire un mailing, leur place dans la phrase : le vocabulaire; les 3 C; les phrases; le style; les verbes précis.
- L'empathie.
- La Programmation Neuro-Linguistique appliquée à un mailing.
- Connaître et appliquer la méthode des centres d'intérêt.
- Le circuit de lecture.
- Les 3 cas de destinataires ; Anticiper les questions du récepteur et y répondre.
- Le P.S. ; le P.P.S.
- La signature : forme, couleur, emplacement...

Présenter un mailing

- D'abord plaire puis convaincre et faire agir.
- La mise en page, sésame de réussite : marges, blancs, espaces... L'importance de l'enveloppe.
- Le papier – La typographie.
- 10 secrets des pros du mailing.
- Le coupon-réponse (fond et forme).
- Check-list pour tester son mailing.
- Les règles spécifiques à l'envoi par e-mailing.

Particularités de l'e-mailing

- Fond et forme.
- Un outil de communication à la portée de toute entreprise, quelle que soit sa taille.
- Très peu coûteux, il n'en exige pas moins un soin et des techniques professionnels.
- Les erreurs à éviter.

La distribution du mailing ou e-mailing

- Les délais, les jours, les saisons...
- La législation.
- Analyser : coûts ; remontées.

MAÎTRISER LES ÉCRITS PROFESSIONNELS



Rédiger des écrits professionnels pertinents et efficaces

„Ce stage m’a donné des idées pour améliorer mes correspondances. C’était bien aussi de pouvoir travailler sur ses propres documents.”

Marion (assistante de direction)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne ayant à rédiger des supports professionnels, désireuse de prendre du recul sur ses habitudes, de consolider ses acquis, d’apprendre ou de revoir les règles de base pour renouveler ou faire évoluer ses écrits.

OBJECTIFS

A l’issue de la formation, les participants sauront :

- Structurer leurs écrits en fonction de : leurs objectifs, leurs destinataires, leurs supports ;
- Conjuguer leurs capacités actuelles à de nouvelles aptitudes de créativité et d’expertise pour optimiser rédaction, présentation, pertinence et efficacité de leurs écrits ;
- Disposer à l’issue de cette session d’une « boîte à outils » simple, efficace et immédiatement transposable dans leurs tâches rédactionnelles.

MÉTHODE

- Partage d’expériences.
- Pratique d’exercices concrets, développés dans un climat convivial (ces micro-exercices sont conçus pour être pratiqués par la suite sur le poste de travail).
- Remise d’un livret pédagogique.



Réf. ECP

PROGRAMME

RÉDIGER AVEC PLUS D’AISANCE

Se mettre à la place de son lecteur

- Qui est-il ?
- De quoi a-t-il besoin ?
- Quelle réaction vise-t-on à l’issue de la lecture de l’écrit ?

Développer et structurer ses écrits

- Laisser émerger les idées - surmonter les blocages d’écriture
- Définir le message essentiel
- Bâtir un plan

Rédiger pour être lu et compris

- Choisir les mots justes, concrets, précis et compris de tous
- Distinguer «Ce qui se dit» de «Ce qui s’écrit»
- Composer des phrases courtes et dynamiques - soigner la ponctuation
- Organiser les paragraphes - articuler les propos des mots de liaison

Adapter ses écrits aux contraintes professionnelles

- Ne pas surestimer la disponibilité du lecteur
- Distinguer les faits des opinions
- Rédiger un message dans une situation délicate

RESPECTER LES PRINCIPES DE RÉDACTION ET DE PRÉSENTATION DES E-MAILS ET DES COURRIERS

Gagner du temps et de l’efficacité dans la rédaction des e-mails

- Formuler un objet précis et percutant
- Ecrire aisément en respectant un schéma-type
- Soigner la forme de ses e-mails
- Répondre de manière pertinente aux e-mails reçus

S’approprier les règles de rédaction d’un courrier

- Adopter un plan-type
- Utiliser les bonnes formules de politesse et respecter les règles de mise en page

Se réconcilier avec l'orthographe

“ Je m'en faisais tout un monde... Cette nouvelle approche m'a vraiment conquise et surtout redonné confiance. Encore merci. ”

Bernadette (responsable logistique)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne cherchant à se réconcilier avec l'orthographe, la syntaxe, la grammaire, la conjugaison.

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, chaque participant aura appris à :

- Redécouvrir et mémoriser les règles d'orthographe et de grammaire ;
- Améliorer la qualité de son expression écrite ;
- S'auto-corriger.

MÉTHODE

- Nombreux exercices pratiques et ludiques.
- Les « trucs et astuces » mnémotechniques.
- Remise de supports.



Réf. SF0T

PROGRAMME

L'expression écrite

- Éléments de construction de la phrase.
- Ponctuation : son importance, comment l'utiliser.
- Accents : leur importance, comment ne plus se tromper.
- Majuscules : règles d'utilisation pour combler les lacunes et optimiser ses atouts.

Les règles d'orthographe et leurs exceptions

- Les genres :
 - Féminin des noms ; noms féminins en “té” ou “tié” ;
 - Féminin ou masculin.
- Le pluriel :
 - Pluriel des noms communs et des noms composés ;
 - Pluriel des noms et adjectifs de couleur ;
 - Accord des adjectifs numéraux ; écriture des nombres ;
 - Savoir accorder : semi ; demi ; ci-joint ; excepté quelque ; tout ; même ;
 - Homophones : ces /ses ; c'est/s'est ; se/ce ; si/s'y ; sans/s'en...
- Les adverbes :
 - Participe présent ou adjectif verbal ?
 - Formation des adverbes en “ment”.

La conjugaison

- Les trois groupes de verbes, les différents temps.

L'accord des participes passés

- Avec les auxiliaires “être”, “avoir”.
- Suivis d'un infinitif.
- Le casse-tête des verbes pronominaux !
- Le cas particulier du pronom “en”, complément.

Les aides

- Correcteurs d'orthographe : leur utilisation, leurs limites.

DE LA PRISE DE NOTES AU COMPTE-RENDU



Ou comment prendre
l'essentiel **pour restituer**
l'essentiel

J'ai appris à bien structurer ma
prise de notes. Ça va me faire
gagner du temps à la rédaction.

Sylviane (secrétaire CE)



2 jours soit 14 heures



Formation inter



8 personnes maximum



Formation intra

PUBLIC

- Toute personne amenée dans son cadre professionnel, associatif ou personnel à prendre des notes et à rédiger des comptes-rendus.

OBJECTIFS

- A l'issue de la formation, le participant aura :
- Structurer sa prise de notes et noter rapidement;
 - Disposer des notes utiles;
 - Fournir un compte rendu efficace.

MÉTHODE

- Alternance d'apports théoriques et de nombreuses mises en pratique.
- Remise d'un livret-synthèse de tous les points traités pendant la session.

PREVOIR

- Un ordinateur portable
- Les stagiaires sont invités à apporter leurs propres documents pour en effectuer une analyse critique et les réécrire.



Réf. **NOT**

PROGRAMME

Diagnostiquer ses pratiques de prise de notes et de rédaction de compte-rendu

Clarifier les buts d'une prise de notes

- Identifier les fonctions d'un compte-rendu.
- Repérer les caractéristiques d'un compte-rendu efficace.
- Distinguer les différents types de comptes-rendus.

Se préparer à prendre des notes

- Questionner le contexte de la prise de notes.
- Repérer les points d'ancrage d'une réunion pour une bonne écoute.
- Utiliser des trames pour des prises de notes structurées, choisir la trame adaptée au contexte.

Maîtriser sa prise de notes

- Distinguer l'essentiel de l'accessoire.
- Rester objectif.
- Accélérer sa prise de notes en utilisant les abréviations, les symboles...

Prendre des notes directement sur ordinateur

Présenter et structurer le compte-rendu

- Rendre le compte rendu visuellement attractif et efficace.
- Bâtir le plan en fonction du type de compte-rendu.

Rédiger le compte-rendu en adoptant un style professionnel

- Construire des phrases courtes et dynamiques.
- Choisir des mots précis.
- Respecter les règles de ponctuation.
- Utiliser des mots de liaison.

- ***Que se passe-t-il après mon inscription ?***

Vous allez recevoir dans les 10 jours maximum, un dossier comprenant une convention de formation à retourner signée à Fonetica.

- ***Quand allons-nous recevoir notre convocation ? A qui est-elle adressée ?***

10 jours avant le début de la formation, vous recevrez votre convocation précisant le titre du stage, l'adresse du centre de formation ainsi qu'un plan d'accès. Les convocations sont adressées par mail aux participants avec double au responsable de formation.

- ***Le salarié peut-il certifier avoir suivi une formation ?***

A la fin du stage, le participant reçoit nominativement une attestation certifiée conforme par Fonetica. Une attestation de présence est envoyée à l'entreprise.

- ***Où se déroulent vos formations ?***

La formation peut se dérouler dans votre entreprise ou dans une salle extérieure de votre choix (formule INTRA). Sinon, vous pouvez déléguer 1, 2 voire 3 personnes à nos stages INTER (formations organisées sur un même thème pour 5 à 8 personnes d'entreprises différentes). Nos formations se déroulent en formule "séminaire" en milieu résidentiel. Si nécessaire, vous pouvez réserver sur place ou à proximité une chambre d'hôtel (nous contacter).

- ***Dans quelles villes sont organisées les formations INTER ?***

Le plus souvent, les stages se tiennent à Nantes, Angers, Rennes, Vannes, Laval, Cholet, Le Mans, La Roche-sur-Yon, Poitiers, La Rochelle, Niort, etc. N'hésitez pas à nous consulter pour connaître les dates des prochaines sessions à proximité de chez vous.

- ***Quels sont les horaires des formations ?***

Les stages se déroulent en règle générale de 8 h 45 à 17 h 30. Les horaires du dernier jour sont adaptés en fonction des contraintes de déplacement des stagiaires.

- ***Dans le cadre des stages INTER, comment sont organisés les repas ? Sont-ils compris dans le prix de la formation ?***

Pauses et repas sauf stipulation sont compris dans le prix de la formation. Les repas sont toujours pris en commun avec le formateur.

- ***Combien y-a-t-il de stagiaires par session ?***

Nos stages sont volontairement limités à 8 participants pour favoriser les échanges d'expériences et donner la priorité aux mises en situation.

- ***Comment être sûr que la formation va correspondre à ma demande ?***

En stage INTER (formation organisée sur un même thème pour 5 à 8 personnes d'entreprises différentes), tout envoi de proposition est accompagné d'une fiche des attentes (à remplir par le participant) et d'une fiche des objectifs (à remplir par le responsable de service). Avant chaque formation, l'animateur contacte individuellement les stagiaires pour précisions éventuelles sur leur fonction et leurs attentes. En stage INTRA (formation exclusive pour votre entreprise), toute formation est précédée d'une phase préparatoire (rencontre sur site ou réunion téléphonique avec les responsables et participants).

- ***Quelle formule choisir : INTER ou INTRA ? Quel programme choisir ?***

Pour vous aider dans votre choix, un responsable pédagogique ou un animateur Fonetica vous renseignera sur le contenu, la méthode, la durée nécessaire pour travailler sur un thème, le budget, la composition des groupes, l'organisation.

- ***Comment Fonetica évalue-t-elle la qualité de ses prestations ?***

À la fin de chaque stage, nous évaluons la satisfaction des stagiaires par écrit (document Fonetica ou document de l'entreprise cliente) et par oral, idéalement, en présence d'un responsable du projet de formation.

- ***Quels sont les documents remis aux stagiaires au cours de la formation ?***

Selon le thème du stage, les documents pédagogiques sont remis pendant ou à l'issue du stage. Chaque livret contient les règles générales et les consignes spécifiques adaptées au contexte du participant.

fonetica

des formations clés !

Pour plus d'informations,
consultez nos conseiller(e)s au

02 51 42 94 58

par télécopie au



02 51 42 94 91

par email

contact@fonetica.fr

ou retrouvez-nous sur

www.fonetica.fr



Retrouvez et téléchargez
tous nos programmes,
notre planning de formation Inter
sur notre site www.fonetica.fr

Siège social :

ZA la Bretonnière - 1 & 3 bis, rue Augustin-Fresnel - 85600 BOUFFÉRE

CAPITAL : 40 800 € / SIRET : 348 775 222 000 48 / Code NAF : 8559A
TVA INTERCOMMUNAUTAIRE : F 64 348 775 222
N° ORGANISME DE FORMATION : 52 85 00 276 85