

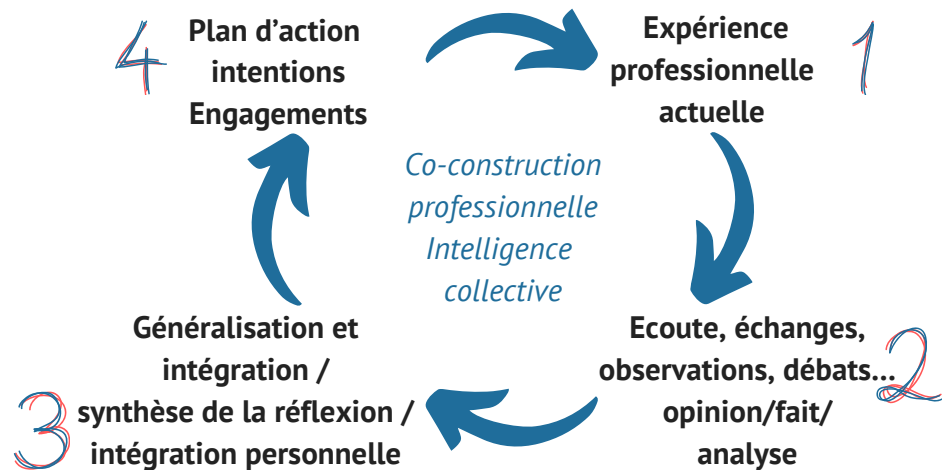
# L'INTELLIGENCE COLLECTIVE POUR DÉVELOPPER CRÉATIVITÉ ET AGILITÉ DE VOS COLLABORATEURS

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Décrire, co-construire, modéliser, mettre en pratique

La démarche de co-construction professionnelle...de l'idée à l'action...

Prérequis : pas de prérequis



### PUBLIC CONCERNE

Ensemble des collaborateurs

### DURÉE

2 jours

## METHODE UTILISÉE

### « Atelier de co-construction professionnelle »

- Explication du thème à travailler et de l'objectif à atteindre.  
Le consultant précise les objectifs. Les participants écoutent et notent.
- Les participants posent des questions pour approfondir et mieux comprendre.
- L'animateur formule la demande définitive au groupe.
- Propositions des bonnes pratiques. (co-construction)
  - Chaque participant va réfléchir individuellement et noter ses idées au paper board.
  - Partage des idées : questions réflexives, réactions, commentaires, idées, suggestions...
  - Le consultant écoute sans débattre, fait préciser au besoin, et note les suggestions des participants.
- **Synthèse des échanges (modélisation)**  
Le groupe indique ce qu'il souhaite modéliser.  
Le groupe bâtit et formalise.
- **Clôture de l'atelier par le consultant et évaluation par exercice pratique :**  
Quelles sont les 3 idées fortes que l'on peut retenir et capitaliser ?

### Evaluation :

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



# TRAVAILLER EN MODE PROJET

FORMATION MANAGERS COMMERCIAUX ET TRANSERVES

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Les enjeux du travail en mode projet
- Les bonnes pratiques du mode projet
- Les facteurs clés de succès du mode projet
- S'entraîner pour acquérir cette démarche.



Prérequis : managers commerciaux ou transverses en activités

### PARTICIPANTS

Collaborateurs managers

### DURÉE

1 jours ou 7 heures

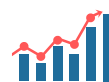
### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

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

- Analyser le contexte du projet de changement d'organisation
- Définir le rôle du manager comme garant du succès du projet
- Comprendre les mécanismes à l'origine des comportements humains face au changement
- Identifier les étapes du changement et leur impact sur les collaborateurs concernés.
- Utiliser les leviers d'action du manager
- Identifier les risques et les anticiper
- Répertorier tous les facteurs de risque associés aux personnes composant l'équipe.
- Mettre en place des mesures préventives individuelles ou collectives pour pallier ces risques.



### **Evaluation :**

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

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

# PRISE DE RENDEZ-VOUS PAR TÉLÉPHONE

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir les bonnes pratiques opérationnelles pour optimiser sa prospection multicanal.
- La prise de rendez-vous téléphonique : travailler les bonnes formulations, le bon ton, le discours.
- Connaître et maîtriser le scénario idéal d'une prospection efficace
- Développer une intelligence relationnelle en étant naturel hors contexte commercial pur.

*Développez sa prise de rendez-vous annonceur qualifié pour augmenter sa performance commerciale.*

*Prérequis : commercial en activité*

### PARTICIPANTS

Commercial

### DURÉE

3 jours ou 21 heures par stagiaire

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

Exemples concrets, mise en situation et accompagnement sur la mise en oeuvre opérationnelle

## LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

**Accueil, présentation du programme et du cursus de formation.**

**Déterminer les différences entre la communication en face à face et au téléphone :**

- Comprendre les enjeux de la communication à distance, par téléphone.



**Les fondamentaux de la relation par téléphone :**

- Les DIVAS : comprendre l'importance du paraverbal dans la communication client
- L'écoute active pour améliorer sa performance commerciale par téléphone : Les outils pour pratiquer l'écoute active



**Les différentes phases pour la prise de rendez-vous par téléphone :**

- Cibler précisément les prospects/clients à contacter.

Découvrir les informations nécessaires à la première prise de contact :

- Identifier les forces/faiblesses de son offre par rapport au prospect/client pour trouver des points d'appuis



**Le fil rouge de l'appel sortant pour prendre un rendez-vous qualifié :**

- J'accueille, J'identifie, Je reformule, Je réponds, Je conclus. Je prends congés.

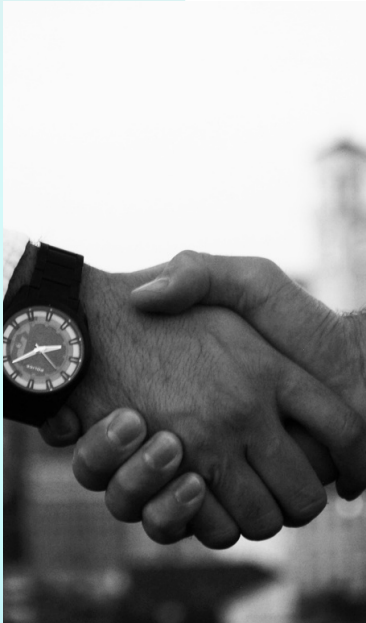
**Passer des barrages par la maîtrise d'un argumentaire et de techniques de traitement d'objections adaptées.**



**Evaluation :**

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

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



# ORGANISER ET REUSSIR SA PROSPECTION TELEPHONIQUE

## OBJECTIF PEDAGOGIQUES

*Être capable de maitrise l'ensemble des méthodes et des comportements de afin de développer son activité*

**Prérequis : commercial en activité**

### PARTICIPANTS

Commerciaux

### DURÉE

: 2 jours ou 14 heures

### MOYENS 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

- Acquérir les réflexes malins pour susciter l'envie, le besoin.
- Connaître et utiliser les moyens d'une prospection efficace (la veille, les canaux numériques, les chaines de rdv, l'envoi d'articles, ...).
- La prise de rendez-vous téléphonique : travailler les bonnes formulations, le bon ton, les techniques de discours.
- Connaître et maitriser le scénario idéal d'une prospection efficace (mail/ appel/ mail de confirmation/explication de la démarche).
- Savoir marquer son intérêt pour l'autre sans ne penser qu'à la vente à conclure.
- Développer une intelligence relationnelle en osant la sympathie hors contexte commercial pur.
- S'entraîner à ces nouvelles pratiques opérationnelles.



### **Evaluation :**



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

# LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

### Les points importants pour une bonne prise de parole

- Les points forts
- Les points à éviter
- S'entraîner pour acquérir cette démarche

**Prérequis : collaborateurs en postes**

### PARTICIPANTS

Collaborateurs en postes

### DURÉE

1 jour ou 7 heures

### MOYENS 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 notion d'écoute active
- Les bonnes questions à poser pour commencer sa prise de parole
- La démarche efficace pour se préparer
- Les 5 étapes pour bien se faire comprendreLes 4 étapes du pitch efficace
- Les étapes clés pour le feed back
- Training de prise de parole en public



### **Evaluation :**



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

# RÉDIGER DES ÉCRITS PROFESSIONNELS EFFICACES

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

### Renforcer son efficacité professionnelle

- Rédiger un document écrit en respectant les règles orthographiques, syntaxiques et grammaticales.
- Utiliser les techniques de communication écrite pour faciliter la lecture d'un document écrit et le rendre attractif.
- Réviser en s'amusant les règles élémentaires du français
- Retrouver le plaisir d'écrire en milieu professionnel

**Prérequis : tout collaborateur ayant à rédiger régulièrement des écrits**

### PARTICIPANTS

Collaborateurs en postes

### DURÉE

2 jours

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

QCM sur les règles du français sous forme d'intermèdes, exercices sur des textes existants, travail sur ses propres écrits afin de valider l'acquisition des compétences, travail sur ordinateur

## LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

### Différence entre communication orale et écrite :

- Ce qui manque à l'écrit, ce qu'on y ajoute
- L'interprétation du message à l'oral et à l'écrit

### La préparation :

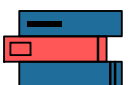
- Lire pour être lu, penser lecteur
- Réfléchir à l'objectif du texte
- Les 5 étapes de construction d'un écrit professionnel

### Les règles de construction d'un écrit :

- Les verbes introducteurs
- Les 3C
- Le principe de visibilité d'un écrit
- La ponctuation (historique et utilisation)
- Les paragraphes

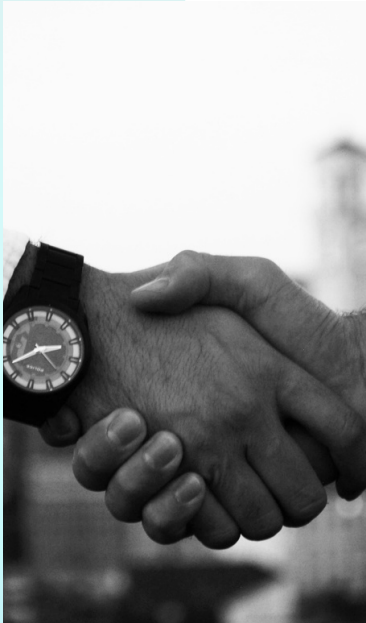
### Les différents écrits et leurs règles :

- Le compte-rendu
- La note de service
- Le mail
- Les PowerPoint de présentation



### Evaluation :

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



# GESTION DU STRESS

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

### Renforcer son efficacité professionnelle

- Comprendre les mécanismes et les manifestations de son propre stress.
- Savoir se préserver du stress dans son environnement professionnel
- Savoir définir des objectifs pour faire face aux situations stressantes
- Savoir définir une stratégie... et s'y tenir

**Prérequis : Tout collaborateur en poste**

### PARTICIPANTS

Collaborateurs en postes

### DURÉE

2 jours  
+ 1 jour de retour d'expérience

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

Exercices de réflexion en sous-groupes, tests d'autoévaluation, plan d'action individuel, études de cas, vidéos, principe du plan d'action

## LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

### Approche générale du stress:

- Différencier le stress « animal » et le stress « lié au travail »
- Données statistiques en France et en Europe

### Le fonctionnement du stress

- Les 3 phases du stress
- Les facteurs du stress (la montre et la boussole)
- Les manifestations du stress
- L'influence de l'environnement

### Savoir définir un objectif viable

- Se débarrasser du stress, ou l'accepter

### Les différentes stratégies :

- Les stratégies centrées sur les émotions
- Les stratégies centrées sur les problèmes

### Savoir communiquer pour prévenir le stress :

- Les non-dits, les conflits larvés, comment s'en débarrasser
- Utiliser les stratégies de communication adaptées

### **Evaluation :**

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



# DÉVELOPPER L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE ET PÉDAGOGIQUE DE VOS TUTEURS

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître et savoir se situer dans ses rôles et missions du tuteur en entreprise.
- Construire un plan d'accompagnement de la compétence
- Accompagner le tutoré dans son apprentissage sur le poste de travail
- Connaître les techniques pédagogiques et de coaching
- Travailler la posture de "tuteur" avec l'écoute active et la communication asservie

**Prérequis ; Collaborateur ayant une fonction de tuteur dans l'entreprise**

### PARTICIPANTS

Collaborateur ayant une fonction de tuteur

### DURÉE

2 jours  
+ 1 jour de retour d'expérience

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

Exercices de réflexion en sous-groupes, tests d'autoévaluation, plan d'action individuel, études de cas professionnel, vidéos, co-construction du plan d'action après formation

## LES POINTS CLÉS DU PROGRAMME

### • Tuteur en entreprise, définition clés :

Les différents types de tutorat : le nouvel embauché, l'alternant et le stagiaire.  
Le rôle du tuteur : professionnaliser, accompagner, développer la compétence  
Les grandes missions du tuteur

### • Les outils pédagogiques pour faciliter l'apprentissage :

Connaître les principes pédagogiques pour adultes  
Comprendre la notion d'acquisition des compétences professionnelles.  
Bâtir le plan de développement des compétences et fixer les objectifs pédagogiques.  
Réalisation du plan d'apprentissage

### • Mettre en place une séquence pédagogique opérationnelle :

Construire le schéma pédagogique et animer la séance

### • Améliorer sa communication pour une relation de qualité avec le tutoré.

Utiliser les techniques de communication et d'écoute active, adapter son comportement au profil de l'apprenant.

### • Valoriser les acquis et encourager la progression.

### • Encourager et mobiliser pour maintenir l'effort du tutoré.

### • Cas pratiques apportés par les tuteurs.

### **Evaluation :**

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

