

Catalogue Formation 2021/22



Former les hommes et les équipes pour accélérer la performance des organisations

Edition Novembre 2021

Une approche adaptée à **VOS BESOINS** :

	
<p>70% de Pratique</p>	<p>30% de Théorie</p>

Nos objectifs pour **VOTRE ORGANISATION**



Permettre à **chaque collaborateur** d'exprimer **ses talents** au sein d'une équipe



Accompagner **une dynamique** de changements **positifs** et **durables**



Renforcer la confiance et le plaisir



Augmenter vos chiffres d'affaires

Notre méthode renforce **VOTRE PERFORMANCE**

➤ Une méthode en 4 étapes

Etape 1



La prise de connaissance
des problématiques et
besoins de **VOTRE**
entreprise

Etape 2

La découverte participative



Etape 3



La mise en application

Etape 4



Elaboration d'un plan
d'actions personnel à
l'issue de chaque
session

➤ Avec des outils certifiés



Travail sur le savoir, le savoir-faire, le savoir-être
et les attitudes mentales
Feedback constructif sur la posture et les

Remise d'une boîte à outil pour favoriser la mise
en œuvre immédiate en milieu professionnel

Ils nous font **CONFIANCE**



SOMMAIRE

DOMAINES DE FORMATION :

COMMERCIAL-VENTE :

SOCIAL SELLING : PROSPECTER AVEC LINKEDIN	6
REUSSIR SA PROSPECTION TELEPHONIQUE	9
VENDRE ET NEGOCIER AU TELEPHONE.....	12
LA RELATION COMMERCIALE POUR LES TECHNICIENS.....	15
TECHNIQUES DE VENTE	18
LES TECHNIQUES DE VENTE II : Les clés de la négociation commerciale	21
LES TECHNIQUES DE VENTE COMPORTEMENTALES AVEC DISC EA	23
GO BUSINESS B TO B, FORMATION COMMERCIALE POUR LES CREATEURS D'ENTREPRISE.....	26
GO BUSINESS B TO C, FORMATION COMMERCIALE POUR LES CREATEURS D'ENTREPRISE.....	29
MANAGEMENT, LES FONDAMENTAUX	32
MANAGER A DISTANCE	35
EFFICACITE RELATIONNELLE, DECOUVERTE	37
DISC EXPERT ACTIV.....	37
MANAGER AVEC DISC EXPERT ACTIV	40
SYNERGIE D'EQUIPE AVEC DISC EXPERT ACTIV.....	42
VIVRE ET TRAVAILLER EN EQUIPE	45
ANIMER ET MOTIVER SON EQUIPE COMMERCIALE	47
CONDUIRE ET ANIMER UNE REUNION.....	50
GESTION DU TEMPS.....	53

SOCIAL SELLING : PROSPECTER AVEC LINKEDIN

Vous prospectez régulièrement par téléphone et vous constatez qu'il est souvent difficile de joindre votre interlocuteur. Les réseaux sociaux notamment le réseau LinkedIn sont un nouveau mode de communication, utilisés désormais par les entreprises. LinkedIn devient la vitrine de votre entreprise et de vous-même. Il vous permettra également d'entrer directement en contact avec vos interlocuteurs.

Public visé :

- Toute personne en charge de la prospection et de la vente : commercial, assistant commercial, technico-commercial...

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

Durée :

- 3 sessions de 2h30 heures en visioconférence (soit 7h30 heures)

Tarif : 350 € HT

Objectifs :

- Comprendre et appréhender la démarche social selling
- Savoir définir une stratégie de social selling LinkedIn
- Optimiser une vitrine professionnelle crédible en ligne
- Savoir communiquer pour gagner en visibilité et exposer la cible à la marque
- Développer son réseau professionnel et d'influence
- Rechercher et détecter des opportunités commerciales
- Créer des opportunités commerciales

Programme :

Comprendre la démarche du Social selling

- Intérêt du Social Selling
- Différences avec le modèle commercial classique
- Objectifs du social seller sur LinkedIn

Optimiser votre profil LinkedIn

- Un profil efficace pour prospecter
- Crédibilité du profil
- Votre page entreprise
- Réglages essentiels

Développer votre réseau

- Stratégies de prise de contact
- Bonnes pratiques de mise en connexion
- Définition de vos prospects-cibles
- Recherche de personnes sur LinkedIn
- Les groupes LinkedIn

Créer vos scénarios de prospection

- Méthodologie pour prospecter
- Différentes approches de scénario
- Bonnes pratiques de demande de connexion
- Les outils de prospection LinkedIn

Publier du contenu

- Types de contenu professionnel
- Construire votre ligne éditoriale
- Calendrier éditorial : quand et comment poster ?
- Booster vos publications
- Algorithme de LinkedIn
- Bonnes pratiques de publication
- Maîtriser vos débats

Suivre votre activité LinkedIn

- KPI : les indicateurs-clés à avoir
- Mesure de la performance de vos scénarios

Moyens pédagogiques :

- Apports théoriques sur Power Point
- Ateliers de mise en situation avec les participants
- Quiz d'évaluation des acquis en fin de formation

Les plus :

- Conseils personnalisés du consultant-formateur pour élaborer le profil LinkedIn des participants et de la page entreprise
- Accompagnement à la définition d'une ligne et du calendrier éditorial du client
- Définition d'une stratégie d'approche pour les prospects-cible du client
- Mise en place de scénarios de prospection pour une à deux cibles du client
- Rédaction de messages personnalisés pour une à deux cibles du client
- Un livrable complet, reprenant les principaux contenus de la formation remis à chacun pour favoriser la mise en application

Suivi et évaluation des acquis :

- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

REUSSIR SA PROSPECTION TELEPHONIQUE

Les entreprises perdent en moyenne 50% de leurs clients en cinq ans. Ainsi il est primordial pour leur pérennité d'aller à la conquête de nouveaux clients. Pour autant pour un grand nombre d'acteurs commerciaux, la prospection téléphonique est perçue comme une « corvée » avec peu de résultats. Appeler un décideur qui n'attend pas votre appel, pour décrocher un rendez-vous demande de réunir des savoir-faire particuliers. Grâce à cette formation intensive en prospection téléphonique, vous maîtriserez toutes les étapes d'une prospection réussie et vous augmenterez de façon considérable le nombre de rendez-vous qualifié.

Public visé :

- Commercial, assistant commercial, technico-commercial, téléconseiller, toute personne en charge de la vente par téléphone

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée :

- 1 jour + 1 jour (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Elaborer les outils permettant de maîtriser votre plan de prospection
- Savoir élaborer un scénario d'appel adapté à la cible dans le but de prendre un rendez-vous
- Adopter les bonnes postures au téléphone
- Savoir gérer les informations commerciales
- Savoir organiser sa relance téléphonique
- Savoir argumenter et répondre aux objections

Nombre de participants :

- De 1 à 6 participants maximum

Programme de la formation :

Les attitudes au téléphone

- La voix,
- Le vocabulaire,
- L'écoute,
- Les postures (ton, attitude, rythme...).

Organiser sa prospection

- La qualité de la cible de prospection : le fichier prospect, comment qualifier,
- Le CRM, utiliser les données de l'entreprise,
- Mettre en place le suivi de la prospection,
- Organiser son temps d'appel et de RDV externes/la semaine type ou le mois type du commercial.

Les étapes d'une prise de RDV par téléphone : scénario d'appel

- Se présenter
- Passer les barrages (standard/assistante),
- Susciter l'attention,
- Travailler l'accroche,
- Présenter l'objet de l'appel,
- Rassurer,
- Demander l'autorisation,
- Poser quelques questions de découverte, adaptées à la cible (B to B, B to C),
- Fixer le RDV en proposant deux choix,
- Recueillir les N° de portable, les adresses mails,
- Traiter les objections fréquentes,
- Prendre congés

Tracer son appel

- L'importance de la prise de note
- L'alimentation du CRM/outil client
- Le suivi des contacts
- La transmission des informations

Moyens pédagogiques :

- Apport théorique, exercices et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Exercices de mise en situation individuelles et nombreux échanges sur des situations concrètes de terrain permettant d'acquérir les réflexes indispensables et de prendre conscience des automatismes qui freinent la réussite de la prise de RDV
- Jeux de rôle reprenant des situations réelles, échanges avec le participant et apports du formateur
- Le travail s'effectuant dans un cadre ludique, les participants n'hésitent pas à fournir un investissement personnel important (participation, prise de risque) avec plaisir
- Formation organisée par journées discontinues facilitant ainsi la mise en pratique des concepts vus au cours des séances de formation et l'analyse des situations réelles et vécues

Les plus :

- Rédaction du scénario de prise de RDV personnalisé sur une à deux cibles du client,
- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Rédaction d'une fiche de traitement des objections les plus courantes,
- Conseils personnalisés du consultant-formateur pour élaborer sa présentation, sa charte d'appels personnalisée,

- Option : possibilité d'accompagnement terrain : le consultant formateur accompagne le stagiaire lors de séances de phoning individuel sur le poste de travail et réalise un diagnostic des pratiques pour un plan de progrès personnalisé.**

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

VENDRE ET NEGOCIER AU TELEPHONE

Appeler un décideur qui n'attend pas votre appel, qui ne connaît pas votre entreprise et à qui vous devez, pourtant, vendre un produit ou un service, est une tâche difficile qui demande méthode et force de persuasion. Dans un environnement très concurrentiel, où les décideurs sont de plus en plus sollicités, décrocher une vente par téléphone exige de maîtriser des savoirs fondamentaux pour être plus efficaces.

Public visé :

- Commercial, assistant commercial, technico-commercial, téléconseiller, toute personne en charge de la vente par téléphone

Prérequis :

- Aucun prérequis nécessaire

Durée :

- 1 jour + 1 jour (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Appliquer les techniques de vente et de négociation au téléphone
- Savoir convaincre
- Résister aux demandes de négociation
- Savoir organiser sa relance téléphonique
- Comprendre les enjeux de la relation client
- Construire les outils : argumentaire, trame de découverte, plan de réponses aux objections...

Nombre de participants :

- De 1 à 6 participants maximum

Programme de la formation :

Les fondamentaux de la communication au téléphone

- Les principes de la communication professionnelle au téléphone
- Travail sur la voix : Comprendre et s'approprier son fonctionnement, ses possibilités, maîtriser son débit de parole
- Apprendre le langage normalisé au téléphone
- Des formules pour les premières minutes de l'échange
- Comprendre le rôle moteur de l'attitude positive au téléphone

- Privilégier l'écoute active
- Optimiser sa communication au téléphone

La préparation

- Se fixer des objectifs
- Adopter une stratégie

La prise de contact

- Franchir les différents barrages
- Faire bonne impression dans les premières secondes
- Se présenter
- Faire parler le client

La découverte du client

- En termes de motivations, besoins, désirs, budget disponible
- Le plan de découverte au travers du questionnement et de la reformulation

La mise en pratique

- Elaboration du guide de découverte
- Jeux de rôle et mise en situation sur la phase découverte du client

Mener l'argumentation

- Les argumentaires de vente, l'adaptation de l'argumentaire au client
- L'offre personnelle, argumentée, rassurante et conseillée
- Connaître, évaluer et traiter les objections du client
- Gérer les clients difficiles
- Vendre son « offre en termes de prix service compris »

La mise en pratique

- Elaboration du guide d'argumentation
- Jeux de rôle et mise en situation sur la phase d'argumentation et de démonstration

Le plan de réponse aux objections

- Dédramatiser
- Identifier et traiter les objections
- Savoir répondre aux objections

La mise en pratique

- Elaboration du plan de réponses aux objections
- Jeux de rôle et mise en situation sur la phase d'objections

Finaliser la vente

- Les signaux d'achats et techniques d'incitation à l'acte d'achat

- Les techniques de conclusion, de prise de commande
- Les ventes additionnelles
- Traiter les demandes de remises, rabais, escomptes
- Rassurer, conforter et sécuriser le client sur son acte d'achat
- Prendre congé

Négocier et préserver ses marges

- Préparer sa négociation
- Savoir défendre son offre initiale
- Demander une contrepartie à toute concession (gagnant/gagnant)

Le bilan de la vente

La relance

- La persévérance comme outil infaillible de développement
- Le plan de relance
- Gérer ses fichiers
- Le compte-rendu

Moyens pédagogiques :

- Apport théorique, exercices et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Mises en situations individuelles et nombreux échanges sur des situations concrètes de terrain
- Jeux de rôle reprenant des situations réelles, échanges avec le participant et apports du formateur
- Le travail s'effectuant dans un cadre ludique, les participants n'hésitent pas à fournir un investissement personnel important (participation, prise de risque) avec plaisir
- Formation organisée par journées discontinues facilitant ainsi la mise en pratique des concepts vus au cours des séances de formation et l'analyse des situations réelles et vécues

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Rédaction de l'ensemble des outils nécessaires à la vente par téléphone : plan de présentation, guide découverte, argumentaire et plan de réponses aux objections.
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables et de prendre conscience des automatismes qui freinent la réussite de la vente au téléphone
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

LA RELATION COMMERCIALE POUR LES TECHNICIENS

Au quotidien les techniciens contribuent à l'image de l'entreprise. Ils gèrent une dimension supplémentaire à celle du produit et très souvent jouent un rôle primordial dans la satisfaction et la fidélisation du client. Ainsi à travers leurs activités ils répondent aux enjeux de l'entreprise à savoir de conforter son image et d'identifier les besoins de ses clients. Conscient de leur dimension commerciale cette formation leur permettra d'appréhender au mieux les enjeux relationnelles et commerciales qui font parties intégrantes de leurs missions de tous les jours...

Public visé :

- Techniciens, ingénieurs, magasiniers, assistants commerciaux, toute personne souhaitant développer ses compétences en matière de relation client dans un contexte commerciale

Prérequis :

- Aucun prérequis nécessaire

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- S'approprier la dimension relationnelle du service technique
- Conduire la visite par étape
- Savoir ouvrir l'entretien, jouer un rôle de conseil, être force de proposition
- Maîtriser sa communication commerciale
- Apprendre à gérer les situations difficiles
- Mieux comprendre les enjeux commerciaux, juridiques et financiers

Nombre de participants :

- De 1 à 8 participants maximum

Programme de la formation :

Introduction

- La relation, une affaire de perception
- « Ce qui est bon pour moi ne l'est pas forcément pour les autres »

Améliorer la qualité du service technique pour le client

- La qualité de la prestation technique
- La qualité de la relation avec le client

Améliorer la qualité du service technique pour l'entreprise

- Fidélisation
- Recommandation (aide à la prospection)
- Sécurité
- Rentabilité

Les moments clés pour bâtir une bonne relation client

- Mise en service
- Pannes
- Réclamations et demandes

Le Technicien, relais de l'image de l'entreprise

- Image de Thermo Réfrigération (exercice)/les incontournables du savoir être
- Rôle du technicien dans la représentation, le développement, la pérennisation

Les étapes de la visite

- Se présenter, connaître l'historique, le contexte de l'intervention
- L'intervention, client présent/client absent
- Expliquer efficacement une consigne
- La clôture / le BI ou les BI
- Apprendre à élargir (découverte)/ Conseils, recommandations
- Soigner la prise de congés
- Savoir remonter les informations en interne

Savoir positif

- Les mots et phrases positives
- Les attitudes
- Installer le respect réciproque

Gérer les situations difficiles :

- Faire face au mécontentement du client et Savoir traiter l'objection
- Apprendre à rassurer sans prendre pour soi
- Identifier le factuel, le ressenti irrationnel et savoir le remonter

Moyens pédagogiques :

- Apport théorique, exercices et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Mises en situations individuelles et nombreux échanges sur des situations concrètes de terrain
- Jeux de rôle reprenant des situations réelles, échanges avec le participant et apports du formateur
- Le travail s'effectuant dans un cadre ludique, les participants n'hésitent pas à fournir un investissement personnel important (participation, prise de risque) avec plaisir
- Formation organisée par journées discontinues facilitant ainsi la mise en pratique des concepts vus au cours des séances de formation et l'analyse des situations réelles et vécues

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables et entraînement intensif à la gestion des situations difficiles
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

TECHNIQUES DE VENTE

Vendre, le nerf de la guerre pour toutes les entreprises. S'adresser à des prospects ou des clients sans être bien préparé et prêt à traiter les objections relève tout simplement de l'inconscience ! Vous souhaitez maîtriser les techniques de questionnement, d'argumentation, de réponse aux objections pour mieux convaincre vos prospects et clients et augmenter ainsi vos taux de conclusion. Alors venez découvrir ou redécouvrir les 7 étapes clés pour se différencier. Ce stage d'entraînement aux techniques de vente vous permettra une appropriation optimale de cette méthode opérationnelle et une mise en œuvre auprès de vos clients dès le retour sur le terrain ! A l'issue de cette formation, vous saurez structurer votre vente dans un enchaînement logique et efficace.

Public visé :

- Commerciaux, technico-commerciaux, tous les profils commerciaux faisant de la vente en face à face, toute personne placée régulièrement en situation de vente

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Acquérir et expérimenter les techniques permettant la réalisation d'un entretien de vente réussi
- Comprendre l'importance de la dimension relationnelle dans l'entretien de vente
- Comprendre et suivre un processus cohérent, respecter les différentes phases de la progression

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

La préparation

- Se fixer des objectifs, avoir une stratégie

La présentation

- Se présenter, présenter son entreprise
- Créer un climat propice à l'entretien

La découverte

- Besoins, motivations et enjeux
- Maîtriser les techniques spécifiques

L'argumentation

- Mettre en ligne l'argumentation et les besoins découverts

Le traitement des objections

- Dédramatiser, identifier et traiter les objections

La conclusion

- Choisir le bon moment
- Justifier sa conclusion

La confortation

- Sécuriser

Moyens et méthodes pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques et d'exercices collectifs ou individuels de mise en pratique
- Chaque phase d'apport théorique est suivie d'exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables
- Conseils personnalisés du consultant-formateur pour élaborer sa présentation, son argumentation et son plan de réponses aux objections

Les plus :

- L'accent est mis sur l'entretien de vente (+ de 70%) à partir des situations vécues par les participants
- Conseils aux participants sur les cas les plus difficiles vécus dans leur entreprise
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application dès les prochains entretiens ainsi que le suivi en accompagnement par le manager

- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain
- Option : possibilité d'accompagnement terrain : le consultant formateur accompagne le stagiaire lors de vos entretiens de vente et réalise un diagnostic de vos pratiques pour un plan de progrès personnalisé.**

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

LES TECHNIQUES DE VENTE II : Les clés de la négociation commerciale

Les temps changent, les acheteurs sont de plus en plus aguerris et les consommateurs de plus en plus informés, cela ne laisse guère de place aux amateurs et beaux parleurs. C'est bien au vendeur de faire la différence en devenant un véritable expert, apporteur de solution et d'éléments différenciateurs pour son client. Ce stage intensif vous apportera les outils et méthodes des professionnels de la vente afin d'augmenter vos compétences pour adapter vos techniques et comportements aux besoins de vos clients et prospects ouvrant de nouvelles perspectives pour améliorer votre taux de transformation.

Public visé :

- Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux souhaitant se perfectionner

Prérequis :

- Connaissances des techniques de vente, vendeurs confirmés ou vendeurs ayant suivis le stage de niveau 1 « Techniques de vente »

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)

Tarif : 875 € HT

Objectif :

- Connaître son profil de négociateur et l'adapter à celui de son interlocuteur.
- Se préparer avec méthode.
- Mener les négociations difficiles au mieux de ses intérêts.
- Savoir utiliser les techniques de persuasion

Nombre de participants :

- 1 à 8 participants

Programme de la formation :

Mieux se connaître pour mieux négocier

- Les différents styles de négociateurs.
- Autodiagnostic de votre profil de négociateur et test d'assertivité.
- Améliorer son assertivité pour mieux négocier.
- Entraînements pour développer son assertivité.

Négocier avec une approche stratégique

- La check-list de préparation à la négociation.
- Fixer des objectifs : définir les points négociables et ses marges de manœuvre
- Analyser le rapport de force
- Déterminer une posture de négociation
- Les 5 stratégies de négociation commerciale
- Recueillir les informations stratégiques : besoins, enjeux, problématiques d'achat du client.
- Préparer une matrice tactique à utiliser/positions de repli

Utiliser les méthodes pour mener une négociation difficile à son avantage

- Maîtriser ses émotions et gérer son stress
- Réagir aux critiques et aux attaques
- Savoir dire non sans agressivité et en expliquant
- Ne pas se perdre dans des justifications inutiles
- Faire jouer l'effet de halo positif et le principe de soumission à l'autorité.
- Influencer : principe d'engagement et de cohérence, « pied dans la porte », « porte au nez ».

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants
- Exercices d'affirmation de soi, jeux de rôle
- Entraînement intensif : simulation de négociation en trio-training sur cas réels des participants et avec usage de la vidéo.
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application dès les prochains entretiens ainsi que le suivi en accompagnement par le manager
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

LES TECHNIQUES DE VENTE COMPORTEMENTALES AVEC DISC EA

Pourquoi avec certains clients le contact est plus difficile qu'avec d'autres ? Comment adapter son comportement à celui de son prospect ou client ? Voici deux questions auxquelles nous répondrons grâce à une méthode simple, ludique et facilement opérationnelle : la méthode Arc-en-Ciel©. En effet aujourd'hui il est vital de soigner son savoir-être, seul l'application des techniques de vente ne suffit, pour vendre plus et vendre mieux nous devons personnaliser notre comportement au profil de notre interlocuteur. A travers cette formation nous vous invitons à revisiter les différentes étapes de la vente en traitant votre interlocuteur plus comme vous aimeriez être traité mais bien comme il aimerait être traité...

Public visé :

- Commerciaux, chargés d'affaires, toute personne ayant des relations commerciales avec les clients

Prérequis :

- Personne connaissant les fondamentaux de l'entretien de vente

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)



Tarif : 850 € HT

Objectifs :

- Comprendre son propre style de communication pour renforcer son efficacité commerciale
- Reconnaître les différents styles comportements de son interlocuteur
- S'adapter à son interlocuteur pour développer une meilleure relation
- Savoir utiliser les couleurs dans les phases de la vente
- Vendre de façon appropriée en tenant compte de soi-même, d'autrui et de la situation du moment

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

Découverte des couleurs de la communication

- Découvrir les 4 typologies de couleurs Rouge, Jaune, Vert, Bleu
- Découvrir les profils comportementaux associés "dominance", "influence", "stabilité", "conformité"

- Analyser les profils et leurs caractéristiques : forces, faiblesses, façon d'aborder les challenges...
- Mieux comprendre son ressenti et son seuil de tolérance face aux différentes couleurs
- Prendre conscience de son propre style pour mieux accepter les différences de l'autre

Le client Rouge, Jaune, Vert, Bleu

- Comportements typiques
- Questions typiques

De quoi parlent-ils ?

- Le premier contact
- Le nouveau modèle de vente
- La relation de confiance
 - L'écoute
 - Créer une relation de confiance avec les différents interlocuteurs

Les besoins et attentes :

- Les différents types de questions
- Recherche des besoins selon le style de votre prospect ou client
- La vente basée sur les besoins
- La clé magique

Les questions :

- Questions de situation
- Questions d'implication

La présentation :

- Adapter sa présentation des solutions
- Présentation efficace et tendances d'achat
- Les bonnes affirmations qui motivent les différents styles comportementaux

La conclusion :

- Traiter les objections
- Savoir conclure en fonction du comportement de votre interlocuteur

Les obstacles à la conclusion :

- Les principaux obstacles
- Les deux peurs
- Les déclencheurs et signaux de stress
- Identifier les signaux d'achat

Ce qu'il faut retenir :

- Le client : langage du corps voix rythme de discours contenu
- L'analyse de la relation avec le client
- Les comportements à avoir, ce qu'il faut éviter
- Les différentes stratégies du vendeur adapté à votre interlocuteur

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théorique, d'ateliers et d'échanges avec les participants permettant d'intégrer un contenu riche
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels
- Cas pratique et jeux de rôle reprenant des situations réelles de relation client et de vente
- Nombreux échanges avec le participant et apports du formateur

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs sont des experts certifiés ayant une double compétence comportementale et vente avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

GO BUSINESS B TO B, FORMATION COMMERCIALE POUR LES CREATEURS D'ENTREPRISE

Vous allez ou vous venez de créer votre entreprise, vous maîtriser parfaitement votre domaine d'activité mais vous n'avez jamais pratiqué la vente. Participez à la formation Go Business B to B pour acquérir les fondamentaux du commerce et assurer ainsi le développement commercial de votre entreprise. Cette formation se déroulera en petits groupes de 3 à 4 personnes pour que chaque participant puisse travailler sur son propre cas.

Public visé :

- Créateurs d'entreprises, tous domaines d'activités, avant ou au début de l'activité

Prérequis :

- Aucun prérequis

Durée :

- 4 x ½ journées (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Définir sa stratégie, son ciblage, son offre
- Définir son plan d'action commercial et les outils de suivi
- Savoir prospecter et vendre

Nombre de participants :

- De 3 à 4 participants

Programme de la formation :

La démarche type et la chronologie

- Les DAS
- L'analyse SWOT
- La stratégie commerciale
- Le plan d'action commercial

Bâtir un plan d'action

- Quoi – à qui – où – quand – combien – comment – qui – avec quels moyens ?
- Le planning
- La fiche action
- Le ROI

Les techniques de vente

La préparation

- Se fixer des objectifs, avoir une stratégie
- Identifier les différents canaux de prospection
- Savoir prendre contact avec ses cibles

La présentation

- Se présenter, présenter son entreprise
- Créer un climat propice à l'entretien

La découverte

- Besoins, motivations et enjeux
- Maîtriser les techniques spécifiques

L'argumentation

- Mettre en ligne l'argumentation et les besoins découverts

Le traitement des objections

- Dédramatiser, identifier et traiter les objections

La conclusion

- Choisir le bon moment
- Justifier sa conclusion

La confortation

- Sécuriser

Moyens pédagogiques :

- Apports théoriques, exercices et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Exercices de mise en situation et nombreux échanges sur des cas concrets de terrain
- Jeux de rôle reprenant des situations réelles, échanges avec le participant et apports du formateur

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Petits de groupes de 3 à 5 permettant d'aller sur les situations professionnelles concrètes de chaque participant
- Conseils personnalisés du consultant-formateur pour chaque participant
- Fourniture d'un livrable avec l'ensemble des apports théoriques

Option : possibilité d'accompagnement individuel terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

GO BUSINESS B TO C, FORMATION COMMERCIALE POUR LES CREATEURS D'ENTREPRISE

Vous allez ou vous venez de créer votre entreprise. Participez à la formation Go Business B to C pour acquérir les fondamentaux du commerce et assurer ainsi le développement commercial de votre point de vente. Cette formation se déroulera en petits groupes de 3 à 4 personnes pour que chaque participant puisse travailler sur son propre cas.

Public visé :

- Créateurs d'entreprises, tous secteurs d'activités, avant ou au début de l'activité

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée :

- 4 x ½ journées (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Appréhender la politique commerciale de son point de vente
- Développer sa visibilité
- Découvrir ou approfondir la notion de merchandising
- S'adapter au contexte de la personne et à susciter l'adhésion du client
- Améliorer son efficacité dans la vente par le contact client
- Structurer une vente

Nombre de participants :

- De 3 à 4 participants

Programme de la formation :

La Politique commerciale

- Les différentes organisations et réalités des réseaux de distributions
 - o La Franchise
 - o Les indépendants
- La réalisation d'un panorama Marché
 - o Comprendre son environnement local
 - o Déterminer son positionnement et ses différenciations

- L'élaboration de ses objectifs
 - Pourquoi un objectif ?
 - Comment se fixer un objectif
 - Quels types d'objectifs

- La recherche de son emplacement

Le développement de la visibilité

- La visibilité passe à travers :
 - Le point de vente
 - Des outils extérieurs

- Le point de vente
 - Le merchandising
 - Les règles du merchandising
 - Les différents types de merchandising
 - A quoi sert le merchandising
 - Les règles d'agencement d'un point de vente
 - Les vitrines et enseignes
 - L'objectif d'une vitrine et d'une enseigne : le modèle AIDA
 - Qu'est-ce qu'une enseigne ?
 - Pourquoi travailler son enseigne

- Les activités extérieures au point de vente
 - La communication et ses outils
 - Les médias et le hors media
 - L'importance des réseaux sociaux
 - Les activités « drive to store »
 - La fidélisation
 - Pourquoi fidéliser
 - Comment fidéliser
 - Le programme de fidélité

La bonne attitude client

- L'approche psychologique et sociale dynamique de la vente
- La notion humaine
- La notion de posture
- Le relationnel

Le déroulement d'une vente réussie

- Les étapes de la vente
 - L'accueil
 - La découverte
 - L'argumentation
 - La concrétisation
 - La vente complémentaire

- La fidélisation

Moyens pédagogiques :

- Apports théoriques, exercices et ateliers permettant d'intégrer un contenu riche
- Exercices de mise en situation individuelles et nombreux échanges sur des situations concrètes de terrain
- Jeux de rôle reprenant des situations réelles, échanges avec le participant et apports du formateur

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Petits groupes de 3 à 5 permettant d'aller sur les situations professionnelles concrètes de chaque participant
- Conseils personnalisés du consultant-formateur pour chaque participant
- Fourniture d'un livrable avec l'ensemble des apports théoriques

Option : possibilité d'accompagnement individuel terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

MANAGEMENT, LES FONDAMENTAUX

La fonction de manager est centrale dans la stratégie de l'entreprise : il est porteur de l'efficacité et de la montée en compétence de ses collaborateurs. Maîtriser les fondamentaux du management c'est savoir tirer le meilleur parti de son équipe ! Quel positionnement adopter pour votre style de management ? Comment améliorer la performance de son équipe ? Comment déléguer et motiver ses collaborateurs pour renforcer la cohésion d'équipe ? Comment intervenir avec efficacité dans les situations difficiles ? Vous trouverez dans cette formation les clés pour pouvoir répondre à toutes ces questions et ainsi démultiplier les potentialités de vos collaborateurs afin de les faire converger vers l'atteinte des objectifs fixés.

Public visé :

- Managers, cadres souhaitant acquérir les techniques fondamentales du management de proximité.

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée :

- 3 jours (soit 21 heures)

Tarif : 2050 € HT

Objectif :

- Savoir manager ses collaborateurs pour une meilleure efficacité de l'entreprise
- Connaître les fondamentaux du management
- Déterminer son style de management
- Se positionner en tant que manager face à son équipe et à sa hiérarchie
- Accompagner ses collaborateurs en les motivant au quotidien
- Gérer les situations délicates

Nombre de participants :

- 1 à 8 participants

Programme de la formation :

- Définition du management
- La roue de Deming
- Missions de base du management

Planifier

- Définir les missions
- Définir les ressources nécessaires
- Définir les postes (la fiche de poste)
- Définir les objectifs
- Définir les actions
- Définir les moyens (budget)

Organiser

- Les règles du jeu
- Les règles à respecter
- Organiser la délégation
- La gestion du temps
- Mettre en œuvre le plan d'actions
- Mettre en place et faire évoluer les moyens et outils
- Informer

Motiver / faire évoluer

- La pyramide de Maslow
- Comment motiver ses collaborateurs
- Motivation individuelle
- Motivation collective

Contrôler

- Améliorer / réagir
- Évaluer la performance
- Compétences ou motivation
- Le carré de l'autonomie
- L'axe organisationnel
- L'axe relationnel

Manager une équipe

- Les comportements dans l'équipe
- Les maladies d'une équipe
- Le développement de son équipe
- La conduite de réunion
- Les différents types d'entretiens

- L'entretien de fin d'année
- L'entretien de professionnalisation
- L'entretien de recadrage
- L'entretien de motivation

- Quand et comment les mener

Communiquer

- L'écoute active
- La relation verbale
- La communication
- L'assertivité

Adapter son management

- La courbe de l'autonomie
- Les styles de management
- Initiation à l'analyse comportementale pour s'adapter aux profils des collaborateurs
- Prendre en compte soi, le collaborateur, la situation

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théorique, d'ateliers et d'échanges avec les participants permettant d'intégrer un contenu riche
- Cas pratique et jeux de rôle reprenant des situations réelles, échanges avec le participant et apports du formateur
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain
- Option : possibilité d'accompagnement individuel : Identification des points forts et des axes d'amélioration du stagiaire afin d'établir un plan d'actions de progrès personnalisé.**

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

MANAGER A DISTANCE

La fonction de manager est centrale dans la stratégie de l'entreprise : il est porteur de l'efficacité et de la montée en compétence de ses collaborateurs. Maîtriser les fondamentaux du management c'est savoir tirer le meilleur parti de son équipe ! Quel positionnement adopter pour votre style de management ? Comment améliorer la performance de son équipe ? Comment déléguer et motiver ses collaborateurs pour renforcer la cohésion d'équipe ? Comment intervenir avec efficacité dans les situations difficiles ? Vous trouverez dans cette formation les clés pour pouvoir répondre à toutes ces questions et ainsi démultiplier les potentialités de vos collaborateurs afin de les faire converger vers l'atteinte des objectifs fixés.

Public visé :

- Toutes personnes en charge de manager des collaborateurs

Prérequis :

- Maîtriser les techniques de management

Durée :

- 2 sessions de 3,50 heures en visioconférence, soit 07 heures

Tarif : 450 € HT

Objectifs :

- Comprendre les bénéfices et les contraintes liés à la mise en place de la démarche commerciale blended des équipes
- Piloter les équipes en tenant compte de cette évolution
- Accompagner ses collaborateurs et créer du lien collectif à distance

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme :

Les défis et les spécificités du management de la démarche commerciale blended

- Le contexte et les transformations
- Le cadre et les bonnes pratiques
- L'écoute active
- Définir les bons outils et les moyens de communication
- Les avantages et la complexité liée à la distance

Le pilotage des équipes

- La planification
- Le pilotage de l'activité
- Définir des modalités de reporting pertinentes et efficaces avec les outils adaptés

L'accompagnement des collaborateurs

- La relation de confiance
- Le feedback
- La motivation
- Favoriser les échanges et créer le collectif à distance

L'accompagnement à la démarche clients

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et d'exercices de mise en pratique sur le contexte de l'entreprise
- Conseils personnalisés du consultant-formateur

Les plus :

- La formation sera montée sur mesure et tous les exercices seront rédigés sur le contexte de l'entreprise

Suivi et évaluation des acquis :

- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

EFFICACITE RELATIONNELLE, DECOUVERTE DISC EXPERT ACTIV

Développer une « bonne communication » est devenu un enjeu incontournable des entreprises et de bons nombres d'encadrants. Pouvoir comprendre le comportement de l'autre et ainsi renforcer sa capacité d'adaptabilité pour gagner en efficacité relationnelle s'avère primordiale dans le milieu professionnel d'aujourd'hui. Nous vous proposons à travers la méthode Arc-en-Ciel©, un outil simple et opérationnel immédiatement applicable dans votre environnement de travail, de développer l'impact de votre comportement et ancrer ces changements positifs dans le temps.

Public visé :

- Tous professionnels de l'entreprise souhaitant améliorer ses relations interpersonnelles en communiquant mieux

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)



Tarif : 850 € HT

Objectif :

- Identifier et comprendre son propre style comportemental
- Reconnaître les attentes et les besoins de chaque style de comportement
- Adapter son style de comportement de façon à communiquer plus efficacement avec ses collègues, collaborateurs, clients...
- Développer et renforcer ses compétences relationnelles

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

Découvrir le langage des couleurs

- Découvrir les différentes typologies de couleurs et les comportements associés
- Reconnaître son mode de communication privilégié et son impact dans la relation
- Savoir faire preuve de flexibilité
- Découvrir ses propres motivations

Savoir reconnaître les différents profils de couleurs

- Savoir identifier les indicateurs comportementaux (mots, gestes, voix) pour connaître les profils de vos interlocuteurs
- Reconnaître les grands types psychologiques et leur comportement sous stress
- Connaître et reconnaître la dynamique de ses interlocuteurs
- Analyser les facteurs de motivation et les besoins de l'autre

Développer une communication constructive

- Les aspects clés d'une communication
- Les différentes sources d'incompréhension
- Savoir décoder le comportement verbal et le non verbal

S'entraîner pour améliorer sa capacité à communiquer

- Savoir écouter son interlocuteur
- De l'écoute active à la reformulation
- Adapter efficacement son style de communication
- Savoir faire preuve d'assertivité

Savoir gérer les situations difficiles

- Découvrir et comprendre les sources d'incompréhension et de conflits entre les couleurs
- Prévenir et gérer les tensions grâce au langage des couleurs
- Savoir sortir des conflits en utilisant la méthode des couleurs

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théorique, d'ateliers et d'échanges avec les participants permettant d'intégrer un contenu riche
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels
- Cas pratique et jeux de rôle reprenant des situations réelles du milieu professionnel
- Nombreux échanges avec le participant et apports du formateur

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs sont des experts certifiés ayant une double compétence comportementale et professionnelle avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

MANAGER AVEC DISC EXPERT ACTIV

Manager, c'est un métier, un savoir-faire technique et relationnel, qui consiste à conduire, au quotidien (mener, diriger), dans une situation ou un contexte donné (l'environnement), les opportunités et menaces, les forces et faiblesses, un groupe d'Hommes (équipe) ayant à atteindre en commun des objectifs conformes aux finalités de l'organisation. Cette formation vous permettra d'adapter votre style de management, de renforcer et d'accroître la motivation de vos collaborateurs grâce à une visualisation des comportements par le langage des couleurs. La méthode Arc-en-Ciel© évite tout jugement de valeurs et permet ainsi d'apprécier les autres, de comprendre la complémentarité des différences pour gagner en efficacité managériale en s'adaptant à votre interlocuteur et à la situation.

Public visé :

- Directeurs, Dirigeants, managers, toute personne en situation de manager des collaborateurs

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)



Tarif : 850 € HT

Objectifs :

- Acquérir et expérimenter les techniques permettant d'aborder le management
- Connaître les types de manager selon les couleurs Arc-en-Ciel©
- Comprendre les différents volets du management et l'importance de la dimension humaine
- Analyser les différentes situations de management et apporter les approches en réponse
- Comprendre les distorsions du manager

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

Découvrir les comportements à travers le langage des couleurs

- Les 8 types de profils associés aux quatre couleurs
- Les caractéristiques de la communication verbale et non verbale par couleur
- La perception des autres à travers le filtre des couleurs
- Les interactions et la communication entre les couleurs :
 - o Ce qu'il faut faire
 - o Ce qu'il faut éviter

Le management au quotidien

- Le Management
- La flexibilité ou ouverture d'esprit
- Les différents types de manager
- Le schéma de l'efficacité optimale
- Introduction de la notion de fonction et de personne
- Décider de façon appropriée
- Développer une efficacité optimale en couleurs

Adapter son management à travers les couleurs

- Améliorer les huit types de Manager
- Lien avec les styles de management
- La dimension humaine du management
- Manager par les Couleurs Reconnaître et manager les types de collaborateurs,
- Prendre en compte la situation,
- Comprendre les risques de son Management
- Comprendre les distorsions de son Management,
- Le feedback : comment donner du feed-back (lien avec la motivation), aider chaque collaborateur à progresser.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théorique, d'ateliers et d'échanges avec les participants permettant d'intégrer un contenu riche
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels
- Cas pratique et jeux de rôle reprenant des situations réelles de management
- Nombreux échanges avec le participant et apports du formateur

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs sont des experts certifiés ayant une double compétence comportementale et managériale avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

SYNERGIE D'ÉQUIPE AVEC DISC EXPERT ACTIV

Dans bons nombres d'entreprise nous pouvons observer des conflits ou des tensions entre différents collaborateurs. Chaque collaborateur est motivé mais trop souvent effectue ses différentes tâches pour ses propres raisons. Alors comment constituer une équipe performante ? Comment développer le collectif et comment retirer le meilleur de chaque membre du groupe ? A travers la méthode Arc-en-Ciel© apprenez à mieux vous connaître et à décrypter le comportement des autres en faisant de vos différences, une force et ainsi développer une véritable cohésion d'équipe.

Public visé :

- Tous professionnels de l'entreprise, dirigeants, cadres, managers, chefs d'équipes, collaborateurs évoluant au sein d'une équipe

Prérequis :

- Répondre à un questionnaire permettant de générer le profil de comportement individuel

Durée :

- 2 Jours (soit 14 heures)



Tarif : 850 € HT

Objectifs :

- Apporter une valeur ajoutée certaine dans un processus d'amélioration des performances du travail en équipe
- Accepter la différence
- Comprendre les leviers et les freins pour amener une synergie d'équipe
- S'enrichir des différences et complémentarités des personnes et des fonctions
- Utiliser les couleurs pour mieux se comprendre et mieux communiquer
- Communiquer de façon appropriée en tenant compte de soi-même, d'autrui et de la situation du moment
- Favoriser l'écoute et l'échange entre les membres de l'équipe aux profils et culture différents, pour améliorer la compréhension et la communication au sein de l'équipe.

Programme de la formation :

Découvrir les fondamentaux de la méthode Arc-en-Ciel©

- L'approche de Marston : DISC
- L'approche de Jung : les 8 types psychologiques
- L'approche de Spranger : les 6 motivations

Découvrir son propre style de comportement et ceux de l'équipe

- Expérimenter la relativité de la perception
- Le langage des couleurs : Illustrer cette relativité par les quatre couleurs : rouge, jaune, vert, bleu
- Donner à chacun les moyens de reconnaître son style de comportement et celui des autres
- Les caractéristiques observables (verbal/non verbal)
- Découvrir les motivations chez les autres
- Développer sa flexibilité pour optimiser sa relation avec les autres et mieux communiquer à l'intérieur de l'équipe

Développer la communication de l'équipe à travers ses couleurs

- Découvrir les fonctions des autres membres de l'équipe
- Découvrir la meilleure contribution de chacun et comment en faire bénéficier les autres
- Découvrir les caractéristiques de la bonne et la mauvaise équipe
- Faire la photo de l'équipe
- Découvrir et comprendre le profil de l'équipe
- Fonctionnement de chacun dans l'équipe
- Apprendre à dépasser les confrontations et à développer des complémentarités
- Analyser la situation : points forts, points faibles, menaces et opportunités

Gagner en cohésion d'équipe

- Partager la vision du projet et déterminer des objectifs communs
- Répartir les rôles en fonction des points forts de chacun pour optimiser la synergie
- Élaborer un plan d'action réaliste et efficace en précisant les engagements et les délais
- Prendre en mains son profil Arc-en-Ciel® AEC pour développer une stratégie de développement personnel
- Les valeurs de l'équipe/ et son plan d'actions
- Le modèle de synergie de l'équipe
- Comprendre les mécanismes qui limitent notre implication et notre engagement dans un processus de synergie d'équipe
- Progresser par rapport aux types opposés

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théorique, d'ateliers et d'échanges avec les participants permettant d'intégrer un contenu riche
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels
- Cas pratique et jeux de rôle reprenant des situations réelles de management et favorisant la cohésion d'équipe
- Nombreux échanges de groupe et apports du formateur

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire

- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs sont des experts certifiés ayant une double compétence comportementale et managériale avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

VIVRE ET TRAVAILLER EN EQUIPE

Le capital humain d'une entreprise reste les collaborateurs. Dans le cadre du travail en équipe, chaque participant a un rôle particulier. La communication, la capacité à se motiver et à motiver les autres, la résolution des conflits sont des éléments fondamentaux pour la réussite du collectif. Cette formation a pour objectif de donner des outils concrets, comportementaux et organisationnels, pour mieux travailler ensemble et ainsi renforcer le sens et la vision de l'équipe vers le ou les objectifs à atteindre.

Public visé :

- Toute personne amenée à travailler en équipe

Prérequis:

- Aucun

Durée :

- 1 jour (soit 7 heures)

Tarif : 350 € HT

Objectifs :

- Se positionner en tant qu'individu au sein d'un collectif pour rechercher la cohésion d'équipe
- Communiquer efficacement au sein d'une équipe
- Comprendre ce qui fait qu'une équipe réussit à travailler ensemble dans une bonne ambiance, dans le respect de chacun afin de satisfaire le client.

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

Vous avez dit équipe ?

- La notion d'équipe : qu'est-ce qu'une équipe, les qualités nécessaires, pourquoi travailler en équipe
- La complémentarité en équipe et les contributions de chacun au succès de l'équipe
- Comment je me positionne au sein de l'équipe
- Comment réussir en équipe ? Comprendre les qualités qui font fonctionner une équipe

La communication au sein des équipes

- Identifier les difficultés de la communication au sein d'une équipe
- Communiquer en respectant l'autre : oser dire
- Utiliser les techniques de feedback et la méthode DESC

L'efficacité des équipes

- Construire une décision efficace en équipe
- L'importance du leadership en équipe : La collaboration/compétition en équipe
- Identifier les valeurs au sein de l'équipe
- Favoriser la créativité des équipes

Moyens pédagogiques :

- Alternance d'apports, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants
- Le travail s'effectuant dans un cadre ludique, les participants n'hésitent pas à fournir un investissement personnel important (participation, prise de risque) avec plaisir
- Mise en situation, jeu de rôle

Les plus :

- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun pour favoriser la mise en application
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivis et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

ANIMER ET MOTIVER SON EQUIPE COMMERCIALE

Le capital humain d'une entreprise reste les collaborateurs et au-delà de leurs compétences métiers, c'est grâce à une motivation hors pairs que les commerciaux atteignent, voire dépassent leurs objectifs. Le manager commercial est le plus puissant vecteur de cette motivation : il doit continuellement travailler pour piloter et motiver ses équipes. La motivation est la clé de la réussite, il ne peut y avoir de performance durable sans elle. Cette formation repose tant sur l'apprentissage des gestes clés du management d'équipe commerciale que sur la prise en compte des leviers de la motivation des commerciaux. Elle vous apportera des outils opérationnels pour bien piloter une équipe commerciale et ainsi développer vos résultats.

Public visé :

- Managers commerciaux, animateurs de réseaux, responsables d'agences, chefs des ventes, de secteurs ou de rayons et tout encadrant commercial opérationnel

Prérequis :

- Aucun

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Identifier les leviers du manager commercial
- Définir un mode de management en harmonie avec sa personnalité et son équipe
- Assurer la montée en compétence de chaque collaborateur
- Acquérir les techniques d'animation et savoir insuffler une motivation forte pour développer les résultats

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

Se positionner dans sa fonction de manager commercial

- Réfléchir sur son métier de manager commercial : rôle, missions, responsabilités, compétences à mobiliser
- Les fondamentaux du management : évaluer son style de management commercial
- Analyser les conséquences en matière de communication
- Elaborer son Plan d'Actions Managériales

Communiquer et motiver son équipe

47 Rhône-Alpes) **TecoConseil – Accélérez votre développement**

SAS Alpes Etudes Conseils Services et Solutions – RCS Grenoble 791 747 769

Mél. : info@tecoconseil.fr – Tél. : +33 (6) 79 76 98 53

Activité Formation enregistrée sous le numéro 82 38 05761 38 (préfet de région de Rhône-Alpes)



- Réaliser un mapping de son équipe :
 - Motivations personnelles
 - Compétences et résultats obtenus
 - Identifier les leviers de la performance individuelle
- Préparer un plan d'accompagnement individuel
- Développer l'esprit d'équipe
- Accompagner la progression collective et individuelle
- Identifier les signaux faibles pour anticiper les tensions dans l'équipe

Evaluer et piloter les performances de son équipe

- Piloter l'activité de son équipe
- Conduire des entretiens efficaces pour :
- Fixer des objectifs réalistes et motivants
- Féliciter
- Recadrer et gérer des relations conflictuelles
- Déléguer
- Remotiver
- Analyser et animer la performance au quotidien pour mobiliser son équipe et actionner les bons leviers

Animer des réunions motivantes et efficaces

- Pourquoi animer des réunions ?
- Les différents types de réunions
- Préparer le contenu et se préparer
- Les étapes clés d'une animation
- Rédiger le compte-rendu et suivre le plan d'actions

Moyens pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants permettant d'intégrer un contenu riche
- Chaque phase d'apport théorique est suivie d'exercices et de mise en situation concrètes de terrain permettant d'acquérir les réflexes indispensables
- Les participants travaillent sur leurs exemples professionnels

Les plus :

- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun pour favoriser la mise en application dès les prochains entretiens
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables
- Conseils aux participants sur les cas les plus difficiles vécus dans leur entreprise
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

CONDUIRE ET ANIMER UNE REUNION

Une réunion s'annonce, et c'est vous qui devez l'animer. La pression engendrée par l'importance des enjeux opérationnels se combine à la complexité des enjeux relationnels entre des participants qui ont des intérêts divergents. Tout se planifie : des sujets à aborder au temps d'intervention des participants. La finalité de ce module est de transmettre aux participants les clés pour animer et optimiser leurs réunions de travail (principes, outils), les méthodes pour se préparer, ainsi que la capacité de développer l'implication au sein d'un groupe de travail et de favoriser les prises de décision.

Public visé :

- Toute personne désirant perfectionner ses compétences dans l'animation de réunions

Prérequis:

- Aucun

Durée :

- 2 jours (soit 14 heures)

Tarif : 750 € HT

Objectifs :

- Définir les fonctions et rôles lors d'une séance de travail
- Identifier les enjeux, défis et contraintes
- Préparer et organiser les séquences de travail
- Animer un groupe de travail en présentiel
- Faire le point sur ses capacités d'animateur, les développer
- Favoriser l'implication et la participation active de chacun

Nombre de participants :

- 2 à 8 participants

Programme de la formation :

Être un animateur efficace

- Clarifier le rôle et les fonctions d'animateur
- Identifier Les enjeux, les défis et les contraintes

Préparer son intervention

- Définir le cadre de l'intervention

- Prévoir un ordre du jour clair
- Repérer les participants, leurs attentes, leurs freins éventuels
- Organiser son intervention
- Utiliser les outils de l'animateur de réunion

Maîtriser les différentes techniques d'animation

- Les différentes méthodes d'animation possibles : de l'exposé aux méthodes participatives et impliquantes
- Utiliser ces méthodes en fonction des objectifs visés et de la maturité du groupe

Démarrer efficacement

- Introduire la séance et présenter les objectifs
- Se présenter
- Cadrer son intervention, fixer les règles de travail

Animer

- Maintenir l'intérêt du groupe
- S'assurer de la compréhension des messages
- Favoriser l'implication des participants, le feed-back, les questions, les débats
- Utiliser des outils de créativité pour favoriser la production de contenus toujours plus qualitatifs
- Gérer les situations délicates et les personnalités difficiles

Clôturer son intervention

- Faire une synthèse et conclure
- Mettre en place le plan d'action
- Bilan oral et évaluation à chaud
- Gérer l'après-réunion

Moyens pédagogiques :

- Alternance d'apports, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants
- Formation action : vous êtes "concepteur" et "animateur" pendant la formation, avec le feed-back personnalisé du formateur
- Au fil de vos propres mises en pratique, et de l'observation des autres participants, vous progressez en confiance et en maîtrise des techniques du formateur

Les plus :

- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun pour favoriser la mise en application dès les prochains entretiens ainsi que le suivis en accompagnement par le manager
- Exercices de mise en situation permettant d'acquérir les réflexes indispensables
- Nos formateurs sont des experts reconnus dans leur métier avec une grande expérience

terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

GESTION DU TEMPS

Public visé :

- Tous collaborateurs des entreprises

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

Durée :

- 1 jours (soit 7 heures)

Tarif : 350 € HT

Objectifs :

- Comprendre les composantes de la notion de temps
- Comprendre les enjeux liés à la notion de temps
- Savoir définir son propre mode de management du temps
- Savoir détecter et gérer les priorités – les usages du temps
- Comprendre les 4 failles (les pièges à éviter)
- Apprendre à catégoriser
- Apprendre à se faire un plan de journée

Nombre de participants :

- 1 à 6 participants

Programme de la formation :

Les composantes du temps

- La gestion du temps
- Les composantes
- Les stratégies
- On travaille trop ?

Les usages du temps

- Où en êtes-vous ?
- Définir son propre management du temps
- Les 3 usages du temps

Les enjeux liés au temps

- Les enjeux
- Les autres

- Soi
- Les moyens
- La méthode Nerac
- La matrice d'Eisenhower

Les 4 failles

- La précipitation
 - Apprendre à catégoriser
- L'évaluation
 - La procrastination
- Le plan de journée
- Les priorités
 - Reconnaître les priorités
 - Donner la priorité aux priorités
 - Reconnaître les « chronophages » et les chasser...
- L'anticipation

Reconstruire son temps

- Rationaliser son temps professionnel

Moyens pédagogiques :

- Formation en salle avec projection d'un diaporama
- Tests et autoévaluations
- Distribution de documents pédagogiques
- Etude de cas
- Exercices de mise en situation

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs sont des experts certifiés ayant une double compétence comportementale et vente avec une grande expérience terrain

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

CONDITIONS GENERALES DE VENTE TECOCONSEIL

TECOCONSEIL se réserve la possibilité de modifier ou mettre à jour ses conditions générales à tout moment. Les conditions générales applicables au jour de la commande sont consultables sur le site www.tecoconseil.fr.

1. PRESENTATION

TECOCONSEIL est un organisme de conseil et formation professionnelle ayant son siège social au 89 allée de la Closerie, 38330 Saint-Ismier.

TECOCONSEIL conçoit, élabore et dispense des formations en présentiel inter et intra-entreprise sur trois axes principaux : Organisation du dispositif commercial, Management des ressources humaines, Développement commercial et marketing.

TECOCONSEIL réalise également des missions de conseil opérationnelles aux entreprises.

2. DEFINITIONS

Dans les paragraphes qui suivent, il est convenu de désigner par :

- Client** : toute personne physique ou morale qui s'inscrit ou passe commande d'une formation ou prestation auprès de TECOCONSEIL.
- Stagiaire** : la personne physique qui participe à une formation.
- Formations interentreprises** : les formations inscrites au catalogue de TECOCONSEIL et qui regroupent des stagiaires issus de différentes structures.
- Formations intra-entreprises** : les formations conçues sur mesure par TECOCONSEIL pour le compte d'un client ou d'un groupe de clients.
- CGV** : les conditions générales de vente.
- OPCA** : les organismes paritaires collecteurs agréés chargés de collecter et gérer l'effort de formation des entreprises.

3. OBJET

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à l'ensemble des prestations de formation engagées par TECOCONSEIL pour le compte d'un Client. Le fait de s'inscrire ou de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve du Client aux présentes conditions générales de vente. Les présentes conditions générales de vente prévalent sur tout autre document du Client, et en particulier sur toutes les conditions générales d'achat du Client.

4. CONSEIL OPERATIONNEL

Toute prestation d'étude et de conseil opérationnel fait l'objet d'une proposition commerciale et financière établie par TECOCONSEIL. En cas d'acceptation par le Client, un acompte minimum de 25% du coût total de la prestation sera versé par le Client. Le cas échéant, le prix de la prestation est révisable à la date anniversaire du contrat par accord de la formule de révision visée à l'article 6 ci-après. Pour la réalisation des missions de conseil opérationnel TECOCONSEIL facture le temps des consultants consacré à la mission, soit en fonction d'un prix par jour d'intervention, soit au forfait. Les frais techniques et logistiques liés à l'exécution de la mission sont à la charge du Client et ne sont en aucun cas inclus dans les honoraires. Sauf indication contraire dans la proposition, ces frais sont facturés à leur prix coûtant augmenté des frais de gestion évalués forfaitairement à 10 %.

5. CONDITIONS FINANCIERES, REGLEMENTS ET MODALITES DE PAIEMENT

Tous les prix sont indiqués en euros et hors taxes. Ils doivent être majorés de la TVA au taux en vigueur. Le règlement du prix de la formation est à effectuer à l'issue de la formation, à réception de facture, au comptant, sans escompte à l'ordre d'TECOCONSEIL. En cas de parcours long, des facturations intermédiaires peuvent être engagées. Toute somme non payée à échéance entraîne de plein droit et sans mise en demeure préalable, l'application de pénalités d'un montant égal à une fois et demie le taux d'intérêt légal. TECOCONSEIL aura la faculté d'obtenir le règlement par voie contentieuse aux frais du Client sans préjudice des autres dommages et intérêts qui pourraient être dus à TECOCONSEIL.

En cas de règlement de la prestation pris en charge par l'Organisme Paritaire Collecteur Agréé dont il dépend, il appartient au Client :

- de faire une demande de prise en charge avant le début de la formation et de s'assurer l'acceptation de sa demande;
- indiquer explicitement sur la convention et de joindre à TECOCONSEIL une copie de l'accord de prise en charge,
- s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme qu'il aura désigné.

En cas de paiement partiel du montant de la formation par l'OPCA, le solde sera facturé au Client. Si TECOCONSEIL n'a pas reçu la prise en charge de l'OPCA au 1^{er} jour de la formation, le Client sera facturé de l'intégralité du coût de la formation. Le cas échéant, le remboursement des avoirs par TECOCONSEIL est effectué sur demande écrite du Client accompagné d'un relevé d'identité bancaire original.

En cas de retard de paiement, seront exigibles, conformément à l'article L 441-6 du code de commerce, une indemnité calculée sur la base de trois fois le taux de l'intérêt légal en vigueur ainsi qu'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement de 40 euros. Ces pénalités sont exigibles de plein droit, dès réception de l'avis informant le Client qu'elles ont été portées à son débit.

6. REVISION DES PRIX

Le cas échéant, la proposition financière du Prestataire acceptée par le Client sera révisée à chaque date anniversaire du contrat par application automatique de la formule de révision de prix suivante :

- $P1 = P0 * ((S1) / S0)$
- Où P1 = prix révisé en EUR HT
- P0 = prix initial en EUR HT
- S1 = indice Syntec à la date de renouvellement du contrat
- S0 = indice Syntec à la date de signature du contrat ou à la date anniversaire du contrat pour les périodes postérieures.

7. DEDIT, REMPLACEMENT, ANNULATION, ABSENCE OU INTERRUPTION D'UNE FORMATION

En cas de dédit signifié par le Client à TECOCONSEIL au moins 10 jours avant le démarrage de la formation, TECOCONSEIL offre au Client la possibilité de remplacer le Stagiaire empêché par un autre participant ayant le même profil et les mêmes besoins en formation, sous réserve de l'accord éventuel de l'OPCA.

Tout module commencé est dû dans son intégralité et fera l'objet d'une facturation au Client par TECOCONSEIL. En cas d'absence, d'interruption ou d'annulation, la facturation d'TECOCONSEIL distinguera le prix correspondant aux journées effectivement suivies par le Stagiaire et les sommes dues au titre des absences ou de l'interruption de la formation. Il est rappelé que les sommes dues par le Client à ce titre ne peuvent être imputées par le Client sur son obligation de participer à la formation professionnelle continue ni faire l'objet d'une demande de prise en charge par un OPCA.

Dans cette hypothèse, le Client s'engage à régler les sommes qui resteraient à sa charge directement à TECOCONSEIL.

D'autre part, en cas d'annulation de la formation par le Client, TECOCONSEIL se réserve le droit de facturer au Client des frais d'annulation calculés comme suit :

- si l'annulation intervient plus de 30 jours ouvrables avant le démarrage de la formation : aucun frais d'annulation
- si l'annulation intervient entre 30 jours et 10 jours ouvrables avant le démarrage de la formation : les frais d'annulation sont égaux à 50% du prix H.T. de la formation
- si l'annulation intervient moins de 10 jours ouvrables avant le démarrage de la formation : les frais d'annulation sont égaux à 100% du prix H.T. de la formation

8. EFFECTIF ET AJOURNEMENT

Pour favoriser les meilleures conditions d'apprentissage, l'effectif de chaque formation est limité. Cet effectif est déterminé, pour chaque formation, en fonction des objectifs et des méthodes pédagogiques. Les inscriptions sont prises en compte dans leur ordre d'arrivée. L'émission d'un devis ne tient pas lieu d'inscription. Seuls les devis dûment renseignés, datés, tamponnés, signés et revêtus de la mention « Bon pour accord », retournés à TECOCONSEIL ont valeur contractuelle. Une fois l'effectif atteint, les inscriptions sont closes. TECOCONSEIL peut alors proposer au Stagiaire de participer à une nouvelle session ou de figurer sur une liste d'attente.

Dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour assurer le bon déroulement d'une formation, TECOCONSEIL se réserve la possibilité d'ajourner la formation au plus tard une semaine avant la date prévue et ce sans indemnités.

9. DEVIS ET ATTESTATION

Pour chaque action de formation, un devis est adressé en deux exemplaires par TECOCONSEIL au Client. Deux exemplaires dûment renseignés, datés, tamponnés, signés et revêtus de la mention « Bon pour accord » doivent être retournés à TECOCONSEIL par tout moyen à la convenance du Client : courrier postal, mail.

Le cas échéant une convention particulière peut être établie entre TECOCONSEIL, l'OPCA ou le Client.

A l'issue de la formation, TECOCONSEIL remet une attestation de formation au Stagiaire. Dans le cas d'une prise en charge partielle ou totale par un OPCA TECOCONSEIL lui fait parvenir un exemplaire de cette attestation accompagné de la facture.

Une attestation de présence pour chaque Stagiaire peut être fournie au Client, à sa demande.

10. LIMITATIONS DE LA REponsABILITE D'TECOCONSEIL

La responsabilité de ECOCONSEIL ne peut en aucun cas être engagée pour toute défaillance technique du matériel, tout mauvais usage des outils de formation par les Utilisateurs ou toute cause étrangère à TECOCONSEIL. Quel que soit le type de prestations, la responsabilité de TECOCONSEIL est expressément limitée à l'indemnisation des dommages directs prouvés par le Client. La responsabilité de TECOCONSEIL est plafonnée au montant du prix payé par le Client au titre de la prestation concernée. En aucun cas, la responsabilité de TECOCONSEIL ne saurait être engagée au titre des dommages indirects tels que perte de données, de fichiers, perte d'exploitation, préjudice commercial, manque à gagner, atteinte à l'image et à la réputation.

11. FORCE MAJEURE

TECOCONSEIL ne pourra être tenue responsable à l'égard du Client en cas d'inexécution de ses obligations résultant d'un évènement de force majeure. Sont considérés comme cas de force majeure ou cas fortuit, outre ceux habituellement reconnus par la jurisprudence des Cours et Tribunaux français et sans que cette liste soit restrictive : la maladie ou l'accident d'un consultant ou d'un animateur de formation, les grèves ou conflits sociaux internes ou externes à TECOCONSEIL, les désastres naturels, les incendies, la non obtention de visas, des autorisations de travail ou d'autres permis, les lois ou règlements mis en place ultérieurement, l'interruption des télécommunications, l'interruption de l'approvisionnement en énergie, l'interruption des communications ou des transports de tout type, ou toute autre circonstance échappant au contrôle raisonnable d'TECOCONSEIL.

12. PROPRIETE INTELECTUELLE

TECOCONSEIL est seule titulaire des droits de propriété intellectuelle de l'ensemble des formations qu'elle propose à ses Clients. À cet effet, l'ensemble des fiches de présentation, contenus et supports pédagogiques quelle qu'en soit la forme (papier, électronique, numérique, orale, ...) utilisés par TECOCONSEIL pour assurer les formations, demeurent la propriété exclusive de TECOCONSEIL et constituent des œuvres originales et à ce titre sont protégées par la propriété intellectuelle et le copyright. À ce titre ils ne peuvent faire l'objet d'aucune utilisation, transformation, reproduction, exploitation non expressément autorisée au sein ou à l'extérieur de la société du Client sans accord exprès de TECOCONSEIL. En particulier, le Client s'interdit d'utiliser le contenu des formations pour former d'autres personnes que son propre personnel et engage sa responsabilité sur le fondement des articles L. 122-4 et L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle en cas de cession ou de communication des contenus non autorisée. Toute reproduction, représentation, modification, publication, transmission, dénaturation, totale ou partielle des contenus de formations sont strictement interdites, et ce quels que soient le procédé et le support utilisés.

13. CONFIDENTIALITE

Les parties s'engagent à garder confidentiels les informations et documents concernant l'autre partie de quelle que nature qu'ils soient, économiques, techniques ou commerciaux, auxquels elles pourraient avoir accès au cours de l'exécution du contrat ou à l'occasion des échanges intervenus antérieurement à la conclusion du contrat, notamment l'ensemble des informations figurant dans la proposition commerciale et financière transmise par TECOCONSEIL au Client. TECOCONSEIL s'engage à ne pas communiquer à des tiers autres que ses sociétés affiliées, partenaires ou fournisseurs, les informations transmises par le Client, y compris les informations concernant les Utilisateurs.

14. COMMUNICATION

Le Client accepte d'être cité par TECOCONSEIL comme client de ses offres de services, aux frais d'TECOCONSEIL. Sous réserve du respect des dispositions de l'article 11, TECOCONSEIL peut mentionner le nom du Client, son logo ainsi qu'une description objective de la nature des prestations, objet du contrat, dans ses listes de références et propositions à l'attention de ses prospects et de sa clientèle notamment sur son site internet, entretiens avec des tiers, communications à son personnel, documents internes de gestion prévisionnelle, rapport annuel aux actionnaires, ainsi qu'en cas de dispositions légales, réglementaires ou comptables l'exigeant.

15. PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

En tant que responsable du traitement du fichier de son personnel, le Client s'engage à informer chaque Utilisateur que :

- des données à caractère personnel le concernant sont collectées et traitées par TECOCONSEIL aux fins de réalisation et de suivi de la formation

- la connexion, le parcours de formation et le suivi des acquis des Utilisateurs sont des données accessibles à ses services
- conformément à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, l'Utilisateur dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification des données à caractère personnel le concernant et qu'à cette fin, une demande en ligne précisant l'identité et l'adresse électronique du requérant peut être adressée à TECOCONSEIL.

Le Client est responsable de la conservation et de la confidentialité de toutes les données qui concernent l'Utilisateur et auxquelles il aura eu accès. TECOCONSEIL conservera, pour sa part, les données liées à l'évaluation des acquis par l'Utilisateur, pour une période n'excédant pas la durée nécessaire à l'appréciation de la formation.

16. DROIT APPLICABLE – ATTRIBUTION DES COMPETENCES

Les présentes conditions générales sont régies par le droit français. En cas de litige survenant entre le Client et TECOCONSEIL à l'occasion de l'interprétation des présentes ou de l'exécution du contrat, il sera recherché une solution à l'amiable et à défaut, le règlement sera du ressort du Tribunal de Grenoble.

REGLEMENT INTERIEUR APPLICABLE AUX STAGIAIRES DE FORMATION DISPENSES PAR TECOCONSEIL

PRÉAMBULE

Article 1 – Objet et champ d’application du règlement

Le présent règlement est établi conformément aux dispositions des articles L6352-3 et L6352-4 et R6352- 1 à R6352-15 du Code du travail.

Il s’applique à toutes les personnes participantes à une action de formation organisée par **TECOCONSEIL**. Un exemplaire est remis à chaque stagiaire.

Le règlement définit les règles d’hygiène et de sécurité, les règles générales et permanentes relatives à la discipline ainsi que la nature et l’échelle des sanctions pouvant être prises vis-à-vis des stagiaires qui y contreviennent et les garanties procédurales applicables lorsqu’une sanction est envisagée. Toute personne doit respecter les termes du présent règlement durant toute la durée de l’action de formation.

SECTION 1 : RÈGLES D’HYGIÈNE ET DE SÉCURITÉ

Article 2 - Principes généraux

La prévention des risques d’accidents et de maladies est impérative et exige de chacun le respect :

- des prescriptions applicables en matière d’hygiène et de sécurité sur les lieux de formation ;
- de toute consigne imposée soit par la direction de l’organisme de formation soit par le constructeur ou le formateur s’agissant notamment de l’usage des matériels mis à disposition.

Chaque stagiaire doit ainsi veiller à sa sécurité personnelle et à celle des autres en respectant, en fonction de sa formation, les consignes générales et particulières en matière d’hygiène et de sécurité.

S’il constate un dysfonctionnement du système de sécurité, il en avertit immédiatement la direction de l’organisme de formation.

Le non-respect de ces consignes expose la personne à des sanctions disciplinaires.

Article 3 - Consignes d’incendie

Les consignes d’incendie et notamment un plan de localisation des extincteurs et des issues de secours sont affichés dans les locaux de l’organisme de formation. Le stagiaire doit en prendre connaissance.

En cas d’alerte, le stagiaire doit cesser toute activité de formation et suivre dans le calme les instructions du représentant habilité de l’organisme de formation ou des services de secours. Tout stagiaire témoin d’un début d’incendie doit immédiatement appeler les secours en composant le 18 à partir d’un téléphone fixe ou le 112 à partir d’un téléphone portable et alerter un représentant de l’organisme de formation.

Article 4 - Boissons alcoolisées et drogues

L’introduction ou la consommation de drogue ou de boissons alcoolisées dans les locaux est formellement interdite. Il est interdit aux stagiaires de pénétrer ou de séjourner en état d’ivresse ou sous l’emprise de drogue dans l’organisme de formation. Les stagiaires auront accès lors des pauses aux postes de distribution de boissons non alcoolisées.

Article 5 - Interdiction de fumer

Il est formellement interdit de fumer dans les salles de formation et plus généralement dans l’enceinte de l’organisme de formation.

Article 6 - Accident

Le stagiaire victime d’un accident - survenu pendant la formation ou pendant le temps de trajet entre le lieu de formation et son domicile ou son lieu de travail – ou le témoin de cet accident avertit immédiatement la direction de l’organisme de formation.

Le responsable de l'organisme de formation entreprend les démarches appropriées en matière de soins et réalise la déclaration auprès de la caisse de Sécurité sociale compétente.

SECTION 2 : DISCIPLINE GÉNÉRALE

Article 7 - Assiduité du stagiaire en formation

Article 7.1. - Horaires de formation

Les stagiaires doivent se conformer aux horaires fixés et communiqués au préalable par l'organisme de formation. Le non-respect de ces horaires peut entraîner des sanctions.

Sauf circonstances exceptionnelles, les stagiaires ne peuvent s'absenter pendant les heures de stage.

Article 7.2. - Absences, retards ou départs anticipés

En cas d'absence, de retard ou de départ avant l'horaire prévu, les stagiaires doivent avertir l'organisme de formation et s'en justifier.

L'organisme de formation informe immédiatement le financeur (employeur, administration, Fongecif, Région, Pôle emploi, ...) de cet événement.

Tout événement non justifié par des circonstances particulières constitue une faute passible de sanctions disciplinaires.

De plus, conformément à l'article R6341-45 du Code du travail, le stagiaire – dont la rémunération est prise en charge par les pouvoirs publics – s'expose à une retenue sur sa rémunération de stage proportionnelle à la durée de l'absence.

Article 7.3. - Formalisme attaché au suivi de la formation

Le stagiaire est tenu de renseigner la feuille d'émargement au fur et à mesure du déroulement de l'action. Il peut lui être demandé de réaliser un bilan de la formation.

À l'issue de l'action de formation, il se voit remettre une attestation de fin de formation et une attestation de présence au stage à transmettre, selon le cas, à son employeur/administration ou à l'organisme qui finance l'action.

Le stagiaire remet, dans les meilleurs délais, à l'organisme de formation les documents qu'il doit renseigner en tant que prestataire (demande de rémunération ou de prise en charges des frais liés à la formation ; attestations d'inscription ou d'entrée en stage...).

Article 8 - Accès aux locaux de formation

Sauf autorisation expresse de la direction de l'organisme de formation, le stagiaire ne peut :

- entrer ou demeurer dans les locaux de formation à d'autres fins que la formation
 - y introduire, faire introduire ou faciliter l'introduction de personnes étrangères à l'organisme
 - procéder, dans ces derniers, à la vente de biens ou de services.

Article 9 – Tenue

Le stagiaire est invité à se présenter à l'organisme en tenue vestimentaire correcte.

Article 10 - Comportement

Il est demandé à tout stagiaire d'avoir un comportement garantissant le respect des règles élémentaires de savoir vivre, de savoir être en collectivité et le bon déroulement des formations.

Article 11 - Utilisation du matériel

Sauf autorisation particulière de la direction de l'organisme de formation, l'usage du matériel de formation se fait sur les lieux de formation et est exclusivement réservé à l'activité de formation. L'utilisation du matériel à des fins personnelles est interdite.

Le stagiaire est tenu de conserver en bon état le matériel qui lui est confié pour la formation. Il doit en faire un usage conforme à son objet et selon les règles délivrées par le formateur.

Le stagiaire signale immédiatement au formateur toute anomalie du matériel.

SECTION 3 : MESURES DISCIPLINAIRES

Article 12 - Sanctions disciplinaires

Tout manquement du stagiaire à l'une des prescriptions du présent règlement intérieur pourra faire l'objet d'une sanction prononcée par le responsable de l'organisme de formation ou son représentant.

Tout agissement considéré comme fautif pourra, en fonction de sa nature et de sa gravité, faire l'objet de l'une ou l'autre des sanctions suivantes :

- rappel à l'ordre,
- avertissement écrit par le directeur de l'organisme de formation ou par son représentant,
- blâme,
- exclusion temporaire de la formation,
- exclusion définitive de la formation.

Les amendes ou autres sanctions pécuniaires sont interdites.

Le responsable de l'organisme de formation ou son représentant informe de la sanction prise :

- L'employeur du salarié stagiaire ou l'administration de l'agent stagiaire
- et/ou le financeur du stage.

Article 13 - Garanties disciplinaires

Article 13.1. – Information du stagiaire

Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ait été informé au préalable des griefs retenus contre lui.

Toutefois, lorsqu'un agissement, considéré comme fautif, a rendu indispensable une mesure conservatoire d'exclusion temporaire à effet immédiat, aucune sanction définitive relative à cet agissement ne peut être prise sans que le stagiaire n'ait été au préalable informé des griefs retenus contre lui et éventuellement, que la procédure ci-après décrite ait été respectée.

Article 13.2. – Convocation pour un entretien

Lorsque le directeur de l'organisme de formation ou son représentant envisage de prendre une sanction, il est procédé de la manière suivante :

- il convoque le stagiaire – par lettre recommandée avec demande d'accusé de réception ou remise à l'intéressé contre décharge – en lui indiquant l'objet de la convocation ;
- la convocation indique également la date, l'heure et le lieu de l'entretien ainsi que la possibilité de se faire assister par une personne de son choix stagiaire ou salarié de l'organisme de formation.

Article 13.3. – Assistance possible pendant l'entretien

Au cours de l'entretien, le stagiaire peut se faire assister par une personne de son choix, notamment le délégué du stage.

Le directeur ou son représentant indique le motif de la sanction envisagée et recueille les explications du stagiaire.

Article 13.4. – Prononcé de la sanction

La sanction ne peut intervenir moins d'un jour franc ni plus de quinze jours après l'entretien.

La sanction fait l'objet d'une notification écrite et motivée au stagiaire sous forme d'une lettre recommandée ou remise contre décharge.

Fait à Saint Ismier, le 15 septembre 2021

Alpes Conseils Etudes Services et Solutions

SASU au capital de 1000€
791 747 769 RCS Grenoble
89, allée de la Closerie
38330 Saint Ismier
Tél.: 06 79 76 98 53