



OPTIMISER LA PERFORMANCE
DES HOMMES ET DES ENTREPRISES

CATALOGUE DE FORMATIONS 2021

« Il ne suffit pas de savoir, il faut appliquer !
Il ne suffit pas de vouloir, il faut agir ! »

Goethe

Groupe ALLIOT Consulting

SARL au capital de 41 000 € - Siret : 492 865 423 00023
Code NAF : 7022Z N° activité OF : 72 33 07038 33
Auprès de la Préfecture de la Région Nouvelle-Aquitaine
Référencement DATA DOCK
Http : \www.groupe-alliot-consulting.fr
Tél. : 0 659 702 699
secretariat@groupe-alliot-consulting.fr

NOS THÈMES DE FORMATION

POURQUOI NOS FORMATIONS SONT-ELLES EFFICACES !

Des résultats.....	4
Qui sommes-nous.....	5
Notre politique qualité.....	6
Paroles de stagiaires.....	7
Ils nous font confiance.....	8
Ce qui fait le succès de nos formations.....	9
Méthodes pédagogiques.....	10
Pré communication et sensibilisation en amont	11
Mode d'organisation, Modalités d'évaluation, Sanction de la formation.....	14
Réclamations stagiaires.....	17

LES OUTILS DU MANAGER

Mieux que manager coachez vos équipes.....	19
Les entretiens de management.....	20
Savoir organiser un projet & animer l'équipe.....	21
Savoir recruter et intégrer un nouveau collaborateur.....	22
Savoir mener un entretien individuel d'évaluation.....	23
Savoir mener un entretien professionnel conformément aux obligations réglementaires.....	24
Savoir organiser et animer des réunions mobilisatrices et productives.....	25
Savoir gérer son temps et ses priorités.....	26

COMMUNICATION

Accueil physique.....	28
Accueil téléphonique.....	29
Prise de parole en public.....	30

TRANSMISSION DE SAVOIR

Formation tutorat.....	32
Formateur interne.....	33

DÉVELOPPER SA COMPÉTENCE RELATIONNELLE

Savoir prendre soin de soi pour mieux aider les autres.....	35
Du stress au burn-in et du burn-in au burn-out.....	36
Gestion des personnalités difficiles.....	37
Mieux gérer l'agressivité.....	38
Gestion des conflits.....	39
Coaching individuel.....	40

NOS THÈMES DE FORMATIONS

ACCOMPAGNEMENT, TRAVAIL EN ÉQUIPE

Cohésion d'équipe.....	42
Accompagnement au changement.....	43

FORMATIONS COMMERCIALES

Objectifs.....	45
Savoir vendre, c'est faire acheter.....	46
Comment gérer les situations commerciales délicates.....	47
Soutenir efficacement son appel d'offre.....	48
La vente par téléphone en B to B.....	49
La prospection par téléphone en B to B.....	50

Vous recherchez des formations ou des coachs véritablement efficaces ?

Nos formations sont des formations visant à être :

- **immédiatement** applicables par vos salariés,
- **adaptées à la problématique et à la culture** de votre entreprise,
- **la réponse aux besoins réels** de vos salariés,
- **satisfaisantes** à la fois pour vos stagiaires, leur encadrement et votre Direction.

Ce qui nous permet de l'affirmer :

Depuis 15 ans

90 % de nos stagiaires recommandent nos formations

90 % de nos clients nous commandent de nouvelles missions après une première session

QUI SOMMES-NOUS ?

Groupe ALLIOT Consulting est une société de Conseil qui a pour origine en 2006 la fusion de deux cabinets : AR Consulting & Action Conseil et Télémarketing.

Cette fusion a permis de rassembler les compétences de plusieurs Conseils Experts ayant plus de 30 ans d'expérience.

Nos Consultants, Coachs et Formateurs ont pour objectif commun de développer les performances des hommes et des entreprises, et utilisent à cette fin différents axes :

- Le conseil en Ressources Humaines et l'accompagnement du changement
- Le conseil en marketing
- Le conseil en développement commercial
- La formation (référencée DATADOCK)
- Le coaching individuel et d'équipes
- Le coaching de Dirigeant ou de CODIR
- Le recrutement et la Chasse de tête
- Le Bilan de Compétences
- Le Bilan Professionnel

Nous intervenons dans de multiples secteurs, offrant à nos clients à la fois des solutions originales et un véritable benchmarking.

Notre politique qualité

Dans le cadre de notre développement, nous nous engageons à mener une politique visant à obtenir la satisfaction de nos clients :

- En maîtrisant parfaitement les savoirs et les connaissances, les méthodes et les techniques ainsi que le savoir être nécessaire à la réussite de nos missions
- En veillant en permanence au bon état du niveau de notre art par la formation
- En s'inscrivant dans une démarche d'amélioration continue de nos pratiques

Cette politique qualité s'inscrit dans le cadre du respect des exigences réglementaires et légales, notamment des chartes FNCPC et du référencement DATADOCK.

Paroles de stagiaires

Formateur agréable, posé, clair.

Cela était un plaisir de travailler.

Merci pour tout.

Il faudrait que tout le personnel fasse ce stage car cela apporte beaucoup.

Très bon stage à refaire et à recommander

Très bon stage qui donne envie de mettre en pratique.

Animateur sympathique.

Formation très enrichissante.

C'est une formation très intéressante.

Tous les établissements devraient bénéficier de cette formation.

Stage à faire faire à tout le personnel.

La formation m'a apporté beaucoup.

Deux journées très agréables que j'ai passées avec vous. Merci beaucoup.

Formation très bénéfique et enrichissante.

Formation qui apporte de bonnes théories, des attitudes à prendre, des techniques à appliquer.

Il ne reste plus qu'à appliquer les techniques et à se remettre en cause.

Bonne relation entre principes présentés et cas pratiques.

Si c'est à refaire c'est avec un grand plaisir que je recommencerais, merci encore.

Ils nous font confiance



Contactez-nous dès maintenant !

Ce que nous avons fait avec succès pour eux,
nous nous engageons à le faire pour vous !

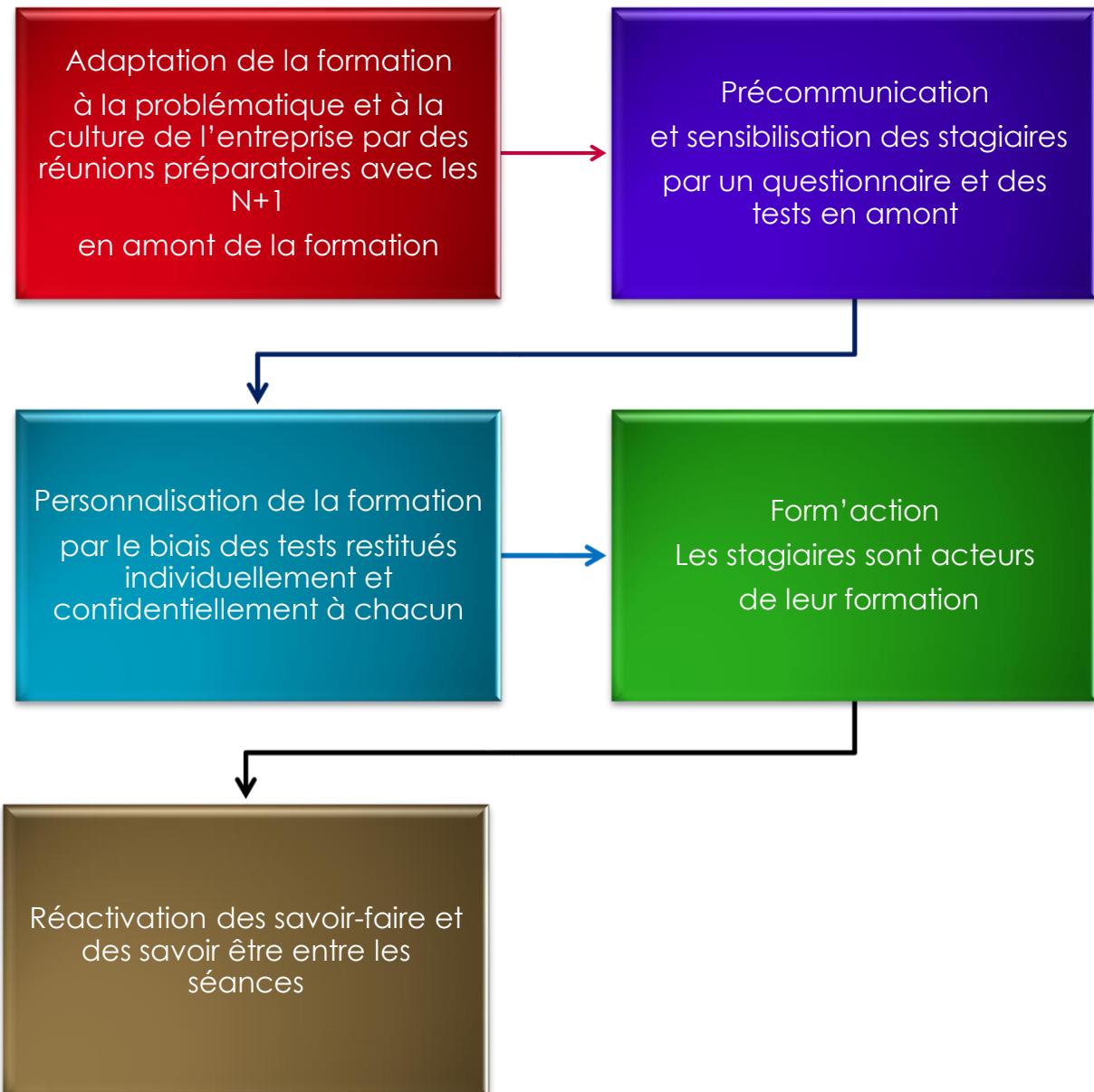
0 659 702 699

pa@groupe-alliot-consulting.fr

<http://www.groupe-alliot-consulting.fr>

N° activité OF : 72 33 07038 33
auprès de la Préfecture de la Région Nouvelle-Aquitaine

Ce qui fait le succès de nos formations



Méthodes pédagogiques

Groupe ALLIOT Consulting s'engage à délivrer une prestation de formation de qualité, conformément au décret n° 2015-790 du 30 juin 2015.

Les formations sont réalisées par des consultants seniors dont les compétences de pédagogue, la connaissance du terrain et de la direction d'entreprises leur permettent, depuis plus de 30 ans de transmettre un savoir-faire très opérationnel.

De plus, les interventions de nos consultants reposant sur le triptyque :



Precommunication

Form'action

Réactivation

permettent aux entreprises d'avoir un réel retour sur investissement de leur budget formation, grâce à la progression de leurs salariés qui bénéficient d'une formation spécifiquement adaptée à leurs besoins et à la problématique de l'entreprise.

Enfin, les outils de réactivation pendant la formation, les séances de piqûres de rappel et la hotline que Groupe ALLIOT Consulting met à la disposition des stagiaires favorisent l'assimilation d'un savoir-faire très opérationnel.

Nos modules de formation spécifiques à chaque client, réalisés par d'authentiques praticiens, sont basés sur le concept de la pédagogie de l'action, car comme l'écrivait Montesquieu :

« On n'enseigne bien que ce que l'on pratique ! »

Si un ou plusieurs de vos salariés sont handicapés nous saurons adapter le contenu de nos formations ainsi que les méthodes pédagogiques et les supports destinés aux stagiaires pour leur permettre de participer activement à nos formations.

Précommunication et sensibilisation en amont

Avant la formation GAC fournira une convocation au client, précisant les objectifs de la formation ainsi que les modalités du déroulement de la formation.

GAC s'assurera que chaque stagiaire a bien reçu le courrier de convocation.

Cette convocation contiendra un questionnaire permettant à chaque apprenant de faire un retour sur ses pratiques, ses difficultés et ses attentes vis-à-vis de la formation.

Ce questionnaire est essentiel car il permet de sensibiliser chaque stagiaire en amont et de renforcer sa propre motivation et sa participation pendant la formation, mais aussi de vérifier que nos stagiaires disposent des prérequis.

Nos formations pour adultes visent un changement des pratiques et des comportements

C'est pour quoi, chaque stagiaire sera soumis à une série de tests pour l'aider à comprendre son mode de fonctionnement, notamment en situation de tensions ou de conflits.

Les résultats de ces tests sont restitués individuellement aux participants lors de la formation. Ils favorisent la compréhension de leurs pratiques, mettent en évidence les évolutions nécessaires à acquérir par chacun et permettent une personnalisation de la formation en favorisant l'appropriation des savoir-faire et des savoir être.

La première journée de formation démarre toujours par une séance d'inclusion

L'accueil est généralement réalisé par un responsable du service RH du client.

En cas d'impossibilité par le client, c'est le formateur qui assurera l'accueil des participants.

Lors de cette séquence, le formateur se présente ainsi que GAC, explique en quoi il est légitime pour faire cette formation, rappelle les objectifs de la formation et le programme de la journée, précisera les horaires, les modalités des pauses et du déjeuner, expliquera comment en fin de journée une évaluation des acquis sera effectuée. Il précisera qu'il tient le règlement intérieur des stagiaires à leur disposition et qu'ils peuvent le retrouver sur le site de GAC.

Puis les apprenants sont invités à réaliser des interviews croisées en binôme à l'aide d'une grille de questionnement fournie dans le livret remis par le formateur à chacun. Cette interview est suivie d'une présentation au groupe par l'intervieweur de l'interviewé.

Ce premier exercice, outre qu'il permet de manière dynamique à chaque membre du groupe de mieux se connaître, permet de vérifier si tous les stagiaires disposent bien des prérequis et aussi de recueillir leurs attentes afin de mieux individualiser la formation.

Ces attentes sont notées sur une feuille de paperboard.

Dans le cas particulier où des attentes formulées sortiraient du cadre de la formation, le formateur les transmettra au service RH du client.

Les stagiaires sont les acteurs de leur formation

À chaque journée de formation un livret support est remis à tous les stagiaires.

Ce document qui permet la prise de notes contient l'essentiel des informations théoriques et pratiques présentées par le formateur ainsi que les explications concrètes permettant de faciliter la réalisation des exercices.

Le déroulement de la formation alterne avec apports théoriques, description de techniques grâce à un PowerPoint et des vidéos.

Systématiquement après suivent des exercices pratiques à travers des mises en situations professionnelles où, en binôme, les apprenants les expérimenteront.

À la fin de chaque exercice fait par un binôme, l'ensemble des stagiaires est invité à proposer des pistes d'améliorations et à partager leurs expériences du terrain.

Mode d'organisation

Caractéristique : Intra entreprise

Type de formation : Actions d'adaptation et de développement des compétences des salariés

Nombre de participants : 8 max.

Nombre d'heures : 7 heures (par stagiaire et par jour)

Lieu de la formation : à définir

Horaires : 9 h 00 à 12 h 30 - 13 h 30 à 17 h 00

Modalités de déroulement : présentiel ou distanciel

Modalités d'évaluation

À l'issue de chaque journée les stagiaires répondent à des questionnaires sous forme de QCM ou de Quizz qui permettent de vérifier leurs acquis.

Un tour de table est effectué avec les stagiaires pour vérifier leur ressenti sur le déroulé de la formation et son contenu. Puis à l'aide de la feuille de paperboard le formateur vérifie si la formation a bien répondu à leurs attentes.

Sanction de la formation

Une attestation de stage est remise aux stagiaires.

MESURES SANITAIRES

1. Le responsable de l'entreprise ou son représentant s'engage à mettre en œuvre, en complément des mesures de prévention de la santé et de la sécurité prévues dans son document unique d'évaluation des risques, toutes les mesures garantissant la sécurité sanitaire des stagiaires (à savoir : liste nominative des salariés participants Nom, Prénom) salariés de la Société XXXXX face à la pandémie COVID 19.
2. Il transmet le protocole sanitaire de l'entreprise à l'établissement avant l'arrivée du stagiaire dans l'entreprise, ou à défaut la fiche sanitaire correspondant aux champs d'activité de l'entreprise en s'appuyant sur les références citées ci-après :
 - Le responsable de l'entreprise ou de l'organisme d'accueil s'engage à informer les stagiaires désignés des conditions spécifiques en matière de sécurité sanitaire dans l'entreprise au moment de son arrivée.
 - Le protocole sanitaire doit reposer sur les principes suivants : le maintien de la distanciation physique d'au moins 1 mètre.
 - L'application des gestes barrières, dont le lavage régulier des mains à l'eau et au savon ou avec une solution hydroalcoolique.
 - L'assurance d'un nettoyage et d'une désinfection des locaux et matériel.
 - La communication, l'information et la formation aux nouvelles règles.

MESURES SANITAIRES (SUITE)

3. Le responsable de l'entreprise ou de l'organisme d'accueil peut se référer aux fiches du ministère du travail :
 - <https://travail-emploi.gouv.fr/le-ministere-enaction/coronavirus-covid-19/proteger-les-travailleurs-lesemplois-les-savoir-faire-et-lescompetences/proteger-les-travailleurs/article/fiches-conseils-metiers-etguides-pourles-salaries-et-les-employeurs>
 - et celles de la Mutualité sociale agricole :
<https://www.msa.fr/lfy/employeur/coronavirus-consignes>.
4. Le chef d'établissement, par tout moyen, assure aux stagiaires une information/formation sur les mesures à adopter face à la COVID 19 et effectue plus largement un rappel des règles essentielles pour la prévention des risques professionnels avant son départ en stage.

RÉCLAMATIONS STAGIAIRES

- Les stagiaires peuvent consulter le règlement intérieur sur notre site en cliquant sur l'adresse :

<https://www.groupe-alliot-consulting.fr/copie-de-programmes>

- Tout employeur et tout stagiaire ont la possibilité de donner leur avis sur la formation suivie si nous n'apportons pas la qualité qu'un stagiaire peut attendre d'un centre de formation en contactant l'AFNOR PRO
- Soit sur le lien :
<http://www.afnor.org/contact/>
- Soit par courrier à :
Groupe AFNOR 11 rue Francis de Pressensé
93571 La Plaine Saint-Denis Cedex
- Les éléments d'évaluation doivent correspondre à un manquement à l'une des exigences du décret du 30 juin 2015 relatif à la qualification des actions de la formation professionnelle continue et de l'article R. 6316-1

MIEUX QUE MANAGER, COACHER VOS ÉQUIPES

Objectifs

Apprendre à mieux communiquer.
Découvrir son style de management.
Apprendre à motiver ses équipes.
Apprendre à déléguer efficacement.
Renforcer la cohésion de ses équipes.
Savoir manager les personnalités difficiles.
Gérer les tensions, les conflits, etc.

Programme

Savoir communiquer
Les pièges de la communication
Le secret du contact humain
Renforcer votre intelligence relationnelle
Identifier son style de management
Les clés de la motivation
L'art du leadership
Savoir déléguer efficacement
Savoir organiser une réunion
Gérer les personnalités difficiles
La gestion des situations délicates
Savoir donner un ordre motivant
Savoir fixer un objectif
Le manager minute
Savoir féliciter
Savoir remotiver
Savoir dire non sans être destructeur
Gérer les conflits

Exercices et mises en situation professionnelle en binôme pour favoriser l'apprentissage des techniques.

Illustration des techniques à l'aide de vidéos

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Quizz permettant l'évaluation des acquis de la formation

Débriefing avec les stagiaires sur le contenu de la formation et la réponse aux attentes.

Public concerné - Prérequis	Durée
Du Top Management au Middle Management pour maîtriser l'ensemble des techniques de management	4 journées soit 28 heures

LES ENTRETIENS DE MANAGEMENT

Objectifs

Doter les managers des savoir-faire et des savoir être leur permettant de gérer sereinement les différentes situations professionnelles auxquelles ils sont confrontés dans leur quotidien.

Programme

Un ordre flou débouche toujours sur une absurdité précise

- Savoir fixer des objectifs
- Test ; savoir transmettre une consigne
- Réussir son entretien de contrôle
- Réussir son entretien de débriefing
- L'entretien de remotivation
- L'entretien de félicitation est un entretien à part entière

Le courage managérial

- L'entretien de recadrage
- Recadrage particulier
- Savoir refuser
- Savoir négocier ou s'accorder
- L'entretien disciplinaire

Pour chaque type d'entretien les stagiaires aborderont :

- Les pièges à éviter
- Les bonnes attitudes
- La technique
- Les étapes

Exercices et mises en situation professionnelle en binôme pour favoriser l'apprentissage des techniques.

Illustration des techniques à l'aide de vidéos

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Quizz permettant l'évaluation des acquis de la formation

Débriefing avec les stagiaires sur le contenu de la formation et la réponse aux attentes.

Public concerné - Prérequis

Toute personne ayant à manager une équipe

Durée

2 journées soit 14 heures

SAVOIR ORGANISER UN PROJET & ANIMER L'ÉQUIPE

Objectifs

- Identifier les véritables objectifs et enjeux du projet.
- Obtenir un vrai cahier des charges du décideur.
- Mesurer la criticité du projet.
- Préparer le déroulement du projet.
- Faire adhérer et motiver tous les membres de l'équipe au projet.
- Vraiment déléguer.
- Organiser et suivre les activités de chaque membre du projet.
- Communiquer pour mobiliser autour du projet les autres services.
- Piloter efficacement les réunions d'avancement.
- Arbitrer et gérer les conflits au sein de l'équipe projet.
- Optimiser les coûts.
- Anticiper les risques.

Programme

1^o journée

- Le management de projet c'est organiser, gérer, animer
- La loi de Murphy appliquée au projet
- 80 % des causes d'échecs dans les projets
- Les 3 objectifs d'un projet
- Rôle du chef de projet et des acteurs
- 10 outils nécessaires la gestion de projet et leurs livrables
- Le management de projet une méthode en 4 phases
- L'importance de l'avant-projet et ses composantes
- La phase préparation de la commande à la note de cadrage détaillée
- Les outils de pilotage du projet

2^o journée

- Préalables au lancement du projet
- Les éléments indispensables au démarrage
- Les fonctions du pilotage de projet
- Savoir piloter la performance
- Le tableau de bord, un outil de décision
- Indicateurs, comment faire le bon choix
- La réunion de lancement
- Piloter un projet c'est motiver les membres de l'équipe
- Le bilan du projet, ses objectifs et son organisation
- Étude de cas : organiser et piloter un projet

Les plus de cette formation

- Des outils
- Des documents informatiques
- Des conseils pour la mise en œuvre opérationnelle
- Des mises en garde sur les erreurs les plus courantes
- Des check-lists pour s'autocontrôler

3^o journée

- Les principes de base de la communication interpersonnelle
- Les 3 types de communication pour manager un projet
- Le chef de projet se heurte souvent à la résistance au changement
- Les différents types de comportement des acteurs dans un projet
- Savoir adapter sa communication interpersonnelle
- Savoir gérer les comportements difficiles des acteurs
- Les situations complexes que vivent tous les chefs de projet

4^o journée

- Préparation d'un projet réel de l'entreprise
- De la demande du commanditaire à la réunion de lancement

Public concerné - Prérequis

Durée

Toute personne ayant à manager un projet

4 journées soit 28 heures

SAVOIR RECRUTER ET INTÉGRER UN NOUVEAU COLLABORATEUR

Objectifs

Avoir une vision complète du processus de recrutement (de l'analyse du besoin à l'intégration d'un nouveau collaborateur).
Acquérir une démarche pour mener à bien un entretien de recrutement (plan, questionnement...).
Disposer d'outils simples d'aides à la décision et à l'intégration.

Programme

Préparer son recrutement

- Définir le poste et le profil de candidat
- Faire le choix de recruter en interne ou en externe
- Identifier les différentes sources de recrutement pour attirer les meilleurs candidats
- Savoir rédiger une annonce

Apprendre à mener un entretien de recrutement

- Identifier les différentes étapes de l'entretien
- Maîtriser les différents types de questions (ouvertes, fermées, alternatives...) et le silence pour favoriser la prise de parole du candidat
- Savoir rechercher les motivations du candidat, le faire s'exprimer sur son parcours, identifier les éléments de sa personnalité
- Réaliser une prise de notes durant l'entretien et réaliser une synthèse

De la validation du candidat à la validation de la période d'essai

- Les enjeux et les étapes du processus d'intégration
- Individualiser le processus d'intégration

Exercices et mises en situation professionnelle en binôme pour favoriser l'apprentissage des techniques.

Illustration des techniques à l'aide de vidéos

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Quizz permettant l'évaluation des acquis de la formation

Débriefing avec les stagiaires sur le contenu de la formation et la réponse aux attentes.

Public concerné - Prérequis

Durée

Direction, RH, personnel d'encadrement

1 journée soit 7 heures

SAVOIR MENER UN ENTRETIEN INDIVIDUEL D'ÉVALUATION

Objectifs

Pragmatique et ludique, immédiatement opérationnelle, cette formation permettra de rendre les entretiens motivants.
Méthodes simples pour réaliser des évaluations performantes.
Techniques efficaces permettant de conduire et d'organiser l'entretien.
Solutions concrètes en cas de dérapages.
Pistes pour remotiver.
Astuces pour sortir des blocages.
Outils d'aide à la préparation, au déroulement et au suivi.

Programme

L'évaluation : une action = 3 bénéficiaires

- À quoi doit servir un entretien d'évaluation
- L'entretien d'évaluation, un acte majeur de management
- Les règles incontournables

L'entretien un parcours en 6 étapes

- Réussir un entretien, c'est suivre une piste bien balisée

Comment optimiser un entretien d'évaluation

- La préparation de l'entretien
- La bonne préparation
- Comment impliquer son collaborateur dès l'entretien

Comment mener un échange de qualité

- Maîtriser l'environnement et les conditions de l'entretien
- L'accueil
- Le diagnostic
- La prospective
- Faire d'un bilan négatif, une source de progrès
- Les objectifs
- La conclusion

Les situations de blocage

- Trouver les mots pour communiquer votre évaluation
- Préparez-vous à être impliqué personnellement
- Repérer les signes précurseurs d'un désaccord
- Décoder les conflits de la relation manager / managé

L'entretien d'évaluation comme si vous y étiez

- La préparation
- Le déroulé de l'entretien
- L'exploration factuelle
- La conclusion
- Plan de suivi

Travail sur des cas concrets, des documents et mise en situation à travers des jeux de rôles.

Public concerné - Prérequis	Durée
Toute personne ayant à mener des entretiens d'évaluation	1 journée soit 7 heures

MENER UN ENTRETIEN PROFESSIONNEL

Transférer un véritable savoir-faire afin que l'encadrement maîtrise le processus de l'entretien professionnel.

Permettre à l'ensemble des cadres de :

- mettre à jour leurs connaissances en matière de dispositif de formation et en matière réglementaire afin de répondre aux nouvelles exigences de la Loi Avenir Professionnel
- maîtriser le contenu et le processus du déroulement de l'entretien professionnel.

Spécificités de l'entretien professionnel et différences avec l'entretien annuel

- Les objectifs de l'entretien professionnel
- Les règles incontournables de l'entretien professionnel

La préparation de l'entretien

- L'importance de la préparation
- Savoir préparer et motiver son collaborateur à l'entretien
- Distinguer performances, compétences actuelles et potentielles
- Connaître les différents dispositifs de professionnalisation (CPF, VAE, Bilan de compétences, Conseil en Évolution Professionnelle, etc.)

L'entretien professionnel réussi

- Savoir faire parler son collaborateur
- Aider le collaborateur à clarifier son projet professionnel
- Identifier des actions de développement pertinentes au regard des objectifs
- Le cas particulier des seniors et la seconde partie de carrière

Les conditions favorables à un bon entretien

- Les bonnes règles
- Les documents pour l'entretien
- L'utilisation des documents
- Assurer le suivi et la traçabilité des entretiens professionnels

Supervision à la conduite des entretiens professionnels

- Les managers sous notre supervision assureront chacun leur tour un entretien professionnel réel avec un collaborateur
- Ces entretiens seront débriefés individuellement
- Une réunion de débriefing collective sera organisée avec les managers et la Direction.

Travail sur des cas concrets, des documents et mise en situation à travers des jeux de rôles

Exercices et mises en situation professionnelle en binôme pour favoriser l'apprentissage des techniques.

Illustration des techniques à l'aide de vidéos

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Quizz permettant l'évaluation des acquis de la formation

Débriefing avec les stagiaires sur le contenu de la formation et la réponse aux attentes.

Public concerné - Prérequis	Durée
Toute personne ayant à mener des entretiens professionnels	2 journées soit 14 heures

SAVOIR CONDUIRE DES RÉUNIONS

Objectifs	Savoir organiser et animer des réunions productives et mobilisatrices.
Programme	<p>Vous et la conduite de réunion</p> <ul style="list-style-type: none">- Votre vision de la réunion- Votre attitude en réunion- Votre gestion de la réunion<ul style="list-style-type: none">• La préparation de la réunion• Logistique de la réunion• Convocation• Gestion de l'ordre du jour• Écoute et gestion de la parole- Le compte rendu <p>Les bonnes règles de la conduite de réunion</p> <ul style="list-style-type: none">- Qu'est-ce qui ne va pas avec les réunions ?- Les enjeux de la réunion- Les principes pour organiser une réunion efficace<ul style="list-style-type: none">• Croyances sur la pratique de la réunion• Les 5 critères pour décider de faire une réunion• La mise en place d'un cadre est impérative• Le lieu : facteur de réussite ou d'échec• Le choix des horaires• La convocation• L'introduction et la conclusion sont les éléments clefs d'une réunion <p>Rôle et management des acteurs de la réunion</p> <ul style="list-style-type: none">- Les différents acteurs d'une réunion- Les différents rôles :<ul style="list-style-type: none">• Animateur• Décideur• Secrétaire de séance• Intervenants• Participants <p>La réunion comme si vous y étiez !</p> <p>Jeux de rôles et mise en situation</p> <p>Apport théorique : 40 % Apport pratique : 60 %</p>

Public concerné - Prérequis

Durée

Toute personne ayant à organiser et animer des réunions

1 journée soit 7 heures

SAVOIR GÉRER SON TEMPS ET SES PRIORITÉS

Objectifs

Découvrir en quoi la gestion du temps n'est qu'un abus de langage.
Comprendre comment nos modes de fonctionnement sont chronophages et pénalisants.

Mieux appréhender ce qui fait sens pour moi pour mieux clarifier mes choix.
Apprendre à gérer ma relation aux autres et avec moi-même.

À l'issue de la formation les stagiaires sauront :

- analyser les situations de manière objective et réaliste,
- se déterminer face à leurs priorités,
- rationaliser leur organisation,
- s'affirmer avec diplomatie,
- gagner du temps en économisant du stress.

Analysons la situation

- Appréhender l'impact de mes fonctionnements sur la gestion de mon temps
- Donnons du sens à nos actions
- Comprendre mon budget temps
- De quoi est composé mon temps
- Déetecter ce qui est chronophage

Hierarchiser ses activités

Exigences et contraintes

- Les facteurs de dérangement
- Formulation des objectifs et planification
- La méthode L.E.R.D.C
- L'analyse de l'utilisation du temps
- La méthode ABC

Comment commencer et finir positivement

- Observez votre courbe de productivité
- Consacrez-vous une heure calme
- L'effet lame de scie
- Votre courbe personnelle de dérangements
- La discipline clé du succès

Listes des activités et votre liste d'activités

- Utilisez un outil de gestion du temps
- Synthèse
- Mise au point de votre organisation
- Ne perdez pas votre objectif de vue

Un mémento d'astuces et de questions pour prolonger sa réflexion sur son organisation sera remis à l'issue de la formation.

Jeux de rôles et mise en situation

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Public concerné - Prérequis

Durée

Cadres, administratifs et techniques –
Agents de la DRH

2 journées soit 14 heures

COMMUNICATION

ACCUEIL PHYSIQUE

Objectifs

Comprendre les bases de la communication et son impact sur les spécificités de l'accueil.
Mieux s'adapter à la diversité des situations d'accueil.
Intégrer les techniques de l'accueil et comprendre leurs importances.
Savoir créer un climat de sécurité, d'attention et de considération.
Acquérir des techniques pour gérer les situations difficiles.

Programme

- La qualité de l'accueil est stratégique pour l'établissement**
L'accueil a une double fonction
L'accueil s'inscrit dans la politique globale de communication
Sachez communiquer pour bien accueillir
- Du non verbal au verbal
 - Êtes-vous factuels dans vos analyses ?
- Les pièges de la communication**
- Parler est un besoin, écouter est un art
 - Comment nous écoutons sans entendre
 - Comment nos filtres altèrent notre vision de la réalité
 - La complexité du langage digital
- La proxémique**
- L'empathie
 - Le rapport de confiance
 - Respecter la distance individuelle
 - Le mimétisme comportemental
 - Apprendre à observer finement
 - Ce qu'il faut savoir faire pour bien communiquer
- La personne et ses attentes**
- L'importance de la personne
 - Les attentes de la personne
 - Les règles de base de l'accueil physique
 - La force du SBAMA
 - Un accueil agréable et sympathique
 - La règle des 4 fois 20
 - Être attentif et disponible
- Renforcer votre intelligence relationnelle**
- Le sphinx
 - La force des questions
 - La reformulation
 - Le coussin
 - Le disque rayé
- Le traitement des réclamations**
- Être positif
 - Faire face aux réclamations

Jeux de rôles et mise en situation

Public concerné - Prérequis	Durée
Personnel d'accueil	1 journée soit 7 heures

ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

Objectifs

- Permettre aux personnes de l'accueil d'assurer un accueil téléphonique en développant sa compétence d'accueil et de communication.
- Prendre conscience du rôle essentiel de cette fonction dans l'établissement.
- Valoriser l'image de marque de l'entreprise.

Programme

Les comportements efficaces au téléphone

- Le téléphone un outil efficace mais d'utilisation complexe
- L'importance du sourire
- La voix
- L'écoute
- La qualité du discours

Les fondamentaux de l'accueil

- Les 7 phases pour réussir votre entretien téléphonique
- Les bons réflexes en réception d'appels

Les missions du standard

- Les dix commandements du standard
- Traiter la demande de votre interlocuteur
- Comprendre les besoins énoncés : une valse à 4 temps
- Éliminer les cinq phrases qui agacent

Gérer les récriminations

- Conseils pour le traitement des récriminations
- Rétablir la confiance pour que l'interlocuteur soit satisfait
- Être positif
- Gérer efficacement les récriminations
- Opposer un refus sans dire non
- Faire face à la détresse
- Savoir gérer l'agressivité
- La méthode pour résister
- Savoir désarmer la colère

Jeux de rôles et mise en situation

Apport théorique : 40 %
Apport pratique : 60 %

Public concerné - Prérequis

Durée

Personnel d'accueil

1 journée soit 7 heures

PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

Parler en public implique une bonne gestion du stress et une grande confiance en soi.

Cette formation permettra aux stagiaires de savoir communiquer à l'oral, en réunion ou en séminaire, et de réaliser des prises de parole efficaces et brillantes.

Les bases de la communication verbale et non verbale

- Comprendre l'impact de ses messages sur son auditoire
- Les principes de bases pour les futures interventions
- Comment préparer une intervention

Apprendre à se présenter positivement

- Les stagiaires, lors de cet exercice, auront l'occasion d'observer l'impression qu'ils produisent lorsqu'ils se présentent et optimiseront cette présentation

Travailler sa voix et sa gestuelle

- Cet exercice incite à communiquer de façon marquante et théâtrale à partir d'un texte qui sera remis
- Renforcer son potentiel de communication

À partir d'exercices vidéo positifs les stagiaires sont invités à se réconcilier avec leur voix et leur image

Apprendre à faire une introduction originale

- Les stagiaires découvriront des méthodes originales pour entrer dans le vif du sujet et capter immédiatement l'attention de leur public

Transmettre une information complexe

- Les stagiaires apprendront à communiquer sur un aspect technique avec clarté, simplicité et concision en étayant chaque point avancé par une illustration ou une analogie

Une conclusion dynamique : la formule motivante

- Les stagiaires apprendront à conclure leur exposé de manière dynamique et positive

Communiquer efficacement sous pression

- La pression est fréquente, parfois rude et lourde de conséquences
- La qualité des réponses influe sur notre image

Dans cet exercice les stagiaires apprendront les techniques simples à mettre en pratique leur permettant de mieux communiquer sous pression

À partir d'exercices vidéo positifs les stagiaires sont invités à se réconcilier avec leur voix et leur image.

Public concerné - Prérequis

Durée

Tout public

2 journées soit 14 heures

TRANSMISSION DE SAVOIR

FORMATION TUTORAT

Objectifs

Assurer un tutorat permettant :

- une capitalisation par l'entreprise des savoir-faire détenus par le salarié,
- une bonne appropriation des transferts de savoir-faire par les stagiaires,
- un accompagnement efficace des stagiaires grâce à un tutorat motivant et impliquant,
- une autonomie des stagiaires.

Programme

Pour transmettre il faut savoir communiquer

- Les bases de la communication interpersonnelle
- La communication avec les apprenants
- Utiliser les mécanismes de communication pour mieux transmettre
- Avoir un discours efficace pour faire passer ses messages

Responsabilités et missions du tuteur

- Identifier les différents niveaux de la fonction tutorale
- Mettre en place les conditions d'un tutorat réussi
- Réussir les différentes étapes de l'accueil et de l'intégration
- Organiser l'accueil sur le poste de travail
- Définir les règles du jeu entre le tuteur et l'apprenant
- Comprendre les besoins de l'apprenant
- Besoins individuels et motivation
- Analyser les besoins de l'individu
- Faire la différence entre attentes et besoins
- Comprendre les moteurs de la motivation

Les particularités de la formation pour adultes

- Les 3 temps du tutorat
- L'attitude du tuteur
- Le contenu
- Objectifs

Méthodes pédagogiques pour transférer un savoir-faire

Transmettre son savoir

- Comment vit-on les situations de transmission de savoir-faire
- Accompagner l'acquisition des compétences
- Évaluer le transfert du savoir-faire professionnel

Préparation du cadre d'intervention

Jeux de rôles et mises en situation, vidéo training, favoriseront l'appropriation de la formation pour adultes

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Public concerné - Prérequis

Toute personne ayant à assurer
un rôle de tuteur

Durée

3 journées soit 21 heures

FORMATEUR INTERNE

Objectifs

Assurer des formations permettant :

- une capitalisation par l'entreprise des savoir-faire détenus par le salarié,
- une bonne appropriation des transferts de savoir-faire par les stagiaires,
- un accompagnement efficace des stagiaires grâce à un tutorat motivant et impliquant,
- une autonomie des stagiaires.

Programme

Savoir communiquer pour savoir former

- Du non verbal au verbal
- De la perception à la réalité
- Les pièges de la communication
- Le paradoxe de la communication
- La métaphore pour faire comprendre

Les bases de la formation

- Les particularismes de la formation des adultes
- L'objectif de la formation c'est le résultat à faire atteindre
- Les préalables au transfert de savoir-faire
- Savoir décomposer ses formations en séquences
- Concevoir le plan d'animation
- Quatre techniques principales

Comment transférer un savoir-faire professionnel

- Donnez envie dès le début
- Idées et techniques pour optimiser une formation
- Cycle de l'apprentissage et son pouvoir
- Optimisez la compréhension des apprenants
- Donnez du souffle à vos formations
- Huit techniques de réactivation pour améliorer la mémorisation
- La clôture cela se travaille aussi !
- Gérer les apprenants
- Configurez la salle en fonction de vos objectifs
- Supports et périphérique
- Cinq règles de base pour les PowerPoint
- Le paperboard
- Le rôle des périphériques
- Le rôle du livret de formation
- L'évaluation et le bilan

Concevoir votre formation : mise en pratique des acquis

Jeux de rôles et mises en situation, vidéo training favoriseront l'appropriation de la formation pour adultes

Public concerné – Prérequis	Durée
Toute personne ayant à assurer des formations internes	3 journées soit 21 heures

DÉVELOPPER SA COMPÉTENCE RELATIONNELLE

SAVOIR PRENDRE SOIN DE SOI POUR MIEUX AIDER LES AUTRES

Objectifs

À l'issue de cette formation, les stagiaires auront acquis les outils pour :

- Développer une meilleure écoute de soi favorisant une meilleure écoute de l'autre
- Améliorer leur communication en pratiquant une communication positive et bienveillante
- Anticiper et traiter les situations conflictuelles
- Identifier l'origine de leurs émotions limitantes, comprendre les conséquences sur leurs comportements et gérer leurs émotions
- Renforcer leur cohésion d'équipe
- Identifier les limites entre le professionnel et le personnel
- Prévenir et gérer leur niveau de stress...

Programme

Savoir écouter pour devenir celui qu'on écoute

- Comment nos filtres altèrent notre vision de la réalité
- Les pièges de la communication : de l'incompréhension à la confusion
- La communication positive
- Augmentez votre flexibilité
- L'art de développer son intelligence relationnelle

Comment faire le point de ses véritables besoins

- Les permissions
- Les 13 injonctions parentales limitantes
- Apprendre à apaiser ses émotions parasites
- À chacun sa vie à chacun son stress
- Mesurer vos stresseurs et votre niveau de stress
- Des outils pour gérer votre stress

Gérer les personnalités difficiles

- Adapter votre communication
- Savoir détecter et s'adapter aux différents comportements des personnalités difficiles
- Savoir gérer les conflits
- La principale cause d'un conflit : la frustration
- Le conflit c'est utile si on sait le gérer
- Les composantes d'un conflit

Comment réagir face à un conflit

- Attendre pour régler un conflit c'est l'aggraver
- Les différents cas face à un conflit
- Résoudre un conflit en tant que médiateur
- Résoudre un conflit en tant qu'acteur

Exercices et mises en situation professionnelle favoriseront l'apprentissage des techniques.

Illustration des techniques à l'aide de vidéos

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Public concerné - Prérequis

Durée

Tout public

3 journées soit 21 heures

DU STRESS AU BURN-IN ET DU BURN-IN AU BURN-OUT

Objectifs

Le stress, le « burn-out », aujourd'hui tout le monde en parle. Et la plupart des victimes d'un burn-out font le même constat ; les signes d'alertes existent. Le problème c'est que le premier signe est le déni, malgré les mises en garde de son entourage.

Cette formation va permettre aux stagiaires d'identifier les signes d'alertes et de mettre en place de nouveaux comportements leur permettant de gérer efficacement leur stress.

Programme

Communication et émotion

Du stress au burn-in puis au burn-out

- 10 questions sur le stress
- Les manifestations pathologiques induites par le stress
- Le stress mode d'emploi
- Les 3 types de burn-out
- Les 4 étapes du burn-out
- Les signes avant coureurs et les signaux d'alertes

À chacun sa vie, à chacun son stress

- Les facteurs externes et internes
- L'analyse fonctionnelle
- Mesurer vos stresseurs et votre niveau de stress
- Comment sortir des cercles vicieux

Premiers outils pour gérer son stress

- Comment modifier ses habitudes émotionnelles
- Comment et pourquoi modifier ses habitudes de pensées
- Savoir se renforcer pour lutter contre le stress
- Apprendre à réduire son niveau de stress

L'importance de l'identification de ses besoins

- Savoir faire le point de ses besoins
- Permission et absence de permission
- Les 13 injonctions parentales limitantes
- Les signaux de manque causés par les injonctions
- La liste de mes permissions

L'importance de ses émotions

- Apprendre à apaiser ses émotions parasites
- Gérer ses émotions en apprenant à s'accepter
- Comment favoriser le calme intérieur
- Apprenez à apprivoiser votre petit singe agile
- Soyez bienveillant avec vous-même

**Exercices et mises en situation professionnelle favoriseront l'apprentissage des techniques.
Illustration des techniques à l'aide de vidéos**

Public concerné - Prérequis

Durée

Tout public

2 journées soit 14 heures

GESTION DES PERSONNALITÉS DIFFICILES

Objectifs

Soigner la communication :

- Savoir écouter attentivement et transmettre une information factuelle, claire et précise.
- Identifier les attentes.
- Anticiper pour éviter les confrontations et prévenir les situations de crise.
- Savoir faire face aux problèmes et gérer les comportements agressifs.

Programme

Les pièges de la communication

- Du non verbal au verbal
- Êtes-vous factuels dans vos analyses ?
- Comment nous écoutons sans entendre
- Comment nos filtres altèrent notre vision de la réalité
- La complexité du langage digital
- Comment l'impact des messages influe sur le comportement
- Comment l'impact des émotions influe sur le comportement
- Le secret du contact humain pour bien communiquer

Favoriser une communication efficace et non conflictuelle

- Renforcer votre savoir communiquer
- Travailler votre feed-back
- La communication non violente
- Savoir se relaxer en travaillant

Les différentes personnalités difficiles

Apprendre à gérer les situations délicates

- La colère
- Le chantage affectif

Comment répondre aux personnes furieuses, impolies

- Conseils pour le traitement des personnes mécontentes
- Comment résister
- Mener délicatement vos entretiens

Savoir gérer l'agressivité

- Faites attention à l'interprétation de vos attitudes
- Les sources de l'agressivité
- Gérer l'agressivité

Les personnes en difficultés

- Comprendre
- Savoir s'adapter aux personnes en difficulté
- Quelques outils pour mieux se gérer

Vidéo, jeux de rôles et mises en situations professionnelles

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Public concerné - Prérequis

Administratifs, personnel d'accueil
et de soins...

Durée

2 journées soit 14 heures

MIEUX GÉRER L'AGRESSIVITÉ

Objectifs

Acquérir des techniques facilitant l'accueil et la conduite à tenir face à des personnalités difficiles, agressives ou ayant des tempéraments déviants. Anticiper pour éviter les confrontations et prévenir les situations de crise. Savoir faire face aux problèmes et gérer les comportements agressifs.

Programme

Favoriser une communication efficace et non conflictuelle

Renforcer votre savoir communiquer

Travailler votre feed-back

- Les avantages du feed-back
- Une critique est un cadeau
- Cultiver votre assurance

La communication non violente

- L'enfer vient-il des autres ou de vous ?
- La formulation positive et sa formule magique
- Éliminer de votre vocabulaire les 4 phrases qui agacent le plus
- Vos propres phrases interdites

Savoir se relaxer en travaillant

- La détente musculaire
- Cultiver votre souffle

Faites attention à l'interprétation de vos attitudes

- Les sources de l'agressivité
- Les chemins de l'agressivité
- Préjugés de l'accueilli favorisant son agressivité
- Processus de l'agressivité

Gérer l'agressivité

- Face à l'agressivité, prendre du recul, c'est prendre du temps
- Face à l'agressivité, ne pas montrer sa peur
- Les attitudes préventives
- Le coussin pour traiter les reproches
- Les situations extrêmes
- Que faire après une situation d'agressivité éprouvante

Jeux de rôles et mise en situation

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Public concerné - Prérequis

Durée

Tout public

2 journées soit 14 heures



Objectifs

Permettre aux stagiaires de se focaliser sur les outils et les techniques à mettre en œuvre pour savoir quel comportement adopter lorsque l'agressivité, la tension et la pression montent.

Programme

Savoir gérer un conflit

- Vous et le conflit
- 20 questions sur le conflit
- 3 grands mythes sur la gestion des conflits
- La principale cause d'un conflit : la frustration
- Conflit avec un objet explicite ou implicite
- Méthode de résolution de problème
- Pour quoi attendre, c'est aggraver la situation
- Les attitudes à éviter
- Comment gérer les personnalités difficiles pour éviter un climat conflictuel

La gestion des conflits

- Savoir avoir une approche positive d'un conflit
- Processus d'un conflit
- Comment agir face à un conflit
- Résolution de conflit
- Acteur ou médiateur
- Techniques en tant qu'acteur du conflit
- Techniques en tant que médiateur du conflit

Chaque thème fera l'objet d'exercices pratiques avec ou sans vidéo qui permettront aux stagiaires d'identifier les situations conflictuelles.

Apport théorique : 40 %

Apport pratique : 60 %

Public concerné – Prérequis

Durée

Tout public

1 journée soit 7 heures

COACHING INDIVIDUEL

Objectifs

Faciliter le changement.
Optimiser les capacités d'adaptation des individus.
Accélérer l'acquisition de compétences.
Générer des solutions innovantes.
Créer des ressources nouvelles.
Intégrer harmonieusement les acquis.

Programme

En amont

Une réunion préalable avec la personne concernée et sa Direction, pour fixer les objectifs, suivi d'un entretien individuel afin de valider le volontariat.

En amont de la 1^{ère} séance : la personne sera invitée à répondre à une série de tests pour l'aider à comprendre ses modes de fonctionnement, notamment en situation de conflits, de tensions ou de stress. Ces tests seront adressés directement par la personne à notre cabinet qui les dépouillera. Les résultats de ces tests lui offrent une grille de lecture qui favorise la compréhension de ses pratiques, de ses comportements et permettent de proposer des pistes d'améliorations.

L'accompagnement

- 1^{ère} séance de travail sur :

- Les objectifs de l'accompagnement et ses étapes
- La notion de feed-back
- La définition des critères permettant de vérifier la réussite de sa démarche tout au long des étapes
- La responsabilisation et l'implication de la personne concernée dans sa démarche

- 2^{ème} séance et suivantes :

- Accompagnement spécifique et intégration des fondamentaux et des outils de base nécessaires à l'accompagnement individualisé
- Chaque session démarre par un débriefing des actions menées entre séance et la fixation des objectifs de la séance dans la perspective des buts de l'accompagnement, ainsi que la validation des marqueurs de progrès par la personne

Les sessions sont clôturées par un feed-back sur la séance et ses actions à mener entre séance

Public concerné – Prérequis

Tout public

Durée

De 5 à 10 séances généralement

ACCOMPAGNEMENT, TRAVAIL EN ÉQUIPE

COHÉSION D'ÉQUIPE

Objectifs

La cohésion d'une équipe se mesure à travers deux critères :

- la qualité du niveau de confiance entre ses membres,
- son efficacité.

Il est très rare de voir constituer des équipes en posant d'abord les règles de fonctionnement.

Or, pour améliorer la cohésion d'une équipe, il est indispensable d'amener ses membres à :

- construire des modes de fonctionnement efficaces,
- clarifier les relations interpersonnelles,
- comprendre les objectifs et les enjeux de chacun.

Apprenons à mieux communiquer et mieux nous connaître

- Présentation croisée
- Exercices de communication
- Les bases de la communication verbale et non verbale
- Savoir écouter pour devenir celui que l'on écoute
- Comprendre l'origine des malentendus en communication
- Comment créer un climat de confiance

Le secret du contact humain

- L'empathie
- Le rapport de confiance
- Le tri sur soi ou sur les autres
- Respecter la distance individuelle
- Le mimétisme comportemental
- Apprendre à observer finement

Renforcer votre intelligence relationnelle

- Renforcer votre leadership
- Le sphinx
- La force des questions
- La reformulation
- Le coussin
- Travailler votre feed-back
- Une critique est un cadeau
- Cultiver votre assurance

Améliorer la communication et la cohésion

- L'oiseleur
- Le dictionnaire
- Jeux de rôle de prise de décisions collectives « le naufrage »
- Comment résoudre les conflits relationnels
- Jeux de l'enveloppe ou comment mieux comprendre les interactions et les conséquences de certaines décisions
- Travail sur un projet d'amélioration du fonctionnement à partir de la technique de team building : l'interface

Jeux de rôles et mise en situation

Public concerné - Prérequis

Durée

Tout public

2 journées soit 14 heures

ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

Objectifs

Connaître les étapes du « deuil » nécessaire au changement.
Savoir annoncer une décision impopulaire à ses collaborateurs.
Gérer les étapes successives du changement vécues par le collaborateur.
S'adapter aux changements des habitudes.
Connaître les conditions de réussite d'un changement.
Connaître les principales raisons de résister à un changement.
Maîtriser une technique d'annonce d'un changement devant un groupe.

Programme

Comprendre le changement, son impact et ses conséquences

Mon métier, ma mission

- Les bases de la communication verbale et non verbale
- Savoir être factuel
- Comprendre l'impact de ses messages sur le comportement de ses interlocuteurs
- Comment créer un climat de confiance

Le contexte du changement dans l'entreprise

- Reconnaître et accepter la situation
- Définir mes propres craintes, mes attentes
- Me positionner clairement par rapport au processus du changement
- Se recadrer positivement
- Le concept du champ de forces
- La méthode Delbecq
- Comprendre la nature du changement : « la conduite du changement » (vidéo film)
- Savoir diagnostiquer les résistances
- Les 5 phases du processus de résistance au changement

Accompagner le changement

- Comprendre comment réagit le collaborateur face au changement
- Comprendre dans quel état d'esprit est le collaborateur
- Savoir déceler la posture d'un collaborateur à l'annonce d'un changement
- S'adapter à chaque attitude et savoir motiver de façon différenciée

Jeux de rôles et mise en situation

Public concerné - Prérequis

Durée

Directeur, Cadres

3 journées soit 21 heures

COMMERCIALES

Le chiffre d'affaires n'est pas un cadeau du ciel, et même bardé de la certitude que le succès est une fatalité, les commerciaux ont une vision souvent très restrictive de ce qu'est la vente et n'utilisent que très peu les techniques et les méthodes qui sont à leur disposition pour couronner de succès leurs efforts.

De surcroît, très souvent quand ils ne vendent pas, c'est souvent la faute du prospect, de la conjoncture, de la concurrence, des prix, etc.

Pour nous : « **Vendre c'est faire acheter. C'est alors obligatoirement intervenir dans la décision d'achat du prospect, et donc lui vendre l'idée d'acheter... nos produits, nos prestations, notre méthodologie. »**

C'est d'autant plus vrai dans la vente des métiers techniques en business to business, avec des acheteurs ou des donneurs d'ordre.

Or, pour cela, il faut savoir communiquer. C'est pour quoi les formations que nous vous proposons permettront aux commerciaux d'avoir les mots pour mieux :

- découvrir les besoins et les motivations des prospects
- savoir les reformuler clairement
- proposer les arguments appropriés

Et aussi avoir les arguments pour mieux :

- aborder les freins
- traiter les objections

Et enfin, donner l'impulsion finale pour emporter la négociation.

Pour arriver à cela, mieux qu'un argumentaire, style liste de recettes, nous vous proposons de travailler avec vos équipes de ventes sur une véritable panoplie d'outils de communication verbale et non verbale et de techniques terrains propres à les aider dans la plupart des situations de ventes ou de négociations.

SAVOIR VENDRE C'EST FAIRE ACHETER

Objectifs

À l'issue de cette formation d'une durée de 3 jours les stagiaires auront acquis des méthodes et des techniques leur permettant de :

- Communiquer efficacement pour gagner la confiance du client
- Savoir découvrir les motivations et les modes de communication de ses interlocuteurs
- Maîtriser les étapes clés de la vente
- Savoir argumenter et convaincre
- Savoir répondre aux objections
- Connaître les stratégies et les techniques de négociations
- Connaître la spécificité de la négociation grands comptes

Programme

Les pièges de la communication en commercial

- L'erreur fatale du commercial : parler trop
- Développer son intelligence relationnelle
- Pour quoi la découverte de son client est-elle aussi importante
- Savoir reconnaître les 6 critères de motivation d'un prospect
- Comment créer un rapport de confiance

Que vendons-nous et à qui ?

- Comprendre ce que veut acheter un client
- Savoir capter l'attention et créer le désir chez son prospect
- Les techniques pour convaincre

La vente commence quand le client dit « non »

- Les 9 différentes objections
- Ce qu'il faut faire face à une objection
- De l'objection à l'argument en passant par la reformulation inductive
- Savoir répondre aux objections spécifiques des prospects ou clients de votre entreprise

Stratégie et tactique

- La négo : 2 phases, 4 domaines
- Principe de la résistance
- L'importance de la préparation
- Composantes d'un objectif de négociation
- Les 8 phases de la négociation
- Les pièges des acheteurs

Spécificités de la négociation grands comptes

- Quelle différence avec une négociation classique
- Comment bâtir une stratégie adaptée
- La psychologie des acheteurs grands comptes
- La négociation pluri décideurs
- Savoir déjouer les tactiques des grands comptes

Chaque thème abordé fait l'objet d'exercices et de mises en situation professionnelles réalisés en binôme par les stagiaires et débriefés avec le groupe pour permettre le partage d'expériences et de dégager des axes de progrès individuels et collectifs.

Public concerné - Prérequis

Cadres et commerciaux

Durée

3 journées soit 21 heures

COMMENT GÉRER LES SITUATIONS COMMERCIALES DÉLICATES

Objectifs

C'est à la signature que l'on mesure le succès d'une vente. Pourtant parfois suivre son plan de vente n'épargne pas les vendeurs d'être confrontés à des situations inattendues, complexes auxquelles il faut faire face avec assurance et pertinence. Nous avons recensé plus de 30 situations auxquelles devront faire face à un moment ou à un autre les commerciaux. Cette formation de trois jours leur permettra d'y être enfin préparés.

Programme

Mauvaise rencontre

- Le client qui fait attendre
- Le client vous reçoit entre 2 portes
- Le client parle d'autre chose

Mauvaise prise de contact

- Le client se plaint de la conjoncture
- Le client est sur la défensive
- Le client n'a pas le temps
- Le client garde ses distances

Découverte délicate

- Le client exprime peu ses besoins
- Le mind mapping au secours de la mémoire

Argumentation difficile

- Le client est réservé
- Le client est centré sur son besoin
- Le client est tenté par les concurrents

Les conclusions délicates

- Le client ne veut pas entendre
- Le client n'est pas convaincu de son besoin
- Le client est indécis
- Le client décide d'acheter ailleurs
- Le client a besoin d'un ultime argument

Les comportements efficaces

- Le client se dévalorise
- Le client a besoin de considération
- Le client veut vous convaincre
- Le client reste ancré sur ses certitudes

La dynamique de l'échange

- Le client a un comportement inhabituel
- Le client laisse la discussion s'enliser
- Le client se désintéresse peu à peu
- Le client prend mal vos propos

Les situations délicates

- Le client chicane sur les détails
- Le client est infidèle
- Le client est un expert
- Le client est dérangé pendant votre entretien
- Je me suis trompé sur le prix
- La réclamation

Chaque thème abordé fait l'objet d'exercices et de mises en situation professionnelles réalisés en binôme par les stagiaires et débriefés avec le groupe pour permettre le partage d'expériences et de dégager des axes de progrès individuels et collectifs.

Public concerné - Prérequis

Durée

Cadres et commerciaux

3 journées soit 21 heures

SOUTENIR EFFICACEMENT SON APPEL D'OFFRE

Objectifs

Cette formation de 2 jours permettra aux stagiaires de :

- Préparer et planifier une présentation efficace et convaincante
- Maîtriser son stress pour créer et maintenir une impression positive
- Trouver son style : être naturel et détendu
- Présenter ses idées avec clarté, conviction et concision
- Vendre ses idées, motiver les autres
- Véhiculer les valeurs de l'entreprise pour faire la différence

Programme

Savoir préparer sa soutenance efficacement

- Identifier le message essentiel à faire passer, le bon argument (budgétaire, techniques, etc.) en appliquant des techniques de questionnement, de reformulation (attentes clients)

Hiérarchiser l'information pour la dynamiser

- Utiliser ses présentations PowerPoint comme un atout
- Combiner prise de parole et présentation PowerPoint
- Évaluer sa prise de parole : identification des points forts et points d'amélioration

Trouver son style et gagner en naturel

- Apprendre à maîtriser son trac, anxiété : utilisation des techniques de décontraction et de respiration pour améliorer sa concentration et sa prise de parole
- Paraverbal : mieux maîtriser sa gestuelle, ses regards, gagner en présence en s'impliquant physiquement ; savoir jouer de sa voix : respiration, intonation, modulation, articulation

Gestion du temps

- Organiser son déroulement
- Préparation de son intervention dans un temps limité

Savoir répondre aux objections, critiques en public

- Synthétiser et reformuler en termes simples
- S'appuyer sur le concret, utilisation de métaphores, exemples d'autorité, comparaisons, références...

Donner une image forte à son intervention

- On a qu'une seule occasion pour faire une première bonne impression
- Du tac au tac... (Optimiser ses improvisations)

Ambassadeur de sa société

- Apprivoiser et faire fédérer son auditoire autour de ses valeurs
- En scène ! gestes, expressions, voix, mouvements...

Chaque exercice comporte plusieurs axes de progression : facteurs non verbaux, concision, image, crédibilité, structure, illustration, maîtrise... Dans une atmosphère constructive, chacun renforce ses points forts et corrige ses points faibles.

Travail en vidéo avec débriefing individuel et recherche d'amélioration en groupe.

Public concerné - Prérequis

Durée

Cadres et commerciaux

3 journées soit 21 heures

LA VENTE PAR TÉLÉPHONE EN B TO B

Objectifs

Que ce soit en appel sortant ou en appel entrant, la vente par téléphone répond à des règles précises si l'on veut être performant.

À l'issue de cette formation les stagiaires sauront :

- Gérer efficacement leur relation téléphonique
- Organiser ses séquences d'appels sortants
- Identifier les besoins et attentes réels des clients ou des prospects
- Répondre aux objections directes et cachées
- Argumenter de façon convaincante
- Proposer des produits additionnels
- Conclure positivement
- Relancer des devis
- Bâtir un argumentaire téléphonique spécifique

Programme

Maîtriser les outils de communication pour mieux gérer la relation téléphonique

- Les particularismes de la communication téléphonique
- Pour quoi votre attitude est déterminante ?
- L'impact des émotions sur le comportement

Les comportements efficaces au téléphone

- Pourquoi doit-on sourire au téléphone ?
- La qualité de votre voix va influencer votre prospect
- Les dix commandements du télevendeur
- Les interdits au téléphone

La vente par téléphone un job de détective

- Le processus d'achat du client ; entre la peur et l'envie
- Savoir reconnaître les 6 critères de motivation d'un prospect
- Savoir questionner habilement, découvrir les motivations de votre client

Comprendre ce que veut véritablement acheter un client

- Pourquoi la qualité d'un produit ne suffit pas pour vendre ?
- Caractéristiques techniques, bénéfices ou avantages quelles différences ?

Comment franchir les barrages avec élégance

- Les mots du barrage
- Le franchissement des barrages ; une course d'obstacles
- Trouver le bon interlocuteur

La prise de contact efficace

- Les différentes prises de contact pour mieux accrocher son interlocuteur

Les fondamentaux de la vente par téléphone

- Trois types de questions pour susciter l'intérêt du prospect
- Comprendre les ressorts de la motivation du prospect
- Créer le désir
- Savoir argumenter pour mieux convaincre
- Le traitement efficace des objections
- De l'objection à l'argument en passant par la reformulation inductive
- Construire son catalogue des meilleures réponses aux objections
- Les techniques pour conclure positivement

Mise en œuvre opérationnelle avec des appels en réels

Chaque thème abordé fait l'objet d'exercices et de mises en situation professionnelles réalisés en binôme par les stagiaires et débriefés avec le groupe pour permettre le partage d'expériences et de dégager des axes de progrès individuels et collectifs.

Public concerné - Prérequis

Cadres et commerciaux

Durée

3 journées soit 21 heures

LA PROSPECTION PAR TÉLÉPHONE EN B TO B

OBJECTIFS

La prospection téléphonique est un exercice difficile qui peut vite conduire au découragement sans la maîtrise des techniques qui permettent d'avoir une dynamique de prospection efficace.

PROGRAMME

Les fondamentaux de la télé prospection

- L'organisation
- Qualifier avec patience
- L'attitude
- Le vocabulaire
- Le sourire est dans la voix

Comment structurer un entretien de prise de rendez-vous

- Les aspects psychologiques de la rencontre aveugle, prospect / commercial
- Le plan d'une prise de rendez-vous
- Concevoir son propre guide d'entretien
- Franchir les barrages avec élégance
- Passer les standards et les secrétariats
- Astuces pour mieux éviter les barrages

Comment choisir son rendez-vous

- Accrocher son prospect avec à-propos
- Les différentes techniques pour prendre rendez-vous
- Comment questionner

La prise de rendez-vous commence quand le prospect dit non

- Vraie objection ou fausse barbe
- Traitement des objections
- La technique de l'entonnoir

Construction de l'argumentaire téléphonique personnel

Appel en réel

Chaque thème abordé fait l'objet d'exercices et de mises en situation professionnelles réalisés en binôme par les stagiaires et débriefés avec le groupe pour permettre le partage d'expériences et de dégager des axes de progrès individuels et collectifs.

Public concerné - Prérequis

Durée

Cadres et commerciaux

3 journées soit 21 heures



Patricia ALLIOT
Directrice Associée
pa@groupe-alliot-consulting.fr

CONTACTEZ-NOUS DÈS MAINTENANT
CE QUE DEPUIS 30 ANS NOUS RÉALISONS
AVEC SUCCÈS POUR NOS CLIENTS,
NOUS NOUS ENGAGEONS À LE FAIRE POUR VOUS
0 659 702 699

*Audit
Bilan de Compétences
Bilan Professionnel
Conseil en développement Commercial
Conseil en management
Conseil en organisation
Conseil RH
Coaching individuel et d'équipe
Coaching de Dirigeant et de CODIR
Recrutement et Chasse de tête*

Groupe ALLIOT Consulting
SARL au capital de 41 000 € - SIRET : 492 865 423 00023
Code NAF : 7022Z
N° activité OF : 72 33 07038 33
auprès de la Préfecture de la Région Nouvelle-Aquitaine
Référencée Datadock
[Http :\www.groupe-alliot-consulting.fr](http://www.groupe-alliot-consulting.fr)
pa@groupe-alliot-consulting.fr