




Les intervenants



-  Optimiser son **quotidien professionnel**
-  Développer ses compétences **commerciales**
-  Développer ses compétences **managériales**



Anthony
ROCHAND



Anne
SCHOMBOURGER



Christophe
VICEL



Bruno
LE MILLIN



Jean-Denis
COMMEIGNES



Laurent
BOURGINE



Marie-Christine
LE BRUN



Sandrine
SAUVAT



Thomas
LORETTE



Virginie
DUJARDIN



Ysabelle
LE MILLIN



DÉVELOPPER LA RELATION CLIENT AU TRAVERS DE SON SENS DU SERVICE



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Tout collaborateur souhaitant optimiser sa relation client et gérer activement sa communication.

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Pédagogie active avec mises en situation.

OBJECTIFS

- Acquérir des méthodes de communication permettant de développer des compétences individuelles et d'être efficace dans une relation client.
- Développer une démarche de qualité de service et valoriser l'image de son entreprise.

PROGRAMME

- Maîtriser les fondamentaux de la communication (verbale et non verbale).
- Identifier la qualité de service attendue par son entreprise.
- Savoir accueillir en toutes circonstances et donner une première bonne impression.
- Comprendre les spécificités de la communication téléphonique.
- Gérer ses priorités (concilier accueil physique et téléphone).
- Travailler un langage positif et professionnel.
- Adapter ses comportements pour des relations client sereines.
- Analyser et traiter efficacement une demande en apportant une réponse (directe ou en assurant un relais).
- Détecter les attentes client, questionner.
- Argumenter efficacement sur des aspects techniques.
- Savoir reformuler, verrouiller les points d'accord et prendre congé.
- Traiter une réclamation ou un mécontentement.
- Faire face aux situations délicates, difficiles ou conflictuelles.
- Surmonter son stress.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

GÉRER SON TEMPS ET SON STRESS POUR MIEUX S'ORGANISER



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Toute personne qui a le sentiment permanent d'être débordée.

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Entraînement sur les situations d'entreprise et les cas des participants.

OBJECTIFS

- Savoir s'organiser, planifier ses activités dans les délais demandés pour atteindre ses objectifs.
- Définir ses priorités et identifier ses voleurs de temps.
- Accroître son efficacité professionnelle en tirant profit de son stress et en résistant à la pression.

PROGRAMME

- Découvrir quelles sont les conséquences d'une mauvaise gestion de temps sur sa vie professionnelle.
- Faire émerger les priorités essentielles.
- Identifier et réduire les activités ou les comportements chronophages pour soi et les autres.
- Comprendre la règle des 80/20.
- Dresser un inventaire de son environnement professionnel et concevoir son plan d'action en déterminant ses indicateurs de réussite.
- Modifier son comportement et définir ses priorités et ses objectifs.
- Savoir dire non, négocier un délai, relancer les interlocuteurs, gérer les interruptions, transmettre à un collègue ...
- Anticiper, éliminer l'inutile, regrouper des tâches et faire des choix pour gagner du temps.
- Devenir maître de son temps en mettant au point son propre système de gestion.
- Lutter contre le stress en s'appropriant des techniques, des méthodes et des outils.
- Transformer son stress en moteur d'efficacité.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

DÉVELOPPER SON ASSERTIVITÉ ET SA CONFIANCE EN SOI



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Toute personne qui souhaite gagner en sérénité dans ses relations professionnelles.

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Pédagogie interactive
et ludique

OBJECTIFS

- Oser s'exprimer et faire reconnaître sa valeur.
- Réagir positivement et gagner en confort dans ses relations personnelles.
- Savoir s'affirmer dans le respect des autres.

PROGRAMME

- Mieux connaître son style relationnel.
- Repérer les comportements inefficaces de la passivité, de l'agressivité et de la manipulation et savoir réagir.
- Identifier les causes et les conséquences de ses comportements (pour soi-même et pour les autres).
- Renforcer son affirmation de soi en faisant face à l'agressivité par des techniques éprouvées.
- Repérer et désamorcer les manipulations.
- Formuler une critique constructive en utilisant la méthode DESC.
- S'entraîner à parler de façon positive et constructive.
- Répondre sereinement aux critiques justifiées et injustifiées, gérer les reproches agressifs.
- Oser demander et savoir dire non.
- Développer son sens de la répartie.
- S'appuyer sur ses qualités et ses réussites pour gagner en confiance en soi.
- Positiver les difficultés.
- Identifier ses axes d'amélioration dans l'affirmation de soi.
- Se fixer des objectifs de progrès réalistes.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.





L'E-MAIL ORIENTÉ CLIENT



1 jour - 7 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Tout collaborateur souhaitant utiliser l'e-mail comme un outil opérationnel.

PRÉREQUIS

Connaissance d'un logiciel de messagerie.

LES +

Pédagogie active par rédaction en commun en vidéo-projection afin de maîtriser cet outil de communication.
Etudes de cas, mise en situation.

OBJECTIFS

- Gagner en synthèse, en temps et en efficacité dans la rédaction de vos e-mails.
- Mettre en place les meilleurs réflexes et formulations avant d'appuyer sur « envoyer ».

PROGRAMME

- Écrire son e-mail : définir ses objectifs de rédaction, prendre en compte les risques.
- Être attentif aux choix des destinataires (en fonction de l'objectif).
- Formuler un e-mail correct : style, ton...
- Savoir répondre à un échange.
- Structurer son e-mail en suivant le modèle de la pyramide inversée.
- Rédiger des messages accrocheurs de façon à donner envie.
- Faire des phrases courtes, trouver le mot juste, éviter certaines expressions.
- Avoir les réflexes appropriés de la cyber-courtoisie avant d'envoyer l'e-mail : éviter les pièges des e-mails pressés, colériques, blagueurs...
- Utiliser le bon usage des priorités.
- Soigner la mise en forme (lisibilité, paragraphes clairs et aérés, Pièces Jointes...).
- Rédiger un e-mail commercial, de réclamation, ...
- Comprendre l'impact de l'image de l'entreprise à travers ses e-mails.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

TRAITER LES SITUATIONS DIFFICILES AU TÉLÉPHONE OU EN FACE À FACE



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Tout collaborateur devant affronter des interlocuteurs agressifs lors d'entretiens téléphoniques difficiles

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

1 jour de théorie et 1 jour de mise en situation en entraînements intensifs grâce à des simulations d'entretiens personnalisés.

Entraînements intensifs sur les situations d'entreprise et les cas des participants.

OBJECTIFS

- Développer les attitudes positives et les réflexes professionnels pour faire face à l'agressivité des clients.
- Garder son calme en toutes circonstances et établir une relation constructive et respectueuse.
- Renouer une relation de confiance avec le client.
- S'entraîner à mettre en œuvre les techniques et comportements adaptés à la gestion de toutes situations conflictuelles.

PROGRAMME

- Repérer les situations difficiles au téléphone et comprendre les clés de l'efficacité relationnelle dans la relation commerciale.
- Comprendre ce qui se joue émotionnellement pour le client.
- Identifier les différentes typologies de personnalités difficiles et comprendre ce qui se cache derrière chacune d'elles.
- Décrypter les mécanismes de défense (comportement refuge), prendre du recul et utiliser une communication positive, constructive et professionnelle.
- S'appropriier les techniques pour retrouver le contrôle de soi.
- Se recentrer sur les attentes du client et sur la réponse à lui apporter tout en se plaçant dans une logique win/win et éviter l'escalade.
- Faire face à l'agressivité du client en se sentant concerné et trouver les mots justes.
- Écouter activement et en conscience.
- Savoir reformuler, proposer une réponse et la faire accepter.
- Traiter et suivre le dossier en s'engageant personnellement.
- Travailler la confiance en soi et l'assertivité.
- Oser dire NON tout en préservant la relation.
- Savoir s'affirmer en douceur en utilisant la technique opérationnelle AT.
- Ancrer de bons réflexes pour conserver le professionnalisme attendu au quotidien.
- Apprendre à dédramatiser à la suite d'un appel difficile et savoir se ressourcer.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

PRENDRE LA PAROLE



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Toute personne souhaitant s'exprimer avec aisance et conviction en prise de parole devant un groupe, maîtriser son stress et son trac.
Communication orale, et « body language »

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Training basé sur une diversité d'exercices (individuels ou collectifs) issus des techniques de jeu d'acteurs, d'improvisation, de maîtrise de la gestuelle et de la communication orale.

Un bilan personnalisé pour chacun des stagiaires permettra de pérenniser les acquis.

Livre « La parole est à vous ».

OBJECTIFS

Vous souhaitez prendre la parole sans rougir, sans perdre vos moyens ou vous « évanouir » ? Ou encore gérer votre stress au cours de votre exposé en réunion ? Vous voulez renforcer votre pouvoir de conviction face à vos interlocuteurs ?

Grâce aux techniques des comédiens professionnels, vous gagnerez en aisance et ferez face aux situations déstabilisantes. Devenez ACTEUR de votre communication !

PROGRAMME

- Diagnostiquer ses points forts et identifier ses axes de progression afin de lever les blocages.
- Découvrir les principes de base de la communication et repérer les distorsions possibles.
- Se préparer physiquement : maîtriser les techniques de respiration et positionner sa voix.
- Savoir jouer de la communication verbale, non verbale et para-verbale : le regard, le comportemental (langage des gestes et synergologie), les silences, l'articulation, le débit, la modulation, l'intonation...
- Développer sa présence d'orateur pour porter son message.
- Se préparer mentalement et gérer son stress et son trac.
- Structurer son intervention avec un plan (les astuces imparables) et mettre le fond au service de la forme.
- Organiser ses idées et s'appuyer sur des notes utiles.
- Étudier son public, adapter son discours et être le metteur en scène de son intervention.
- Être à l'écoute des réactions des interlocuteurs et rebondir sans se laisser déstabiliser.
- Gérer les imprévus (techniques, logistiques...) et improviser.
- Éviter les pièges de certaines questions et pratiquer l'art du questionnement et de la reformulation.
- Traiter efficacement l'opposition et se sortir de situations de blocage.
- Anticiper les objections et développer son esprit d'à propos
- Préparer ses supports pédagogiques, son environnement, son matériel.
- Donner une première bonne impression positive et constructive en intégrant les enjeux de l'apparence.
- Éliminer les facteurs d'inhibition et développer sa confiance en soi et son charisme.
- Utiliser ses supports visuels comme soutien de son message (et non l'inverse).

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

OPTIMISER LES APPORTS AUX OPÉRATIONNELS



1 jour - 7 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Assistant(e) +
Collaborateur ayant un
rôle fonctionnel

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Entraînement sur les
situations d'entreprise et
les cas des participants.

OBJECTIFS

- Poser les bases d'une collaboration efficace avec son environnement professionnel et mieux définir son rôle.
- S'organiser au quotidien (classement, gestion du temps, etc.).

PROGRAMME

Les nouveaux enjeux et l'évolution de la fonction

- La diversité des attentes des correspondants.
- Les domaines de compétences exigées.
- Les compétences à renforcer.

Poser les bases d'une collaboration efficace

- Etre au clair sur ses missions.
- Savoir travailler dans un contexte multi-tâches, multi-interlocuteurs.

Optimiser son temps et son organisation de classement

- Intégrer les lois de la gestion du temps.
- Identifier les vraies priorités.
- Gérer les imprévus au quotidien.
- Mettre en place des outils gain de temps.
- Planifier son activité grâce à l'agenda et la liste des tâches électroniques.
- Bien organiser sa messagerie et ses fonctionnalités « gain de temps ».
- Identifier les objectifs d'un classement électronique performant.
- Connaître les notions de base de l'archivage.
- Gérer le flux et retrouver facilement l'information utile.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

DÉVELOPPER SES CAPACITÉS DE COMMUNICATION ORALE ET D’AFFIRMATION DE SOI



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Assistant(e) +
Collaborateur ayant un
rôle fonctionnel

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Entraînement sur les
situations d’entreprise et
les cas des participants.

OBJECTIFS

- Maîtriser une communication efficace en face à face et au téléphone.

PROGRAMME

Maîtriser les composantes d’une communication efficace

- S’appropriier les bases essentielles : verbal, non-verbal, para-verbal.
- Savoir écouter, reformuler, questionner.
- Déjouer les pièges : les filtres, l’interprétation...

Maîtriser les techniques d’accueil physique et téléphonique

- Donner une bonne impression en toutes circonstances.
- Maîtriser les étapes d’un entretien téléphonique ou physique.
- Savoir filtrer, faire patienter, amener une réponse délicate.
- S’appuyer sur des formulations positives.
- Savoir dire non, négocier un délai, relancer les interlocuteurs, gérer les interruptions, déléguer...

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d’une attestation de formation.



DÉVELOPPER UNE DÉMARCHE COMMERCIALE DANS UN CONTEXTE EN ÉVOLUTION



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Toute personne devant réaliser un acte de vente (signature du client) même s'il ne s'agit pas de sa fonction principale.

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Alternance d'apports théoriques et exercices pratiques. Mise en situation, jeux de rôles. Entraînements intensifs.

OBJECTIFS

- Comprendre la différence entre les techniques de ventes traditionnelles et les attentes des clients et consommateurs d'aujourd'hui.
- Ne plus penser à vendre et commencer à « faire acheter ». Ne plus chercher à convaincre et commencer à « faire adhérer ». Application des outils de l'Analyse Transactionnelle et la Programmation Neuro Linguistique à la vente.

PROGRAMME

- Comprendre l'acte de vente.
- Découvrir l'évolution des modes de consommation et la place du client dans l'entreprise au cours des 50 dernières années.
- Définir le rôle et les missions du vendeur dans une organisation.
- Comprendre la demande du client par l'approche psychologique de la vente.
- Développer les 4 aptitudes du vendeur mises en œuvre dans l'action de vendre : SOCIABILITE, EMPATHIE, PERSUASION et AFFIRMATION DE SOI.
- Connaître les avancées et les perspectives de développement des pratiques de vente, telle que la vente éthique.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

SAVOIR VENDRE AVEC MÉTHODE



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Toute personne devant réaliser un acte de vente (signature du client) même s'il ne s'agit pas de sa fonction principale.

PRÉREQUIS

Avoir été confronté à des situations de vente.

LES +

Alternance d'apports théoriques et exercices pratiques.
Mise en situation, jeux de rôles.
Entraînements intensifs.

OBJECTIFS

- Découvrir les étapes de la vente au travers de la méthode P5C.
- Comprendre l'importance de la découverte.
- Maîtriser le questionnement et les principes de Socrate appliqués à la vente.

PROGRAMME

Développer une vente de qualité avec la méthode progressive P5C

1. Maîtriser la phase ACCROCHE par l'accueil, la présentation et la prise en charge personnalisée du client.
2. Découvrir le client à travers une phase DECOUVERTE (parcours progressif avec la prise en compte de la personne et de sa demande).
3. Mettre en œuvre la dynamique DEMONSTRATION produit par une présentation argumentée selon les bénéfices du client.
4. Accompagner la décision d'achat du client sur le mode SYNTHÈSE en prenant appui sur les questions d'achat, les objections et l'ensemble des préoccupations du client utilisateur.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.



INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



A

POUR QUI ?

Tout public (non spécialiste)

PRÉREQUIS

Aucun
Apporter son ordinateur

LES +

S'appuyer sur les relations sociales du monde réel pour comprendre et s'approprier les réseaux en ligne. Balayer les peurs et les mythes du « virtuel » pour enrichir sa vie professionnelle d'outils facilitateurs. Chaque participant se met derrière l'écran et travaille sur son projet virtuel en temps réel.

OBJECTIFS

- Utiliser efficacement les réseaux sociaux.
- Découvrir comment optimiser son référencement naturel.
- Savoir mesurer le retour sur investissement : s'investir dans les réseaux sociaux est-il rentable ?

PROGRAMME

Une stratégie efficace pour sa e-réputation

- Comment optimiser sa e-réputation dans Google ?
- Définir sa présence minimale au sein des réseaux sociaux (*Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Profils Google, Youtube, Dailymotion,...*) ?
- Pourquoi faut-il surveiller ce qu'on dit de vous sur Internet (votre marque, vos dirigeants, vos produits) ?
- Comment mettre en place une veille efficace ?
- Que faut-il faire en cas de crise ?
- Comment répondre à un blogueur, dans un forum ou sur les réseaux sociaux ?

Exploiter les réseaux sociaux pour son entreprise

- Comment créer un compte (profil) et le paramétrer ?
- Faut-il créer un groupe ou une page pour promouvoir sa marque, son entreprise, son site Internet ?
- Comparaison, revue des avantages et inconvénients.
- Comment créer une page efficace pour son entreprise ou son site Internet, améliorer son référencement, calculer un ROI, intégrer le code de tracking... ?

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

MANAGER UNE DÉMARCHE COMMERCIALE



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



C

POUR QUI ?

Dirigeants d'entreprise, animateurs de réseaux, directeurs d'agence, managers d'équipes commerciales

PRÉREQUIS

Connaître le rôle d'un commercial, d'un vendeur

LES +

Méthode participative appuyée par des retours d'expérience qui mettent en lumière la nécessité de manager avec efficacité et efficience sa démarche commerciale pour développer les performances de son équipe et améliorer sa rentabilité.

OBJECTIFS

- Organiser et piloter efficacement l'activité commerciale de son entreprise.
- Accompagner et professionnaliser l'activité commerciale ainsi que la montée en compétence de ses collaborateurs.

PROGRAMME

Se positionner dans la fonction de manager commercial

Construire le Plan d'Actions commerciales

- Réaliser son diagnostic commercial dans un environnement concurrentiel.
- Définir sa stratégie et ses objectifs commerciaux.
- Déployer et suivre un plan d'actions internes et externes.

Piloter le Plan d'Actions commerciales

- Concevoir des tableaux de bord pertinents pour son activité.
- Organiser un reporting commercial.
- Piloter la stratégie à l'aide des tableaux de bord.
- Exploiter, faire utiliser les outils de pilotage par les commerciaux.
- Contrôler, suivre et corriger les dérives éventuelles des commerciaux : écarts par rapport aux objectifs.
- Mesurer le ROI d'un investissement commercial.

Manager et dynamiser son équipe commerciale

- Analyser et suivre les résultats individuels et collectifs.
- Impliquer l'ensemble de ses équipes sur l'offre commerciale.
- Renforcer l'esprit d'équipe et définir les règles de passage de relais entre techniciens et commerciaux.

Motiver les commerciaux

- Politique de rémunération
- Qui récompenser ? L'apporteur d'affaire, le vendeur ?
- Quand rémunérer ?

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

GÉRER UNE RÉPONSE COMMERCIALE COORDONNANT PLUSIEURS INTERVENANTS



1 jour - 7 heures



8 à 12 participants



C

POUR QUI ?

Les commerciaux et chargés d'affaires.

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Une formation à la fois théorique et pratique avec l'analyse de cas concrets et mises en situation.

OBJECTIFS

- Pouvoir proposer une offre de services faisant intervenir plusieurs intervenants (internes et externes).
- Gérer une mission pluridisciplinaire en tant que maître d'œuvre.
- Créer des relations avec des partenaires fiables.

PROGRAMME

- Développer son réseau interprofessionnel.
- Savoir s'entourer de partenaires fiables et compétents.
- Négocier en amont des grilles tarifaires.
- Sécuriser la mission conformément aux règles déontologiques et aux normes professionnelles (notamment de maîtrise de la qualité).
- Gérer ses relations avec les différents sous-traitants.
- Communiquer avec les sous-traitants dans le respect du secret professionnel.
- Écouter son client afin de lui proposer des services personnalisés en fonction de ses besoins et de ses attentes.
- Être le chef d'orchestre de la mission pluridisciplinaire.
- Devenir le conseiller incontournable du client.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.



LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT D'ÉQUIPE



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



B

POUR QUI ?

Managers, cadres opérationnels ou fonctionnels, chefs d'équipe, tous secteurs d'activité

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Pédagogie participative prenant appui sur des éléments théoriques et méthodologiques, des confrontations d'expériences, des réflexions sur des cas réels, des jeux de rôles filmés et analysés collectivement.

La formation se centre sur les aspects concrets et opérationnels de l'animation et du management d'une équipe.

Les participants sont constamment sollicités pour découvrir et pratiquer les savoir-faire et savoir-être indispensables au management d'une équipe.

OBJECTIFS

- Acquérir les clefs d'un management efficace et motivant de ses collaborateurs.

PROGRAMME

Distinguer supervision technique et management d'équipe

Découvrir les différents aspects du management d'équipe

- Les différentes missions et les rôles du manager.
- Les compétences à mettre en œuvre : savoir-faire, savoirs et savoir-être.
- Les styles adaptatifs du management situationnel : de la directivité à la délégation.
- Le positionnement du manager selon les situations.

Communiquer avec son équipe

- Les fondements de relations interpersonnelles satisfaisantes et fructueuses.
- La maîtrise des techniques de communication dans la conduite des entretiens et dans l'animation des réunions.

Accompagner les personnes

- Le rôle de coach du manager et ses diverses interventions pour suivre et permettre le développement des collaborateurs.
- Le rôle de pédagogue du manager : observer, soutenir dans l'action, former, faire des feed-back.

Motiver son équipe

- Les aspects les plus dynamiques du rôle de leader : entraîner, fédérer, stimuler, informer, susciter l'intérêt et l'adhésion, animer.

Gérer les situations critiques

Les aspects les plus délicats du management des équipes :

- s'affirmer positivement et maintenir le dialogue
- recadrer de manière constructive
- anticiper les situations de tension et les litiges
- se sensibiliser avec les principes de base de la gestion des conflits interpersonnels
- garder son self control

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

AFFIRMER SON LEADERSHIP DE MANAGER



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



B

POUR QUI ?

Managers, responsables, dont la fonction nécessite de convaincre et de faire adhérer ou d'obtenir une implication

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Autodiagnostic de son style de management.
Exercices et travaux en groupes ou sous-groupes.

OBJECTIFS

- Développer les qualités et les talents de manager pour un impact puissant.
- S'affirmer comme un véritable leader au sein de son équipe, la mobiliser et la fédérer autour d'un projet.

PROGRAMME

- Quel leader êtes-vous ?
- Prendre en compte la dimension émotionnelle du leadership.
- Incarner les valeurs de l'entreprise en restant cohérent.
- Faire de son leadership un atout managérial.
- Identifier les buts à atteindre, les enjeux et les forces en présence et préciser les objectifs qui mènent l'équipe au succès.
- Rendre concrète la stratégie de l'entreprise à travers les résultats demandés et attendus.
- Donner du sens aux obstacles à franchir et aux conquêtes à remporter, signaler l'avenir.
- Jalonner l'accompagnement des équipes vers l'objectif : réunions et entretiens individuels.
- Savoir communiquer en tant que leader et donner le goût d'oser.
- Expliquer une décision impopulaire : se faire comprendre et faire adhérer.
- Recadrer un « hors-jeu » sans démotiver.
- Valoriser succès individuels et succès collectifs pour booster la performance.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

MOBILISER ET FÉDÉRER SON ÉQUIPE AUTOUR D'UN PROJET



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



B

POUR QUI ?

Managers, Créateurs d'entreprises, Chefs d'entreprises

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Cette formation s'articule autour d'un projet commun, décidé en amont, sous un format mini Team Building.

En J2, mise en œuvre du mini Team Building et débriefing.

OBJECTIFS

- Apprendre à déclencher l'enthousiasme, l'énergie, la proactivité, le plaisir de réussir.
- Entraîner votre équipe dans des périodes de changements majeurs.
- Anticiper et faire face à des situations incertaines.
- Acquérir plus d'aisance dans la prise de décision.

PROGRAMME

Comment faire naître ou renaitre le goût d'entreprendre à son équipe ?

Les 5 points clés du succès

- Permettre à l'équipe de connaître et comprendre les enjeux, les objectifs, les contraintes du service, de l'entreprise, du manager, de l'environnement dans lequel elle évolue (crises, changements...) : Parler vrai.
- Donner à chacun sa juste place (respecter les différences et l'autonomie, les originalités, les personnalités).
- Définir les différents degrés d'implication et de complicité avec chacun des membres de son équipe.
- Apporter de la reconnaissance, valoriser le succès.
- Reparler de « bon sens ».

Développer son propre niveau de confiance, pour mieux faire confiance

- Attitudes d'écoute et d'ouverture propice à l'innovation et à la créativité.
- Créer un environnement sur mesure pour l'équipe en acceptant qu'elle produise de nouvelles idées, même si celles-ci ne sont pas les nôtres.
- Fédérer, organiser le travail de manière différente (modifier par exemple les relations au pouvoir : manager/salarié, patron/manager, client/salarié...).
- Déléguer ce qui est possible de déléguer, pour rendre son équipe autonome.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.



CONDUIRE SES ENTRETIENS INDIVIDUELS



1 jour - 7 heures



8 à 12 participants



B

POUR QUI ?

Managers, responsables opérationnels, chefs d'équipe ...

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Jeux de rôles et cas pratiques pour s'entraîner à la conduite d'entretien

OBJECTIFS

- Acquérir une méthodologie pour conduire ses entretiens individuels.
- Adopter les comportements adaptés à un échange constructif
- Faire de l'entretien un acte de management et de développement.

PROGRAMME

L'entretien individuel est un outil de management : comment bien le préparer ?

- Les différents types d'entretiens (pilotage, recadrage, félicitation, ...).
- La spécificité formelle des entretiens disciplinaires.
- Quand et comment déclencher les différents types d'entretiens ?
- Découvrir la méthodologie de l'entretien individuel.
- Savoir se préparer (préparation écrite et psychologique de l'entretien).

Conduire l'entretien : clarifier les objectifs, partager un diagnostic, mettre en action

- Partager le bilan ayant déclenché l'entretien.
- Analyser et comparer les points de vue (manager versus collaborateur).
- Conclure et mettre en action.
- Assurer le suivi de l'entretien.

Les techniques de communication facilitatrices

- Faciliter le dialogue en gérant le climat.
- Moduler son mode de questionnement.
- Gérer un désaccord.
- Gérer une déstabilisation.

Inscrire l'entretien dans une vision large des différents actes managériaux

- En lien avec les priorités collectives.
- En lien avec le développement du collaborateur.

VALIDATION DE LA FORMATION :

Remise d'une attestation de formation.

GÉRER LES SITUATIONS CRITIQUES ET PRÉVENIR LES CONFLITS



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



B

POUR QUI ?

Managers, responsables de collaborateurs

PRÉREQUIS

Aucun

LES +

Alternance d'apports théoriques et exercices pratiques. Mise en situation, jeux de rôles. Entraînements intensifs.

OBJECTIFS

- Savoir analyser une situation complexe ou conflictuelle.
- Prendre du recul et garder son self control.
- S'affirmer de manière positive pour traiter la situation.
- Utiliser une méthode de résolution de problème.
- Mettre en œuvre un processus de gestion de conflit ou de crise.

PROGRAMME

- Les typologies et les sources de conflits.
- Les mécanismes de blocage, les réactions, les attitudes préférentielles.
- Le face à face par la résolution : le dialogue, la négociation et la coopération.
- Les techniques de médiation et de régulation.
- La gestion du stress et des émotions : le self control.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.



MANAGEMENT INTERGÉNÉRATIONNEL

Pour la première fois dans l'histoire de l'entreprise, 4 générations se côtoient (les Baby Boomers et les générations X, Y, millénium) en interne mais aussi avec les clients.



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



B

POUR QUI ?

Managers, responsables de collaborateurs appartenant à différentes générations.

PRÉREQUIS

Aucun.

LES +

Pour repartir avec une bonne maîtrise de votre management intergénérationnel, un atelier ludique construit à partir de cas pratiques basés sur votre problématique vous est proposé.

OBJECTIFS

- Comprendre le cadre de référence de chaque génération et limiter les incompréhensions et les dysfonctionnements au sein de son équipe.
- Définir des objectifs collectifs et des règles de fonctionnement partagées.
- Identifier les compétences à développer, les pratiques gagnantes et les points de vigilance.
- Mieux travailler ensemble en s'enrichissant des différences.

PROGRAMME

- Analyse des différentes générations : codes, valeurs, rapport à l'autorité et motivations professionnelles et personnelles.
- Autodiagnostic de son management pour mesurer l'impact de ces différences sur ses pratiques managériales.
- Analyser sa capacité à gérer ces différences, à sortir des préjugés, des stéréotypes, et ajuster sa communication.
- Savoir conjuguer les talents pour développer une communication constructive et dynamique.
- Anticiper les conflits, gérer les tensions interpersonnelles et favoriser les échanges jeunes / seniors.
- Développer la cohésion et l'efficacité de l'équipe à travers l'outil AT.
- Définir le cadre d'une équipe efficiente en fixant des règles du jeu claires et partagées par tous.
- Faciliter et organiser le transfert de savoir-faire et développer une cohabitation harmonieuse au sein de l'entreprise.
- Anticiper l'arrivée de la Génération Z.

VALIDATION DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

DÉVELOPPER L'INTELLIGENCE COLLECTIVE (POUR INNOVER ENSEMBLE)



2 jours - 14 heures



8 à 12 participants



C

Les équipes capables de coopérer atteignent des résultats sans précédent en termes de réactivité, de développement des compétences et d'innovation. Cette formation est particulièrement adaptée en phase de lancement de projet ou de commission.

POUR QUI ?

Tout collaborateur souhaitant travailler en mode collaboratif, expérimenter les outils d'intelligence collective.

PRÉREQUIS

S'adresse à une équipe constituée.

LES +

La pédagogie repose sur une combinaison d'apports théoriques et d'apprentissages par l'expérimentation. La formation permet d'expérimenter une palette de méthodes collaboratives et d'acquérir une posture propice à la mise en oeuvre de l'intelligence collective.

OBJECTIFS

- Favoriser les interactions positives et la réalisation de projets communs.
- Savoir faire émerger de l'intelligence d'un collectif.
- Expérimenter les outils d'intelligence collective et renforcer la cohésion d'équipe.
- Développer la performance collective pour produire du résultat.
- Renforcer la cohésion d'équipe.

PROGRAMME

- Les conditions de l'émergence de l'intelligence collective.
- Les apports de l'intelligence collective.
- Biomimétisme et intelligence collective.
- Développer l'intelligence collective.
- Instaurer des valeurs communes et des règles du jeu.
- Développer l'intelligence émotionnelle et relationnelle de chacun.
- Intégrer les bases de la communication collaborative.
- Générer des interactions positives et créatives.
- Réguler les conflits pour garder le cap sur les objectifs communs.
- Promouvoir la diversité des idées.
- Expérimenter les outils de l'intelligence collective.
- La prise de décision collective.
- L'élaboration d'une vision partagée.



Fondée en 1819, **ESCP Europe** est la plus ancienne école de commerce au monde et a formé plusieurs générations de dirigeants et d'entrepreneurs. Elle figure dans le **Top 3 des meilleures écoles de Management Françaises**.

Grâce à ses six campus urbains (à Berlin, Londres, Madrid, Paris, Turin et Varsovie) et à son identité profondément européenne, **ESCP Europe dispose d'un style unique de formation managériale interculturelle et d'une perspective globale des problématiques liées au management international**.

Le réseau international de ESCP Europe, constitué d'une centaine d'universités partenaires, élargit la portée de l'école européenne à une échelle mondiale.

ESCP Europe est également **membre de la CGE - Conférence des Grandes Écoles**, qui regroupe 145 Écoles d'ingénieurs, 40 écoles de management, 20 écoles d'autres spécialités (ENS, écoles vétérinaires, écoles d'arts appliqués...), des établissements étrangers ainsi que 8 entreprises et plus d'une trentaine d'associations (associations de professeurs et de proviseurs de lycées, de diplômés d'écoles de management et d'écoles d'ingénieur).



OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Aider les entrepreneurs à prendre du recul sur leur quotidien. A cet égard cette formation se veut volontairement non technique.
2. Vous permettre de partager avec vos clients les « business model » les plus actuels afin de mieux appréhender votre environnement.
3. Placer vos réflexions dans des schémas plus larges favorisant cohérence et synergie.

De plus, cette formation est certifiante, elle correspond au bloc de compétence « **Management transverse** » : manager les projets de changement et de transformation du diplôme **Manager Dirigeant enregistré sous le code CPF 9915**.



Copyright © Dan Tsantilis

MODULE 1

1J

PROSPECTIVE ET ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

A quoi s'attendre dans les prochaines années ?

- Quelles sont les modifications de fond qui vont faire évoluer l'exercice entrepreneurial ?

MODULE 2

2J

LES ESSENTIELS DU MANAGEMENT

Module qui vient en complément, qui va au-delà des formations ITESCIA.

- Comprendre l'environnement managérial.
- Identifier son potentiel managérial.
- Cerner le profil de ses équipes.
- Piloter et motiver au quotidien.
- Communiquer avec efficacité.

MODULE 3

2J

PRÉSENTER SON OFFRE ET COMPRENDRE LES BASES DU MARKETING DIGITAL

Comment mieux organiser son discours et ses relations aux prospects et clients en s'appuyant sur les outils actuels.

- Acquérir la démarche marketing et savoir clarifier puis mettre en œuvre son offre de services.
- Développer sa marque en intégrant les leviers de communication du web.
- Maîtriser les bases de la négociation et la relation client.
- Développer les affaires existantes.
- Développer et fidéliser avec le digital.



MODULE 4

2J

PILOTAGE DE PROJET EN TRANSVERSALITÉ

Vise les caractéristiques de la gestion en mode projet avec un objectif d'application au sein de vos entreprises mais aussi chez vos clients quand il devient opportun de piloter une équipe pluridisciplinaire.

- Identifier et gérer le mode projet, un atout interne et au regard des projets pluridisciplinaires destinés aux clients.
- La conduite du projet : le rôle du chef de projet, la gestion des contributions, des plans d'action, ...
- Responsabiliser les acteurs du projet, le piloter, gérer les transversalités.
- Mobiliser, faire adhérer et communiquer autour du projet.

MODULE 5

2J

PILOTER LE RISQUE ENTREPRENEURIAL

Donner un cadre permettant d'identifier et gérer vos risques.

- Appréhender les enjeux commerciaux, financiers et humains du développement entrepreneurial.
- Évaluer les risques, leur fréquence et leur coût probable.
- Élaborer une politique de développement optimal de l'activité.
- Déployer des applications opérationnelles de gestion du risque.

MODULE 6

2J

SE POSITIONNER EN LEADER

Dépasser sa posture d'expert technique.

- Différencier management et leadership.
- Pouvoir structurer une démarche de leadership opérationnel.
- Construire une vision et la faire partager.
- Influencer pour augmenter la performance de son équipe.
- Repérer les composantes de son propre potentiel de dirigeant : valeurs, atouts, compétences, talent, qualités, points d'appuis et potentiel.



MODULE 7

2J

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES DES COLLABORATEURS

Comprendre et mettre en oeuvre une politique de gestion des Ressources Humaines.

- Anticiper l'organisation, la cohérence à mettre en place entre les responsabilités de chacun et la politique de rémunération.
- Mener des entretiens difficiles.
- Apprendre à gérer ses émotions et les situations difficiles.
- Partager des outils de pilotage RH.

MODULE 8

1J

DEVENIR UN ORATEUR CONVAINCANT

En interne, mais surtout en externe à dimension lobbying ou commerciale.

- Structurer, synthétiser et rendre dynamique ses supports visuels.
- Acquérir les méthodes pour faire de ses supports visuels un véritable atout de communication orale.
- Trouver et hiérarchiser les arguments efficaces pour convaincre.
- Travailler l'aspect ludique de son discours, raconter une histoire...
- Oral blanc, entraînement à la soutenance.



INFOS PRATIQUES



PARTICIPANTS

12 à 15 participants



HORAIRES

JOURNÉE TYPE : 9h à 17h.

Ateliers « projet » en soirée dans la continuité de 17h30 à 20h00

- jour d'arrivée : 10 h 00 - 18 h 00
- jour de départ : 08 h 00 - 16 h 00



LIEU DE LA FORMATION

Campus ESCP Europe Montparnasse



FINANCEMENT

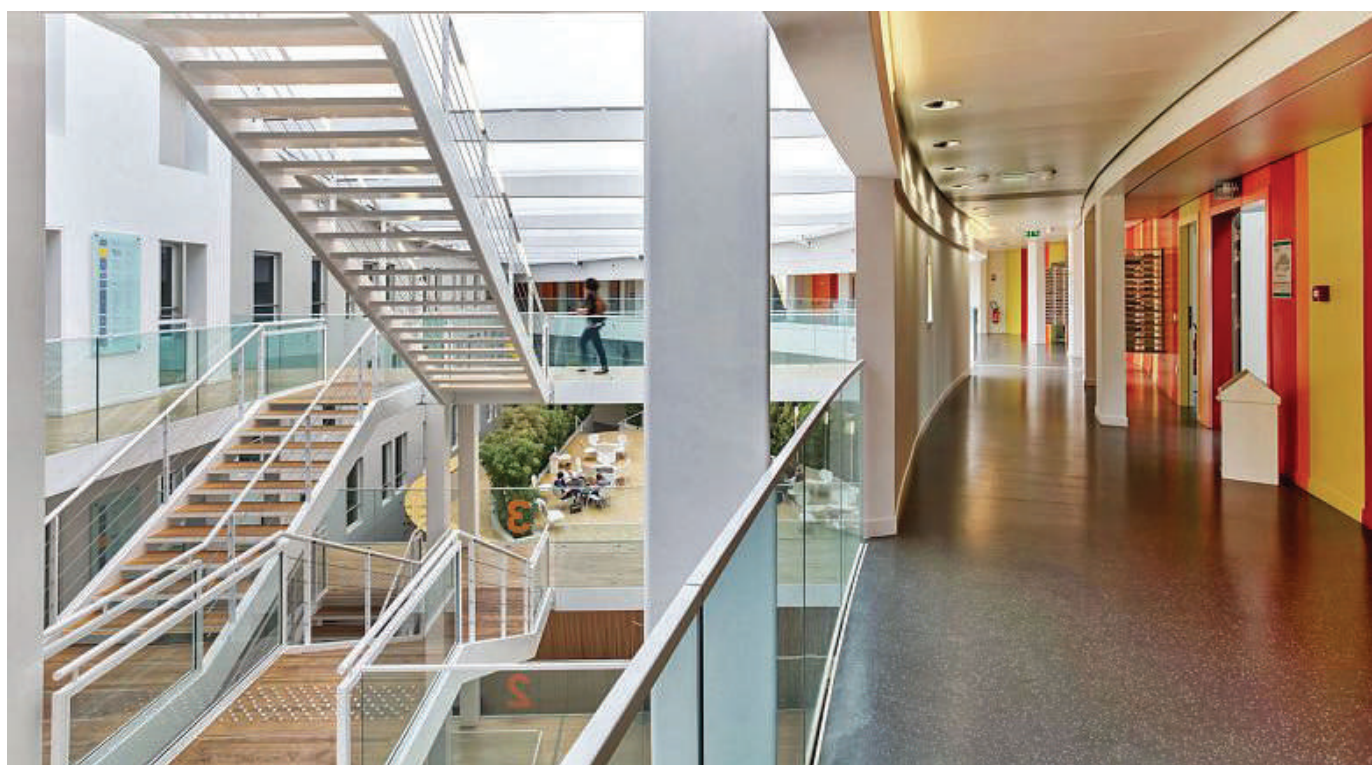
Parcours éligible CPF



BUDGET

8 990€ HT net par participant incluant les pauses et le déjeuner.
(Frais de transport et d'hébergement à votre charge)

Les supports pédagogiques sont fournis et mis à disposition sur la plateforme pédagogique de l'ESCP Europe (Blackboard).



TARIFS

Les tarifs sont établis, par participant et par jour.

Ils prennent en compte :

- l'animation des formations
- la documentation numérique
- les repas du midi pris en commun

Compte tenu de la dimension nationale du Réseau CABEX, à ces coûts doivent s'ajouter les frais logistiques qui dépendent très fortement des orientations choisies (au sein du cabinet, en présentiel chez vous, ...).

Votre expert-comptable sera à même de vous indiquer le coût complet.



375€



400€



450€

Par jour et par participant

OPTIMISER SON QUOTIDIEN PROFESSIONNEL	Durée	BUDGET HT
Développer la relation client au travers de son sens du service	2J	A
Gérer son temps et son stress pour mieux s'organiser	2J	A
Développer son assertivité et sa confiance en soi	2J	A
L'E-mail orienté client	1J	A
Traiter les situations difficiles au téléphone ou en face à face	2J	A
Prendre la parole	2J	A
Optimiser les apports aux opérationnels	1J	A
Développer ses capacités de communication orale et d'affirmation de soi	2J	A

DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES COMMERCIALES	Durée	BUDGET HT
Développer une démarche commerciale dans un contexte en évolution	2J	A
Savoir vendre avec méthode	2J	A
Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication	2J	A
Manager une démarche commerciale	2J	C
Gérer une réponse commerciale coordonnant plusieurs intervenants	1J	C

DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES MANAGÉRIALES	Durée	BUDGET HT
Les fondamentaux du management d'équipe	2J	B
Affirmer son leadership de manager	2J	B
Mobiliser et fédérer son équipe autour d'un projet	2J	B
Conduire ses entretiens individuels	1J	B
Gérer des situations critiques et prévenir les conflits	2J	B
Management intergénérationnel	2J	B
Développer l'intelligence collective (pour innover ensemble)	2J	C

