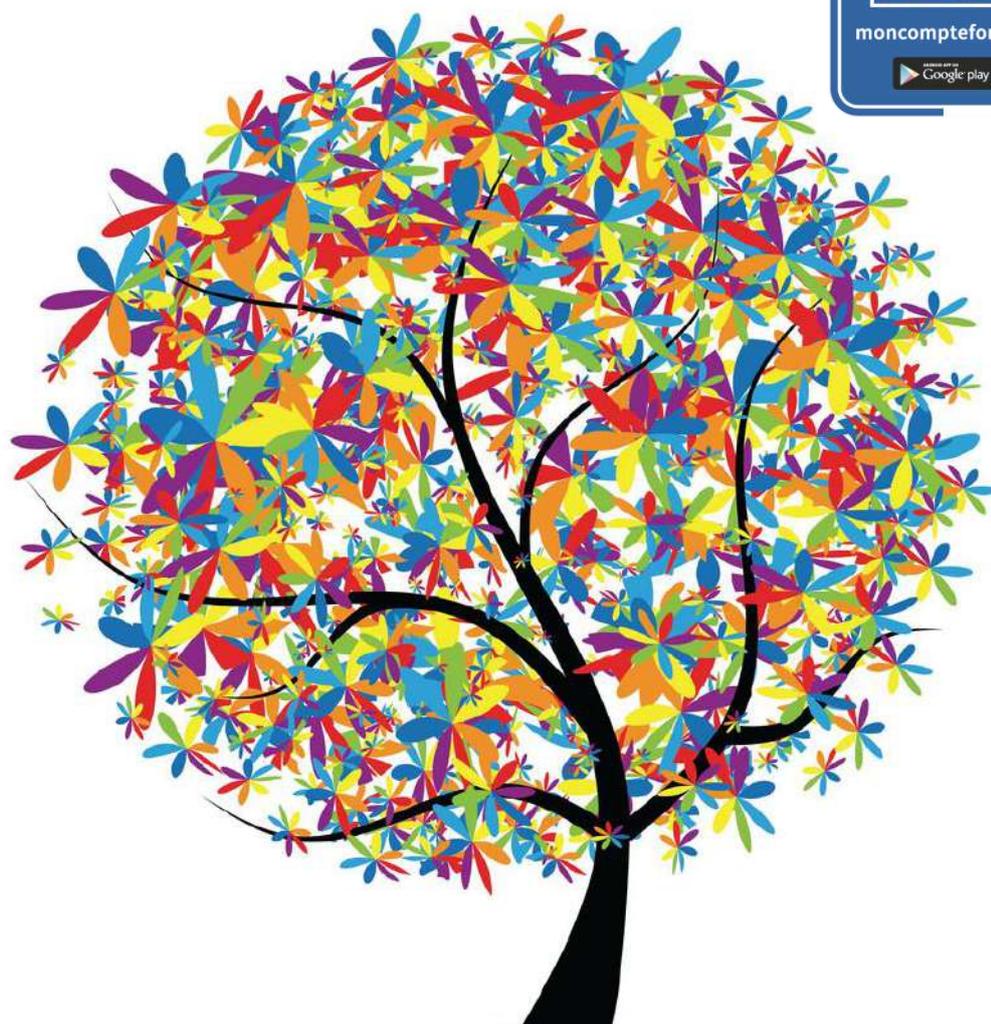




Catalogue CPF



Formations 2022

Qui Sommes-Nous ?

Le Groupe Horizon

Spécialiste de la **Formation**, du **Conseil**, de l'**Audit**, du **Recrutement** et du **Coaching** en région PACA, le Groupe Horizon est reconnu depuis 12 ans en tant que partenaire privilégié des professionnels du Var.

Accélérateur de l'évolution professionnelle de plus de 15 000 salariés et non salariés, tous secteurs confondus et sur la France entière, le **Groupe Horizon** est un véritable **promoteur de solutions RH** au travers de consultants indépendants experts.

Horizon Formation

Implanté au cœur du tissu économique varois **depuis 2005**, notre équipe Formation se compose de chefs de projets expérimentés capables de répondre au mieux à vos besoins spécifiques.

Notre offre de Formation se répartit entre 5 catalogues de formations dites "transversales" **Signature HORIZON RH, Général, Prévention / Sécurité, Efficacité commerciale et Pack Entreprise** et 5 catalogues "Métiers" spécifiques et complémentaires : **Hôtellerie / Restauration, Immobilier, Hôtellerie de Plein Air, Etablissements de Santé, Commerce / Distribution.**

En Inter comme en Intra, Horizon Formation propose avant tout des sessions sur-mesure, personnalisées et adaptées à vos exigences.

Qu'est ce que le CPF ?

Le **Compte Personnel de Formation** est le droit à la formation professionnelle, qui **remplace le DIF** (Droit Individuel à la Formation) depuis le 1er janvier 2015.

Définition du Compte Personnel de Formation (CPF)

Le CPF permet à **toute personne**, salariée ou demandeur d'emploi, de suivre, à **son initiative**, une action de formation.

Il accompagne son titulaire dès l'entrée dans la vie professionnelle et tout au long de sa carrière jusqu'au départ en retraite.

Quelles sont les formations éligibles au CPF ?

Le Compte Personnel de Formation permet d'acquérir des **compétences reconnues** (qualification, certification, diplôme) et/ou un socle de connaissances permettant d'enrichir ses savoirs comme son employabilité.

Les formations éligibles au CPF doivent figurer sur une liste élaborée au National, par les Conseils régionaux, les partenaires sociaux, et les branches professionnelles. Ces formations répondent aux besoins économiques prévisibles et à des critères de qualités règlementées.

Fonctionnement

Le CPF est alimenté automatiquement au début de l'année qui suit l'année travaillée (ainsi les droits acquis en 2019 seront disponibles au 1er trimestre 2020). **Les droits restent acquis même en cas de changement d'employeur ou de perte d'emploi.**

L'alimentation du compte est calculée proportionnellement au temps de travail effectué. Lorsque le salarié relève de plusieurs catégories au cours d'une même année, la Caisse des dépôts et consignations (CDC) applique le montant d'alimentation annuel et le plafond les plus favorables.

Pour un **salarié ou un travailleur indépendant** (à temps plein, ou à temps partiel) l'alimentation du compte se fait à hauteur de **500 € par année de travail**, dans la limite d'un plafond de 5 000 €.

Pour un **travailleur non qualifié** (CAP/BEP, titre professionnel enregistré et classé au niveau 3 du RNCP) l'alimentation du compte se fait à hauteur de **800 € par année de travail**, dans la limite d'un plafond de 8 000 €.

S'inscrire à une formation

Vous pouvez créer votre compte et consulter votre solde à l'adresse suivante : <https://www.moncompteformation.gouv.fr>

Pour vous inscrire à une de nos formations : « **taper** dans le champ de recherche **l'intitulé exact de la formation** recherchée (voir sommaire) et le **code postal 83130** » ou contactez nous par téléphone au **04 94 48 87 74**.

Maîtriser son Organisation, son Temps et la Gestion de ses Priorités	5
Préparer efficacement une Formation : du Programme aux Séquences Pédagogiques	7
Mettre en oeuvre l'Animation d'une Formation : du Support à la Transmission des savoirs	8
Fondamentaux des Réseaux Sociaux et Optimisation de la Présence sur le Web	9
Développer son Influence et sa force de Conviction (PNL®)	11
Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®).....	13
Améliorer l'orthographe et la grammaire dans ses écrits professionnels.....	15
Améliorer l'impact de ses écrits professionnels	17
Développer son Efficacité Relationnelle (Process Communication®).....	19
Certification en Communication Interpersonnelle (Process Communication Model®)	21
Accroître sa Communication et son Aisance Relationnelle (Modèle DISC®).....	22
Maîtriser les fondamentaux de la Communication (Analyse Transactionnelle®).....	23
Le Métier de Manager Niveau 1 (Fondamentaux du Management)	25
Le Métier de Manager Niveau 2 (Perfectionnement).....	27
Le Management par Objectifs et Indicateurs de Performance.....	28
Le Co-Développement pour améliorer ses pratiques en Entreprise	30
Réaliser Son Bilan de Compétences	32
La Prospection Commerciale	34
Les Techniques de Vente et Pratiques Commerciales	36
Les Clés de la Négociation Commerciale	38
Les Fondamentaux de la Relation Client	40
La Stratégie Marketing	42
L'essentiel de la gestion d'un centre de profit.....	43
Word : opérationnel.....	44
Word : perfectionnement	45
Excel : opérationnel.....	46
Excel : perfectionnement.....	47
Powerpoint : opérationnel.....	48
Powerpoint : perfectionnement	49
Formation et Certification à l'Anglais Professionnel (TOEIC, PIPLETT FLEX.....)	50
SST : Sauveteurs-Secouristes du Travail	51
Habilitation Électrique B0-H0V.....	54
Habilitation électrique/Opérations simples-BS et BE Manoeuvres	55
PRAP : Prévention des Risques liés à l'Activité Physique (Gestes et Postures)	57
H. A. C. C. P. Cuisine	58
Parcours Certifiant en Communication Interpersonnelle	59
Parcours Certifiant en Techniques de Vente.....	64
Parcours Certifiant en Management de Proximité	69
Parcours Certifiant en Relation Client	75
Parcours Certifiant de Formation de Formateur	79
Parcours Certifiant de Direction de Centre de Profit.....	82

Maîtriser son Organisation, son Temps et la Gestion de ses Priorités

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne en questionnement sur sa difficulté à maîtriser le temps, sa structuration, son organisation et sa gestion des priorités.

Objectifs :

- Optimiser ses ressources.
- Comprendre sa relation au temps.
- Acquérir des outils et des méthodes de gestion du temps.
- Apprendre à gérer et structurer plusieurs tâches.
- Mieux s'organiser personnellement.
- Analyser et découvrir les différents moyens de mieux s'organiser, d'organiser ses tâches et de gérer les imprévus.
- Créer et entretenir des relations efficaces avec tous les interlocuteurs.
- Faire le point sur ses connaissances en matière de gestion de priorités.

Contenu de la formation :

Clarifier et identifier : Activités, Charges de travail, Missions et Fonction.

- ▶ Rôle et missions.
- ▶ Analyser ses différentes attributions pour mieux gérer son temps et son organisation.
- ▶ Retour d'expérience : découvrir ses Voleurs de Temps (Chronophages) et mettre en place des stratégies.
- ▶ Apprendre à prioriser les tâches et leur attribuer une valeur.
- ▶ Les Lois du Temps : Murphy, Ecclésiaste, Pareto...
- ▶ Tâches pro-actives, réactives et de fond.
- ▶ Généralités sur la gestion du temps.
- ▶ Principe de linéarité, principe de synchronisme.
- ▶ La Méthode TEMPS découverte et mise en application.
- ▶ Exercice : Ma To do list et ma planification sur agenda

La structuration du temps de chacun :

- ▶ Structurer sa journée :
 - Planifier.
 - Prioriser : hiérarchiser selon l'importance et l'urgence (Principe d'Eisenhower).
- ▶ Déterminer l'équilibre et les priorités entre temps personnel et exigences de sa fonction.
- ▶ Prendre le temps de faire le point régulièrement.

Principe de la carte journalière :

- ▶ L'urgent, le non urgent, l'important, le non important.
- ▶ La gestion de l'imprévu.
- ▶ Le budget temps par activités.
- ▶ Exercice de priorisation des tâches.

Faire les choix indispensables pour accroître sa disponibilité et ses performances.

Gérer son temps de manière opérationnelle :

- ▶ Évocation des marques (de délégation, de décision, d'information, d'ordre, de fermeté, etc...).
- ▶ Outils et méthodes : Pareto, Ishikawa...
- ▶ L'agenda et les outils modernes de gestion du temps.
- ▶ La formalisation des savoir-faire.
- ▶ Anticiper, planifier, organiser : réactivité et pro-activité.
- ▶ Déléguer : quoi ? comment ? à qui ? pour quand ?
- ▶ Apprendre à dire non, à négocier un délai.

*Maîtriser son
Organisation, son
Temps et la Gestion de
ses Priorités*

Maîtriser son Organisation, son Temps et la Gestion de ses Priorités

Programme de formation

(suite)

- ▶ Apprendre à demander Méthode JEEP
- ▶ Réagir aux demandes urgentes : imprévus, dérangements.

Sa personnalité et son propre rapport au temps :

- ▶ L'axe des buts (motivations) et des relations (rapport aux autres).
- ▶ Les rackets et jeux d'entreprise comme facteurs aggravants dans la perte de temps.
- ▶ Connaître ses modes de fonctionnement et son style d'organisation.
- ▶ Test : Monochronie et polychronie.

La gestion du temps et la communication :

- ▶ Comprendre les attentes de son interlocuteur, de sa direction...
- ▶ Les fondamentaux de la communication.
- ▶ La communication assertive.
- ▶ Communiquer de manière factuelle et SMART pour gagner en efficacité.
- ▶ Communication en face à face, au téléphone et par mails.
- ▶ Être le garant de l'entreprise et véhiculer une image professionnelle.
- ▶ Organisation et réactivité
- ▶ La communication verbale, non-verbale et para-verbale.

Analyse d'expériences :

- ▶ Analyse de l'utilisation de son temps (auto-analyse).
- ▶ Études des outils utilisables pour gagner du temps.
- ▶ Définir ses priorités opérationnelles et ses engagements.
- ▶ Élaborer son projet d'amélioration.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques et méthodologiques.
Exercices.
Tests individuels.
Analyses d'expériences et de vécus.

*Maîtriser son
Organisation, son
Temps et la Gestion de
ses Priorités*

Préparer efficacement une Formation : du Programme aux Séquences Pédagogiques

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne amenée à animer une formation professionnelle.

Objectifs :

Acquérir les fondamentaux pour une mise en oeuvre efficace de l'ingénierie de formation et pédagogique.

Maîtriser les étapes clés de la composition d'un programme de formation.

Maîtriser les fondamentaux de la construction de séquences pédagogiques.

Contenu de la formation :

Établir un programme de formation :

- ▶ Déterminer un public cible.
- ▶ Spécifier les besoins du public.
- ▶ Recueillir les besoins précis des apprenants.
- ▶ Spécifier les apports de la formation par rapport à la demande.
- ▶ Sélectionner et adapter les modalités d'évaluation de la formation.
- ▶ Concevoir une évaluation à chaud.
- ▶ Concevoir une évaluation à froid.

Rédiger le programme de Formation :

- ▶ Maîtriser et rédiger les différentes rubriques :
- ▶ Objectifs de formation.
- ▶ Objectifs pédagogiques.
- ▶ Contenu pédagogique.
- ▶ Modalités de réalisation.
- ▶ Méthode pédagogique.
- ▶ Supports pédagogiques.
- ▶ Apport de la formation.
- ▶ Modalités d'évaluation.
- ▶ Rédiger et mettre en forme les documents d'évaluation.

Élaborer les séquences Pédagogique :

- ▶ Maîtriser la spécification du contenu de la formation.
- ▶ Formaliser les notions et savoir-faire à faire acquérir.
- ▶ Établir les étapes de progression.
- ▶ Mettre en oeuvre une méthode d'évaluation des apports.
- ▶ Anticiper l'implication des apprenants :
 - Capter.
 - Motiver.
 - Amener à et Faire participer.
 - Utiliser l'autoévaluation.

Mises en situation par des exercices pratiques.

Plan d'action, retour d'expérience, ajustement, développement, consolidation.

Méthodes d'intervention :

70% d'apports théoriques et 30% d'exercices pratiques.

Méthode active à travers l'articulation de situations d'apprentissage et de techniques pédagogiques multiples.

Mises en situation : atelier de facilitation validant les acquis en formation.

Séances de réflexion sur des projets personnels avec échanges collaboratifs.

Mettre en oeuvre l'Animation d'une Formation : du Support à la Transmission des savoirs

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne en charge ou pressentie pour effectuer des formations (dans leur groupe ou entreprise).

Objectifs :

Maîtriser les principes de la pédagogie pour adultes.

Acquérir des outils et des techniques d'animation de formation avec les matériels adaptés.

Développer les savoir-faire et savoir-être du formateur.

Contenu de la formation :

Les points clefs :

- ▶ Concevoir et bâtir une action de formation.
- ▶ Connaître les facteurs d'apprentissage.
- ▶ Savoir fixer et atteindre les objectifs pédagogiques.
- ▶ Adapter sa méthode au contenu.
- ▶ Maîtriser les techniques de communication adaptées à la formation.
- ▶ Gérer les situations et les personnalités des stagiaires.

Les incontournables :

- ▶ Relier les objectifs pédagogiques et les objectifs opérationnels de l'entreprise.
- ▶ Développer une progression pédagogique pertinente et cohérente.
- ▶ Choisir et réaliser les supports pédagogiques adaptés aux objectifs.
- ▶ Adapter le temps et l'espace au contenu pédagogique.
- ▶ Rendre sa présentation efficace et vivante en maîtrisant présence et écoute grâce au conducteur universel de formation.
- ▶ Anticiper, préparer et contrôler l'environnement et la logistique de l'intervention.

Les savoir-faire et les savoir-être à maîtriser :

- ▶ Développer ses capacités à transmettre à travers son style d'animation.
- ▶ Gérer son temps et celui des participants grâce au conducteur.
- ▶ S'exprimer aisément et transmettre efficacement en public.
- ▶ S'assurer de la compréhension des participants.
- ▶ Gérer la dynamique de groupe en apprentissage.

Méthodes d'intervention :

Apports d'outils théoriques.

Entraînement de manière continue au moyen de matériel audio-visuel, à l'animation d'une session de formation.

Mise en place d'une session de formation réelle sous la forme d'un produit fini.

*Mettre en oeuvre
l'Animation d'une
Formation : du Support à
la Transmission des
savoirs*

Fondamentaux des Réseaux Sociaux et Optimisation de la Présence sur le Web

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne qui souhaite se perfectionner dans l'utilisation des réseaux sociaux et des outils numériques de mise en place et de suivi de site internet.

Objectifs :

Identifier les enjeux du Web social et en comprendre les principes.
Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social.
Créer et gérer des comptes sur les principaux réseaux sociaux.
Améliorer sa visibilité sur les réseaux sociaux (Facebook, Viadeo, LinkedIn).

Contenu de la formation :

Choisir les réseaux adaptés à sa cible et ses objectifs :

Les réseaux sociaux grand public (Facebook, Twitter, Google+).
Les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo).
Les sites de contenus (Instagram, YouTube, Pinterest, etc.).
Les étapes clés de la réussite sur les réseaux sociaux.

L'essentiel sur Twitter :

Comprendre l'interface.
Les usages et codes sur Twitter.
Les bonnes pratiques pour gagner des followers.
Tirer profit des statistiques.

Facebook pour les professionnels :

Comprendre l'interface professionnelle.
Optimiser sa Page Facebook entreprise.
La prise de parole d'une entreprise sur Facebook.
Acquérir les bons fans.

Gagner de la visibilité sur Facebook :

Les leviers de visibilité.
La forme optimale des publications.
Maîtriser les publicités de la Page Facebook.
Tirer profit des statistiques Facebook.

Concevoir une stratégie performante :

Comprendre les besoins des internautes.
Identifier ses messages clés.
Les 3 types de contenus performants.
Les offres commerciales efficaces.

Créer du contenu efficace :

Le contenu rédactionnel (blogging).
Optimiser la publication de liens.
Les photos instantanées.

*Fondamentaux des
Réseaux Sociaux et
Optimisation de la
Présence sur le Web*

Fondamentaux des Réseaux Sociaux et Optimisation de la Présence sur le Web

Programme de formation

(suite)

Les types de vidéo qui performent.

Organiser sa veille :

Ce que les internautes disent de vous.

Outils d'alertes et notifications.

Outils de curation de contenu.

Utiliser les listes Twitter.

Gagner du temps :

Automatiser Twitter, Google+ et LinkedIn.

S'organiser en interne.

Répondre aux internautes.

Synthèses des bonnes pratiques et erreurs à éviter.

Méthodes d'intervention :

Outils théoriques et pratiques.

Mise en situation, manipulation et cas pratique.

*Fondamentaux des
Réseaux Sociaux et
Optimisation de la
Présence sur le Web*

Développer son Influence et sa force de Conviction (PNL®)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne désirant connaître les techniques pour convaincre et influencer son interlocuteur.

Toute personne désirant connaître les principes de la Programmation Neuro-Linguistique (PNL).

Objectifs :

Organiser sa pensée efficacement.

Développer l'esprit d'analyse et de synthèse pour mieux anticiper et faire face aux objections.

Gérer les retours de ses interlocuteurs.

Développer sa capacité à entrer en contact et convaincre autrui.

Passer de la Communication à l'influence.

Apprendre et comprendre les outils socles de la PNL

Comprendre que la PNL est un modèle, pas une théorie.

Contenu de la formation :

Description et origines de la PNL :

- ▶ Appréhender les origines de la PNL afin de bien comprendre ses objectifs et possibilités.
- ▶ Idées clefs et présuppositions.
- ▶ Présentation de la PNL : Les 10 + 1 Postulats/prédicats de la PNL.
- ▶ Le "modèle du monde" ou Index de conscience (Processus Interne, État Interne, Comportement Externe): La nécessaire adaptation de son comportement.
- ▶ Le VAKOG : Le schéma d'évaluation d'une situation.
- ▶ Les 3 processus de transformation (sélection/omission, généralisation, distorsion).

PNL et communication :

- ▶ Appliquer au quotidien des principes efficaces et pratiques pour entretenir, développer, améliorer la communication.
- ▶ Le langage et son "méta-modèle".
- ▶ Points essentiels du comportement.
- ▶ Verbal et non-verbal.
- ▶ Observation, calibration et synchronisation.
- ▶ Micro et macro-comportements.

PNL et développement de la conviction :

- ▶ Les composantes de l'expérience subjective.
- ▶ La stratégie d'objectif.
- ▶ Critères, valeurs et croyances.

Faire la différence entre convaincre et persuader :

- ▶ Mobiliser rapidement ses idées.
- ▶ L'écoute active.
- ▶ Se préparer pour mieux improviser.
- ▶ Fluidité mentale et fluidité verbale.
- ▶ Développer son esprit de répartie.
- ▶ Le principe de congruence.
- ▶ Le feedback constructif.

Développer son esprit de synthèse :

- ▶ Organiser sa pensée.
- ▶ Le(s) métamodèle(s) en PNL.
- ▶ Les différentes techniques de raisonnement.
- ▶ Adapter son message en fonction de son interlocuteur et des contraintes.

*Développer son
Influence et sa force de
Conviction (PNL®)*

Développer son Influence et sa force de Conviction (PNL®)

Programme de formation

(suite)

- ▶ Gérer ses émotions.

Savoir gérer les retours de son interlocuteur :

- ▶ Choisir la stratégie adaptée au sujet et à l'interlocuteur.
- ▶ Comprendre et gérer les contradictions.
- ▶ Gérer les critiques.
- ▶ Répondre aux objections.
- ▶ Repérer et éliminer les arguments fallacieux.
- ▶ Les procédés de réfutation.

Méthodes d'intervention :

Préparation de son exposé.
Mises en situation, simulations filmées et analysées.

*Développer son
Influence et sa force de
Conviction (PNL®)*

Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®)

Programme de formation

Public concerné :

Directeur, manager, équipier et plus généralement toute personne désirant détenir les outils pour faire face aux situations difficiles pouvant intervenir dans les relations interpersonnelles.

Objectifs :

Garder l'ensemble de ses ressources personnelles et sa capacité de mise en perspective, même sous forte pression.
Intervenir face à une personne sous stress et l'aider à récupérer ses talents et ses capacités d'adaptation.
Détecter les premiers signes d'une situation difficile naissante pour réagir rapidement en apportant des actions correctives adaptées.
Développer l'autonomie, la confiance et la motivation de chaque collaborateur
Utiliser les méthodes d'adaptation appropriées à chaque profil de communication.
S'approprier ses propres profils de communication pour développer son leadership personnel.
Traiter les désaccords de façon objective et constructive pour maintenir la qualité relationnelle.
Utiliser les techniques de prévention et de médiation pour désamorcer les conflits et maintenir la cohésion entre les individus.

Contenu de la formation :

Introduction aux concepts d'Intelligence Émotionnelle, d'Agilité Comportementale et de Croissance Relationnelle :

- ▶ Besoins relationnels, stress et comportements.
- ▶ 2 aspects de la communication : Croissance et Survie.
- ▶ Illustration : jeux de rôles passivité et agressivité.
 - Démontrer les comportements spécifiques de survie correspondants à des profils de communication purs.
 - Expérimenter la croissance relationnelle dans des situations de communication à forte intensité émotionnelle.

Le modèle de communication ComProfiles® :

- ▶ Acquérir une compréhension approfondie du modèle :
 - Comprendre chacun des profils de communication, sa dynamique propre, ses qualités et vulnérabilités associées.
 - Intégrer le concept de position haute et position basse dans la relation.
- ▶ Illustrations des principaux profils par le formateur et par des extraits vidéo.
- ▶ Remise des profils de communication à chacun des participants :
 - Rapprochement des concepts du modèle avec le contexte propre à celui de votre entreprise.
 - Présentation et analyse de la cartographie des profils de l'équipe.

Exercice de Réflexion sur Soi & Comprendre son propre Profil de Communication :

- ▶ Retour sur le module 2 : Débriefing et échanges sur le modèle ComProfiles®.
- ▶ Augmenter la connaissance de soi par un travail sur ses propres mécanismes de survie.
- ▶ Améliorer sa compréhension / appropriation des mécanismes de croissance et survie.
- ▶ S'approprier son propre profil de communication pour l'utiliser à des fins de développement personnel.
- ▶ Réfléchir à un projet de développement de son leadership.
- ▶ Identification d'un plan d'action de développement personnalisé à mettre en oeuvre.

Mise en oeuvre de la Croissance Relationnelle :

Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®)

Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®)

Programme de formation

(suite)

- ▶ Mise en oeuvre de la croissance relationnelle : comment s'adapter face à des personnes en survie.
- ▶ Atelier : jeux de rôles relatifs à des profils de communication spécifiques.
- ▶ Débriefing de ces jeux de rôles et ancrage des bonnes pratiques.
- ▶ Intégration des grandes dimensions du leadership : importance de la croissance relationnelle dans l'efficacité du leadership.

Applications des concepts du modèle ComProfiles® :

- ▶ S'adapter à des réactions, situations et styles de communication spécifiques
- ▶ Appliquer la Croissance Relationnelle en situation de travail :
 - Traiter un désaccord de façon objective et constructive .
 - Utiliser les techniques de médiations face à un conflit.
 - Développer l'autonomie et la motivation d'un collaborateur.
- ▶ Développer la communication agile dans la construction de la cohésion d'une équipe et de la confiance entre ses membres.

Mastermind :

- ▶ Organisation d'une session Mastermind destinée à créer un espace d'échange selon un processus déterminé.
- ▶ L'échange est orienté autour des retours d'expérience de chacun suite à l'expérimentation des compétences transmises lors des premiers modules.

Méthodes d'intervention :

Échanges participatifs
Apports théoriques en supports papiers
Exercices et mises en situations
Jeux de rôles relatifs à chaque profil de communication

Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®)

Améliorer l'orthographe et la grammaire dans ses écrits professionnels

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant améliorer ses écrits et accroître ses capacités d'expression écrite.

Objectifs :

S'entraîner à rédiger vos communications professionnelles dans un français irréprochable.

Savoir appliquer les éléments fondamentaux de l'orthographe et de la grammaire. Proscrire au maximum les fautes de ses écrits.

Savoir user et utiliser un vocabulaire précis et approprié.

Cette formation permettra aux apprenants de voir ou revoir le fonctionnement orthographique et grammatical du français pour rédiger mieux, plus vite et plus correctement.

Contenu de la formation :

Rappel des fondamentaux :

- ▶ Les grandes spécificités orthographiques.
- ▶ Le nom.
- ▶ Le verbe : le coeur de la phrase.
- ▶ L'adjectif : épithète, attribut, en apposition.
- ▶ Le déterminant : un outil pour renforcer son style.
- ▶ L'adverbe : règles d'écriture, exceptions.
- ▶ Les prépositions : s'assurer d'utiliser le bon mot.
- ▶ Les conjonctions : utiliser judicieusement "que", "quoi", "mais", "donc"...
- ▶ Préciser avec les compléments circonstanciels.
- ▶ Maniement des sigles et acronymes.

L'orthographe et son usage :

- ▶ Les astuces pour bien écrire les mots usuels.
- ▶ L'accord et le pluriel des nombres.
- ▶ Le pluriel des noms simples et des mots composés (avec ou sans tirets), les pluriels irréguliers.
- ▶ Accents, cédille : les méthodes mnémotechniques.
- ▶ Le doublement de consonnes dans les verbes et les noms.

Conjugaison et utilisation du verbe :

- ▶ Accorder le verbe avec le sujet.
- ▶ Enlever ses doutes sur l'emploi du participe passé.
- ▶ Utiliser à bon escient les conjugaisons des principaux verbes et leurs caractéristiques.
- ▶ Choisir le bon temps avec la frise chronologique du temps :
 - Temps du récit,
 - Nuances du présent
 - Du futur...

Les astuces face aux confusions et enrichir son vocabulaire :

- ▶ Éliminer les confusions d'expression : éviter les pléonasmes et les barbarismes.
- ▶ Repérer les expressions qui font douter.
- ▶ Choisir entre les homophones courants : tout/tous, d'avantage/davantage, quelque/quel que.
- ▶ Repérer les expressions qui font douter.

Structuration d'une communication écrite :

- ▶ Véhiculer un seul et unique message.
- ▶ Le plan des lettres et des emails.
- ▶ Simplifier ses phrases.
- ▶ Varier son vocabulaire avec le recours aux synonymes.

*Améliorer
l'orthographe et la
grammaire dans ses
écrits professionnels*

Améliorer l'orthographe et la grammaire dans ses écrits professionnels

Programme de formation

(suite)

- ▶ Relire et le repérer des fautes dans les écrits.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.
Méthodes mnémotechniques.

*Améliorer
l'orthographe et la
grammaire dans ses
écrits professionnels*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant améliorer la qualité et l'impact de ses écrits professionnels.

Objectifs :

Identifier les différents écrits professionnels et leurs fonctions.
Connaître leurs points faibles et savoir les travailler.
Produire des écrits adaptés aux situations et aux enjeux.
Utiliser les codes de la rédaction.
Rendre compte par écrit.

Contenu de la formation :

Préparer la rédaction : les astuces pour gagner du temps :

- ▶ Les buts et les conditions d'une bonne communication écrite.
- ▶ Les questions à se poser avant la rédaction : Quels objectifs ? Quels lecteurs ? Quel contexte professionnel ?
- ▶ Quel résultat attendu ?
- ▶ Comprendre le fonctionnement du lecteur face à un document.
- ▶ Autodiagnostic de son style.

Structurer son message : organiser ses idées et les hiérarchiser :

- ▶ Analyser et hiérarchiser ses idées : Grille d'analyse, principe du QQQQCPC, technique heuristique...
- ▶ Définir un objectif : Informer, raconter, expliquer démontrer, convaincre.
- ▶ Choisir un plan pour guider le lecteur.
- ▶ Structurer ses paragraphes pour renforcer ses idées : Rôle et choix des mots de liaison.
- ▶ Développer sa pensée : Rassembler des idées, les illustrer avec des exemples vivants.
- ▶ Cas pratique: Travail de restructuration du plan, jeu sur la structuration d'un message.
- ▶ Analyse de documents (dont ceux des stagiaires) afin d'évaluer la structuration et la hiérarchisation de l'information.

Rendre ses écrits attractifs:

- ▶ Respecter les principes de lisibilité : Circuit de lecture, mise en page et caractéristiques du style professionnel.
- ▶ Soigner ses titres.
- ▶ Maîtriser l'introduction, la conclusion et le sommaire.
- ▶ Adapter son style au lecteur.
- ▶ Vaincre les fautes d'inattention ou de distraction.
- ▶ Les confusions à éviter : Homophonies, les mots "casse-pieds", les Techniques de relecture en diagonale.
- ▶ Traquer sans pitié les redondances, formules ampoulées, longueurs inutiles...
- ▶ Illustrer ses écrits : Le poids d'une image dans un texte, les différents types d'illustration.
- ▶ Cas pratique: Travaux en sous-groupes sur l'écriture et la valorisation du message, la lisibilité et le style.
- ▶ Analyse de titres et jeux de titrage de documents.
- ▶ Travaux de « rewriting » de documents afin de les adapter au lectorat et savoir relire.

Écrire pour convaincre : Contenu, style, ton:

- ▶ S'adapter au support : Lettre, note d'information, de procédure...
- ▶ Les principes de base de l'écriture internet : Comment fonctionne le regard sur internet.
- ▶ Rédiger un courrier électronique : Du bon usage aux erreurs à éviter (Net étiquette, syntaxe simplifiée, choix sensible de l'objet).

*Améliorer l'impact de
ses écrits professionnels*

(suite)

- ▶ Cas pratique : Rédiger des écrits délicats : les écueils à éviter.

Jouer avec les mots : Écrire avec plaisir:

- ▶ Améliorer son style.
- ▶ Maîtriser l'art de la nuance : Concilier tact et fermeté.
- ▶ Trouver le mot juste, la bonne expression.
- ▶ Conseil d'écriture créative.
- ▶ Cas pratique: vaincre l'angoisse de la page blanche.

Méthodes d'intervention :

Formation opérationnelle et personnalisée qui s'appuie sur l'analyse et l'amélioration des textes et écrits des stagiaires.

Remise de fiches « méthode » afin de continuer à s'entraîner.

Une trame de découverte des besoins sera envoyée au stagiaire afin de cibler de manière précise ses attentes et besoins.

*Améliorer l'impact de
ses écrits professionnels*

Développer son Efficacité Relationnelle (Process Communication®)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant mieux connaître et mieux connaître son processus de communication afin de gagner en efficacité relationnelle et posséder des pistes d'amélioration.

Objectifs :

Apprendre à partir de la Process Com® à fonctionner au moyen d'une communication et d'une mise en relation individualisée.

Savoir décrypter son type de personnalité et celui de ses interlocuteurs.

Anticiper sur nos dysfonctionnements et ceux de nos proches en situation difficile ou de stress.

Contenu de la formation :

Apprendre à entrer en relation face à différents interlocuteurs :

- ▶ Développer son écoute et ses qualités d'observation.
- ▶ Utiliser les cinq indicateurs comportementaux : mots, tons, expressions du visage, posture, gestes.
- ▶ Se reconnaître dans les 6 types de personnalité de l'Inventaire De Personnalité.
- ▶ Être capable d'identifier le type de personnalité de ses interlocuteurs en fonction de leur personnalité.
- ▶ Connaître les bases de la communication et les différents niveaux : contenu, processus, sens.
- ▶ Identifier les différentes positions de vie.
- ▶ Sélectionner le bon canal de communication en fonction du type de personnalité.
- ▶ Être capable de comprendre les attentes de ses interlocuteurs.

S'exercer aux techniques relationnelles dans le respect de l'autre :

- ▶ Explorer les besoins psychologiques (leviers de motivation) des types de personnalité.
- ▶ Savoir définir et reconnaître les besoins positifs et négatifs de ses interlocuteurs.
- ▶ Savoir satisfaire les besoins de la base et de la phase.
- ▶ Anticiper, cadrer, conduire la relation.
- ▶ Rapprochement entre besoins, motivation et styles de management.
- ▶ S'appuyer sur les différentes perceptions pour utiliser le bon style de communication.
- ▶ Communiquer en fonction du canal/perception/besoin de son interlocuteur.

Déjouer les pièges de la mé-communication en situation de stress :

- ▶ Distinguer les manifestations du stress.
- ▶ Comprendre le lien entre stress et performance.
- ▶ Découvrir et intégrer les trois degrés de stress en Process Com®.
- ▶ Percevoir son propre dysfonctionnement en état de stress.
- ▶ Intégrer les notions de masques, drivers, messages contraignants.
- ▶ Évaluer les comportements prévisibles des six types de personnalité sous stress.
- ▶ Percevoir le stress léger ou important de son collaborateur et savoir le faire.
- ▶ Identifier les situations qui, pour soi, sont sources de stress.
- ▶ Analyse des différents types de personnalité sous stress.
- ▶ Apprendre à anticiper sur les comportements d'échecs.

Établir ou Rétablir une relation fluide et des interactions de qualité :

- ▶ Intégrer les trois positions du triangle de Karpman : victime, persécuteur, sauveteur.
- ▶ Stopper les séquences de détresse en apprenant à sortir du triangle.

*Développer son
Efficacité Relationnelle
(Process
Communication®)*

Développer son Efficacité Relationnelle (Process Communication®)

Programme de formation

(suite)

- ▶ Savoir émettre une critique, dire non en fonction du type de personnalité de ses interlocuteurs.
- ▶ Rétablir la communication en utilisant différents leviers d'action.
- ▶ Communiquer à partir de la pensée, de l'émotion ou du comportement.
- ▶ Des comportements observés, répondre aux besoins du collaborateur en
- ▶ Pouvoir donner du feed-back, annoncer une bonne ou une mauvaise nouvelle.

Méthodes d'intervention :

Avant la formation, chaque stagiaire complètera son questionnaire d'inventaire de personnalité puis sera débriefé lors de la formation par un intervenant accrédité par Kahler communication.

Nombreux Apports Théoriques.

Exercices Pratiques.

Mise en situation.

Analyses Vidéos.

Remise d'un Carnet de Bord.

*Développer son
Efficacité Relationnelle
(Process
Communication®)*

Certification en Communication Interpersonnelle (Process Communication Model®)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne désirant améliorer sa communication interpersonnelle et développer son leadership.

Objectifs :

Développer ses compétences en communication interpersonnelle & préparer la certification en communication interpersonnelle à partir de :

La connaissance de soi et des autres :

Connaître sa structure de personnalité.

Utiliser le Canal de Communication approprié à son interlocuteur.

Repérer ses sources de motivation et les développer.

Identifier les signaux précurseurs de tension ou de conflits naissants.

Gérer les comportements sous stress.

Gérer la relation en individualisant sa communication :

Interagir avec le Canal de communication approprié à son interlocuteur.

Gérer les signaux précurseurs de tension ou de conflits naissants.

Gérer les comportements sous stress.

Contenu de la formation :

Comprendre les concepts de base de la Process Communication :

- ▶ Distinguer la manière de dire de ce qui est dit.
- ▶ Connaître les six types de personnalité et leur manière spécifique de communiquer.
- ▶ Remise à chaque participant de son Inventaire de Personnalité.

Développer une communication positive :

- ▶ Savoir utiliser la règle de la communication.
- ▶ Les différents modes de perception pour chaque type de personnalité.
- ▶ Reconnaître les signes, attitudes et comportements révélateurs du type de personnalité de son interlocuteur.
- ▶ Utiliser le bon canal de communication.

Comprendre et gérer les situations de "mécommunication", tensions, incompréhensions, inefficacité, conflit naissant ou avéré...

- ▶ Les besoins psychologiques : source de motivation ou de démotivation.
- ▶ Comment identifier les manifestations positives ou négatives des besoins psychologiques de son interlocuteur. Comment y répondre ?
- ▶ Le stress négatif et ses différentes manifestations.
- ▶ Les trois degrés de stress : « drivers », mécanismes d'échec et désespoir.
- ▶ Stratégies d'intervention pour revenir à une communication positive.

Entraînement pédagogique :

- ▶ Tout au long du parcours, utilisation du simulateur. Outil interactif et innovant d'entraînement et de certification. Qui propose de nombreuses interactions avec de vrais personnages, réactifs aux propositions faites par le participant.

Méthodes d'intervention :

La pédagogie utilisée est basée sur une alternance entre théorie et pratique : exercices, jeux de rôles, entraînements avec le formateur, le simulateur et entre pairs.

Avant le séminaire, chaque participant répond à un questionnaire dont le traitement confidentiel par informatique permet d'établir l'inventaire de personnalité du participant. Ce support permet à chacun de se situer et de s'appropriier les concepts, en référence à sa propre personnalité.

Code CPF : Enregistrement sous le N° 235 742.

Déroulé : 2 x 2 jours en journées d'étude (28h) et 1 jour en E-learning (07h minimum).

*Certification en
Communication
Interpersonnelle (Process
Communication Model®)*

Accroître sa Communication et son Aïssance Relationnelle (Modèle DISC®)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant découvrir une approche en couleurs de la communication pour favoriser ses relations.

Objectifs :

Connaître et comprendre le Modèle.

Découvrir votre profil de comportement et adapter votre communication pour favoriser vos relations à autrui.

Contenu de la formation :

Comprendre les grands fondamentaux de la communication

- ▶ Connaître les règles les plus importantes de la communication interpersonnelle.
- ▶ Mesurer le besoin d'être flexible et de s'adapter aux autres.
- ▶ Connaître les difficultés liées.

Découvrir le langage des couleurs selon le test de personnalité DISC de Marston :

- ▶ Connaître le modèle DISC, ses origines, ses objectifs.
- ▶ Le langage des couleurs : simple, observable, universel, neutre et directement opérationnel.
- ▶ Associer les 4 couleurs aux profils comportementaux : Rouge, jaune, vert, bleu dominance, influence, stabilité, conformité.
- ▶ Reconnaître le profil de son interlocuteur.
- ▶ La communication verbale et non verbales : les mots, la voix, les gestes.
- ▶ Identifier les forces et les limites, les motivations et les besoins associés à chacune des 4 couleurs.
- ▶ Découvrir son propre profil en couleur, identifier son style de communication et ses préférences comportementales.
- ▶ Comprendre les forces et les limites de sa communication en fonction de son profil couleur.

Les Motivations/Forces Motrices et les 6 attitudes de Spranger :

- ▶ Qu'est-ce qui Motive quelle couleurs et pourquoi ?
- ▶ Les motivations des participants...
- ▶ Les graphes individuels : forces et caractéristiques.

Accroître mon potentiel de communication grâce au modèle DISC en couleurs :

- ▶ Savoir faire passer mon message, mes idées, convaincre en fonction de la couleur du/des interlocuteurs
- ▶ Travailler en équipe, sur un projet, sur une mission et adapter son comportement en fonction de la couleur de l'autre
- ▶ Connaître et creuser les leviers en fonction de la couleur de son interlocuteur
- ▶ Mener un feed back en fonction de la couleur de l'autre : « Dire les choses » tout en préservant la qualité de la relation
- ▶ Comprendre les sources d'incompréhension, de conflits entre les différentes couleurs
- ▶ Savoir sortir d'un conflit en utilisant la méthode DISC en couleurs
- ▶ Pourquoi y a-t-il risque de conflits, de difficultés relationnelles entre les différents types couleurs ?
- ▶ Comment sortir d'un conflit en privilégiant la conciliation ?

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques et pratiques sous forme d'échanges.

Exercices pratiques réalisés à partir du DISC couleurs.

Réalisation du test de personnalité des 4 couleurs.

Support de formation développer sa communication avec le modèle DISC (de Success Insight® ou Ensize®)

*Accroître sa
Communication et son
Aïssance Relationnelle
(Modèle DISC®)*

Maitriser les fondamentaux de la Communication (Analyse Transactionnelle®)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne travaillant dans un contexte où la qualité des relations est primordiale.

Objectifs :

Décrypter comportements et relations à travers les apports de l'analyse transactionnelle (AT).

Construire des relations dynamiques, efficaces et positives avec les autres.

Améliorer les relations difficiles.

Savoir user d'assertivité en toutes circonstances.

Établir des relations constructives et stables.

Renforcer mon autonomie.

Contenu de la formation :

Dresser le bilan de ses capacités à communiquer et repérer ce qui se joue dans un échange

- ▶ Auto diagnostic de ses points forts et ses points à améliorer.
- ▶ Établir des relations interprofessionnelles saines et efficaces en fonction de la personnalité de son interlocuteur ou chacun se sent reconnu en développant ses propres richesses.
- ▶ Déterminer la relation émetteur – message – récepteur et les distorsions qu'elle entraîne.
- ▶ Clarifier les phénomènes d'identification, de projection...
- ▶ Identifier les obstacles à la communication pour mieux les surmonter.
- ▶ Éviter les erreurs, interprétations, les a priori...

Les apports de l'analyse transactionnelle :

- ▶ Qu'est-ce que l'analyse transactionnelle ou AT ?
- ▶ Exprimer les différentes facettes de sa personnalité avec les "États du Moi".
- ▶ S'approprier le modèle des "États du Moi" :
 - Décoder les structures de son langage et celles de ses interlocuteurs.
 - Identifier les structures de sa pensée, traiter l'information en adoptant un langage précis.
- ▶ Les dysfonctionnements : contamination, exclusion, symbiose.
 - Bien utiliser les "États du Moi" pour s'adapter aux diverses situations de communication.
 - Auto diagnostic et feedback sur les égogrammes individuels.

Écouter, observer et développer des "Transactions" positives :

- ▶ Identifier les différents modes de relations interpersonnelles.
- ▶ Les transactions simples
- ▶ Les transactions doubles.
- ▶ Les transactions cachées.
- ▶ Établir des relations fructueuses.
- ▶ Écoute active, la clarification et la reformulation.
- ▶ Et l'Assertivité dans tout ça ?
- ▶ Constat sans juger, interpréter et agir en conséquence.

Valoriser ses interlocuteurs de façon adaptée : "les signes de reconnaissance" :

- ▶ Reconnaître positivement ses interlocuteurs.
- ▶ Critiquer de façon constructive.

Développer des relations gagnant-gagnant avec les autres : "les positions de vie" :

- ▶ Comprendre comment sa perception de soi-même et des autres conditionne ses relations.
- ▶ Travailler en groupe de manière efficace.

*Maitriser les
fondamentaux de la
Communication
(Analyse
Transactionnelle®)*

Maitriser les fondamentaux de la Communication (Analyse Transactionnelle®)

Programme de formation

(suite)

- ▶ Auto diagnostic des positions de vie.
- ▶ Qu'est ce que les Scénarios de vie ?
- ▶ Principe des drivers et messages contraignants.
- ▶ Les Injonctions et les Permissions.

Faire cadrer le monde avec notre scénario :

- ▶ Analyse des Jeux psychologiques.
- ▶ Timbres et Rackets.
- ▶ Circuit du Sentiment Parasite.
- ▶ Se distancier.

La structuration du temps, l'Analyse Transactionnelle et communication :

- ▶ Les besoins de structure :
 - Le retrait.
 - Le rituel.
 - Le passe-temps.
 - L'activité.
 - Les "jeux psychologiques".
 - L'intimité.
- ▶ Comprendre comment notre relation au temps impact nos relations professionnelles et personnelles.
- ▶ Adapter notre mise en communication avec autrui avec nos observations.

Mettre en oeuvre une dynamique du succès dans ses relations : "le contrat" :

- ▶ Se fixer des objectifs réalistes et acceptables dans son environnement professionnel.

Méthodes d'intervention :

Pédagogie alternant apports de méthodes et mises en pratique sur des situations professionnelles vécues.

Carnet de Bord pour chaque participants.

*Maitriser les
fondamentaux de la
Communication
(Analyse
Transactionnelle®)*

Le Métier de Manager Niveau 1 (Fondamentaux du Management)

Programme de formation

Public concerné :

Manager d'équipe, gérant, responsable d'équipe qui souhaite mieux gérer son équipe et sa relation aux autres.

Objectifs :

Prendre du recul sur son quotidien.

Améliorer sa pratique grâce à des outils simples, pratiques et efficaces.

S'évaluer en tant que Manager.

Connaître et utiliser sous forme de simulations, les techniques de management motivationnel d'équipe.

Contenu de la formation :

Les fondamentaux du management :

- ▶ Les missions, fonctions et responsabilités du manager.
- ▶ Comprendre les 3 principes de base du management : structurer et définir un cadre de travail, fixer des objectifs, communiquer.
- ▶ Développer une expertise managériale : distinguer compétences techniques et compétences managériales
- ▶ Les 4 styles de management :
 - Les principes de base et les objectifs des différents styles de management.
 - Comprendre les limites de certains styles en termes d'efficacité.
 - Identifier son style : études de cas et autodiagnostic.
 - Améliorer et adapter son style aux situations, contextes et collaborateurs.
- ▶ Restituer l'importance et le rôle de l'humain dans la fonction managériale
- ▶ Adapter son management en fonction des situations et des personnes.
- ▶ L'importance du contrôle.

Bien communiquer avec son équipe :

- ▶ Les bases de la communication : Le schéma de Shannon et Weaver.
- ▶ Le cadre de référence.
- ▶ L'importance du non verbal et du paraverbal.
- ▶ Les États du Moi (test).
- ▶ Les outils pour bien communiquer.
- ▶ Faire passer des messages.
- ▶ Écouter activement, questionner, reformuler, pratiquer l'empathie.

Développer une communication impliquante :

- ▶ S'impliquer et impliquer ses collaborateurs pour installer une confiance mutuelle : organiser des temps d'échanges collectifs et individuels.
- ▶ Informer régulièrement son équipe sur l'avancement de l'activité et la stratégie du département.
- ▶ Faire preuve de transparence et de fermeté dans sa communication : clarifier ses attentes auprès de l'équipe et de chacun.
- ▶ Se rendre disponible et s'informer de la réalité du terrain.
- ▶ L'exemplarité et l'adhésion de l'équipe à ses décisions rapidement.

Gérer les situations conflictuelles :

- ▶ Comment naissent les conflits ?
- ▶ Les positions de vie (test).
- ▶ Adopter la bonne posture.
- ▶ Le triangle dramatique.

Mieux déléguer : Pourquoi et comment ?

- ▶ L'impact de la délégation.
- ▶ Réussir sa délégation.

*Le Métier de Manager
Niveau 1
(Fondamentaux du
Management)*

Le Métier de Manager Niveau 1 (Fondamentaux du Management)

Programme de formation

(suite)

- ▶ Faire progresser les performances d'une équipe par le développement individuel des compétences et/ou de la motivation des collaborateurs.
- ▶ Cerner les situations propices à la communication individualisée.

Les outils du manager :

- ▶ La réunion.
- ▶ Les entretiens et leurs utilités.
- ▶ Le tableau de bord, etc.

Débriefing et mise en place d'objectifs individuels.

Méthodes d'intervention :

Échange,
Apports théoriques.
Exercices.

Durant toute la durée de la formation, des mises en situation sur les différents types d'entretien (mise au point, cadrage, recadrage) seront filmées et débriefées.

*Le Métier de Manager
Niveau 1
(Fondamentaux du
Management)*

Le Métier de Manager Niveau 2 (Perfectionnement)

Programme de formation

Public concerné :

Pré-requis : Avoir suivi la formation "Le métier de Manager"

Responsable d'équipe, manager, superviseur, chef de service qui souhaite perfectionner son management.

Objectifs :

Prendre du recul sur son quotidien en tant que manager.

Avoir du feed-back sur ses pratiques efficaces et inefficaces.

Renforcer sa posture de manager vis à vis des équipes.

Contenu de la formation :

Retour d'expériences partagé et état des lieux du management :

- ▶ Que s'est-il passé ?
- ▶ Qu'est ce qui a fonctionné ? Les pratiques efficaces.
- ▶ Qu'est ce qui n'a pas fonctionné ? Les pratiques inefficaces.
- ▶ Formulation, description, analyse et classification des situations « difficiles ».
- ▶ Échange et partage sur les solutions habituelles à ces situations,

Quelques rappels de management :

- ▶ Les outils pour bien communiquer.
- ▶ Faire passer des messages.
- ▶ Les styles de management.

Le pouvoir, l'influence et le leadership du manager d'équipe :

- ▶ Identifier les sources du pouvoir.
- ▶ Connaître les contraintes et les limites du pouvoir.
- ▶ Comprendre les mécanismes relationnels et jeux de pouvoir entre managers et collaborateurs.
- ▶ Développer son autorité : les clés du leadership.
- ▶ Obtenir l'adhésion de ses collaborateurs aux valeurs, décisions, projets et objectifs du service et de l'entreprise.

Animer et Piloter son équipe :

- ▶ Le triptyque « progrès, séquentiel et minute ».
- ▶ Définition et pilotage par les objectifs.
- ▶ Établir des tableaux de bord opérationnels (exercice).
- ▶ Le briefing.
- ▶ Les réunions de services (simulation).
- ▶ Les réunions « minute » (simulation).
- ▶ Les réunions transversales.

Piloter et Motiver son équipe :

- ▶ Donner un sens aux efforts fournis.
- ▶ Identifier les critères de performance de son équipe.
- ▶ Les lois du management motivationnel.
- ▶ Nourrir les besoins psychologiques de ses collaborateurs (exercices).
- ▶ Les ressorts cachés de la motivation (test).
- ▶ Valoriser, développer et évaluer l'autonomie des collaborateurs.
- ▶ Les entretiens motivationnels, de recadrage, de délégation (simulations).
- ▶ Autres entretiens de management.

Mises en situation filmées et débriefées.

Débriefing et mise en place d'objectifs.

Méthodes d'intervention :

Echanges.

Théorie.

Exercices.

Mises en situation.

*Le Métier de Manager
Niveau 2
(Perfectionnement)*

Le Management par Objectifs et Indicateurs de Performance

Programme de formation

Public concerné :

Responsable de service, manager d'équipe, encadrant...

Objectifs :

La formation a pour objectif premier sous forme d'action de progrès individuel, d'offrir une méthode de management au travers de la fixation d'objectifs.

Elle déclinera également les processus de suivi des objectifs, leur système de reporting, l'installation d'indicateurs et critères de performances, la communication collective et/ou individuelle dans ce domaine.

Elle se couple d'un second objectif sur une action de progrès collectif au sein de l'entreprise pour lui permettre de développer sa démarche de culture du résultat et de la performance de façon positive, constructive et motivante.

Contenu de la formation :

Introduction au management par objectif :

- ▶ Définition des MPO.
- ▶ Management par Objectif Vs Management par tâche Peter Drucker.
- ▶ Le management par objectifs dans la stratégie d'entreprise.
- ▶ Rappel des enjeux de la stratégie d'entreprise :
- ▶ Quand et pour qui ?
- ▶ Management par objectif.
 - En gestion de projet.
 - En management individuel.
- ▶ Les Mpo et l'impact sur la motivation :
 - Sur la politique des Relations Humaines : rémunérations, promotions, mobilité interne, clauses du contrat de travail.
 - Sur la culture de l'établissement.
 - Sur les équilibres financiers.
- ▶ Les impacts d'un management par objectif réussi.
- ▶ Management par Objectif et intelligence collective

Exercice : Quiz entrée de formation : Le management par objectif.

Fixer et négocier un objectif :

- ▶ Les deux niveaux d'objectifs SMART et MALLINS.
- ▶ Comment formuler un objectif SMART ?
- ▶ Pourquoi fixer un objectif SMART ?
 - Être capable de définir les critères de réussite.
 - Exercice : training construire un objectif SMART.
- ▶ Comment formuler un objectif MALLINS ?
- ▶ Pourquoi fixer un objectif MALLINS ?
- ▶ Distinguer les objectifs opérationnels et les objectifs de développement.

Exercice : training construire un objectif MALLINS.

Le management par objectif et la feuille de route :

- ▶ Méthode OKR.
- ▶ CQCOQP.
- ▶ Définir les jalons et sous jalons.
- ▶ Exercice : sur la création d'une action construire un objectif SMART afin de le rendre stimulant.
- ▶ La notion d'indicateurs de performance ou de pilotage :
 - Fixer l'indicateur.
 - Indicateur Qualitatif et Quantitatif.
 - Construire ensemble l'indicateur.

Exercice : trouver et construire l'indicateur de pilotage.

Les MPO et la communication :

Le Management par Objectifs et Indicateurs de Performance

Le Management par Objectifs et Indicateurs de Performance

Programme de formation

(suite)

- ▶ Comment fixer son objectif à un collaborateur, prestataire en fonction de son stade de développement, de sa motivation intrinsèque et extrinsèque ?
- ▶ La motivation :
 - Maslow.
 - Les drivers...
- ▶ Méthode GROW.
- ▶ Responsabilisation.
- ▶ Assertivité.

Exercice : Training mises en situation fixer un objectif SMART à son équipe.

Introduction aux indicateurs de performances et aux tableaux de bord :

- ▶ Définir un indicateur de performance.
- ▶ Pourquoi travailler avec des indicateurs de performances ?
- ▶ Fonctions et utilité des indicateurs de performances.
- ▶ La logique d'ensemble de l'indicateur de performances à l'indicateur de pilotage.
- ▶ Indicateur de performance - stratégie et gestion de projets.
- ▶ Les différents indicateurs de performances : les grandes familles.
- ▶ Les objectifs de l'entreprise.
- ▶ Place des tableaux de bord dans le système de pilotage de la performance de l'entreprise.

Exercice ; Quiz entrée sur les indicateurs de performances.

Comment, choisir, construire et faire vivre des indicateurs et les tableaux de bord :

- ▶ Les critères de définition de l'indicateur de performance SMART.
- ▶ Les étapes de la construction de l'indicateur.
- ▶ Définir la performance.
- ▶ Efficience et efficacité.
- ▶ Sélectionner les bons indicateurs de performances.
- ▶ Les facteurs clés de succès du projet.
- ▶ Hiérarchiser.
- ▶ Définir un seuil de performance.

Exercice : créer son indicateur de performance.

Construire les tableaux de bord :

- ▶ Adapter le système de tableaux de bord à l'organisation : quels sont les points-clés de gestion ?
- ▶ Définir les objectifs de l'entreprise et des différents centres de responsabilité.
- ▶ Identifier les leviers et les variables d'action à mettre sous contrôle.
- ▶ Structurer et formaliser la démarche : définir et diffuser les règles de construction du tableau de bord.
- ▶ Le modèle BSC (Balanced Score Card) ou le tableau de bord prospectif.
- ▶ Les 4 perspectives d'évaluation de l'activité d'une organisation : finance, clients, processus internes, apprentissage et innovation
- ▶ Exploiter les informations du tableau de bord.
- ▶ Le tableau de bord : un support de communication et management.
- ▶ Analyse, lecture et interprétation des écarts.
- ▶ Élaborer et mettre en oeuvre des plans d'actions et définir les actions correctives.
- ▶ Définir des plans d'actions et des responsabilités pour atteindre les objectifs.
- ▶ Gérer et faire vivre le tableau de bord.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques et applications pratiques sous forme d'exercices.
Remise d'un support de formation illustré d'exemples concrets.

*Le Management par
Objectifs et Indicateurs
de Performance*

Programme de formation

Le Co-Développement pour améliorer ses pratiques en Entreprise

Public concerné :

Tout manager hiérarchique ou transversal souhaitant résoudre avec l'aide de ses pairs des problématiques opérationnelles.

Le co-développement professionnel est une approche qui accompagne les managers dans leur efficacité opérationnelle. Grâce à un partage de pratiques et de problématiques concrètes entre pairs, la méthode de questionnement et d'écoute mutuelle permet une entraide et ouvre de nouveaux champs de créativité et de solutions.

Objectifs :

Les objectifs de la démarche de co-développement professionnel sont :

- Apprendre à être plus efficace.
- Comprendre et tenter de formaliser ses modèles.
- Prendre un temps de réflexion.
- Avoir un groupe d'appartenance.
- Consolider l'identité professionnelle.
- Apprendre à aider et à être aidé.
- Savourer le plaisir d'apprendre.

Les situations où le co-développement est particulièrement efficace :

- Accompagner un changement stratégique majeur, challenger la culture d'entreprise, briser les fonctionnements en silos (fonctionnels comme géographiques).
- Renforcer la performance de l'organisation en créant une dynamique de réflexion collective parmi les cadres et managers.
- Offrir aux cadres et managers un temps de partage avec leurs pairs, un espace de réflexion et de créativité pour mettre en lumière et résoudre leurs principales problématiques professionnelles – tout cela au sein d'un cadre strict de confidentialité, confiance, bienveillance et support mutuel.

Les bénéfices pour l'entreprise :

- Une méthode qui favorise le travail collaboratif, la transversalité et la résolution de problèmes en groupe.
- Initier une dynamique de coopération et de communication en réseau.
- Découvrir et échanger de nouvelles pratiques.

Contenu de la formation :

Le Déroulement de chaque journée se déroulera en cinq étapes.

L'exposé :

- ▶ Le participant-client expose sa problématique au groupe. Le « participant » s'est préparé à l'avance en structurant ses idées pour les communiquer plus facilement au groupe. Il est nécessaire qu'il ait réfléchi au sujet et rassemblé quelques données pour rendre immédiatement compréhensible la situation à ses collègues. Les autres l'écoutent avec empathie.

La clarification :

- ▶ Les « managers-ressources » procèdent à un questionnement relatif à la compréhension du problème posé. Les questions portent sur des faits et du ressenti. Les questions sont formulées directement au participant sous forme majoritairement ouvertes. À cette étape, aucune suggestion n'est faite, ni aucune interprétation des causes du problème. Ce questionnement devant permettre au client de préciser ses objectifs et ses contraintes. Le formateur-facilitateur régule les questions du groupe. Pour cette phase, chaque manager-ressource respecte une attitude de questionnement qui garantit le bon déroulement de la séance : SEQI, Silence- Ecoute- Questionnement- Intégration.

*Le Co-Développement
pour améliorer ses
pratiques en
Entreprise*

Le Co-Développement pour améliorer ses pratiques en Entreprise

(suite)

Le contrat de consultation :

- ▶ C'est une phase essentielle car c'est à ce moment que doit émerger le contrat de consultation, soit le thème ou l'objet précis de la séance. Un ou plusieurs participants proposent une reformulation au demandeur qui la valide ou précise son point de vue et ses attentes. Grâce à la reformulation du groupe et du régulateur, le contrat peut émerger. Il s'agit de préciser l'objectif énoncé par un exercice de reformulation : « Pour quoi faire ? » et « Comment atteindre cet objectif ? » .

La consultation :

- ▶ La séance d'échanges proprement dite peut se dérouler. Les « managers-ressource » expriment leurs avis, partagent leurs impressions, donnent des idées, formulent des suggestions, proposent des solutions, formulent des impressions.

Synthèse et plan d'action :

- ▶ Après avoir assimiler les informations, le participant-client indique ce qu'il retient en synthèse et élabore un plan d'action qu'il partage avec le groupe. Il indique de quelle manière il compte s'y prendre pour donner suite à ce qu'on lui a suggéré. Les autres membres ne portent aucun jugement sur les choix arrêtés. Les managers-ressources et le consultant-facilitateur aident le client à préciser sa stratégie et son plan de mise en oeuvre.

Apprentissages, régulations et évaluations :

- ▶ Les participants échangent leurs impressions, apprentissages et appréciations. Chacun dresse un bilan de ce que l'atelier lui a apporté, en termes de travail sur ses capacités d'écoute, modalités de travail collectif, complémentarité des regards, multiplicité des approches, difficultés à séparer les faits du ressenti des jugements.

En terme d'organisation :

- ▶ Deux rôles seront à différencier chez les participants : « participant-client », « manager-ressource » qui s'articulent. Chacun des participants réfléchit à une situation qu'il souhaite exposer et pour trouver des solutions. Le groupe choisit parmi les problématiques formalisées.

*Le Co-Développement
pour améliorer ses
pratiques en
Entreprise*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne qui souhaite faire un bilan de ses compétences.

Objectifs :

Le bilan de compétences permet de repérer les compétences du salarié, ses motivations et centres d'intérêt, d'identifier précisément la formation à mettre en oeuvre, d'évaluer l'opportunité d'une démarche de validation des acquis de l'expérience (VAE), d'un projet professionnel ou de formation.

Contenu de la formation :

Le Bilan de Compétence s'effectue toujours sur une durée est de 24 heures (soit 1 jour entier) se répartissant sur une période de 8 à 10 semaines.

- ▶ Il se décompose comme suit :
 - 16 heures réparties en 8 séances de travail de 2 heures avec le consultant selon un planning qui tient compte des modalités de réalisation du bilan (en temps de travail ou hors temps de travail) et de vos disponibilités.
 - 8 heures de travail personnel.
- ▶ En « back office », le consultant référent effectue l'exploitation des tests, des diagnostics et rédige les documents de synthèse et annexes du bilan.

Répartition du travail et ventilation dans les Trois phases du Bilan de Compétences (cf. art. R900-1 a du Code du Travail) :

- ▶ La première phase : l'entretien préliminaire au bilan de compétences qui a pour objet :
 - de confirmer l'engagement du bénéficiaire dans sa démarche,
 - de l'informer rigoureusement des conditions de déroulement du bilan de compétences,
 - des méthodes et techniques mises en oeuvre, ainsi que des principes d'utilisation des conclusions de la prestation,
 - de préciser et d'analyser ses besoins, ses objectifs.
- ▶ La seconde phase est une phase d'investigation : Cette phase doit permettre au salarié(e), au regard des perspectives d'évolution envisagées :
 - d'identifier les éléments déclencheurs du processus de changement dans lequel il s'inscrit,
 - de mieux appréhender ses valeurs, ses intérêts, ses aspirations ainsi que les facteurs déterminants de sa motivation,
 - d'évaluer ses connaissances générales et professionnelles, ses savoir-faire et ses aptitudes,
 - de repérer les éléments de son expérience transférables aux nouvelles situations professionnelles envisagées,
 - de déceler ses ressources et ses potentialités inexploitées.
 - Tous les travaux que nous engageons avec la personne sont individualisés. En aucun cas, nous ne proposons de forme collective à ces actions.
- ▶ La troisième phase est une phase de conclusion : Cette phase doit permettre au bénéficiaire de :
 - prendre connaissance des résultats détaillés de la phase d'investigation,
 - recenser les facteurs susceptibles de favoriser ou non la réalisation d'un projet professionnel et le cas échéant, d'un projet de formation,
 - prévoir les principales étapes de la mise en oeuvre de ce projet.

Restitution de la synthèse :

- ▶ Nous restituons par écrit les conclusions du bilan de compétences : travail effectué, projets professionnels prioritaires, alternatifs, les points d'appuis de chacun d'eux, les éléments d'enquête venant justifier le bien fondé de ces projets, les axes de progrès et les étapes de leur mise en oeuvre dans les conditions décrites au paragraphe ci dessus (« Les 3 phases du bilan de compétences », en conformité avec l'article R900-1 a du Code du Travail).

*Réaliser Son Bilan de
Compétences*

Réaliser Son Bilan de Compétences

Programme de formation

(suite)

- Les résultats des tests et des questionnaires font partie des résultats détaillés du bilan sont restitués dans leur intégralité dans un document « Annexes du bilan de compétences ».

Méthodes d'intervention :

Le bilan de compétences est réalisé dans le cadre d'un accord bi ou tripartite entre le bénéficiaire, l'organisme agréé et éventuellement l'employeur lorsque le bilan s'inscrit dans un plan de formation.

S'il est réalisé au titre du plan de développement des compétences, votre employeur vous rendra disponible dans votre temps de travail pour les séances de travail planifiées dans la limite des 24 heures autorisées. Dans ce cas de figure, votre rémunération est maintenue.

Vous pouvez également opter pour l'utilisation de votre CPF pour réaliser votre bilan de compétences. Il sera alors possible de réaliser votre bilan de compétences hors temps de travail sans en informer votre employeur.

*Réaliser Son Bilan de
Compétences*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un défi de prospection sur une action ciblée.

Objectifs :

Savoir organiser son ou ses actions de prospection.
Obtenir des rendez-vous de prospection et optimiser sa qualification.
Donner envie au prospect de nous recevoir.
Entretenir une énergie positive et une dynamique incitative.

Contenu de la formation :

Organiser et planifier sa prospection :

- ▶ Définir ses objectifs et priorités de prospection commerciale : conquérir de nouveaux prospects, relancer des prospects qualifiés « chaud »...
- ▶ Définir ses cibles.
- ▶ Qualifier ses contacts pour hiérarchiser l'existant/le potentiel de développement.
- ▶ Réaliser son mapping clients et constituer sa liste de prospection commerciale.
- ▶ Déterminer les potentiel par catégorie de cibles et en intégrant l'accessibilité des prospects.
- ▶ Planifier son temps de prospection et son ordonnancement : journaliser, hebdomadaire, mensuel...

Bien Choisir ses moyens de prospection :

- ▶ Les techniques d'approche directe : mailing, téléphone, e-mailing ;
- ▶ Les techniques d'approche indirecte : salons, conférences, webinaires, recommandation, réseaux professionnels...
- ▶ Les réseaux sociaux.
- ▶ Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés.

Qualifier ses interlocuteurs.

- ▶ Les savoir faire de base :
 - Décrocher.
 - Se présenter.
 - Intercepter un appel.
 - Les messages.
 - L'attente.
 - Le double appel.
 - Le ré-aiguillage.
 - Les annonces vocales.
 - Les règles de courtoisie.

Franchir les différents barrages et engager vers le RDV.

- ▶ Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur : Savoir Pitcher.
- ▶ De réaliser d'une accroche percutante à la personnalisation permettant d'asseoir sa crédibilité et d'éveiller l'intérêt du prospect.
- ▶ Découvrir plus qu'une nécessité :
 - Poser des questions : comprendre les besoins explicites et implicites.
 - Identifier.
 - Inviter.
 - Écouter.
 - Reformuler.
 - Donner une amorce de réponse.
 - Vérifier et accrocher l'intérêt du prospect.
- ▶ Argumenter le bénéfice du rendez-vous et les lier à la découverte.
- ▶ Rebondir sur les objections courantes.
- ▶ Accepter le refus... pour mieux revenir ou réorienter l'échange.

Programme de formation

(suite)

- ▶ La proposition du RDV et le verrouillage du RDV.
- ▶ Prendre congé vis-à-vis d'un interlocuteur et conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue.

Les savoirs faire complémentaires :

- ▶ Les réclamations.
- ▶ Les clients difficiles.
- ▶ Les fiches de synthèse et tracer ses appels.
- ▶ Utiliser son tracing pour accroître ses performances lors du prochain rendez vous.

Assurer un vrai suivi de sa prospection :

- ▶ Mettre en place un plan de prospection.
- ▶ Créer un rythme de prospection.
- ▶ Établir un plan de relance et de suivi.
- ▶ Maintenir le lien via l'envoi de documentations.
- ▶ Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect.
- ▶ Faire de chaque client un potentiel apporteur d'affaires.

Public concerné :

Toute personne en contact avec la clientèle et souhaitant s'améliorer dans l'acte de vente.

Objectifs :

Acquérir les notions fondamentales de culture commerciale.

Développer son efficacité commerciale de la préparation à la conclusion des entretiens.

Connaître et adopter les bonnes postures lors de ses rendez-vous commerciaux : travailler sa communication commerciale.

Procéder, avec méthode, au déroulement de son entretien de vente.

Développer son leadership relationnel en face à face, renforcer sa force de persuasion en clientèle.

Conserver une attitude positive et savoir convaincre.

Contenu de la formation :

Les notions de Vente et de Relation Commerciale :

- ▶ Identifier les compétences indispensables.
- ▶ Qu'est-ce que la vente ? (Produits, services, etc.)
- ▶ Qu'est-ce que la relation client ? Comprendre le principe de la relation commerciale, en quoi mon attitude peut-elle favoriser une vente ?
- ▶ Quelles différences entre le BtoC et le BtoB ?

La préparation d'un Entretien Commercial ou d'une Visite Client :

- ▶ Cerner les enjeux d'un rendez-vous clientèle réussi.
- ▶ Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs ambitieux et réalistes (Présentation ou validation de closing).
- ▶ Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur (historique, chiffres, enjeux, etc.).
- ▶ Préparer sa posture mentale, son apparence et travailler sa communication (Image et Dress-Code).

Appréhender savoir-faire et savoirs être : De la communication au leadership :

- ▶ Contrôler ses attitudes (l'importance du non verbal), parler positivement (le verbal) : La communication orale et non verbale.
- ▶ Réussir son premier contact : Savoir créer un climat de confiance et d'empathie dès les premières secondes.
- ▶ Retour sur la communication non verbale : l'image que je renvoie.
- ▶ Comment travailler sa synchronisation verbale et non verbal, un pas vers le succès ?
- ▶ Comprendre ce qu'est le sens du service pour assurer une relation sereine.
- ▶ Les Piliers de l'Influence et du leadership.

Les grandes étapes d'un entretien de vente :

- ▶ Apprendre à gérer son stress.
- ▶ Les premières minutes : savoir se présenter à l'accueil, patienter et observer => pourquoi ?
- ▶ Analyser l'impact immédiat.
- ▶ La prise de contact : Créer un espace d'échange propice à la vente lors des premières minutes.
 - Se synchroniser et s'adapter avec son interlocuteur avec efficacité selon la situation.
 - Alternier position haute et position basse pour bien communiquer.
- ▶ L'empathique au service de la Relation.
- ▶ Conduire et maîtriser l'entretien de vente :
 - Introduire l'entretien : se présenter, présenter les objectifs, le déroulé et la durée de l'échange.

Les Techniques de Vente et Pratiques Commerciales

Programme de formation

(suite)

- Présenter de façon attractive son entreprise et son offre au format « l'Art du Pitch ».
- ▶ Maîtriser les techniques permettant d'assurer la découverte client avec efficacité :
 - Rappel sur le trio : écoute / questionnement / reformulation.
- ▶ Déterminer le profil de vos clients et adapter son argumentaire.
 - Retour sur le SONCAS pour mieux comprendre le fonctionnement de ses clients.
 - Découvrir les besoins du client avec méthode : les besoins fonctionnels et émotionnels.
 - Retour sur le questionnement : Oser questionner pour bien comprendre les attentes.
 - Faire une offre argumentée, présenter son produit, rassurer son client sur la qualité.
- ▶ Les grands principes de l'argumentation ou de la présentation :
 - Caractéristiques, Avantages, Preuves.
 - Connaître les différents types d'objections pour traiter les objections avec méthode et efficacité.
 - Identifier les techniques de réfutation des objections, travailler les objections les plus courantes.
 - Savoir repérer les freins à l'achat et les signaux d'achat.
 - Savoir aussi dire « non » et exprimer un désaccord avec tact.
- ▶ Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques :
 - Réaliser une conclusion ou un closing commercial avec méthode.
 - Prendre congé en assurant un contact positif, engager un suivi avec son interlocuteur.

Training sur les techniques de vente et les techniques commerciales :

- ▶ Mise en situation virtuelle à partir de jeux de rôles proposés par l'animateur et/ou à partir du quotidien des participants.
- ▶ Les entretiens vidéo sont enregistrés, analysés puis commentés par les participants et le consultant.

Méthodes d'intervention :

Apports méthodologiques.

Jeux de rôles.

Mises en situation filmées et analysées.

*Les Techniques de
Vente et Pratiques
Commerciales*

Programme de formation

Public concerné :

Commercial, technico-commercial et responsable commercial.
Négociateur commercial débutant ou confirmé, vendeur confirmé itinérant et sédentaire et plus généralement toute personne en charge de la négociation au sein d'une structure.

Objectifs :

Maîtriser les différentes techniques de négociation commerciale.
Prendre conscience de son style de négociateur et des différents styles de négociations possibles.
Appréhender les techniques de communication et de négociation.
Préparer et développer ses propres outils de négociation.

Contenu de la formation :

Contexte de la Négociation Commerciale :

- ▶ Qu'entendre par négociation commerciale.
- ▶ Rappel général de la négociation commerciale : technique, stratégie, tactique de négociation.

Connaître et dérouler son cycle de vente :

- ▶ Qualité du cycle de vente, pour une négociation confiante.
- ▶ Cycle de vente face au cycle d'achat.
- ▶ Défendre son cycle de vente.
- ▶ Techniques pour s'affirmer et convaincre.

Élaborer une grille de négociation et valoriser ses prix :

- ▶ Les enjeux économiques de vos négociations.
- ▶ Le rapport de force acheteur-vendeur.
- ▶ Votre style spontané de négociateur.
- ▶ Structurer son argumentaire et en lien avec son ou ses objectifs.
- ▶ Entrer dans une logique de concession/contrepartie.
- ▶ Élaborer la cible de négociation : sauvegarder ses marges.
- ▶ Vendre des "Bénéfices" et non un "Prix".
- ▶ Positionner son offre face à la concurrence.
- ▶ Les points de vigilance pour la future négociation.
- ▶ Anticiper le refus : bâtir une MESORE (Meilleure Solution de Repli) efficace.
- ▶ Identifier les objets de négociation autres que le prix.

Être convaincant et valoriser sa propre image

- ▶ A prix et qualité égale, c'est le vendeur qui fait la différence.
- ▶ Les comportements qui valorisent votre image.
- ▶ Montrer sa confiance et agir sur les émotions.
- ▶ Travailler son assertivité et résister à l'agressivité.

Traiter les objections Prix et Vendre de la Différenciation

- ▶ Le prix et son environnement.
- ▶ Les résistances face au prix.
- ▶ Les conséquences d'une remise de prix.
- ▶ Les coûts cachés.
- ▶ Les techniques de présentation du prix.
- ▶ Le prix dans la rédaction de l'offre.
- ▶ Le traitement de l'objection prix, les freins.

Déjouer les techniques des acheteurs professionnels :

- ▶ Comprendre les attentes des acheteurs.
- ▶ Rester stable et gérer les imprévus de la négociation.
- ▶ Garder le leadership face à la pression.
- ▶ Se préparer aux techniques de : menace, ultimatum, dévalorisation, dilemme.

*Les Clés de la
Négociation
Commerciale*

(suite)

- ▶ Favoriser les techniques d'échange.

Maîtriser les techniques de closing efficace :

- ▶ Démystifier le gagnant-gagnant.
- ▶ Traiter les objections de dernière minute et obtenir un accord.
- ▶ Rassurer un acheteur fuyant.
- ▶ Obtenir des contreparties aux concessions éventuelles.
- ▶ Technique de l'enchaînement logique.
- ▶ Engager son interlocuteur et entériner les accords.
- ▶ Reformuler les points d'accord et de douleurs.

Formaliser l'accord :

- ▶ Anticiper la suite de la négociation ou de la relation.
- ▶ Conforter l'acheteur : les techniques de valorisation.
- ▶ Consolider la confiance : la technique de l'ancrage.
- ▶ Suivre et accompagner la relation dans la durée.
- ▶ Comprendre la négociation comme un partenariat.

Développer la relation avec ses clients et anticiper les renégociations :

- ▶ Que, quoi et quand renégocier ? Dans quelles conditions ?
- ▶ Construire de nouvelles solutions, conforter ses positions.

Synthèse et plan d'actions :

- ▶ Principes qui mènent les négociations au succès.
- ▶ Choisir les bons marqueurs pour réussir dans la durée.

Méthodes d'intervention :

Après avoir déterminé sa stratégie de négociation, s'entraîner à la négociation face à face jusqu'à la conclusion.

*Les Clés de la
Négociation
Commerciale*

Programme de formation

Public concerné :

Équipe de ventes techniques, conseiller, technicien de magasin spécialisé, vendeur de négoce, technicien SAV sédentaire ou itinérant, personnel d'accueil...

Objectifs :

Aider les techniciens et conseillers à passer d'une culture « technique » ou "informatrice" à une logique « relationnelle de service ».

Améliorer l'accueil, l'écoute et la prise en compte des attentes du client.

Fidéliser les clients en adoptant une attitude pro-active.

Contenu de la formation :

Pourquoi optimiser et développer la relation client : les enjeux clés.

- ▶ Qu'est-ce que la relation client ? Pourquoi s'y attarder ?
- ▶ Savoir identifier la clientèle : Ses profils, ses motivations et ses nouvelles attentes.
- ▶ Comprendre les enjeux de la relation client :
 - Se représenter l'image de la marque de son entreprise.
 - Retour sur la notion de concurrence.
 - Appréhender le principe de la satisfaction du client.

Les différents degrés d'implication dans l'accueil d'un Client :

- ▶ Appréhender le rôle et les missions de l'accueil dans le contexte spécifique de votre établissement.
- ▶ Gestion de la relation client ou comment placer le client au coeur du système.
- ▶ Considérer le client comme un véritable « actif » de l'entreprise.
- ▶ Développer une vision client transversale à tous les services.
- ▶ Développer et partager la connaissance sur les clients.
- ▶ La prise de conscience du rôle de l'accueil client dans l'image de qualité de sa structure : Identifier et renforcer tous les points de « contact client » de l'entreprise.
- ▶ Offrir un accueil téléphonique ou physique de qualité à ses interlocuteurs.

Comment transmettre une bonne image :

- ▶ Maîtriser les formules d'accueil au téléphone.
- ▶ Les outils fondamentaux de la communication :
- ▶ Langage verbal (débit – rythme- intonation – volume de la voix...).
- ▶ L'accueil personnalisé au service de l'image de votre entreprise.
- ▶ Comment développer la notion de Service :
 - Comment récolter les informations utiles à l'entreprise ?
 - Penser solutions plutôt que problèmes.
 - Ayez un discours « non technique ».
 - Reformuler pour bien accompagner.
- ▶ Soigner sa présentation : vous représentez votre établissement !
- ▶ Maîtriser les attitudes positives :
 - Prendre en charge visuellement et physiquement chaque client.
 - Assurer un bon premier contact pour mettre en confiance le client (la 1ère impression)
 - Considération et impression « d'être unique ».

Valoriser l'image de l'entreprise et l'expérience client grâce aux "Pitches" :

- ▶ Identifier les situations relationnelles pouvant nécessiter le recours au pitch (accueil, vente, réunion, conférence, déjeuner...).
- ▶ Découvrir les principaux atouts du storytelling : créer du sens, de l'émotion afin de générer de l'attachement...
- ▶ Élaborer une accroche percutante.
- ▶ Construire le schéma narratif associé à sa présentation.

*Les Fondamentaux de
la Relation Client*

Programme de formation

(suite)

- ▶ Choisir les différents personnages (héros, adjutants, opposants) à intégrer dans son pitch.
- ▶ Utiliser les techniques de narration orale inspirées du théâtre.
- ▶ Transposer son pitch écrit en expression verbale vivante.
- ▶ Harmoniser communication verbale, non-verbale et para-verbale lors de la présentation de son pitch.
- ▶ Utiliser la force de conviction du silence pour faire résonner son argumentaire.
- ▶ Synthétiser les différents messages clés pour en favoriser l'expérience de vos interlocuteurs.

Comment défendre l'image de l'entreprise malgré la défaillance technique d'un produit ou d'une offre ?

- ▶ Identifier les sources de mécontentement client.
- ▶ Prendre en compte les attentes.
- ▶ Faciliter le dialogue pour diminuer l'insatisfaction : empathie, écoute active.
- ▶ Installer une relation de confiance durable avec les clients.
- ▶ Proposer des solutions concrètes.
- ▶ Tenir ses engagements et informer le client.
- ▶ Communiquer ses observations en Interne...

Méthodes d'intervention :

Après avoir réfléchi sur l'image de l'entreprise et celle que les stagiaires reflètent durant leur intervention de vente ou d'après-vente, connaître et utiliser efficacement les méthodes de communication et de relations "non techniques".

*Les Fondamentaux de
la Relation Client*

Programme de formation

Public concerné :

Chef ou futur chef d'entreprise, directeur, responsable commercial et plus généralement toute personne en charge du développement de la stratégie marketing de leur business unit (centre de profit, commerce, agence, magasin...).

Objectifs :

Élaborer un diagnostic stratégique.
Analyser les différentes stratégies applicables à votre entreprise.
Appliquer les matrices et outils d'aide à la décision.
Composer le mix marketing.
Évaluer l'environnement concurrentiel
Cibler les portefeuilles d'activités.
Travailler le plan d'actions commerciales.

Contenu de la formation :

Introduction :

- ▶ De la politique générale de l'entreprise à la stratégie.
- ▶ Le cadre de référence fondamental.
- ▶ Vocation, finalité, éthique, contraintes majeures...

Stratégie d'entreprise et stratégie marketing :

- ▶ Les fondamentaux de l'analyse stratégique.
- ▶ Replacer la stratégie marketing dans la demande globale du marketing.
- ▶ Maîtriser la dynamique interne et externe.
- ▶ Résoudre la problématique stratégique.
- ▶ Gérer la segmentation marketing et la segmentation stratégique.
- ▶ Évaluer les conséquences en termes d'organisation commerciale.
- ▶ Un enjeu méthodologique majeur.

Les stratégies concurrentielles :

- ▶ Poser la définition.
- ▶ Évaluer l'environnement concurrentiel.
- ▶ Maîtriser les stratégies concurrentielles.

Les stratégies de portefeuille d'activité :

- ▶ Maîtriser les approches traditionnelles.
- ▶ Passer d'un modèle global à un modèle simplificateur.
- ▶ Les simplifications stratégiques et financières des modèles.
- ▶ Appliquer l'analyse stratégique à la diversification.

Positionnement et création de valeur :

- ▶ Positionnement et valeur de la marque : notions de compétence distinctive, d'image de marque et de valeur client.
- ▶ Valeur perçue, valeur souhaitée.
- ▶ Les scénarios et les projets vers les plans opérationnels.

Méthodes d'intervention :

Après une réflexion sur sa stratégie actuelle et/ou à venir, déterminer des choix opérationnels commerciaux.

La Stratégie
Marketing

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne désirant acquérir l'ensemble des techniques de gestion de l'entreprise.

Objectifs :

Présenter et maîtriser les techniques de gestion nécessaires au fonctionnement optimal d'une entreprise.

Faciliter la communication avec les autres services de direction.

Acquérir une vision d'ensemble du fonctionnement de l'entreprise.

Contenu de la formation :

Le cadre général de la gestion d'entreprise.

La stratégie d'entreprise :

- ▶ La comptabilité.
- ▶ L'établissement des états de gestion.
- ▶ De la comptabilité générale à la comptabilité analytique.
- ▶ La détermination des coûts de revient.
- ▶ L'analyse de la rentabilité.
- ▶ Le contrôle de gestion et de budgétisation.
- ▶ Le contrôle de gestion de l'entreprise.

Le suivi et le contrôle budgétaire :

- ▶ Le diagnostic de gestion.
- ▶ Le contrôle et le suivi par la mise en place de tableaux de bord.
- ▶ L'analyse du diagnostic financier.
- ▶ La gestion des investissements.

Synthèse et bilan.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques

Exercices pratiques.

Etudes de cas.

*L'essentiel de la gestion
d'un centre de profit*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant se familiariser avec le logiciel Word.

Objectifs :

Acquérir les savoirs essentiels pour concevoir facilement des documents et courriers avec Word.

Contenu de la formation :

Word dans l'environnement Windows et le Pack Office.

Saisir, corriger et modifier des textes.

Techniques de « Copier/Coller » rapides.

Sélection des textes.

Mise en forme des caractères et des paragraphes.

Structurer et hiérarchiser un document.

Mise en page.

Marges, numérotation de pages, en-têtes.

Numéroter automatiquement les titres.

Définir des styles différents par niveau.

Création d'un tableau.

Présentations simples.

Alterner des pages en « portrait et en paysage ».

Utiliser les sauts de section.

Générer automatiquement une table des matières.

Sauvegarde et prévisualisation.

Concevoir et gérer des modèles.

Impression des documents.

Méthodes d'intervention :

Après une présentation théorique, mettre en application sous forme d'exercices les différentes fonctions évoquées dans le logiciel Word.

Word : opérationnel

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant se perfectionner avec le logiciel Word.

Objectifs :

Se perfectionner dans la maîtrise du logiciel Word.

Contenu de la formation :

Gérer du texte dans un tableau.

L'automatisation des mises en forme.

Automatiser la saisie.

Insertions et corrections automatiques.

Connaître les différents champs.

Les formulaires.

Les barres d'outils personnalisées.

Lier les champs pour les mises à jour automatiques.

Fusion et Publipostage.

La gestion d'un fichier d'adresse.

Les différents documents possibles.

Utiliser une requête Access ou un tableau Excel.

Créer les différents documents de fusion.

Personnaliser les lettres type.

Le tri.

Critères de choix.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Word :
perfectionnement*

Programme de formation

Excel : opérationnel

Public concerné :

Toute personne souhaitant s'initier au logiciel Excel.

Objectifs :

Acquérir les savoirs essentiels pour concevoir facilement des documents, tableaux et calculs sur des données avec Excel.

Contenu de la formation :

Excel dans l'environnement Windows et le Pack Office.

Saisie de textes et de nombres, corrections et suppressions.

Copies et déplacements.

Calculs simples et corrections.

Automatiser la saisie et les calculs :

- ▶ Automatiser la saisie de suites d'éléments (nombres, dates, mois, jours, etc.).
- ▶ Appréhender la notion de formule.
- ▶ Effectuer des statistiques (fonctions Somme, Moyenne, etc.).
- ▶ Effectuer des opérations arithmétiques de base (additions, multiplications, etc.).
- ▶ Utiliser les références (élémentaires) de cellules.

Mise en forme des nombres, des textes et du tableau.

Utilisation de formats de tableaux prédéfinis.

Visualiser les données à l'aide de graphiques :

- ▶ Créer des graphiques à partir de tableaux.
- ▶ Modifier la présentation des graphiques (courbes, histogrammes, secteurs, etc.).
- ▶ Personnaliser les graphiques (titres, légendes, etc.).
- ▶ Gérer et organiser les séries.

Lier des feuilles de calcul :

- ▶ Créer des liaisons dynamiques (copier/coller avec liaison).
- ▶ Créer des tableaux de synthèse.

Paramétrage de l'impression.

Faire des calculs à partir de données externes ou d'autres classeurs.

Savoir créer et utiliser une base de données Excel.

Exporter un tableau ou graphique dans d'autres logiciels du Pack Office (Word, PowerPoint).

Envoyer un document par e-mail.

Savoir utiliser des modèles.

Mise en page évoluée.

Méthodes d'intervention :

Après une présentation théorique, mettre en application sous forme d'exercices les différentes fonctions évoquées dans le logiciel Excel.

Excel : opérationnel

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant se perfectionner avec le logiciel Excel.

Objectifs :

Acquérir les savoir-faire pour se perfectionner dans la mise en forme de ses documents, tableaux et calculs sur des données avec Excel.

Contenu de la formation :

Rappel des bases de Excel :

- ▶ Maîtriser les fonctions de bases/Concevoir un tableau/Gérer un classeur.
- ▶ Automatiser la saisie et les calculs :
 - Automatiser la saisie de suites d'éléments (nombres, dates, mois, jours, etc.).
 - Appréhender la notion de formule.
 - Effectuer des statistiques (fonctions Somme, Moyenne, etc.).
 - Effectuer des opérations arithmétiques de base (additions, multiplications, etc.).
 - Utiliser les références (élémentaires) de cellules.
 - Visualiser les données à l'aide de graphiques :
 - Créer des graphiques à partir de tableaux.
 - Modifier la présentation des graphiques (courbes, histogrammes, secteurs, etc.).
 - Personnaliser les graphiques (titres, légendes, etc.).
 - Gérer et organiser les séries.
- ▶ Lier des feuilles de calcul :
 - Créer des liaisons dynamiques (copier/coller avec liaison).
 - Créer des tableaux de synthèse.

Excel perfectionnement :

- ▶ Maîtriser les références de cellules :
 - Appréhender la notion de référence et les différents types de références.
 - Choisir le type de référence le plus approprié les nommer et les utiliser.
 - Utiliser les références externes à une feuille de calcul et à un classeur.
- ▶ Utiliser les expressions conditionnelles :
 - Appréhender la notion d'expression conditionnelle.
 - Définir une mise en forme conditionnelle.
 - Créer des formules avancées à l'aide des expressions conditionnelles.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Excel :
perfectionnement*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant s'initier au logiciel PowerPoint.

Objectifs :

Après une présentation théorique, mettre en application sous forme d'exercices les différentes fonctions évoquées dans le logiciel PowerPoint.

Contenu de la formation :

Concevoir une présentation efficace :

- ▶ Les règles d'or et les pièges à éviter.
- ▶ Appréhender les différents types de supports et leurs différences.

Maîtriser les fonctions de base :

- ▶ Créer et enregistrer un document.
- ▶ Ouvrir un document existant.
- ▶ Contrôler l'aperçu d'un document avant impression.
- ▶ Imprimer un document.

Elaborer une présentation :

- ▶ Utiliser les modèles de conception existants.
- ▶ Utiliser les modèles de mise en page de diapositives.
- ▶ Modifier le texte des espaces réservés.
- ▶ Mettre en forme le texte (police, alignements, bordures, etc.).
- ▶ Utiliser l'explorateur de diapositives et les différents modes d'affichage.
- ▶ Gérer et organiser les diapositives (ajout, suppression, copie et déplacement).

Enrichir les diapositives d'une présentation :

- ▶ Utiliser les bibliothèques d'images de Microsoft (images clipart).
- ▶ Choisir et insérer des images à partir de fichiers.
- ▶ Insérer des éléments de présentation (graphiques, organigrammes, tableaux, etc.).
- ▶ Positionner, aligner et répartir les différents éléments d'une diapositive.

Utiliser les effets de transition et d'animation :

- ▶ Créer un effet de transition d'une diapositive à l'autre.
- ▶ Créer un effet d'animation sur les textes et les objets.
- ▶ Insérer des effets sonores.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

*Powerpoint :
opérationnel*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant se perfectionner avec le logiciel PowerPoint.

Objectifs :

Après quelques rappels, se perfectionner dans l'utilisation du logiciel sous forme d'exercices.

Contenu de la formation :

Utiliser les effets de transition et d'animation :

- ▶ Créer un effet de transition d'une diapositive à l'autre.
- ▶ Créer un effet d'animation sur les textes et les objets.
- ▶ Insérer des effets sonores.

Préparer et utiliser un diaporama au cours d'une présentation :

- ▶ Définir l'enchaînement automatique des diapositives.
- ▶ Enregistrement et exportation d'un diaporama.
- ▶ Naviguer entre les diapositives au cours d'une présentation.

Utiliser des assistants et des outils d'automatisation.

Générer le sommaire de la présentation.

Créer et modifier un masque et des modèles.

Insérer des tableaux d'Excel.

Créer, modifier et mettre en forme un objet.

Générer un diaporama.

Créer des enchaînements, des transitions et des animations.

Créer des liens dans le diaporama avec d'autres fichiers.

Utiliser la visionneuse.

Mettre en page les diapositives.

Définir les options d'impression.

Comprendre l'utilité du mode plan.

Faire des acquisitions multimédia.

Utiliser et paramétrer des boutons d'action.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

*Powerpoint :
perfectionnement*

Formation et Certification à l'Anglais Professionnel (TOEIC, PIPLETT FLEX...)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne souhaitant s'améliorer en Langue Anglaise, pratiquer, gagner en fluidité et se préparer efficacement aux TOEIC®, PIPLETT FLEX® et/ou autres tests linguistiques professionnels.

Objectifs :

Se préparer efficacement afin d'obtenir le meilleur score possible au test visé. Établir une stratégie de passage de l'examen en fonction de ses forces et faiblesses.

Identifier ses points d'amélioration et s'entraîner de manière optimale.

Maîtriser les points essentiels de grammaire et de conjugaison.

Enrichir son vocabulaire.

Améliorer sa compréhension orale.

Contenu de la formation :

Présentation détaillée de l'examen :

Test initial complet en temps réel, correction complète et détaillée.

Préparation de la partie compréhension et pratique à l'Oral :

Mini-tests ciblés sur les besoins des participants, corrections détaillées.

Préparation de la partie rédaction et compréhension écrite :

Mini-tests ciblés sur les besoins des participants, correction détaillée. Exercices pratiques de validation des principales règles de grammaire et de conjugaison.

Révision générale :

Test complet en temps réel, correction complète et détaillée.

Méthodes d'intervention :

Ce parcours intensif vous permettra de vous préparer efficacement à la pratique de la langue Anglaise et à la passation d'une certification en vue d'y obtenir le meilleur score possible. Il vous montrera comment établir une stratégie de passage de l'examen, en fonction de vos forces et faiblesses, et à vous entraîner de façon optimale. Il vous permettra en outre un meilleur niveau de pratique de la Langue anglaise et un renforcement de vos connaissances linguistiques.

*Formation et
Certification à
l'Anglais Professionnel
(TOEIC, PIPLETT
FLEX...)*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne en contact avec le public et tout personnel désigné pour porter secours en cas d'accident.

Objectifs :

Être capable d'intervenir immédiatement et efficacement en cas d'accident du travail, dans l'attente des secours spécialisés.

Reconnaître les risques professionnels et d'articuler son action avec les autres acteurs de la prévention de l'entreprise.

Contenu de la formation :

Le Sauvetage – Secourisme du Travail :

- ▶ Les accidents du travail dans l'établissement ou dans la profession.
- ▶ Intérêt de la prévention des risques professionnels.
- ▶ Le rôle du Sauveteur-Secouriste du Travail.
- ▶ Présentation du programme :
 - Protéger, examiner, faire alerter, secourir.
 - La méthode de recherche des risques persistants et celle d'examen rapide d'une victime seront reprises au cours de chaque séance pratique.

Rechercher les risques persistants pour protéger :

- ▶ Reconnaître, sans s'exposer lui-même, les risques persistants éventuels qui menacent la victime de l'accident et/ou son environnement.
 - Identifier les sources de risques réelles ou supposées dans la situation concernée :

Mécanique ou de chute de personne.

Électrique.

Incendie, explosion, thermique.

Atmosphère toxique ou irrespirable.

Autres ...

- ▶ Repérer les autres personnes qui pourraient être exposées aux risques identifiés.
- ▶ Supprimer ou isoler le risque, ou soustraire la victime au risque sans s'exposer lui-même au risque.
 - Définir les actions à réaliser permettant la suppression éventuelle du (des) risque(s) identifié(s).
 - Repérer les matériels spécifiques permettant cette suppression.
 - Assurer ou faire assurer, par la personne la plus apte et pour une suppression permanente, la mise en oeuvre de ces matériels.
 - Faire en sorte de rendre impossible, lorsque la suppression du risque identifié ne peut être envisagée de manière réaliste, l'exposition de quiconque à ce risque.
 - En cas d'impossibilité de suppression ou d'isolement du (des) risque(s) identifié(s) reconnaître les situations dans lesquelles il pourra, sans risque pour lui-même, dégager la victime.
 - Éléments de sauvetage et technique de dégagement d'urgence dans ces situations ou selon les risques propres à l'entreprise.

Dégagement d'urgence par traction de la victime au sol.

Protection des populations en cas d'alerte : la sirène.

Examiner la victime et faire alerter :

- ▶ Examiner la (les) victime(s) avant et pour la mise en oeuvre de l'action choisie en vue du résultat à obtenir.

*SST :
Sauveteurs-Secouristes
du Travail*

(suite)

- Reconnaître, suivant un ordre déterminé, la présence d'un ou plusieurs signes indiquant que la vie de la victime est menacée. Est-ce que la victime :

Saigne abondamment ?

S'étouffe ?

Répond aux questions et se plaint ?

Respire ?

- Associer au(x) signe(s) décelé(s) le résultat(s) à atteindre.
- Dans le cas où il y a manifestation de plusieurs signes, définir l'ordre de priorité des résultats à atteindre.
- ▶ Faire alerter, ou alerter en fonction de l'organisation des secours dans l'entreprise.
 - Identifier, en fonction de l'organisation dans l'entreprise qui alerter et dans quel ordre.
 - Choisir, parmi les personnes présentes et selon des critères prédéfinis, celle qui est la plus apte pour déclencher l'alerte.
 - Définir les différents éléments du message d'alerte qui permettront aux secours appelés d'organiser leur intervention.
 - Donner à la personne choisie les consignes et les informations pertinentes pour assurer une transmission efficace du message d'alerte.
 - Organiser l'accès des secours sur les lieux de l'accident, le plus près possible de la victime.

Secourir :

- ▶ Déterminer l'action à effectuer pour obtenir le résultat à atteindre, que l'on a déduit de l'examen préalable et mettre en oeuvre l'action choisie en se référant à la technique préconisée.
- ▶ Vérifier, par l'observation de la victime, l'atteinte et la persistance du résultat attendu et l'apparition de nouveaux signes indiquant que la vie de la victime est menacée, jusqu'à la prise en charge de la victime par les secours spécialisés.
- ▶ La victime saigne abondamment :
 - Comprimer l'origine du saignement.
- ▶ La victime s'étouffe :
 - La désobstruction des voies aériennes chez l'adulte et l'enfant.
 - La désobstruction des voies aériennes chez le nourrisson.
 - L'obstruction partielle des voies aériennes.
- ▶ La victime répond, elle se plaint des sensations pénibles et/ou présente des signes anormaux :
 - La mettre au repos.
 - Reconnaître, apprécier et transmettre à un médecin les signes d'un malaise.
- ▶ La victime répond, elle se plaint de brûlures :
 - Brûlures thermiques : arroser pour éteindre et refroidir.
 - Brûlures chimiques : arroser abondamment pour rincer.
- ▶ La victime répond, elle se plaint d'une douleur qui empêche certains mouvements :
 - Quels que soient les signes, agir comme s'il y avait fracture :
 - Dos, cou, tête : éviter de la déplacer et maintenir la tête.
 - Membres : éviter de déplacer et respecter les déformations éventuelles.
- ▶ La victime répond, elle se plaint d'une plaie qui ne saigne pas abondamment :
 - Plaie grave de l'abdomen : position d'attente à plat dos, jambes surélevées
 - Plaie grave du thorax : position d'attente demi-assise.

(suite)

- Sectionnement de membre : conditionner le segment de membre.
- Plaie à l'oeil : position d'attente à plat dos, tête calée.
- Plaies simples : nettoyer la plaie.
- ▶ La victime ne répond pas, elle respire :
 - Libération des voies aériennes.
 - Mise sur le côté, tête basse (PLS).
- ▶ La victime ne répond pas, elle ne respire pas :
 - Réanimation cardio-pulmonaire chez l'adulte, chez l'enfant et chez le nourrisson.

Situations inhérentes aux risques spécifiques à la profession (bâtiment, industrie chimique, etc.), à l'entreprise :

- ▶ Conduites particulières à tenir face à certains types de saignements abondants.
- ▶ Utilisation de matériel de protection spécifique.
- ▶ Le contenu de ce chapitre et le temps éventuellement nécessaire au-delà des 12 heures seront déterminés à l'initiative du médecin du travail.

Évaluation des SST :

- ▶ Un certificat de Sauveteur – Secouriste du Travail sera délivré au candidat qui a participé activement à l'ensemble de la formation et fait l'objet d'une évaluation continue favorable de la part du ou des formateurs.
- ▶ Toutefois, pendant la période transitoire précédant la sortie de l'arrêté relatif à la formation des Sauveteur – Secouristes du Travail, les CRAM/CGSS qui le désirent pourront continuer à mettre en place un contrôle du comportement, tel que définit dans la circulaire P.A.T. N° 981/85 du 17 décembre 1985 et la circulaire DPRP N°46/93 du 18 août 1993.
- ▶ Dans le cas où le candidat ne peut mettre en oeuvre, pour des raisons d'aptitudes physiques, l'ensemble des compétences attendues de la part d'un SST, il se verra délivrer une attestation de suivi de la formation.
- ▶ Le titulaire du certificat de sauveteur-secouriste du travail, à jour de son obligation de formation continue est réputé détenir l'unité d'enseignement « Prévention et secours civique de niveau 1 (PSC1) », conformément à l'arrêté du 5 décembre 2002 et à l'article 4 de l'arrêté du 24 juillet 2007 fixant le référentiel des compétences de sécurité civile relatif à l'unité d'enseignement « prévention et secours civiques de niveau 1 ».

Recyclage :

- ▶ La durée préconisée pour un MAC SST est de 7 heures pour un groupe de 10 personnes. Elle peut varier en fonction du nombre de participants et des changements apportés par la CNAMTS ou l'INRS au contenu de la formation. Le premier MAC SST doit avoir lieu dans les 24 mois qui suivent la formation initiale. Toutefois, il appartient à l'entreprise qui le souhaite de mettre en place un recyclage plus fréquent.

Méthodes d'intervention :

Etude des cas ou d'accidents effectués à partir d'une situation concrète dans les locaux de l'entreprise. Réflexion et entraînement sur les gestes de premiers secours à effectuer en cas de problème. Chronologie des gestes que le Sauveteur – Secouriste du Travail doit être capable de faire face à une situation d'accident.

*SST :
Sauveteurs-Secouristes
du Travail*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne exécutant effectuant exclusivement des opérations d'ordre non électrique.

Objectifs :

Préparer l'habilitation électrique BO/HO ou BO/HOV.

A l'issue de cette formation, le stagiaire doit connaître le risque électrique et savoir s'en protéger.

Contenu de la formation :

Notions élémentaires d'électricité:

- ▶ Différence de potentiel.
- ▶ Intensité.
- ▶ Résistance.
- ▶ La loi d'Ohm.
- ▶ Les effets du courant électrique.

Sensibilisation aux risques électriques:

- ▶ Les obligations et responsabilités des différents acteurs.
- ▶ Statistiques sur les accidents d'origine électrique.
- ▶ Les différents risques d'origine électrique.

La prévention des risques électriques:

- ▶ Le contexte réglementaire.
- ▶ Les moyens de protection contre les contacts directs.
- ▶ Les moyens de protection contre les contacts indirects.
- ▶ Conduite à tenir en cas d'accident d'origine électrique.

Publication NF C 18 510:

- ▶ Définitions, prescriptions au personnel, obligation de formation.
- ▶ Prescriptions particulières applicables aux entreprises extérieures.
- ▶ Définitions NF C 18 510.
- ▶ Exemples de documents.

Opérations dans l'environnement:

- ▶ Les différentes zones d'environnements.
- ▶ Travaux au voisinage de canalisations isolées.

Méthodes d'intervention :

- Un livret est remis à chaque participant.
- Apports Théoriques.
- Exercices.

Habilitation Électrique
Bo-HoV

Habilitation électrique/Opérations simples-BS et BE Manoeuvres

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne effectuant des interventions élémentaires de remplacement, de réarmement, de raccordement d'ordre électrique et la mise hors tension pour son propre compte - Suivant NFC18510.

Pré-requis :

Avoir une connaissance des règles élémentaires de l'électricité.

Objectifs :

Préparer à l'habilitation électrique BS/H0(V) et BE manoeuvre limité au réarmement avec autorisation d'intervention.

A l'issue de cette formation, le stagiaire doit connaître le risque électrique et savoir s'en protéger ; il doit être capable d'effectuer des opérations élémentaires sur les circuits terminaux suivant une certaine méthodologie (remplacement à l'identique de fusibles, réarmement d'une protection, raccordement d'accessoires et de matériel électrique, mise hors tension pour son propre compte).

Contenu de la formation :

Notions élémentaires d'électricité

- ▶ Circuit électrique.
- ▶ Différence de potentiel.
- ▶ Intensité.
- ▶ Résistance.
- ▶ La loi d'Ohm.
- ▶ Le générateur.
- ▶ Les effets du courant électrique.
- ▶ Le courant continu et alternatif.

Sensibilisation aux risques électriques

- ▶ Les obligations et responsabilités des différents acteurs.
- ▶ Statistiques sur les accidents d'origine électrique.
- ▶ Les différents risques d'origine électrique.

La prévention des risques électriques:

- ▶ Le contexte réglementaire.
- ▶ La normalisation.
- ▶ Les moyens de protection contre les contacts directs.
- ▶ Les moyens de protection contre les contacts indirects.
- ▶ Protection contre les brûlures.
- ▶ Conduite à tenir en cas d'accident d'origine électrique.

Publication NF C 18 510:

- ▶ Définitions, prescriptions au personnel, obligation de formation.
- ▶ Domaine d'application de la publication NFC 18 510.
- ▶ Prescriptions particulières applicables aux entreprises extérieures.
- ▶ Définitions NF C 18 510.
- ▶ Exemples de documents.

Opérations dans l'environnement:

- ▶ Les différentes zones d'environnements.
- ▶ Travaux au voisinage de canalisations isolées.

Interventions élémentaires:

- ▶ Rôle du Chargé d'intervention.
- ▶ Dispositions concernant le personnel et le matériel.
- ▶ Interventions élémentaires.

Appareillage électrique BT:

- ▶ Matériel de protection individuel et collectif.

*Habilitation
électrique/Opérations
simples-BS et BE
Manoeuvres*

Habilitation électrique/Opérations simples-BS et BE Manoeuvres

Programme de formation

(suite)

Outillage électrique portatif à main:

- ▶ Mesures de protection.
- ▶ Emplacements exposés.
- ▶ La TBTS.
- ▶ La TBTP.
- ▶ La séparation des circuits.
- ▶ Enceinte conductrice exigue.
- ▶ Cas particuliers.

Évaluation et analyse des risques électriques:

- ▶ Éléments à prendre en compte.
- ▶ Principe d'action.

Application pratique:

- ▶ Mise en situation du stagiaire.

Méthodes d'intervention :

Formation théorique et pratique en salle, suivie d'une séance de travaux pratiques (TP) sur site groupe ou en sous groupe.

*Habilitation
électrique/Opérations
simples-BS et BE
Manoeuvres*

PRAP : Prévention des Risques liés à l'Activité Physique (Gestes et Postures)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne amenée à participer à la prévention au sein de son entreprise ou de son établissement.

Objectifs :

Caractériser l'activité physique dans sa situation de travail.

Situer l'importance des atteintes à la santé (AT/MP) liées à l'activité physique professionnelle et les enjeux humains et économiques pour le personnel et l'établissement.

Caractériser les dommages potentiels liés à l'activité physique en utilisant les connaissances relatives au fonctionnement du corps humain.

Détecter les risques d'atteintes à sa santé et de les mettre en lien avec les éléments déterminant son activité physique.

Proposer les améliorations de sa situation de travail à partir des déterminants identifiés, de participer à leur mise en oeuvre et à leur évaluation.

Contenu de la formation :

Présentation :

- ▶ De la démarche PRAP et des objectifs de la formation.
- ▶ Les activités physiques dans l'activité de travail.
- ▶ Éléments statistiques et enjeux liés à la santé.
- ▶ Notions d'anatomie, physiologie et pathologie de l'appareil locomoteur.

Appréciation du poste de travail :

- ▶ Évaluation des situations.
- ▶ Identification des déterminants des activités physiques correspondantes.
- ▶ Écoute des remarques des opérateurs.
- ▶ Prise de conscience des éléments contraignant de la situation de travail.

Aménagement des postes de travail :

- ▶ Mise en commun des analyses de situations de travail.
- ▶ Rappel des principes généraux de prévention.
- ▶ Principes de base d'aménagement dimensionnel des postes de travail.

Principes généraux de manutention :

- ▶ Démonstration du geste type en manutention de charge.
- ▶ Principes d'économie d'effort.
- ▶ Principes de sécurité physique.
- ▶ Entraînement aux gestes types.

Application au poste de travail :

- ▶ Identification des pistes d'amélioration des situations de travail.
- ▶ Mise en forme des propositions.
- ▶ Synthèse, bilan et évaluation de la formation.
- ▶ Remise de la documentation.

Méthodes d'intervention :

Après l'acquisition des apports théoriques de base, apprendre à porter et à protéger sa charge manipulée en reprenant les situations professionnelles des participants.

PRAP : Prévention des Risques liés à l'Activité Physique (Gestes et Postures)

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne étant en relation avec le métier de la cuisine et désirant connaître les principes d'hygiène.

Objectifs :

Acquérir les savoir faire et les savoir être propres à la restauration collective.
Maîtriser la sécurité alimentaire.

Contenu de la formation :

Objectif du programme :

- ▶ Identifier les dangers et évaluer les risques.
- ▶ Déterminer les CCP.
- ▶ Établir les limites critiques.
- ▶ Établir un système de surveillance.
- ▶ Établir des mesures correctives.
- ▶ Vérification et validation.
- ▶ Documentation et enregistrement.

Présentation de l'HACCP :

- ▶ Les principes d'hygiène en restauration collective.
- ▶ Les 30 commandements du cuisinier.
- ▶ Tests et jeux sur le thème de l'hygiène quotidienne.
- ▶ Découvrir le monde microbien.

Appréhender les sources d'intoxication et de contamination :

- ▶ Tests et jeux sur le thème de l'hygiène alimentaire.
- ▶ Contrôler et lutter contre le développement des microbes en cuisine.
- ▶ Tests et jeux sur le thème de l'hygiène corporelle.
- ▶ Intégrer les principes de l'hygiène corporelle du personnel.

Utiliser les agents anti-microbiens et maîtriser les températures de stockage :

- ▶ Test QCM : Le monde de l'hygiène.
- ▶ Appréhender le thème de la conception des locaux et des circuits recommandés dans le cadre de la marche en avant.
- ▶ Nettoyer et désinfecter les locaux , les matériels et les outils de cuisine.
- ▶ Evaluation corrigée : Connaître et maîtriser les règles de l'HACCP.

Méthodes d'intervention :

Travaux pratiques.
Apports théoriques.
Exercices pratiques.

H. A. C. C. P. Cuisine

Programme de formation

Parcours Certifiant en Communication Interpersonnelle

Public concerné :

Toute personne désirant mettre en oeuvre un mode de communication adapté aux différents profils comportementaux et de développer la qualité de ses relations interpersonnelles.

Valeur ajoutée :

Recherchées par les différentes organisations, cette compétence tend à permettre une évolution professionnelle et salariale de l'individu la possédant.

La transversalité de cette compétence, favorise la mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise en concourant à améliorer la communication dans les équipes. Elle donne les clés pour développer une communication performante, en interprétant le verbale et le non verbal, qui permettent d'ajuster la communication en conséquence.

Les compétences développées permettent des relations professionnelles de qualité.

Objectifs :

La communication a pris une place prépondérante dans l'entreprise. Communiquer efficacement avec les autres est déterminant.

Cette certification par la transmission d'outils, techniques et méthodes, permet d'adapter ses stratégies de communication au profil de son interlocuteur. Il s'agit de développer une communication plus assertive et impactante sur les autres et de mieux appréhender et traiter les situations difficiles.

Le développement de cette compétence favorise une meilleure compréhension des interactions et des messages et améliore ainsi la cohésion, la coopération, l'efficacité et la performance de l'organisation.

Contenu de la formation :

Module 1 : Maitriser les fondamentaux de la Communication (Analyse Transactionnelle®)

Dresser le bilan de ses capacités à communiquer et repérer ce qui se joue dans un échange

- ▶ Auto diagnostic de ses points forts et ses points à améliorer.
- ▶ Établir des relations interprofessionnelles saines et efficaces en fonction de la personnalité de son interlocuteur ou chacun se sent reconnu en développant ses propres richesses.
- ▶ Déterminer la relation émetteur – message – récepteur et les distorsions qu'elle entraîne.
- ▶ Clarifier les phénomènes d'identification, de projection...
- ▶ Identifier les obstacles à la communication pour mieux les surmonter.
- ▶ Éviter les erreurs, interprétations, les a priori...

Les apports de l'analyse transactionnelle :

- ▶ Qu'est-ce que l'analyse transactionnelle ou AT ?
- ▶ Exprimer les différentes facettes de sa personnalité avec les "États du Moi".
- ▶ S'approprier le modèle des "États du Moi" :
 - Décoder les structures de son langage et celles de ses interlocuteurs.
 - Identifier les structures de sa pensée, traiter l'information en adoptant un langage précis.
- ▶ Les dysfonctionnements : contamination, exclusion, symbiose.
 - Bien utiliser les "États du Moi" pour s'adapter aux diverses situations de communication.
 - Auto diagnostic et feedback sur les égogrammes individuels.

Écouter, observer et développer des "Transactions" positives :

- ▶ Identifier les différents modes de relations interpersonnelles.

Parcours Certifiant en
Communication
Interpersonnelle

(suite)

- ▶ Les transactions simples
- ▶ Les transactions doubles.
- ▶ Les transactions cachées.
- ▶ Établir des relations fructueuses.
- ▶ Écoute active, la clarification et la reformulation.
- ▶ Et l'Assertivité dans tout ça ?
- ▶ Constater sans juger, interpréter et agir en conséquence.

Valoriser ses interlocuteurs de façon adaptée : "les signes de reconnaissance" :

- ▶ Reconnaître positivement ses interlocuteurs.
- ▶ Critiquer de façon constructive.

Développer des relations gagnant-gagnant avec les autres : "les positions de vie" :

- ▶ Comprendre comment sa perception de soi-même et des autres conditionne ses relations.
- ▶ Travailler en groupe de manière efficace.
- ▶ Auto diagnostic des positions de vie.
- ▶ Qu'est ce que les Scénarios de vie ?
- ▶ Principe des drivers et messages contraignants.
- ▶ Les Injonctions et les Permissions.

Faire cadrer le monde avec notre scénario :

- ▶ Analyse des Jeux psychologiques.
- ▶ Timbres et Rackets.
- ▶ Circuit du Sentiment Parasite.
- ▶ Se distancier.

La structuration du temps, l'Analyse Transactionnelle et communication :

- ▶ Les besoins de structure :
 - Le retrait.
 - Le rituel.
 - Le passe-temps.
 - L'activité.
 - Les "jeux psychologiques".
 - L'intimité.
- ▶ Comprendre comment notre relation au temps impact nos relations professionnelles et personnelles.
- ▶ Adapter notre mise en communication avec autrui avec nos observations.

Mettre en oeuvre une dynamique du succès dans ses relations : "le contrat" :

- ▶ Se fixer des objectifs réalistes et acceptables dans son environnement professionnel.

Module 2 : Gagner en Efficacité Relationnelle (Process Communication®)

Apprendre à entrer en relation face à différents interlocuteurs :

- ▶ Développer son écoute et ses qualités d'observation.
- ▶ Utiliser les cinq indicateurs comportementaux : mots, tons, expressions du visage, posture, gestes.
- ▶ Se reconnaître dans les 6 types de personnalité de l'Inventaire De Personnalité.
- ▶ Être capable d'identifier le type de personnalité de ses interlocuteurs en fonction de leur personnalité.
- ▶ Connaître les bases de la communication et les différents niveaux : contenu, processus, sens.
- ▶ Identifier les différentes positions de vie.
- ▶ Sélectionner le bon canal de communication en fonction du type de personnalité.
- ▶ Être capable de comprendre les attentes de ses interlocuteurs.

(suite)

S'exercer aux techniques relationnelles dans le respect de l'autre :

- ▶ Explorer les besoins psychologiques (leviers de motivation) des types de personnalité.
- ▶ Savoir définir et reconnaître les besoins positifs et négatifs de ses interlocuteurs.
- ▶ Savoir satisfaire les besoins de la base et de la phase.
- ▶ Anticiper, cadrer, conduire la relation.
- ▶ Rapprochement entre besoins, motivation et styles de management.
- ▶ S'appuyer sur les différentes perceptions pour utiliser le bon style de communication.
- ▶ Communiquer en fonction du canal/perception/besoin de son interlocuteur.

Déjouer les pièges de la mé-communication en situation de stress :

- ▶ Distinguer les manifestations du stress.
- ▶ Comprendre le lien entre stress et performance.
- ▶ Découvrir et intégrer les trois degrés de stress en Process Com®.
- ▶ Percevoir son propre dysfonctionnement en état de stress.
- ▶ Intégrer les notions de masques, drivers, messages contraignants.
- ▶ Évaluer les comportements prévisibles des six types de personnalité sous stress.
- ▶ Percevoir le stress léger ou important de son collaborateur et savoir le faire
- ▶ Identifier les situations qui, pour soi, sont sources de stress.
- ▶ Analyse des différents types de personnalité sous stress.
- ▶ Apprendre à anticiper sur les comportements d'échecs.

Établir ou Rétablir une relation fluide et des interactions de qualité :

- ▶ Intégrer les trois positions du triangle de Karpman : victime, persécuteur, sauveur.
- ▶ Stopper les séquences de détresse en apprenant à sortir du triangle.
- ▶ Savoir émettre une critique, dire non en fonction du type de personnalité de ses interlocuteurs.
- ▶ Rétablir la communication en utilisant différents leviers d'action.
- ▶ Communiquer à partir de la pensée, de l'émotion ou du comportement.
- ▶ Des comportements observés, répondre aux besoins du collaborateur en
- ▶ Pouvoir donner du feed-back, annoncer une bonne ou une mauvaise nouvelle.

Module 3 : Développer son Influence et sa force de Conviction (PNL®)

Description et origines de la PNL :

- ▶ Appréhender les origines de la PNL afin de bien comprendre ses objectifs et possibilités.
- ▶ Idées clés et présuppositions.
- ▶ Présentation de la PNL : Les 10 + 1 Postulats/prédicats de la PNL.
- ▶ Le "modèle du monde" ou Index de conscience (Processus Interne, État Interne, Comportement Externe): La nécessaire adaptation de son comportement.
- ▶ Le VAKOG : Le schéma d'évaluation d'une situation.
- ▶ Les 3 processus de transformation (sélection/omission, généralisation, distorsion).

PNL et communication :

- ▶ Appliquer au quotidien des principes efficaces et pratiques pour entretenir, développer, améliorer la communication.
- ▶ Le langage et son "méta-modèle".
- ▶ Points essentiels du comportement.
- ▶ Verbal et non-verbal.
- ▶ Observation, calibration et synchronisation.
- ▶ Micro et macro-comportements.

PNL et développement de la conviction :

*Parcours Certifiant en
Communication
Interpersonnelle*

(suite)

- ▶ Les composantes de l'expérience subjective.
- ▶ La stratégie d'objectif.
- ▶ Critères, valeurs et croyances.

Faire la différence entre convaincre et persuader :

- ▶ Mobiliser rapidement ses idées.
- ▶ L'écoute active.
- ▶ Se préparer pour mieux improviser.
- ▶ Fluidité mentale et fluidité verbale.
- ▶ Développer son esprit de répartie.
- ▶ Le principe de congruence.
- ▶ Le feedback constructif.

Développer son esprit de synthèse :

- ▶ Organiser sa pensée.
- ▶ Le(s) métamodèle(s) en PNL.
- ▶ Les différentes techniques de raisonnement.
- ▶ Adapter son message en fonction de son interlocuteur et des contraintes.
- ▶ Gérer ses émotions.

Savoir gérer les retours de son interlocuteur :

- ▶ Choisir la stratégie adaptée au sujet et à l'interlocuteur.
- ▶ Comprendre et gérer les contradictions.
- ▶ Gérer les critiques.
- ▶ Répondre aux objections.
- ▶ Repérer et éliminer les arguments fallacieux.
- ▶ Les procédés de réfutation.

Module 4 : Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®)

Introduction aux concepts d'Intelligence Émotionnelle, d'Agilité Comportementale et de Croissance Relationnelle :

- ▶ Besoins relationnels, stress et comportements.
- ▶ 2 aspects de la communication : Croissance et Survie.
- ▶ Illustration : jeux de rôles passivité et agressivité.
 - Démontrer les comportements spécifiques de survie correspondants à des profils de communication purs.
 - Expérimenter la croissance relationnelle dans des situations de communication à forte intensité émotionnelle.

Le modèle de communication ComProfiles® :

- ▶ Acquérir une compréhension approfondie du modèle :
 - Comprendre chacun des profils de communication, sa dynamique propre, ses qualités et vulnérabilités associées.
 - Intégrer le concept de position haute et position basse dans la relation.
- ▶ Illustrations des principaux profils par le formateur et par des extraits vidéo.
- ▶ Remise des profils de communication à chacun des participants :
 - Rapprochement des concepts du modèle avec le contexte propre à celui de votre entreprise.
 - Présentation et analyse de la cartographie des profils de l'équipe.

Exercice de Réflexion sur Soi & Comprendre son propre Profil de Communication :

- ▶ Retour sur le module 2 : Débriefing et échanges sur le modèle ComProfiles®.
- ▶ Augmenter la connaissance de soi par un travail sur ses propres mécanismes de survie.
- ▶ Améliorer sa compréhension / appropriation des mécanismes de croissance et survie.
- ▶ S'approprier son propre profil de communication pour l'utiliser à des fins de développement personnel.

Parcours Certifiant en Communication Interpersonnelle

(suite)

- ▶ Réfléchir à un projet de développement de son leadership.
- ▶ Identification d'un plan d'action de développement personnalisé à mettre en oeuvre.

Mise en oeuvre de la Croissance Relationnelle :

- ▶ Mise en oeuvre de la croissance relationnelle : comment s'adapter face à des personnes en survie.
- ▶ Atelier : jeux de rôles relatifs à des profils de communication spécifiques.
- ▶ Débriefing de ces jeux de rôles et ancrage des bonnes pratiques.
- ▶ Intégration des grandes dimensions du leadership : importance de la croissance relationnelle dans l'efficacité du leadership.

Applications des concepts du modèle ComProfiles® :

- ▶ S'adapter à des réactions, situations et styles de communication spécifiques
- ▶ Appliquer la Croissance Relationnelle en situation de travail :
 - Traiter un désaccord de façon objective et constructive .
 - Utiliser les techniques de médiations face à un conflit.
 - Développer l'autonomie et la motivation d'un collaborateur.
- ▶ Développer la communication agile dans la construction de la cohésion d'une équipe et de la confiance entre ses membres.

Mastermind :

- ▶ Organisation d'une session Mastermind destinée à créer un espace d'échange selon un processus déterminé.
- ▶ L'échange est orienté autour des retours d'expérience de chacun suite à l'expérimentation des compétences transmises lors des premiers modules.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques.
Exercices Pratiques.
Travaux intersession.

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 14.12.2018, n° 3867.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 290168.

*Parcours Certifiant en
Communication
Interpersonnelle*

Programme de formation

Public concerné :

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant comprendre les enjeux, les outils et la gestion de l'activité commerciale.

Valeur ajoutée :

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leurs fonctions et leurs responsabilités.

Les entreprises formant leurs collaborateurs à cette compétence voient croître leurs chiffres d'affaires.

En effet, cette certification représente un moteur pour la croissance de l'entreprise en améliorant et harmonisant leurs pratiques commerciales autour d'un socle commun de compétences.

De fait, l'entreprise se retrouve dans une logique de vendre mieux pour vendre plus.

Objectifs :

Cette certification participe, en structurant et améliorant les techniques de vente, à l'essor du chiffre d'affaire de l'entreprise en appréhendant les nouveaux enjeux et motivations des clients.

Elle vise à maîtriser les étapes de l'acte de vente ; de la prospection commerciale avec une gestion structurée et optimisée ; aux étapes de l'entretien de vente, à la stratégie de négociation.

Elle contribue à professionnaliser les collaborateurs en leur fournissant, outils techniques et méthodes leur permettant d'appréhender chaque étape efficacement pour conclure leurs ventes.

Contenu de la formation :

Module 1 : La Prospection Commerciale

Organiser et planifier sa prospection :

- ▶ Définir ses objectifs et priorités de prospection commerciale : conquérir de nouveaux prospects, relancer des prospects qualifiés « chaud »...
- ▶ Définir ses cibles.
- ▶ Qualifier ses contacts pour hiérarchiser l'existant/le potentiel de développement.
- ▶ Réaliser son mapping clients et constituer sa liste de prospection commerciale.
- ▶ Déterminer les potentiels par catégorie de cibles et en intégrant l'accessibilité des prospects.
- ▶ Planifier son temps de prospection et son ordonnancement : journaliser, hebdomadaire, mensuel...

Bien Choisir ses moyens de prospection :

- ▶ Les techniques d'approche directe : mailing, téléphone, e-mailing ;
- ▶ Les techniques d'approche indirecte : salons, conférences, webinaires, recommandation, réseaux professionnels...
- ▶ Les réseaux sociaux.
- ▶ Obtenir des rendez-vous de prospection qualifiés.

Qualifier ses interlocuteurs.

- ▶ Les savoir faire de base :
 - Décrocher.
 - Se présenter.
 - Intercepter un appel.
 - Les messages.
 - L'attente.
 - Le double appel.

*Parcours Certifiant en
Techniques de Vente*

(suite)

- Le ré-aiguillage.
- Les annonces vocales.
- Les règles de courtoisie.

Franchir les différents barrages et engager vers le RDV.

- ▶ Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur : Savoir Pitcher.
- ▶ De réaliser d'une accroche percutante à la personnalisation permettant d'asseoir sa crédibilité et d'éveiller l'intérêt du prospect.
- ▶ Découvrir plus qu'une nécessité :
 - Poser des questions : comprendre les besoins explicites et implicites.
 - Identifier.
 - Inviter.
 - Écouter.
 - Reformuler.
 - Donner une amorce de réponse.
 - Vérifier et accrocher l'intérêt du prospect.
- ▶ Argumenter le bénéfice du rendez-vous et les lier à la découverte.
- ▶ Rebondir sur les objections courantes.
- ▶ Accepter le refus... pour mieux revenir ou réorienter l'échange.
- ▶ La proposition du RDV et le verrouillage du RDV.
- ▶ Prendre congé vis-à-vis d'un interlocuteur et conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue.

Les savoirs faire complémentaires :

- ▶ Les réclamations.
- ▶ Les clients difficiles.
- ▶ Les fiches de synthèse et tracer ses appels.
- ▶ Utiliser son tracing pour accroître ses performances lors du prochain rendez vous.

Assurer un vrai suivi de sa prospection :

- ▶ Mettre en place un plan de prospection.
- ▶ Créer un rythme de prospection.
- ▶ Établir un plan de relance et de suivi.
- ▶ Maintenir le lien via l'envoi de documentations.
- ▶ Saisir toutes les occasions de rester dans le paysage du prospect.
- ▶ Faire de chaque client un potentiel apporteur d'affaires.

Module 2 : Les Techniques de Vente et Pratiques Commerciales

Les notions de Vente et de Relation Commerciale :

- ▶ Identifier les compétences indispensables.
- ▶ Qu'est-ce que la vente ? (Produits, services, etc.)
- ▶ Qu'est-ce que la relation client ? Comprendre le principe de la relation commerciale, en quoi mon attitude peut-elle favoriser une vente ?
- ▶ Quelles différences entre le BtoC et le BtoB ?

La préparation d'un Entretien Commercial ou d'une Visite Client :

- ▶ Cerner les enjeux d'un rendez-vous clientèle réussi.
- ▶ Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs ambitieux et réalistes (Présentation ou validation de closing).
- ▶ Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur (historique, chiffres, enjeux, etc.).
- ▶ Préparer sa posture mentale, son apparence et travailler sa communication (Image et Dress-Code).

Appréhender savoir-faire et savoirs être : De la communication au leadership :

- ▶ Contrôler ses attitudes (l'importance du non verbal), parler positivement (le verbal) : La communication orale et non verbale.
- ▶ Réussir son premier contact : Savoir créer un climat de confiance et d'empathie dès les premières secondes.

(suite)

- ▶ Retour sur la communication non verbale : l'image que je renvoie.
- ▶ Comment travailler sa synchronisation verbale et non verbal, un pas vers le succès ?
- ▶ Comprendre ce qu'est le sens du service pour assurer une relation sereine.
- ▶ Les Piliers de l'Influence et du leadership.

Les grandes étapes d'un entretien de vente :

- ▶ Apprendre à gérer son stress.
- ▶ Les premières minutes : savoir se présenter à l'accueil, patienter et observer => pourquoi ?
- ▶ Analyser l'impact immédiat.
- ▶ La prise de contact : Créer un espace d'échange propice à la vente lors des premières minutes.
 - Se synchroniser et s'adapter avec son interlocuteur avec efficacité selon la situation.
 - Alternner position haute et position basse pour bien communiquer.
- ▶ L'empathique au service de la Relation.
- ▶ Conduire et maîtriser l'entretien de vente :
 - Introduire l'entretien : se présenter, présenter les objectifs, le déroulé et la durée de l'échange.
 - Présenter de façon attractive son entreprise et son offre au format « l'Art du Pitch ».
- ▶ Maîtriser les techniques permettant d'assurer la découverte client avec efficacité :
 - Rappel sur le trio : écoute / questionnement / reformulation.
- ▶ Déterminer le profil de vos clients et adapter son argumentaire.
 - Retour sur le SONCAS pour mieux comprendre le fonctionnement de ses clients.
 - Découvrir les besoins du client avec méthode : les besoins fonctionnels et émotionnels.
 - Retour sur le questionnement : Oser questionner pour bien comprendre les attentes.
 - Faire une offre argumentée, présenter son produit, rassurer son client sur la qualité.
- ▶ Les grands principes de l'argumentation ou de la présentation :
 - Caractéristiques, Avantages, Preuves.
 - Connaître les différents types d'objections pour traiter les objections avec méthode et efficacité.
 - Identifier les techniques de réfutation des objections, travailler les objections les plus courantes.
 - Savoir repérer les freins à l'achat et les signaux d'achat.
 - Savoir aussi dire « non » et exprimer un désaccord avec tact.
- ▶ Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques :
 - Réaliser une conclusion ou un closing commercial avec méthode.
 - Prendre congé en assurant un contact positif, engager un suivi avec son interlocuteur.

Training sur les techniques de vente et les techniques commerciales :

- ▶ Mise en situation virtuelle à partir de jeux de rôles proposés par l'animateur et/ou à partir du quotidien des participants.
- ▶ Les entretiens vidéo sont enregistrés, analysés puis commentés par les participants et le consultant.

Module 3 : Les Clés de la Négociation Commerciale

Contexte de la Négociation Commerciale :

- ▶ Qu'entendre par négociation commerciale.
- ▶ Rappel général de la négociation commerciale : technique, stratégie, tactique de négociation.

(suite)

Connaître et dérouler son cycle de vente :

- ▶ Qualité du cycle de vente, pour une négociation confiante.
- ▶ Cycle de vente face au cycle d'achat.
- ▶ Défendre son cycle de vente.
- ▶ Techniques pour s'affirmer et convaincre.

Élaborer une grille de négociation et valoriser ses prix :

- ▶ Les enjeux économiques de vos négociations.
- ▶ Le rapport de force acheteur-vendeur.
- ▶ Votre style spontané de négociateur.
- ▶ Structurer son argumentaire et en lien avec son ou ses objectifs.
- ▶ Entrer dans une logique de concession/contrepartie.
- ▶ Élaborer la cible de négociation : sauvegarder ses marges.
- ▶ Vendre des "Bénéfices" et non un "Prix".
- ▶ Positionner son offre face à la concurrence.
- ▶ Les points de vigilance pour la future négociation.
- ▶ Anticiper le refus : bâtir une MESORE (Meilleure Solution de Repli) efficace.
- ▶ Identifier les objets de négociation autres que le prix.

Être convaincant et valoriser sa propre image

- ▶ A prix et qualité égale, c'est le vendeur qui fait la différence.
- ▶ Les comportements qui valorisent votre image.
- ▶ Montrer sa confiance et agir sur les émotions.
- ▶ Travailler son assertivité et résister à l'agressivité.

Traiter les objections Prix et Vendre de la Différenciation

- ▶ Le prix et son environnement.
- ▶ Les résistances face au prix.
- ▶ Les conséquences d'une remise de prix.
- ▶ Les coûts cachés.
- ▶ Les techniques de présentation du prix.
- ▶ Le prix dans la rédaction de l'offre.
- ▶ Le traitement de l'objection prix, les freins.

Déjouer les techniques des acheteurs professionnels :

- ▶ Comprendre les attentes des acheteurs.
- ▶ Rester stable et gérer les imprévus de la négociation.
- ▶ Garder le leadership face à la pression.
- ▶ Se préparer aux techniques de : menace, ultimatum, dévalorisation, dilemme.
- ▶ Favoriser les techniques d'échange.

Maîtriser les techniques de closing efficace :

- ▶ Démystifier le gagnant-gagnant.
- ▶ Traiter les objections de dernière minute et obtenir un accord.
- ▶ Rassurer un acheteur fuyant.
- ▶ Obtenir des contreparties aux concessions éventuelles.
- ▶ Technique de l'enchaînement logique.
- ▶ Engager son interlocuteur et entériner les accords.
- ▶ Reformuler les points d'accord et de douleurs.

Formaliser l'accord :

- ▶ Anticiper la suite de la négociation ou de la relation.
- ▶ Conforter l'acheteur : les techniques de valorisation.
- ▶ Consolider la confiance : la technique de l'ancrage.
- ▶ Suivre et accompagner la relation dans la durée.
- ▶ Comprendre la négociation comme un partenariat.

Développer la relation avec ses clients et anticiper les renégociations :

- ▶ Que, quoi et quand renégocier ? Dans quelles conditions ?

(suite)

- ▶ Construire de nouvelles solutions, conforter ses positions.

Synthèse et plan d'actions :

- ▶ Principes qui mènent les négociations au succès.
- ▶ Choisir les bons marqueurs pour réussir dans la durée.

Méthodes d'intervention :

Exercices pratiques.
Apports Théoriques.

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 26.03.2018, n° 3422.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 235805

*Parcours Certifiant en
Techniques de Vente*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne désirant maîtriser la gestion opérationnelle de l'activité et la supervision des équipes dans leur globalité.

Valeur ajoutée :

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leurs fonctions et leurs responsabilités.

Elle permet aux managers d'adopter une posture managériale favorisant la collaboration dans leur équipe.

Elle s'adresse à des managers mais aussi à ceux souhaitant le devenir en leur transmettant de nombreux outils, techniques et savoir-faire.

Pour les entreprises, elle est une valeur ajoutée certaine dans son organisation et contribue ainsi au développement de l'efficacité, la créativité et de l'innovation dans l'entreprise.

Objectifs :

Dans un contexte changeant où les évolutions (technologiques, digitales) et la diversité (générationnelle, culturelle, éducationnelle) font partie intégrante de la vie de l'entreprise, développer les compétences managériales des managers de proximité est essentiel pour les organisations.

En effet, véritable relais et pilier dans l'entreprise, le manager de proximité se situe au cœur de l'action et doit organiser et piloter l'activité tout en veillant à fédérer, motiver et maintenir la cohésion au sein de l'équipe.

La certification proposée répond donc à cette problématique en préparant les managers à gérer l'activité avec agilité, accompagner le développement d'une équipe et favoriser un management collaboratif permettant l'harmonie du groupe.

Contenu de la formation :

Module 1 : Le Métier de Manager Niveau 1 (Fondamentaux du Management)

Les fondamentaux du management :

- ▶ Les missions, fonctions et responsabilités du manager.
- ▶ Comprendre les 3 principes de base du management : structurer et définir un cadre de travail, fixer des objectifs, communiquer.
- ▶ Développer une expertise managériale : distinguer compétences techniques et compétences managériales
- ▶ Les 4 styles de management :
 - Les principes de base et les objectifs des différents styles de management.
 - Comprendre les limites de certains styles en termes d'efficacité.
 - Identifier son style : études de cas et autodiagnostic.
 - Améliorer et adapter son style aux situations, contextes et collaborateurs.
- ▶ Restituer l'importance et le rôle de l'humain dans la fonction managériale
- ▶ Adapter son management en fonction des situations et des personnes.
- ▶ L'importance du contrôle.

Bien communiquer avec son équipe :

- ▶ Les bases de la communication : Le schéma de Shannon et Weaver.
- ▶ Le cadre de référence.
- ▶ L'importance du non verbal et du paraverbal.
- ▶ Les États du Moi (test).
- ▶ Les outils pour bien communiquer.
- ▶ Faire passer des messages.
- ▶ Écouter activement, questionner, reformuler, pratiquer l'empathie.

*Parcours Certifiant en
Management de
Proximité*

(suite)

Développer une communication impliquante :

- ▶ S'impliquer et impliquer ses collaborateurs pour installer une confiance mutuelle : organiser des temps d'échanges collectifs et individuels.
- ▶ Informer régulièrement son équipe sur l'avancement de l'activité et la stratégie du département.
- ▶ Faire preuve de transparence et de fermeté dans sa communication : clarifier ses attentes auprès de l'équipe et de chacun.
- ▶ Se rendre disponible et s'informer de la réalité du terrain.
- ▶ L'exemplarité et l'adhésion de l'équipe à ses décisions rapidement.

Gérer les situations conflictuelles :

- ▶ Comment naissent les conflits ?
- ▶ Les positions de vie (test).
- ▶ Adopter la bonne posture.
- ▶ Le triangle dramatique.

Mieux déléguer : Pourquoi et comment ?

- ▶ L'impact de la délégation.
- ▶ Réussir sa délégation.
- ▶ Faire progresser les performances d'une équipe par le développement individuel des compétences et/ou de la motivation des collaborateurs.
- ▶ Cerner les situations propices à la communication individualisée.

Les outils du manager :

- ▶ La réunion.
- ▶ Les entretiens et leurs utilités.
- ▶ Le tableau de bord, etc.

Débriefing et mise en place d'objectifs individuels.

Module 2 : Le Métier de Manager Niveau 2 (Perfectionnement)

Retour d'expériences partagé et état des lieux du management :

- ▶ Que s'est-il passé ?
- ▶ Qu'est ce qui a fonctionné ? Les pratiques efficaces.
- ▶ Qu'est ce qui n'a pas fonctionné ? Les pratiques inefficaces.
- ▶ Formulation, description, analyse et classification des situations « difficiles ».
- ▶ Échange et partage sur les solutions habituelles à ces situations,

Quelques rappels de management :

- ▶ Les outils pour bien communiquer.
- ▶ Faire passer des messages.
- ▶ Les styles de management.

Le pouvoir, l'influence et le leadership du manager d'équipe :

- ▶ Identifier les sources du pouvoir.
- ▶ Connaître les contraintes et les limites du pouvoir.
- ▶ Comprendre les mécanismes relationnels et jeux de pouvoir entre managers et collaborateurs.
- ▶ Développer son autorité : les clés du leadership.
- ▶ Obtenir l'adhésion de ses collaborateurs aux valeurs, décisions, projets et objectifs du service et de l'entreprise.

Animer et Piloter son équipe :

- ▶ Le triptyque « progrès, séquentiel et minute ».
- ▶ Définition et pilotage par les objectifs.
- ▶ Établir des tableaux de bord opérationnels (exercice).
- ▶ Le briefing.
- ▶ Les réunions de services (simulation).
- ▶ Les réunions « minute » (simulation).

(suite)

- ▶ Les réunions transversales.

Piloter et Motiver son équipe :

- ▶ Donner un sens aux efforts fournis.
- ▶ Identifier les critères de performance de son équipe.
- ▶ Les lois du management motivationnel.
- ▶ Nourrir les besoins psychologiques de ses collaborateurs (exercices).
- ▶ Les ressorts cachés de la motivation (test).
- ▶ Valoriser, développer et évaluer l'autonomie des collaborateurs.
- ▶ Les entretiens motivationnels, de recadrage, de délégation (simulations).
- ▶ Autres entretiens de management.

Mises en situation filmées et débriefées.

Débriefing et mise en place d'objectifs.

Module 3 : Le Management par Objectifs et Indicateurs de Performance

Introduction au management par objectif :

- ▶ Définition des MPO.
- ▶ Management par Objectif Vs Management par tâche Peter Drucker.
- ▶ Le management par objectifs dans la stratégie d'entreprise.
- ▶ Rappel des enjeux de la stratégie d'entreprise :
- ▶ Quand et pour qui ?
- ▶ Management par objectif.
 - En gestion de projet.
 - En management individuel.
- ▶ Les Mpo et l'impact sur la motivation :
 - Sur la politique des Relations Humaines : rémunérations, promotions, mobilité interne, clauses du contrat de travail.
 - Sur la culture de l'établissement.
 - Sur les équilibres financiers.
- ▶ Les impacts d'un management par objectif réussi.
- ▶ Management par Objectif et intelligence collective

Exercice : Quiz entrée de formation : Le management par objectif.

Fixer et négocier un objectif :

- ▶ Les deux niveaux d'objectifs SMART et MALLINS.
- ▶ Comment formuler un objectif SMART ?
- ▶ Pourquoi fixer un objectif SMART ?
 - Être capable de définir les critères de réussite.
 - Exercice : training construire un objectif SMART.
- ▶ Comment formuler un objectif MALLINS ?
- ▶ Pourquoi fixer un objectif MALLINS ?
- ▶ Distinguer les objectifs opérationnels et les objectifs de développement.

Exercice : training construire un objectif MALLINS.

Le management par objectif et la feuille de route :

- ▶ Méthode OKR.
- ▶ CQCOQP.
- ▶ Définir les jalons et sous jalons.
- ▶ Exercice : sur la création d'une action construire un objectif SMART afin de le rendre stimulant.
- ▶ La notion d'indicateurs de performance ou de pilotage :
 - Fixer l'indicateur.
 - Indicateur Qualitatif et Quantitatif.
 - Construire ensemble l'indicateur.

Exercice : trouver et construire l'indicateur de pilotage.

(suite)

Les MPO et la communication :

- ▶ Comment fixer son objectif à un collaborateur, prestataire en fonction de son stade de développement, de sa motivation intrinsèque et extrinsèque ?
- ▶ La motivation :
 - Maslow.
 - Les drivers...
- ▶ Méthode GROW.
- ▶ Responsabilisation.
- ▶ Assertivité.

Exercice : Training mises en situation fixer un objectif SMART à son équipe.

Introduction aux indicateurs de performances et aux tableaux de bord :

- ▶ Définir un indicateur de performance.
- ▶ Pourquoi travailler avec des indicateurs de performances ?
- ▶ Fonctions et utilité des indicateurs de performances.
- ▶ La logique d'ensemble de l'indicateur de performances à l'indicateur de pilotage.
- ▶ Indicateur de performance - stratégie et gestion de projets.
- ▶ Les différents indicateurs de performances : les grandes familles.
- ▶ Les objectifs de l'entreprise.
- ▶ Place des tableaux de bord dans le système de pilotage de la performance de l'entreprise.

Exercice ; Quiz entrée sur les indicateurs de performances.

Comment, choisir, construire et faire vivre des indicateurs et les tableaux de bord :

- ▶ Les critères de définition de l'indicateur de performance SMART.
- ▶ Les étapes de la construction de l'indicateur.
- ▶ Définir la performance.
- ▶ Efficience et efficacité.
- ▶ Sélectionner les bons indicateurs de performances.
- ▶ Les facteurs clés de succès du projet.
- ▶ Hiérarchiser.
- ▶ Définir un seuil de performance.

Exercice : créer son indicateur de performance.

Construire les tableaux de bord :

- ▶ Adapter le système de tableaux de bord à l'organisation : quels sont les points-clés de gestion ?
- ▶ Définir les objectifs de l'entreprise et des différents centres de responsabilité.
- ▶ Identifier les leviers et les variables d'action à mettre sous contrôle.
- ▶ Structurer et formaliser la démarche : définir et diffuser les règles de construction du tableau de bord.
- ▶ Le modèle BSC (Balanced Score Card) ou le tableau de bord prospectif.
- ▶ Les 4 perspectives d'évaluation de l'activité d'une organisation : finance, clients, processus internes, apprentissage et innovation
- ▶ Exploiter les informations du tableau de bord.
- ▶ Le tableau de bord : un support de communication et management.
- ▶ Analyse, lecture et interprétation des écarts.
- ▶ Élaborer et mettre en oeuvre des plans d'actions et définir les actions correctives.
- ▶ Définir des plans d'actions et des responsabilités pour atteindre les objectifs.
- ▶ Gérer et faire vivre le tableau de bord.

Module 4 : Maîtriser son Organisation, son Temps et la Gestion de ses Priorités

Clarifier et identifier : Activités, Charges de travail, Missions et Fonction.

Parcours Certifiant en
Management de
Proximité

(suite)

- ▶ Rôle et missions.
- ▶ Analyser ses différentes attributions pour mieux gérer son temps et son organisation.
- ▶ Retour d'expérience : découvrir ses Voleurs de Temps (Chronophages) et mettre en place des stratégies.
- ▶ Apprendre à prioriser les tâches et leur attribuer une valeur.
- ▶ Les Lois du Temps : Murphy, Ecclésiaste, Pareto...
- ▶ Tâches pro-actives, réactives et de fond.
- ▶ Généralités sur la gestion du temps.
- ▶ Principe de linéarité, principe de synchronisme.
- ▶ La Méthode TEMPS découverte et mise en application.
- ▶ Exercice : Ma To do list et ma planification sur agenda

La structuration du temps de chacun :

- ▶ Structurer sa journée :
 - Planifier.
 - Prioriser : hiérarchiser selon l'importance et l'urgence (Principe d'Eisenhower).
- ▶ Déterminer l'équilibre et les priorités entre temps personnel et exigences de sa fonction.
- ▶ Prendre le temps de faire le point régulièrement.

Principe de la carte journalière :

- ▶ L'urgent, le non urgent, l'important, le non important.
- ▶ La gestion de l'imprévu.
- ▶ Le budget temps par activités.
- ▶ Exercice de priorisation des tâches.

Faire les choix indispensables pour accroître sa disponibilité et ses performances.

Gérer son temps de manière opérationnelle :

- ▶ Évocation des marques (de délégation, de décision, d'information, d'ordre, de fermeté, etc...).
- ▶ Outils et méthodes : Pareto, Ishikawa...
- ▶ L'agenda et les outils modernes de gestion du temps.
- ▶ La formalisation des savoir-faire.
- ▶ Anticiper, planifier, organiser : réactivité et pro-activité.
- ▶ Déléguer : quoi ? comment ? à qui ? pour quand ?
- ▶ Apprendre à dire non, à négocier un délai.
- ▶ Apprendre à demander Méthode JEEP
- ▶ Réagir aux demandes urgentes : imprévus, dérangements.

Sa personnalité et son propre rapport au temps :

- ▶ L'axe des buts (motivations) et des relations (rapport aux autres).
- ▶ Les rackets et jeux d'entreprise comme facteurs aggravants dans la perte de temps.
- ▶ Connaître ses modes de fonctionnement et son style d'organisation.
- ▶ Test : Monochronie et polychronie.

La gestion du temps et la communication :

- ▶ Comprendre les attentes de son interlocuteur, de sa direction...
- ▶ Les fondamentaux de la communication.
- ▶ La communication assertive.
- ▶ Communiquer de manière factuelle et SMART pour gagner en efficacité.
- ▶ Communication en face à face, au téléphone et par mails.
- ▶ Être le garant de l'entreprise et véhiculer une image professionnelle.
- ▶ Organisation et réactivité
- ▶ La communication verbale, non-verbale et para-verbale.

Analyse d'expériences :

(suite)

- ▶ Analyse de l'utilisation de son temps (auto-analyse).
- ▶ Études des outils utilisables pour gagner du temps.
- ▶ Définir ses priorités opérationnelles et ses engagements.
- ▶ Élaborer son projet d'amélioration.

Module 5 : Le Co-Développement pour améliorer ses pratiques en Entreprise

Le Déroulement de chaque journée se déroulera en cinq étapes.

L'exposé :

La clarification :

Le contrat de consultation :

La consultation :

Synthèse et plan d'action :

Apprentissages, régulations et évaluations :

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices Pratiques.

Certification enregistrée au Répertoire
Spécifique des certifications et habilitations
par arrêté officiel en date du 26.03.2018,
n° 3421.

Certification inscrite à la liste nationale des
formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF
: 236038

*Parcours Certifiant en
Management de
Proximité*

Programme de formation

Public concerné :

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant maîtriser la gestion et l'organisation de la relation client dans sa globalité.

Valeur ajoutée :

Cette certification est une voie à une mobilité professionnelle interne ou externe à l'entreprise et permet aux individus d'évoluer et de progresser dans leur fonction et leurs responsabilités.

En développant des compétences organisationnelles et comportementales, à l'aide d'outils et techniques d'organisation, de planification, de communication, de fidélisation et de gestion des réclamations, l'apprenant acquiert des savoir-faire lui permettant d'accroître son employabilité.

L'entreprise qui accompagne le développement de cette certification s'assure une optimisation et un essor de la qualité de son service client.

Objectifs :

Détenir les clés et outils permettant de développer la relation client.

Savoir accentuer la personnalisation et l'individualisation de la relation client.

Structurer et planifier des actions et préconisations.

Développer les techniques de communications et de fidélisations et enfin, à gérer les insatisfactions clients.

Contenu de la formation :

Module 1 : Les Fondamentaux de la Relation Client.

Pourquoi optimiser et développer la relation client : les enjeux clés.

- ▶ Qu'est-ce que la relation client ? Pourquoi s'y attarder ?
- ▶ Savoir identifier la clientèle : Ses profils, ses motivations et ses nouvelles attentes.
- ▶ Comprendre les enjeux de la relation client :
 - Se représenter l'image de la marque de son entreprise.
 - Retour sur la notion de concurrence.
 - Appréhender le principe de la satisfaction du client.

Les différents degrés d'implication dans l'accueil d'un Client :

- ▶ Appréhender le rôle et les missions de l'accueil dans le contexte spécifique de votre établissement.
- ▶ Gestion de la relation client ou comment placer le client au coeur du système.
- ▶ Considérer le client comme un véritable « actif » de l'entreprise.
- ▶ Développer une vision client transversale à tous les services.
- ▶ Développer et partager la connaissance sur les clients.
- ▶ La prise de conscience du rôle de l'accueil client dans l'image de qualité de sa structure : Identifier et renforcer tous les points de « contact client » de l'entreprise.
- ▶ Offrir un accueil téléphonique ou physique de qualité à ses interlocuteurs.

Comment transmettre une bonne image :

- ▶ Maîtriser les formules d'accueil au téléphone.
- ▶ Les outils fondamentaux de la communication :
- ▶ Langage verbal (débit – rythme- intonation – volume de la voix...).
- ▶ L'accueil personnalisé au service de l'image de votre entreprise.
- ▶ Comment développer la notion de Service :
 - Comment récolter les informations utiles à l'entreprise ?
 - Penser solutions plutôt que problèmes.
 - Ayez un discours « non technique ».
 - Reformuler pour bien accompagner.

Parcours Certifiant en
Relation Client

(suite)

- ▶ Soigner sa présentation : vous représentez votre établissement !
- ▶ Maîtriser les attitudes positives :
 - Prendre en charge visuellement et physiquement chaque client.
 - Assurer un bon premier contact pour mettre en confiance le client (la 1ère impression)
 - Considération et impression « d'être unique ».

Valoriser l'image de l'entreprise et l'expérience client grâce aux "Pitches" :

- ▶ Identifier les situations relationnelles pouvant nécessiter le recours au pitch (accueil, vente, réunion, conférence, déjeuner...).
- ▶ Découvrir les principaux atouts du storytelling : créer du sens, de l'émotion afin de générer de l'attachement...
- ▶ Élaborer une accroche percutante.
- ▶ Construire le schéma narratif associé à sa présentation.
- ▶ Choisir les différents personnages (héros, adjutants, opposants) à intégrer dans son pitch.
- ▶ Utiliser les techniques de narration orale inspirées du théâtre.
- ▶ Transposer son pitch écrit en expression verbale vivante.
- ▶ Harmoniser communication verbale, non-verbale et para-verbale lors de la présentation de son pitch.
- ▶ Utiliser la force de conviction du silence pour faire résonner son argumentaire.
- ▶ Synthétiser les différents messages clés pour en favoriser l'expérience de vos interlocuteurs.

Comment défendre l'image de l'entreprise malgré la défaillance technique d'un produit ou d'une offre ?

- ▶ Identifier les sources de mécontentement client.
- ▶ Prendre en compte les attentes.
- ▶ Faciliter le dialogue pour diminuer l'insatisfaction : empathie, écoute active.
- ▶ Installer une relation de confiance durable avec les clients.
- ▶ Proposer des solutions concrètes.
- ▶ Tenir ses engagements et informer le client.
- ▶ Communiquer ses observations en Interne...

Module 2 : Gagner en Efficacité Relationnelle (Process Communication®).

Apprendre à entrer en relation face à différents interlocuteurs :

- ▶ Développer son écoute et ses qualités d'observation.
- ▶ Utiliser les cinq indicateurs comportementaux : mots, tons, expressions du visage, posture, gestes.
- ▶ Se reconnaître dans les 6 types de personnalité de l'Inventaire De Personnalité.
- ▶ Être capable d'identifier le type de personnalité de ses interlocuteurs en fonction de leur personnalité.
- ▶ Connaître les bases de la communication et les différents niveaux : contenu, processus, sens.
- ▶ Identifier les différentes positions de vie.
- ▶ Sélectionner le bon canal de communication en fonction du type de personnalité.
- ▶ Être capable de comprendre les attentes de ses interlocuteurs.

S'exercer aux techniques relationnelles dans le respect de l'autre :

- ▶ Explorer les besoins psychologiques (leviers de motivation) des types de personnalité.
- ▶ Savoir définir et reconnaître les besoins positifs et négatifs de ses interlocuteurs.
- ▶ Savoir satisfaire les besoins de la base et de la phase.
- ▶ Anticiper, cadrer, conduire la relation.

(suite)

- ▶ Rapprochement entre besoins, motivation et styles de management.
- ▶ S'appuyer sur les différentes perceptions pour utiliser le bon style de communication.
- ▶ Communiquer en fonction du canal/perception/besoin de son interlocuteur.

Déjouer les pièges de la mé-communication en situation de stress :

- ▶ Distinguer les manifestations du stress.
- ▶ Comprendre le lien entre stress et performance.
- ▶ Découvrir et intégrer les trois degrés de stress en Process Com®.
- ▶ Percevoir son propre dysfonctionnement en état de stress.
- ▶ Intégrer les notions de masques, drivers, messages contraignants.
- ▶ Évaluer les comportements prévisibles des six types de personnalité sous stress.
- ▶ Percevoir le stress léger ou important de son collaborateur et savoir le faire
- ▶ Identifier les situations qui, pour soi, sont sources de stress.
- ▶ Analyse des différents types de personnalité sous stress.
- ▶ Apprendre à anticiper sur les comportements d'échecs.

Établir ou Rétablir une relation fluide et des interactions de qualité :

- ▶ Intégrer les trois positions du triangle de Karpman : victime, persécuteur, sauveur.
- ▶ Stopper les séquences de détresse en apprenant à sortir du triangle.
- ▶ Savoir émettre une critique, dire non en fonction du type de personnalité de ses interlocuteurs.
- ▶ Rétablir la communication en utilisant différents leviers d'action.
- ▶ Communiquer à partir de la pensée, de l'émotion ou du comportement.
- ▶ Des comportements observés, répondre aux besoins du collaborateur en
- ▶ Pouvoir donner du feed-back, annoncer une bonne ou une mauvaise nouvelle.

Module 3 : Gérer les conflits et les situations difficiles dans les relations interpersonnelles (ComProfiles®).

Introduction aux concepts d'Intelligence Émotionnelle, d'Agilité Comportementale et de Croissance Relationnelle :

- ▶ Besoins relationnels, stress et comportements.
- ▶ 2 aspects de la communication : Croissance et Survie.
- ▶ Illustration : jeux de rôles passivité et agressivité.
 - Démontrer les comportements spécifiques de survie correspondants à des profils de communication purs.
 - Expérimenter la croissance relationnelle dans des situations de communication à forte intensité émotionnelle.

Le modèle de communication ComProfiles® :

- ▶ Acquérir une compréhension approfondie du modèle :
 - Comprendre chacun des profils de communication, sa dynamique propre, ses qualités et vulnérabilités associées.
 - Intégrer le concept de position haute et position basse dans la relation.
- ▶ Illustrations des principaux profils par le formateur et par des extraits vidéo.
- ▶ Remise des profils de communication à chacun des participants :
 - Rapprochement des concepts du modèle avec le contexte propre à celui de votre entreprise.
 - Présentation et analyse de la cartographie des profils de l'équipe.

Exercice de Réflexion sur Soi & Comprendre son propre Profil de Communication :

- ▶ Retour sur le module 2 : Débriefing et échanges sur le modèle ComProfiles®.
- ▶ Augmenter la connaissance de soi par un travail sur ses propres mécanismes de survie.
- ▶ Améliorer sa compréhension / appropriation des mécanismes de croissance et survie.

(suite)

- ▶ S'approprier son propre profil de communication pour l'utiliser à des fins de développement personnel.
- ▶ Réfléchir à un projet de développement de son leadership.
- ▶ Identification d'un plan d'action de développement personnalisé à mettre en oeuvre.

Mise en oeuvre de la Croissance Relationnelle :

- ▶ Mise en oeuvre de la croissance relationnelle : comment s'adapter face à des personnes en survie.
- ▶ Atelier : jeux de rôles relatifs à des profils de communication spécifiques.
- ▶ Débriefing de ces jeux de rôles et ancrage des bonnes pratiques.
- ▶ Intégration des grandes dimensions du leadership : importance de la croissance relationnelle dans l'efficacité du leadership.

Applications des concepts du modèle ComProfiles® :

- ▶ S'adapter à des réactions, situations et styles de communication spécifiques
- ▶ Appliquer la Croissance Relationnelle en situation de travail :
 - Traiter un désaccord de façon objective et constructive .
 - Utiliser les techniques de médiations face à un conflit.
 - Développer l'autonomie et la motivation d'un collaborateur.
- ▶ Développer la communication agile dans la construction de la cohésion d'une équipe et de la confiance entre ses membres.

Mastermind :

- ▶ Organisation d'une session Mastermind destinée à créer un espace d'échange selon un processus déterminé.
- ▶ L'échange est orienté autour des retours d'expérience de chacun suite à l'expérimentation des compétences transmises lors des premiers modules.

Méthodes d'intervention :

Apports Théorique.
Exercices Pratiques.

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 26.03.2018, n° 3423.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 236795

*Parcours Certifiant en
Relation Client*

Programme de formation

Public concerné :

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant détenir l'ensemble des compétences et connaissances nécessaires à la fonction de formateur.

Cette certification participe au développement des compétences, à la professionnalisation et à l'accompagnement de la réussite des parcours de formation des collaborateurs permettant ainsi d'accroître la productivité et l'efficacité des formations délivrées par ces derniers et par conséquent, développer la performance dans l'organisation.

Recherchées par les organisations, cette compétence permet une évolution professionnelle et salariale de l'individu la possédant.

Objectifs :

Cette certification s'inscrit dans une démarche de professionnalisation des individus qui se destinent au métier de formateur, mais aussi aux formateurs déjà en fonction ; salariés ou demandeurs d'emploi, en contribuant à accroître et renforcer leurs compétences dans la réalisation de formation.

Cette certification transmet une méthodologie complète jalonnant les différentes étapes pour réaliser efficacement une session de formation ; de l'indispensable préparation de la formation à une animation efficace permettant le transfert et l'acquisition de compétences à l'évaluation de sa formation dans un processus itératif d'amélioration continue.

Contenu de la formation :

Module 1 : Préparer efficacement une Formation (du Programme aux Séquences Pédagogiques)

Établir un programme de formation :

- ▶ Déterminer un public cible.
- ▶ Spécifier les besoins du public.
- ▶ Recueillir les besoins précis des apprenants.
- ▶ Spécifier les apports de la formation par rapport à la demande.
- ▶ Sélectionner et adapter les modalités d'évaluation de la formation.
- ▶ Concevoir une évaluation à chaud.
- ▶ Concevoir une évaluation à froid.

Rédiger le programme de Formation :

- ▶ Maîtriser et rédiger les différentes rubriques :
- ▶ Objectifs de formation.
- ▶ Objectifs pédagogiques.
- ▶ Contenu pédagogique.
- ▶ Modalités de réalisation.
- ▶ Méthode pédagogique.
- ▶ Supports pédagogiques.
- ▶ Apport de la formation.
- ▶ Modalités d'évaluation.
- ▶ Rédiger et mettre en forme les documents d'évaluation.

Élaborer les séquences Pédagogique :

- ▶ Maîtriser la spécification du contenu de la formation.
- ▶ Formaliser les notions et savoir-faire à faire acquérir.
- ▶ Établir les étapes de progression.
- ▶ Mettre en oeuvre une méthode d'évaluation des apports.
- ▶ Anticiper l'implication des apprenants :
 - Capter.
 - Motiver.
 - Amener à et Faire participer.

(suite)

- Utiliser l'autoévaluation.

Mises en situation par des exercices pratiques.

Plan d'action, retour d'expérience, ajustement, développement, consolidation.

Module 2 : Mettre en oeuvre l'Animation d'une Formation (du Support à la Transmission des savoirs)

Les points clefs :

- ▶ Concevoir et bâtir une action de formation.
- ▶ Connaître les facteurs d'apprentissage.
- ▶ Savoir fixer et atteindre les objectifs pédagogiques.
- ▶ Adapter sa méthode au contenu.
- ▶ Maîtriser les techniques de communication adaptées à la formation.
- ▶ Gérer les situations et les personnalités des stagiaires.

Les incontournables :

- ▶ Relier les objectifs pédagogiques et les objectifs opérationnels de l'entreprise.
- ▶ Développer une progression pédagogique pertinente et cohérente.
- ▶ Choisir et réaliser les supports pédagogiques adaptés aux objectifs.
- ▶ Adapter le temps et l'espace au contenu pédagogique.
- ▶ Rendre sa présentation efficace et vivante en maîtrisant présence et écoute grâce au conducteur universel de formation.
- ▶ Anticiper, préparer et contrôler l'environnement et la logistique de l'intervention.

Les savoir-faire et les savoir-être à maîtriser :

- ▶ Développer ses capacités à transmettre à travers son style d'animation.
- ▶ Gérer son temps et celui des participants grâce au conducteur.
- ▶ S'exprimer aisément et transmettre efficacement en public.
- ▶ S'assurer de la compréhension des participants.
- ▶ Gérer la dynamique de groupe en apprentissage.

Module 3 : Évaluer la formation

Utiliser à bon escient les différents niveaux d'évaluation :

- ▶ Situer les différentes finalités de l'évaluation en formation.
- ▶ Distinguer les différents types d'évaluation :
 - Évaluation des pré-acquis et des acquis.
 - Évaluation de la satisfaction des participants.
 - Évaluation des transferts en situation de travail.
 - Évaluation de l'impact de la formation.
 - Évaluation du retour investissement formation (ROI).

Construire les outils de l'évaluation :

- ▶ Construire les outils adaptés aux différents niveaux d'évaluation.
- ▶ Identifier les avantages de la sous-traitance du traitement des évaluations.
- ▶ Associer les parties prenantes : commanditaire, manager, participant.
- ▶ Décider de ce qui peut faire l'objet d'une mesure de ROI et mettre en oeuvre le dispositif adéquat.
- ▶ Analyser les résultats.
- ▶ Intégrer les résultats et des auto-évaluations pour repérer les points à améliorer et apporter les actions correctives nécessaires.

Situer l'évaluation au sein du processus formation :

- ▶ Anticiper l'évaluation lors de l'élaboration du plan.
- ▶ Concevoir les dispositifs en intégrant l'évaluation.
- ▶ Détenir un questionnaire de suivi spécifique au commanditaire de la formation pour évaluer l'efficacité et la qualité des actions de formation menées
- ▶ Proposer des actions correctives en associant les parties prenantes.

(suite)

Définir et suivre le tableau de bord de la fonction formation :

- ▶ Mettre en place le tableau de bord.
- ▶ Mettre en oeuvre un suivi de la qualité de la formation pour s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue.
- ▶ Définir le système de remontée des informations.
- ▶ Communiquer sur les résultats.

Atelier pratique :

- ▶ Réalisation et analyses d'outils spécifiques à l'entreprise, au formateur Interne/Externe.

Méthodes d'intervention :

Apports Théorique.
Exercices Pratiques.

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 14.12.2018, n°3869.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 290126

*Parcours Certifiant de
Formation de
Formateur*

Programme de formation

Public concerné :

Toute personne appartenant à une entreprises ou future entreprise en cours de création et confrontée à la mise en place d'un vrai Business Unit pour leur gestion/développement.

Il s'agit de permettre aux apprenant de développer des compétences pour accomplir toutes leurs missions à venir mais aussi de faire partager des techniques et des outils pour faciliter la communication à l'externe en maintenant une cohérence d'ensemble.

Cette certification répond à ce double enjeu vérifier la faisabilité d'un projet d'entreprise et en connaitre les phases de lancement comme de gestion.

Objectifs :

Diriger un centre de profit consiste à décliner la stratégie de l'entreprise au profit d'une performance recherchée.

Cette compétence suppose un esprit et une attitude d'entrepreneur reposant sur des techniques et des outils solides. Il s'agit de déployer non seulement des compétences de gestionnaire en pilotant les résultats financiers que des compétences relatives au développement commercial et à la gestion humaine.

Cette formation permet aux salariés d'évoluer vers des responsabilités de management de business unit, en perfectionnant leurs pratiques, et aux demandeurs d'emplois d'accéder à des postes permettant de développer leur autonomie.

Contenu de la formation :

Module 1 : La Stratégie Marketing

Introduction :

- ▶ De la politique générale de l'entreprise à la stratégie.
- ▶ Le cadre de référence fondamental.
- ▶ Vocation, finalité, éthique, contraintes majeures...

Stratégie d'entreprise et stratégie marketing :

- ▶ Les fondamentaux de l'analyse stratégique.
- ▶ Replacer la stratégie marketing dans la demande globale du marketing.
- ▶ Maîtriser la dynamique interne et externe.
- ▶ Résoudre la problématique stratégique.
- ▶ Gérer la segmentation marketing et la segmentation stratégique.
- ▶ Évaluer les conséquences en termes d'organisation commerciale.
- ▶ Un enjeu méthodologique majeur.

Les stratégies concurrentielles :

- ▶ Poser la définition.
- ▶ Évaluer l'environnement concurrentiel.
- ▶ Maîtriser les stratégies concurrentielles.

Les stratégies de portefeuille d'activité :

- ▶ Maîtriser les approches traditionnelles.
- ▶ Passer d'un modèle global à un modèle simplificateur.
- ▶ Les simplifications stratégiques et financières des modèles.
- ▶ Appliquer l'analyse stratégique à la diversification.

Positionnement et création de valeur :

- ▶ Positionnement et valeur de la marque : notions de compétence distinctive, d'image de marque et de valeur client.
- ▶ Valeur perçue, valeur souhaitée.
- ▶ Les scénarios et les projets vers les plans opérationnels.

Module 2 : Fondamentaux des Réseaux Sociaux et Optimisation de la Présence sur le Web

Parcours Certifiant de
Direction de Centre de
Profit

(suite)

Choisir les réseaux adaptés à sa cible et ses objectifs :

Les réseaux sociaux grand public (Facebook, Twitter, Google+).

Les réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, Viadeo).

Les sites de contenus (Instagram, YouTube, Pinterest, etc.).

Les étapes clés de la réussite sur les réseaux sociaux.

L'essentiel sur Twitter :

Comprendre l'interface.

Les usages et codes sur Twitter.

Les bonnes pratiques pour gagner des followers.

Tirer profit des statistiques.

Facebook pour les professionnels :

Comprendre l'interface professionnelle.

Optimiser sa Page Facebook entreprise.

La prise de parole d'une entreprise sur Facebook.

Acquérir les bons fans.

Gagner de la visibilité sur Facebook :

Les leviers de visibilité.

La forme optimale des publications.

Maitriser les publicités de la Page Facebook.

Tirer profit des statistiques Facebook.

Concevoir une stratégie performante :

Comprendre les besoins des internautes.

Identifier ses messages clés.

Les 3 types de contenus performants.

Les offres commerciales efficaces.

Créer du contenu efficace :

Le contenu rédactionnel (blogging).

Optimiser la publication de liens.

Les photos instantanées.

Les types de vidéo qui performent.

Organiser sa veille :

Ce que les internautes disent de vous.

Outils d'alertes et notifications.

Outils de curation de contenu.

Utiliser les listes Twitter.

Gagner du temps :

Automatiser Twitter, Google+ et LinkedIn.

(suite)

S'organiser en interne.

Répondre aux internautes.

Synthèses des bonnes pratiques et erreurs à éviter.

Module 3 : L'Essentiel de la Gestion d'un Centre de Profit

Le cadre général de la gestion d'entreprise.

La stratégie d'entreprise :

- ▶ La comptabilité.
- ▶ L'établissement des états de gestion.
- ▶ De la comptabilité générale à la comptabilité analytique.
- ▶ La détermination des coûts de revient.
- ▶ L'analyse de la rentabilité.
- ▶ Le contrôle de gestion et de budgétisation.
- ▶ Le contrôle de gestion de l'entreprise.

Le suivi et le contrôle budgétaire :

- ▶ Le diagnostic de gestion.
- ▶ Le contrôle et le suivi par la mise en place de tableaux de bord.
- ▶ L'analyse du diagnostic financier.
- ▶ La gestion des investissements.

Synthèse et bilan.

Module 4 : Fondamentaux du Management

Les fondamentaux du management :

- ▶ Les missions, fonctions et responsabilités du manager.
- ▶ Comprendre les 3 principes de base du management : structurer et définir un cadre de travail, fixer des objectifs, communiquer.
- ▶ Développer une expertise managériale : distinguer compétences techniques et compétences managériales
- ▶ Les 4 styles de management :
 - Les principes de base et les objectifs des différents styles de management.
 - Comprendre les limites de certains styles en termes d'efficacité.
 - Identifier son style : études de cas et autodiagnostic.
 - Améliorer et adapter son style aux situations, contextes et collaborateurs.
- ▶ Restituer l'importance et le rôle de l'humain dans la fonction managériale
- ▶ Adapter son management en fonction des situations et des personnes.
- ▶ L'importance du contrôle.

Bien communiquer avec son équipe :

- ▶ Les bases de la communication : Le schéma de Shannon et Weaver.
- ▶ Le cadre de référence.
- ▶ L'importance du non verbal et du paraverbal.
- ▶ Les États du Moi (test).
- ▶ Les outils pour bien communiquer.
- ▶ Faire passer des messages.
- ▶ Écouter activement, questionner, reformuler, pratiquer l'empathie.

Développer une communication impliquante :

- ▶ S'impliquer et impliquer ses collaborateurs pour installer une confiance mutuelle : organiser des temps d'échanges collectifs et individuels.
- ▶ Informer régulièrement son équipe sur l'avancement de l'activité et la stratégie du département.
- ▶ Faire preuve de transparence et de fermeté dans sa communication : clarifier ses attentes auprès de l'équipe et de chacun.

(suite)

- ▶ Se rendre disponible et s'informer de la réalité du terrain.
- ▶ L'exemplarité et l'adhésion de l'équipe à ses décisions rapidement.

Gérer les situations conflictuelles :

- ▶ Comment naissent les conflits ?
- ▶ Les positions de vie (test).
- ▶ Adopter la bonne posture.
- ▶ Le triangle dramatique.

Mieux déléguer : Pourquoi et comment ?

- ▶ L'impact de la délégation.
- ▶ Réussir sa délégation.
- ▶ Faire progresser les performances d'une équipe par le développement individuel des compétences et/ou de la motivation des collaborateurs.
- ▶ Cerner les situations propices à la communication individualisée.

Les outils du manager :

- ▶ La réunion.
- ▶ Les entretiens et leurs utilités.
- ▶ Le tableau de bord, etc.

Débriefing et mise en place d'objectifs individuels.

Module 5 : Les Techniques de Vente et Pratiques Commerciales

Les notions de Vente et de Relation Commerciale :

- ▶ Identifier les compétences indispensables.
- ▶ Qu'est-ce que la vente ? (Produits, services, etc.)
- ▶ Qu'est-ce que la relation client ? Comprendre le principe de la relation commerciale, en quoi mon attitude peut-elle favoriser une vente ?
- ▶ Quelles différences entre le BtoC et le BtoB ?

La préparation d'un Entretien Commercial ou d'une Visite Client :

- ▶ Cerner les enjeux d'un rendez-vous clientèle réussi.
- ▶ Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs ambitieux et réalistes (Présentation ou validation de closing).
- ▶ Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur (historique, chiffres, enjeux, etc.).
- ▶ Préparer sa posture mentale, son apparence et travailler sa communication (Image et Dress-Code).

Appréhender savoir-faire et savoirs être : De la communication au leadership :

- ▶ Contrôler ses attitudes (l'importance du non verbal), parler positivement (le verbal) : La communication orale et non verbale.
- ▶ Réussir son premier contact : Savoir créer un climat de confiance et d'empathie dès les premières secondes.
- ▶ Retour sur la communication non verbale : l'image que je renvoie.
- ▶ Comment travailler sa synchronisation verbale et non verbal, un pas vers le succès ?
- ▶ Comprendre ce qu'est le sens du service pour assurer une relation sereine.
- ▶ Les Piliers de l'Influence et du leadership.

Les grandes étapes d'un entretien de vente :

- ▶ Apprendre à gérer son stress.
- ▶ Les premières minutes : savoir se présenter à l'accueil, patienter et observer => pourquoi ?
- ▶ Analyser l'impact immédiat.
- ▶ La prise de contact : Créer un espace d'échange propice à la vente lors des premières minutes.
 - Se synchroniser et s'adapter avec son interlocuteur avec efficacité selon la situation.

(suite)

- Alternier position haute et position basse pour bien communiquer.
- ▶ L'empathique au service de la Relation.
- ▶ Conduire et maîtriser l'entretien de vente :
 - Introduire l'entretien : se présenter, présenter les objectifs, le déroulé et la durée de l'échange.
 - Présenter de façon attractive son entreprise et son offre au format « l'Art du Pitch ».
- ▶ Maîtriser les techniques permettant d'assurer la découverte client avec efficacité :
 - Rappel sur le trio : écoute / questionnement / reformulation.
- ▶ Déterminer le profil de vos clients et adapter son argumentaire.
 - Retour sur le SONCAS pour mieux comprendre le fonctionnement de ses clients.
 - Découvrir les besoins du client avec méthode : les besoins fonctionnels et émotionnels.
 - Retour sur le questionnement : Oser questionner pour bien comprendre les attentes.
 - Faire une offre argumentée, présenter son produit, rassurer son client sur la qualité.
- ▶ Les grands principes de l'argumentation ou de la présentation :
 - Caractéristiques, Avantages, Preuves.
 - Connaître les différents types d'objections pour traiter les objections avec méthode et efficacité.
 - Identifier les techniques de réfutation des objections, travailler les objections les plus courantes.
 - Savoir repérer les freins à l'achat et les signaux d'achat.
 - Savoir aussi dire « non » et exprimer un désaccord avec tact.
- ▶ Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques :
 - Réaliser une conclusion ou un closing commercial avec méthode.
 - Prendre congé en assurant un contact positif, engager un suivi avec son interlocuteur.

Training sur les techniques de vente et les techniques commerciales :

- ▶ Mise en situation virtuelle à partir de jeux de rôles proposés par l'animateur et/ou à partir du quotidien des participants.
- ▶ Les entretiens vidéo sont enregistrés, analysés puis commentés par les participants et le consultant.

Module 6 : Accroître sa communication et son aisance relationnelle (PUZZLE DISC®)

Comprendre les grands fondamentaux de la communication

- ▶ Connaître les règles les plus importantes de la communication interpersonnelle.
- ▶ Mesurer le besoin d'être flexible et de s'adapter aux autres.
- ▶ Connaître les difficultés liées.

Découvrir le langage des couleurs selon le test de personnalité DISC de Marston :

- ▶ Connaître le modèle DISC, ses origines, ses objectifs.
- ▶ Le langage des couleurs : simple, observable, universel, neutre et directement opérationnel.
- ▶ Associer les 4 couleurs aux profils comportementaux : Rouge, jaune, vert, bleu dominance, influence, stabilité, conformité.
- ▶ Reconnaître le profil de son interlocuteur.
- ▶ La communication verbale et non verbales : les mots, la voix, les gestes.
- ▶ Identifier les forces et les limites, les motivations et les besoins associés à chacune des 4 couleurs.
- ▶ Découvrir son propre profil en couleur, identifier son style de communication et ses préférences comportementales.

Parcours Certifiant de
Direction de Centre de
Profit

(suite)

- ▶ Comprendre les forces et les limites de sa communication en fonction de son profil couleur.

Les Motivations/Forces Motrices et les 6 attitudes de Spranger :

- ▶ Qu'est-ce qui motive quelle couleur et pourquoi ?
- ▶ Les motivations des participants...
- ▶ Les graphes individuels : forces et caractéristiques.

Accroître mon potentiel de communication grâce au modèle DISC en couleurs :

- ▶ Savoir faire passer mon message, mes idées, convaincre en fonction de la couleur du/des interlocuteurs
- ▶ Travailler en équipe, sur un projet, sur une mission et adapter son comportement en fonction de la couleur de l'autre
- ▶ Connaître et creuser les leviers en fonction de la couleur de son interlocuteur
- ▶ Mener un feedback en fonction de la couleur de l'autre : « Dire les choses » tout en préservant la qualité de la relation
- ▶ Comprendre les sources d'incompréhension, de conflits entre les différentes couleurs
- ▶ Savoir sortir d'un conflit en utilisant la méthode DISC en couleurs
- ▶ Pourquoi y a-t-il risque de conflits, de difficultés relationnelles entre les différents types couleurs ?
- ▶ Comment sortir d'un conflit en privilégiant la conciliation ?

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques.
Exercices Pratiques.

Certification enregistrée au Répertoire Spécifique des certifications et habilitations par arrêté officiel en date du 14.12.2018, n° 3868.

Certification inscrite à la liste nationale des formations éligibles au CPF (LNI). Code CPF : 236361.

*Parcours Certifiant de
Direction de Centre de
Profit*