

CAMPUS MANAGEMENT 1

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Développer les compétences du manager commercial pour s'adapter à un environnement marché publicitaire instable, complexe et hétérogène.

- Faire vivre les valeurs du management
- Connaitre le métier de manager commercial vs commercial
- Apprendre les différents types de management et de collaborateurs
- Savoir animer des points et des réunions en fonction des collaborateurs
- Trouver le bon équilibre entre motivation et exigence
- Être en ligne avec les outils et les pratiques existantes.

Prérequis : Manager commercial dans le domaine de la publicité en activité

Les compétences que doivent développer les Managers :

- Aisance à l'oral
- Force de conviction
- Créativité et innovation
- Concret et pragmatique

PARTICIPANTS

Manager commercial

DURÉE

3 jour ou 21 heures par stagiaire

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exemples concrets

Mises en situation et accompagnement sur la mise en œuvre opérationnelle.
Sous forme de training vidéo : sur la base de situations concrètes du manager R.R.R.

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- Introduction aux fondamentaux du management
- Prendre conscience de la différence entre « être Manager » et « non Manager »
- Les grandes missions et compétences du manager commercial : Manager proactif et réactif
- Connaître les outils d'analyses opérationnels
- Faire un diagnostic de performance de son équipe
- Connaitre son style de Management pour mieux Manager
- Adapter son Management en fonction des compétences et de la motivation du collaborateur
- Déterminer le style de Management à adopter en fonction des situations
- S'entraîner à des entretiens de Management : directif, participatif, persuasif, délégitif
- Animer des réunions avec aisance

Evaluation :



*Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.*



CAMPUS MANAGEMENT 2

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Développer les compétences du manager commercial pour s'adapter à un environnement marché publicitaire instable, complexe et hétérogène.

- Améliorez son management à distance
- Connaitre les techniques de coaching terrain opérationnel
- Pratiquer la formation opérationnel en agence
- Mettre en place un coaching opérationnel de qualité au sein de l'agence.
- Connaitre et mettre en place les démarches de créativité pour développer son activité commerciale.

Développer sa capacité à trouver le bon équilibre entre « exigence et motivation » afin de manager la performance commerciale et la motivation des commerciaux

Prérequis : Manager commercial dans le domaine de la publicité en activité ayant participé au campus 1

PARTICIPANTS

Manager commercial

DURÉE

3 jour ou 21 heures par stagiaire

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exemples concrets

Mises en situation et accompagnement sur la mise en œuvre opérationnelle.

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Les apports :

- Comprendre les spécificités du management à distance sur les dimensions d'organisation et de communication.
- Les 3 piliers de la légitimité du manager : leadership, compétences de manager, exemplarité
- Les 3 éléments indispensables pour être un coach opérationnel
- Travailler avec une grille de coaching opérationnel

La démarche pour un coaching opérationnel efficace.

- Avant : Prévenir le collaborateur, se fixer un objectif
- Pendant : observer, écouter, noter, éviter d'intervenir
- Après : utilisation de la grille d'évaluation.

Animer efficacement une séance de formation commerciale au sein d'une agence R.R.R.

- Prendre en main un groupe
- Susciter la participation, motiver, impliquer chacun
- Gérer les situations délicates
- Evaluer la formation

Evaluation :



*Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.*



CAMPUS MANAGEMENT 3

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Développer les compétences du manager commercial pour s'adapter à un environnement marché publicitaire instable, complexe et hétérogène.

1. Comprendre la notion de changement au sein de l'entreprise
2. Connaître la notion de Gestion des R.H.
3. Améliorez vos entretiens de recrutement
4. Améliorez sa prise de parole face à ces collaborateurs
5. Développez sa capacité de communication

Développer sa capacité à trouver le bon équilibre entre « exigence et motivation » afin de manager la performance commerciale et la motivation des commerciaux

Prérequis : Manager commercial dans le domaine de la publicité en activité ayant participé au campus 2

PARTICIPANTS

Manager commercial

DURÉE

3 jour ou 21 heures par stagiaire

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exemples concrets

Mises en situation et accompagnement sur la mise en œuvre opérationnelle.

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Définir la notion de Gestion des Ressources Humaines:

- Le pilotage des Ressources Humaines.
- Le recrutement d'un futur collaborateur
- Les enjeux, le parcours, l'entretien, l'intégration du collaborateur.
- Le changement au sein d'une organisation
- Comment accompagner, au mieux, le changement que vous allez initier



Soyez impactant dans votre prise de parole en public:

- Les principes de la communication orale
- Les situations déstabilisantes
- Déterminer l'objectif de communication
- Savoir structurer son discours suivant l'objectif
- Savoir commencer son discours. Savoir le terminer.
- Les astuces de communication orale lors de l'intervention
- La communication indirecte (l'appel / apport / ancrage)
- La rhétorique ou l'art de l'esquive
- Savoir poser des questions
- Utiliser des images et des analogies pour convaincre



Améliorez sa communication et développez son écoute active.

- Les stratégies de communication dans la relation avec ses collaborateurs.
- Savoir pratiquer une écoute active, reformuler est essentiel.



Evaluation :

*Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.*



LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les enjeux du métier de manager vs non manager
- Connaitre le paradoxe du management des Hommes.
- Appréhender les différents types de management et de collaborateurs.
- Développer sa capacité à manager par les compétences.
- Savoir utiliser les outils de la créativité pour motiver son équipe.
- Mettre en place l'animation opérationnelle de son équipe.
- Développer son leadership et renforcer sa crédibilité de manager.
- Améliorer sa communication et son écoute de manager.

Accompagner son équipe dans un environnement de changement majeur des médias locaux.

Prérequis : Manager commercial dans le domaine de la publicité en activité

PARTICIPANTS

Managers ou futurs managers

DURÉE

4 jours ou 28 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative. Mises en situation en sous-groupe.

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

Introduction au métier de manager dans le contexte actuel.

- Comprendre l'impact de la culture d'entreprise pour accompagner le changement.
- Prendre conscience du paradoxe du manager entre écoute, motivation et persuasion.
- Les différents styles de management : participatif, directif, persuasif, delegatif.

Développer sa capacité de Manager par les compétences.

- Identifier les différents profils des collaborateurs et de management
 - Déterminer les compétences clefs attendues de vos collaborateurs et de votre équipe
 - Adapter son Management en fonction des compétences et de la motivation du collaborateur.
- Evaluer la compétence de vos collaborateurs sur un axe.

Savoir faire preuve de créativité dans son Management.

- Etre capable de sortir des pièges du raisonnement conventionnel
- Connaitre les risques du raisonnement conventionnel
- Connaitre les différents outils pour améliorer sa créativité et les différentes techniques pour améliorer son initiative
- Créer un plan d'action de créativité pour son équipe

Améliorer sa communication, son écoute et son leadership.

- Les principes de la communication orale et de la prise de parole en public.
- Différencier communication interpersonnelle, de groupe et de masse.
- Parler pour convaincre et non pour persuader
- Les astuces de communication orale lors de l'intervention
- Déterminer l'objectif de communication : informer, divertir, convaincre, négocier, etc.

Evaluation :



*Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.*



AMÉLIORER SES PRATIQUES DE COACHING OPÉRATIONNEL

OBJECTIF PÉDAGOGIQUES

Etre capable en tant que manager de mettre en place un plan d'action concret basé sur l'analyse, la décision et l'action

Prérequis : Manager expérimenté en activité

PARTICIPANTS

Managers

DURÉE

4 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.

Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME



- Manager et formateur pourquoi ?

- La formation opérationnelle notions.



- La bonne pratique du training

- La bonne pratique du coaching opérationnel



- La bonne pratique de la formation opérationnelle

- Co- construire vos outils...soyons concret.

s'entraîner

- Training et jeux de rôle

- S'entraîner à ces nouvelles pratiques

Evaluation :

Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.

Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.



FORMATION MANAGEMENT

DEVELOPPEZ LA PERFORMANCE COMMERCIALE EN
PUBLICITÉ LOCAL MULTIMÉDIA

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Développer sa capacité à pratiquer le coaching prise de rdv par téléphone et le training simple et efficace Améliorer son accompagnement terrain

Prérequis : Manager commerciaux expérimentés

PARTICIPANTS

Managers commerciaux

DURÉE

1 jours ou 7 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.

Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

- Maitriser l'animation des entretiens collectifs et individuels à distance
- Apprendre l'animation des entretiens individuels en face à face
- Les outils du management stratégique
- La notion de culture d'entreprise et de changement
- Les outils et pratiques de management de la B.U
- La mise en place des priorités commerciales
- La communication efficaceLa bonne posture du manager
- Développer sa capacité à pratiquer le coaching prise de rdv par téléphone et le training simple et efficace
- Améliorer son accompagnement terrain
- Comprendre la communication inter personnelle avec les commerciaux pour mieux faire passer les messages
- Training et jeux de rôle
- S'entraîner à ces nouvelles pratiques

Evaluation :

Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.

Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.



FORMATION MANAGEMENT

BATÎR ET METTRE EN PLACE L'ENTRETIEN INDIVIDUEL

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Déterminer les bonnes pratiques de management
- Formaliser ces pratiques dans un référentiel de management ad hoc.
- Mettre en place ces pratiques dans son quotidien professionnel

Développer sa capacité à pratiquer l'animation des entretiens individuels avec les commerciaux de son équipe.

Prérequis : managers commerciaux expérimentés

PARTICIPANTS

Managers commerciaux

DURÉE

1 jours ou 7 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.

Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME



- La communication avec les commerciaux.
- L'animation des entretiens individuels, notions.



- La bonne pratique des entretiens, le fond.
- La bonne pratique opérationnelle.



- La bonne pratique des entretiens, la forme.
- Co- construire vos outils...soyons concret.

s'entraîner

- Training et jeux de rôle.
- S'entraîner à ces nouvelles pratiques.



Evaluation :

Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.

Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.



AMÉLIORER SES PRATIQUES DE COACHING OPÉRATIONNEL

OBJECTIF PÉDAGOGIQUES

Etre capable en tant que manager de mettre en place un plan d'action concret basé sur l'analyse, la décision et l'action

Prérequis : Manager expérimenté en activité

PARTICIPANTS

Managers

DURÉE

4 heures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Utilisation de 4 méthodes pédagogiques : découverte, magistrale, démonstrative, interrogative.

Mises en situation individuelle et accompagnement sur la mise en œuvre

LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME



- Manager et formateur pourquoi ?

- La formation opérationnelle notions.



- La bonne pratique du training

- La bonne pratique du coaching opérationnel



- La bonne pratique de la formation opérationnelle

- Co- construire vos outils...soyons concret.

s'entraîner

- Training et jeux de rôle

- S'entraîner à ces nouvelles pratiques

Evaluation :

*Mise en situation reprenant l'intégralité de la méthode développée.
Evaluation écrite par les stagiaires à l'issue de la formation.*

