



FORMER LES ACTEURS DU COMMERCE

RECUEIL DE FORMATIONS

V2 - 02/09/2022

SOMMAIRE

PRESENTATION	3
INTERVENANTS	4
TECHNIQUE DE VENTE	5
PROSPECTER	5
VENDRE	6
NEGOCIER	7
FIDELISER.....	8
RELATION CLIENT	8
INSTAURER UNE DEMARCHE DE RELATION CLIENT.....	9
ENCHANTER LA RELATION CLIENT	10
PILOTER UN CENTRE DE RELATION CLIENT	11
CERTIFIER LA RELATION CLIENT	12
MANAGEMENT	12
MANAGEMENT GENERAL	13
MANAGEMENT DE MANAGERS	14
MANAGEMENT TRANSVERSAL	15
MANAGEMENT A DISTANCE	16
STRATEGIE D'ENTREPRISE.....	17
DEVELOPPER UNE POLITIQUE GENERALE D'ENTREPRISE	17
ELABORER UN BUSINESS PLAN.....	18
ELABORER UN PLAN MARKETING	19
ELABORER UN PLAN D'ACTION COMMERCIALE.....	20
CONDITIONS GENERALES DE VENTE.....	21

PRESENTATION

Professionnels ou futurs acteurs du commerce, vous souhaitez développer ou approfondir vos compétences et maîtriser l'environnement de votre secteur d'activité.

Les solutions formation que nous présentons ont pour ambition de développer les savoir-faire grâce à une entrée par **domaines d'activités**, ainsi, en fonction de vos besoins particuliers, vous pourrez définir avec notre aide le niveau d'expertise à atteindre.

La spécificité de ce recueil est qu'il adopte le principe de granularité et d'adaptation : chaque module est indépendant et peut aussi être complémentaire avec tous les autres en fonction de chaque projet, et nous créons systématiquement des modules adaptés à vos besoins.

Chaque parcours prévoit un **suivi individuel de mise en application en entreprise** qui pourra être complété par un **coaching sur le poste de travail** et/ou un **accompagnement à distance**.

Vous trouverez à partir de la page 5 les fiches produits des exemples de modules que nous pouvons proposer pour les formations inter réparties en 4 thématiques :

| **Technique de vente**

| **Relation client**

| **Management**

| **Stratégie d'entreprise**

Pré-requis, modalités d'admission et délais d'accès :

La validation des pré-requis des stagiaires sera réalisée lors du recueil de besoin individuel. Ce recueil de besoin sera réalisé au minimum 10 jours avant le début de l'action de formation par le biais d'une série d'entretiens individuels, physique ou à distance, avec le commanditaire et chacun des stagiaires. Le délai d'accès à la formation est de 10 jours minimum jusqu'à 3 mois maximum.

Modalités de mise à disposition des supports pédagogiques :

Les stagiaires reçoivent un livret contenant les apports théoriques de la formation.

Modalités d'évaluation :

Évaluation formative, évaluation de l'atteinte des objectifs pédagogiques au terme de la formation, évaluation "à froid" du niveau de compétences atteint au poste de travail sous un délai de 3 mois. Une évaluation s'appuyant sur la création d'outils liés à l'activité et la mise en œuvre des savoirs acquis nous permet au terme de la formation de délivrer une attestation de capacités.

Accès personnes en situation de handicap :

Accessibilité des locaux (bureaux et salles de formation) aux personnes à mobilité réduite. Accueil et accompagnement des personnes en situation de handicap.

Une proposition adaptée à votre situation peut être mise en place.

Modalité de collecte des appréciations :

L'organisme de formation collectera les appréciations de toutes les parties prenantes par l'intermédiaire d'un questionnaire en ligne partagé par mail ou QRcode. En cas d'impossibilité d'accès aux outils numériques une version papier sera proposée sur place ou envoyée par voie postale. Sans réponse sous un délai d'une semaine, une relance par mail ou voie postale sera effectuée.

INTERVENANTS

Nous bénéficions d'un réseau de partenaires pouvant intervenir dans les différents secteurs en lien avec le développement de votre entreprise et de vos compétences. Nos partenaires sont sélectionnés à partir d'une double expertise : l'expertise métier mais également l'expertise pédagogique. Cette sélection nous permet d'assurer la qualité de service que nous tenons à vous offrir.

Maxime FOULON

Fondateur de ACF DEVELOPMENT

Consultant et formateur en développement des entreprises et des compétences commerciales



Après avoir collaboré au développement et à la réussite de grandes entreprises, j'ai pu constater, qu'à l'inverse, les dirigeants des petites entreprises se retrouvent souvent seuls face à leurs prises de décisions, et qu'ils doivent être performants dans de multiples secteurs afin de développer leur activité. J'ai donc choisi de travailler à leurs côtés pour les accompagner sur le chemin de la réussite.

En parallèle, je continue d'apporter mon concours à de grands groupes et organismes de formation soucieux de mettre à disposition de leurs apprenants des professionnels de la formation spécialistes de leur domaine.

Spécialiste de la fonction commerciale et relation client, mon expertise est basée sur une double compétence stratégique et opérationnelle. De formation supérieure en Management

et Stratégie des Entreprises, je bénéficie de plus de 10 ans d'expérience dans le développement des entreprises et la distribution retail BtoC / BtoB de produits et de services.

TECHNIQUE DE VENTE

PROSPECTER

(référence interne : TVP)

OBJECTIF DE FORMATION :

Mettre en place ou optimiser une prospection commerciale en identifiant les leviers les plus efficaces en fonction de l'activité

Profils stagiaires :

Vendeurs et commerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale

Objectifs pédagogiques :

Avoir une activité plus centrée sur la prospection commerciale
Développer son portefeuille client en actionnant les bons leviers
Renforcer l'impact des propositions commerciales et améliorer son taux de transformation

Contenus :

Se motiver sur l'activité de prospection

- Tester sa propension à prospecter et sa capacité à tenir un challenge
- Analyser et surmonter son stress et ses éventuels freins à la prospection
- Portefeuille clients ou prospects ? Comment déterminer sa cible ?

Identifier une stratégie de prospection commerciale

- Identifier les différents "réseaux" permettant de prospecter en fonction de son marché
- Prospection virtuelle, physique ou par téléphone ? Evaluer le levier le plus efficace
- Quel levier est-il le plus efficace pour moi ? Quelle est ma zone de confort ?

Développer la prospection commerciale avec efficacité

- Organiser et planifier son action commerciale en fonction de ses missions
- Déterminer la durée, la période, les horaires, le support, les objectifs
- Savoir développer un réseau pour une approche proactive

Optimiser l'impact de la prospection et des propositions

- Structurer son argumentaire et son plan de vente
- Défendre oralement sa proposition commerciale
- Assurer un suivi rigoureux des contacts

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

TECHNIQUE DE VENTE

VENDRE

(référence interne : TVV)

OBJECTIF DE FORMATION :

Appréhender les techniques de vente et travailler sa capacité à convaincre

Profils stagiaires :

Vendeurs et commerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale

Objectifs pédagogiques :

Maîtriser toutes les étapes d'un entretien commercial

Piloter un entretien et engager un climat de confiance avec son interlocuteur

Développer les techniques de traitement des objections, travailler l'argumentation

Engager son interlocuteur vers une prise de décision, travailler la clôture de la vente

Contenus :

Aborder habilement un client

- Diriger un dialogue avec délicatesse et professionnalisme, engager une relation positive
- Voir ou revoir le principe de l'écoute professionnelle (écoute active et passive)
- Travailler et perfectionner son discours commercial

Maîtriser la communication non verbale

- S'approprier la gestion des espaces dans un entretien en face à face
- La synchronisation, une étape vers un climat de confiance optimisé
- Maîtriser la gestuelle et la posture du commercial

Adopter les techniques de la découverte client

- Retour sur la finalité d'une découverte efficace : pourquoi découvrir son client ou prospect ?
- Retour sur les techniques fondamentales, l'écoute, le questionnement et la reformulation
- Préparer le terrain à son argumentaire, préparer ses questions, préparer son entretien

Piloter, travailler son argumentaire et ses réponses aux objections, clôturer la vente

- L'argumentation efficace dans un entretien de vente
- Savoir traiter et répondre aux objections d'un client ou prospect
- Gérer la conclusion et engager son interlocuteur vers une prise de décision

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

TECHNIQUE DE VENTE

NEGOCIER

(référence interne : TVN)

OBJECTIF DE FORMATION :

Maîtriser les techniques de négociation

Profils stagiaires :

Cadres commerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale et maîtrisant les fondamentaux de la vente

Objectifs pédagogiques :

Mesurer les enjeux de la négociation et se préparer à la négociation

Intégrer les enjeux et les marges de manœuvre de l'autre partie

Bâtir son argumentation, affûter ses arguments et ajuster son comportement

Contenus :

Se connaître pour réaliser une négociation commerciale efficace et constructive

- Prendre conscience de ses qualités et de ses défauts pour les utiliser
- Les enjeux d'une négociation : convaincre ou vendre ses idées
- Déterminer ce qu'il faut faire et ne pas faire dans une négociation
- Maîtriser l'écoute de l'autre et savoir faire parler l'autre

Préparer sa négociation commerciale avec méthode

- Se renseigner sur les fonctions et les motivations de ses interlocuteurs
- Lister ses arguments et définir sa marge de manœuvre
- Anticiper les moments forts de la négociation
- Savoir se fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs

Maîtriser les stratégies de négociation commerciale

- Appliquer les techniques fondamentales de la négociation commerciale
- Traiter les objections et savoir sortir des blocages
- Connaître les techniques de déstabilisation
- Principe de la négociation gagnant-gagnant

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

TECHNIQUE DE VENTE

FIDELISER

(référence interne : TVF)

OBJECTIF DE FORMATION :

Appréhender les techniques de fidélisation de la clientèle

Profils stagiaires :

Toute personne exerçant une activité commerciale

Objectifs pédagogiques :

Intégrer des méthodes pratiques d'écoute client pour identifier leurs critères de choix et leur niveau de satisfaction

Développer une démarche construite pour fidéliser les clients

Acquérir des méthodes et outils pour mettre en œuvre des actions de fidélisation

Contenus :

Introduction à la formation relation client : Mesurer la satisfaction client

- S'appuyer sur les interviews, questionnaires et enquêtes réalisés auprès de la clientèle
- Connaître les écarts entre qualité offerte et qualité perçue
- Se positionner en tant que vendeur face à la concurrence

Mettre en œuvre des actions de fidélisation auprès de ses clients

- Bien connaître ses segments de clientèle pour un ciblage efficace
- Fidéliser par le service
- Fidéliser par l'offre
- Connaître les outils de fidélisation du marketing direct

Optimiser ses actions en vue d'optimiser l'attractivité et le capital fidélisation de son enseigne

- Tirer profit des réussites récentes les plus marquantes
- Investir sur les moments forts de la relation client
- Mesurer les résultats de ses actions pour s'adapter en permanence

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes
Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

RELATION CLIENT

INSTAURER UNE DEMARCHE DE RELATION CLIENT

(référence interne : DRC)

OBJECTIF DE FORMATION :

Optimiser l'organisation en interne afin d'instaurer une démarche de relation client

Profils stagiaires :

Cadres commerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale et maîtrisant les fondamentaux du marketing

Objectifs pédagogiques :

Comprendre les enjeux de la Gestion de la Relation Client

Maîtriser les concepts de base

Maîtriser les techniques opérationnelles

Formaliser les modes opératoires et les processus clients

Contenus :

Placer le client au cœur du système

- Considérer le client comme un acteur de l'entreprise, développer une vision client transversale
- Élaborer une stratégie orientée client
- Analyser et améliorer les processus client
- Développer et partager la connaissance sur les clients

Intégrer la technologie dans la gestion de la relation client

- L'importance des Bases de Données
- Développer une stratégie multicanal entrante et sortante
- Utiliser le datamining et les techniques statistiques adaptées
- Profiler ses clients sans oublier de les respecter

Réussir son projet de Gestion de la Relation Client

- Faire le bilan des ressources et compétences nécessaires
- Constituer une équipe projet adéquate impliquant les différents acteurs et dirigeants
- Intégrer la GRC dans les profils et définitions de poste des « personnels en contact »
- Informer et former en permanence ses collaborateurs

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes
Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

RELATION CLIENT

ENCHANTER LA RELATION CLIENT

(référence interne : ERC)

OBJECTIF DE FORMATION :

Développer la relation client afin d'améliorer la qualité de service

Profils stagiaires :

Vendeurs, commerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale

Objectifs pédagogiques :

Maîtriser la communication pour valoriser son image et celle de son entreprise

Savoir écouter pour répondre efficacement aux exigences de la clientèle

Répondre aux attentes des clients en matière de relation et développer le sens du service

Contenus :

Optimiser et développer la relation client

- Comprendre les enjeux de la relation client
- Appréhender le principe de la satisfaction du client

Développer une communication efficace dans le cadre de la relation client

- Véhiculer une image positive de son entreprise
- Maîtriser les canaux de communication
- Savoir s'adapter, écouter, questionner et reformuler les attentes

Créer un climat de confiance avec son interlocuteur

- Savoir être disponible et prendre le temps
- Comprendre la définition de sens du service et sa signification
- Savoir comment mettre en valeur le client

Gérer les conflits efficacement dans la relation client

- Savoir prendre du recul et analyser l'insatisfaction du client
- Être à son écoute et faire preuve d'empathie
- Traiter l'insatisfaction avec méthode

Capitaliser sur la relation client

- Tenir ses engagements et informer le client
- Communiquer ses observations dans une démarche d'amélioration continue

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes
Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

RELATION CLIENT

PILOTER UN CENTRE DE RELATION CLIENT

(référence interne : CRC)

OBJECTIF DE FORMATION :

Intégrer la relation client à distance via un centre d'appel

Profils stagiaires :

Télécommerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale à distance

Objectifs pédagogiques :

Garantir un traitement professionnel des appels entrants comme des appels sortants

Valoriser l'image de la société à travers un message professionnel

Maîtriser les contraintes de la relation clients à distance

Contenus :

Les fondamentaux de la communication téléphonique

- Le langage verbal et positif
- Le vocabulaire conventionnel

Les savoir-faire de pointe en émission ou réception d'appels

- L'entretien téléphonique en réception d'appel
- L'entretien téléphonique en émission d'appel

Conduire un entretien en réception et émission d'appel

- Les règles fondamentales de l'argumentation dans le cadre de la relation clients à distance
- Comprendre et répondre aux objections avec méthode
- Savoir réaliser une synthèse, reformuler et conclure

Maîtriser les situations fragiles : retour sur les fondamentaux

- Focus sur la sécurité et l'estime en tant que besoins fondamentaux
- Connaître la typologie des interlocuteurs au téléphone et leur fonctionnement
- Travailler son écoute active et passive : l'écoute professionnelle
- Mieux contrôler ses émotions et prendre du recul en toutes situations

Les outils de la relation clients à distance

- Intégrer l'outil informatique dans ses
- Focus sur la manipulation et la gestion du casque de téléconseiller

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes
Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

RELATION CLIENT

CERTIFIER LA RELATION CLIENT

(référence interne : CERTIFRC)

OBJECTIF DE FORMATION :

Identifier les enjeux et opportunités liés à la certification de la relation client

Profils stagiaires :

Cadres commerciaux, toute personne exerçant une activité commerciale

Objectifs pédagogiques :

Prendre connaissance des exigences liées à la certification

Prendre en compte les besoins et attentes des parties prenantes dans son système

Evaluer l'impact sur le système de management de la qualité

Contenus :

Compréhension de l'organisme et de son contexte

- Prendre connaissance des exigences des nouvelles normes
- Connaître les outils pour définir le contexte de l'entreprise

Compréhension des besoins et attentes des parties intéressées

- Définition des besoins et attentes : de l'outil simple à l'identification selon la norme

Management du risque

- Les différentes méthodologies pour définir les risques et opportunités
- Intégration des risques et opportunités dans le pilotage de l'organisation

Leadership et management de la qualité

- Un rôle précisé pour le top management
- Maîtrise de la connaissance et des savoirs

Maîtrise opérationnelle des prestataires

- Résultats et efficacité
- Le passage des indicateurs de pilotage aux indicateurs de performance clefs

Adaptation des nouvelles exigences à son entreprise

- Evaluation de mon organisme par rapport aux nouvelles exigences mise en pratique
- Définition d'un plan d'actions avec ressources/ besoins, et mise en pratique

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes
Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

MANAGEMENT

MANAGEMENT GENERAL

(référence interne : MG)

OBJECTIF DE FORMATION :

Acquérir les compétences clés en management, en communication et en gestion du personnel

Profils stagiaires :

Responsable de service, toute personne occupant des fonctions d'encadrement

Objectifs pédagogiques :

Appréhender la mission du manager dans un environnement en évolution permanente
Adopter les techniques d'animation des collaborateurs, pris individuellement ou réunis en groupe
Développer le management par objectifs, savoir convaincre et persuader

Contenus :

Appréhender les rôles et les missions d'un manager d'équipe

- Situer le rôle et les missions du manager d'équipe
- Evaluer les différents types de management et leurs effets

Appréhender les techniques clés du management d'équipe

- Comprendre les principes de la communication managériale
- Focus sur les pièges du management et les erreurs évitables
- Maîtriser la délégation et l'autonomie

Motiver et dynamiser ses collaborateurs au quotidien dans son management d'équipe

- Déterminer les besoins de l'Homme au travail
- Intégrer les clés du management de situation et les leviers du manager pour motiver
- S'adapter aux attentes de ses collaborateurs

Entretenir des relations positives et gagnantes au sein de son équipe

- Savoir communiquer les bonnes informations au bon moment
- Développer et gérer l'implication personnelle des membres de l'équipe
- Déceler et gérer les situations de tension, de blocage ou de conflit

Maîtriser les étapes de la conduite d'entretiens en face à face

- Savoir structurer son entretien de façon à optimiser l'issue et son déroulement
- Conduire un entretien avec professionnalisme à partir des techniques de conduite d'entretien
- Savoir faire passer un message à un collaborateur : féliciter, recadrer, critiquer

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs - Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

MANAGEMENT

MANAGEMENT DE MANAGERS

(référence interne : MM)

OBJECTIF DE FORMATION :

Développer les compétences managériales des managers de niveau 2

Profils stagiaires :

Responsable d'unité, toute personne occupant des fonctions d'encadrement de managers

Objectifs pédagogiques :

Faire évoluer les pratiques managériales du participant en fonction de son profil

Apprendre à manager dans la complexité et la nouveauté en intégrant les nouvelles tendances

Comprendre et intégrer le rôle du manager N+1 ou N+2 (manager de managers)

Contenus :

Adopter un management moderne appliqué au Top Manager

- Appréhender la perception du rôle de "manager de managers" à notre époque
- Retour sur l'évolution du rôle et des pratiques managériales
- Focus sur les idées reçues sur la fonction manager de managers

Comprendre le fonctionnement du coaché : être managé par un manager

- Focus sous forme d'autodiagnostic du manager de managers
- État des lieux : situer sa personnalité dans sa mission de manager et son environnement
- S'approprier les différents styles de management et les raisons de leurs applications
- Se positionner face à ces styles de management et leurs spécificités

Focus sur le manager de managers et son fonctionnement en équipe

- État des lieux de l'équipe et de son fonctionnement
- Faire le point sur les motivations des collaborateurs pour mieux s'adapter
- Revisiter spécifiquement la fonction du manager de managers
- Prendre connaissance des actions spécifiques à mettre en place au regard de la fonction

Le management créateur de valeurs : assimiler les compétences managériales clés

- Savoir identifier les nouveaux leviers de management et les appliquer dans son équipe
- Être en mesure de créer de la synergie au sein de son management et son équipe

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes
Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

MANAGEMENT

MANAGEMENT TRANSVERSAL

(référence interne : MT)

OBJECTIF DE FORMATION :

Intégrer les techniques et atteindre des résultats dans une relation non hiérarchique

Profils stagiaires :

Responsable de projet, toute personne animant une équipe transverse sans lien hiérarchique

Objectifs pédagogiques :

Construire un projet, identifier les atouts et les leviers d'un management non hiérarchique

Motiver et donner du sens à sa mission, atteindre efficacement ses objectifs

Se positionner en tant que moteur pour obtenir un climat coopération et productif

Contenus :

Préparer les fondations de sa mission ou de son projet

- Identifier toutes les composantes de son objectif
- Appréhender les fonctions et le rôle du management transverse
- Former une équipe ou accueillir une équipe déjà formée

S'approprier son rôle et sa légitimité de manager transverse

- Identifier et affirmer sa légitimité
- Appréhender les limites de l'autorité
- Se définir et se coordonner avec le management hiérarchique
- Appréhender et comprendre le principe de valorisation des équipes

Motiver sans levier hiérarchique tout au long de la mission de manager transverse

- Choisir les styles de management adaptés à la personne, à l'objectif et au contexte
- Savoir s'ajuster avec ses interlocuteurs pour assurer une meilleure coordination
- Mobiliser ses ressources collectivement et individuellement
- Savoir terminer sa mission managériale transverse

Anticiper et gérer les difficultés de la collaboration transversale

- Etre en mesure de pouvoir s'affirmer sans agressivité
- Apprendre à gérer un interlocuteur, une personnalité difficile
- Gérer les situations de tensions dans un enjeu gagnant-gagnant
- Savoir réaliser un transfert de compétences et s'appuyer sur une personne ressource

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs - Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

MANAGEMENT

MANAGEMENT A DISTANCE

(référence interne : MAD)

OBJECTIF DE FORMATION :

Intégrer les techniques de management à distance et développer l'esprit d'équipe

Profils stagiaires :

Directeur régional, toute personne amenée à manager une équipe itinérante ou en télétravail

Objectifs pédagogiques :

Comprendre les principes du management à distance

Maîtriser les compétences relationnelles et organisationnelles du management à distance

Savoir déléguer et garder confiance - Développer la motivation et l'esprit d'équipe à distance

Contenus :

Appréhender le management à distance

- Identifier les particularités du travail à distance
- Comprendre les besoins des collaborateurs hors site
- Identifier les enjeux managériaux liés au télétravail
- Mettre en évidence les pistes d'action pour manager efficacement à distance

Relever le défi managérial, relationnel et organisationnel

- Se positionner dans sa pratique de manager à distance
- Savoir informer, communiquer et suivre à distance
- Organiser le travail de ses équipes travaillant à distance

Savoir créer et entretenir l'esprit d'équipe à distance

- Favoriser l'autonomie des acteurs à distance
- Organiser le travail avec ses équipes à distance
- Échanger les informations en situations difficiles

Apprendre à déléguer dans la confiance

- Appréhender les principes de la délégation et ses bonnes pratiques
- Développer les capacités des collaborateurs télétravailleurs

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

STRATEGIE D'ENTREPRISE

DEVELOPPER UNE POLITIQUE GENERALE D'ENTREPRISE

(référence interne : PG)

OBJECTIF DE FORMATION :

Appréhender le changement, développer une politique générale d'entreprise pertinente

Profils stagiaires :

Directeur stratégique, chef d'entreprise, toute personne amenée à prendre des décisions stratégiques au sein de l'entreprise

Objectifs pédagogiques :

Mettre en place la réflexion et l'action stratégique, assurer sa pérennité

Conduire une démarche stratégique sur le plan des structures, des méthodes, des comportements

Permettre la mise en place d'un processus permanent de transformation et de changement

Contenus :

Panorama des leviers de la transformation et du changement de l'entreprise

- Les vecteurs pour réussir la transformation
- Les grandes démarches fédératrices
- Les identités managériales liées à la résistance de l'opérationnel
- Comment éviter la disparition de son unité, éviter les erreurs de stratégie

Finalité et concepts fondamentaux de la stratégie d'entreprise

- Identités et objectifs fondamentaux
- Crises d'identité et réorientations stratégiques
- Les acteurs stratégiques et leurs objectifs
- L'environnement et la complexité

Réussir le passage à l'action stratégique dans une entreprise

- La mobilisation des acteurs et le pilotage
- Cohérence de l'action stratégique et maîtrise de la complexité
- Dépasser les contradictions internes par la volonté stratégique

Qu'est-ce qu'une démarche stratégique en entreprise ?

- Méthode de diagnostic stratégique et analyse des acteurs stratégiques
- Matrices d'analyse d'environnement stratégique marketing et commercial
- Les différents modes et options stratégiques

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs - Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

STRATEGIE D'ENTREPRISE

ELABORER UN BUSINESS PLAN

(référence interne : BP)

OBJECTIF DE FORMATION :

Appréhender toutes les étapes du business plan, de l'analyse du marché au dossier financier

Profils stagiaires :

Dirigeant, créateur d'entreprise, toute personne amenée à construire un business plan

Objectifs pédagogiques :

Être capable de bâtir un business plan et de savoir le défendre

Envisager et limiter les risques liés au projet, identifier les choix stratégiques

Établir un plan de financement prévisionnel

Contenus :

Appréhender le business plan

- Savoir développer et présenter son offre et identifier le marché concerné par son projet
- Capitaliser sur le fondement de l'entreprise
- Maîtriser les points de financement de ce plan de développement

Présenter son offre du business plan et son organisation efficacement

- Présentation de son équipe et son organisation, identifier les ressources humaines
- Développer les intérêts du produit ou de son offre
- Capitaliser sur les produits existants et ses concurrents

Réaliser l'analyse du marché dans son business plan

- Comment réaliser et présenter son étude de marché
- S'informer sur les tendances et les mœurs relatives à son projet
- Les clients et la zone de chalandise, identifier sa concurrence

Construire sa stratégie commerciale et développer les moyens à mettre en œuvre

- Assimiler la notion de distribution : Qui, quoi, où et comment distribuer ?
- Comprendre les procédés de mise en place d'une approche marketing
- Appréhender les moyens humains et les moyens matériels

Le montage du dossier financier

- Bilan de départ - compte de résultat - plan de trésorerie - plan de financement
- Calcul du point mort ou du seuil de rentabilité

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs - Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

STRATEGIE D'ENTREPRISE

ELABORER UN PLAN MARKETING

(référence interne : PM)

OBJECTIF DE FORMATION :

Définir une stratégie marketing et commerciale efficace pour servir son business plan

Profils stagiaires :

Dirigeant, directeur stratégique, toute personne amenée à construire un plan marketing

Objectifs pédagogiques :

Inscrire les actions commerciales mises en place dans la stratégie marketing de l'entreprise

Définir les enjeux et maîtriser les outils et la méthodologie du marketing opérationnel

Maîtriser les tenants et les aboutissants de l'élaboration d'un plan d'action commerciale

Contenus :

Du plan marketing au marketing opérationnel

- Identifier le lien et la différence entre marketing stratégique et marketing opérationnel
- Déterminer la démarche et les objectifs du marketing opérationnel
- Liens entre marketing et vente, marchéage, échanges d'information

La définition du plan marketing opérationnel

- Maîtriser la structure d'un plan marketing, identifier la méthodologie de construction
- Apprendre à établir un compte d'exploitation prévisionnel
- Ciblage, segmentation, positionnement, l'avantage concurrentiel, objectifs commerciaux

Respecter les étapes du plan Marketing opérationnel

- Analyse préparatoire, diagnostic et choix du plan marketing
- Assurer la planification et le lancement du plan marketing
- Études, CRM, médias de communication, marketing direct, merchandising

Distinguer plan marketing et plan d'action commerciale (PAC)

- L'action commerciale en adéquation avec la démarche marketing
- Appréhender le PAC et sa mise en œuvre
- Outils de pilotage, mesures correctives, coût d'acquisition client, stratégie commerciale

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

STRATEGIE D'ENTREPRISE

ELABORER UN PLAN D'ACTION COMMERCIALE

(référence interne : PAC)

OBJECTIF DE FORMATION :

Construire et déployer sa stratégie commerciale en adéquation avec son plan marketing

Profils stagiaires :

Dirigeant d'entreprise, responsable commercial, , chef des ventes, toute personne en charge du déploiement des stratégies marketing et commerciale

Objectifs pédagogiques :

Définir, mettre en œuvre et piloter le plan d'action commerciale à partir de l'analyse stratégique
Déployer le plan d'action commerciale au sein de l'entreprise et en mesurer la performance

Contenus :

Analyser sa stratégie d'entreprise

- Evaluer ses ressources humaines et financières
- Analyser le marché, les forces et faiblesses de l'entreprise
- Traduire les objectifs stratégiques en objectifs commerciaux

Définir sa stratégie commerciale

- Valider les domaines d'activités stratégiques de l'entreprise
- Définir son positionnement par segment de clients
- Identifier les priorités stratégiques

Construire son plan d'action commerciale

- Définir ses choix en fonction de son analyse
- Traduire ses décisions en actions commerciales
- Construire son plan d'action commerciale et le décliner en actions opérationnelles

Piloter son plan d'action commerciale

- Construire son tableau de bord
- Suivre, évaluer et adapter son plan d'action commerciale
- Promouvoir son plan d'action commerciale auprès des parties prenantes de l'entreprise

Méthodes :

Apports théoriques et pratiques

Échanges interactifs

Coaching collectif et/ou individuel

Durée :

2 journées de 6 heures + 3 heures d'accompagnement individuel soit 15 heures pour le module

Tarif et conditions particulières :

Formation inter-entreprise : 990 euros nets de taxes / apprenant

Formation intra-entreprise : à partir de 2990 euros nets de taxes

Ouverture de session à partir de 3 inscriptions, groupe de 8 stagiaires maximum

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

OBJET

Les présentes conditions générales de vente (CGV) s'appliquent à toutes les offres relatives aux prestations réalisées par ACF DEVELOPMENT. Le fait de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve du client aux présentes CGV. Toute condition contraire et notamment toute condition générale ou particulière opposée par le client ne peut, sauf acceptation formelle et écrite, prévaloir sur les présentes CGV et ce, quel que soit le moment où elle aura pu être portée à sa connaissance. Le fait que ACF DEVELOPMENT ne se prévale pas à un moment donné de l'une des présentes CGV ne peut être interprété comme valant renonciation à s'en prévaloir ultérieurement. Les présentes CGV peuvent être amenées à évoluer.

Le client se porte fort du respect des présentes CGV par l'ensemble de ses salariés ou sous-traitants. Le client reconnaît également que, préalablement à toute commande, il a bénéficié des informations et conseils suffisants de la part de ACF DEVELOPMENT, lui permettant de s'assurer de l'adéquation de l'offre de services à ses besoins.

COMMANDE

Toute commande de formation inter-entreprises suppose que le client accepte le programme à la date de sa commande. Toute commande de formation intra-entreprise suppose que le client accepte le contenu du stage décrit dans la proposition de collaboration (pédagogique et financière) dont le client possède un exemplaire.

La signature du bon de commande et/ou l'accord sur proposition commerciale implique la connaissance et l'acceptation irrévocable et sans réserve des présentes conditions, lesquelles pourront être modifiées par ACF DEVELOPMENT à tout moment, sans préavis, et sans que cette modification n'ouvre droit à indemnité au profit du client.

PRESTATIONS DE SERVICES

ACF DEVELOPMENT réalise des prestations d'audit, de conseil, de formation et de coaching en inter-entreprises et en intra-entreprise. Pour les besoins de l'exécution des formations, ACF DEVELOPMENT peut être amené à installer des logiciels sur les postes informatiques du client ou mettre à sa disposition des postes informatiques équipés de logiciels préinstallés. Dans ces cas, le client ne bénéficie d'aucun droit sur les logiciels mais d'une simple mise à disposition pour les besoins et le temps nécessaire à la formation.

PRIX ET CONDITIONS DE PAIEMENT

- Pour les prestations de 1 à 5 jours consécutifs : acompte de 30% à la commande et le solde en fin de prestation.
- Pour les prestations > 6 jours consécutifs : acompte de 30% à la commande, 30% en milieu de prestation et le solde en fin de prestation.
- Pour les formations avec modules non consécutifs : acompte de 30% à la commande, solde en fin de module

Pour nos prestations de formation et coaching, nos prix sont établis en euros net de taxe (non assujetti à la TVA). La facture est adressée au client après exécution de la prestation. En cas de paiement effectué par un OPCO ou un financeur tiers, il appartient au client de faire la demande de prise en charge avant le début de la formation auprès de l'OPCO ou d'un financeur tiers dont il dépend. L'accord de financement doit être communiqué au moment de l'inscription. En cas de prise en charge partielle par l'OPCO ou d'un financeur tiers, la différence sera directement facturée au client. Si l'accord de prise en charge de l'OPCO ou d'un financeur tiers ne nous parvient pas au premier jour de la formation, la totalité des frais de formation peut éventuellement être facturée au client. En cas de non-règlement par l'OPCO ou d'un financeur tiers du client, quelle qu'en soit la cause, la facture devient exigible auprès du client. Tout stage commencé est considéré comme dû dans son intégralité.

Pour nos prestations de conseil et d'audit, nos prix sont établis en euros hors taxe (application de la TVA en vigueur). La facture est établie à la fin de l'intervention et payables à réception de celle-ci.

CONVOCATIONS

RECUEIL DE FORMATIONS

ACF DEVELOPMENT ne peut être tenue responsable de la non-réception de la convocation quels qu'en soient le ou les destinataires chez le client, notamment en cas d'absence du ou des stagiaires à la formation. Dans le doute, il appartient au client de s'assurer de l'inscription de ses stagiaires et de leur présence à la formation.

ANNULATION, ABSENCE, REPORT D'INSCRIPTION

Toute annulation d'inscription (hors raison médicale) doit être signalée par téléphone et confirmée par écrit (courriel).

- Une annulation, intervenant plus de deux semaines avant le début du stage, ne donnera lieu à aucune facturation.
- Une annulation, intervenant entre une et deux semaines avant le début du stage, donnera lieu à une facturation au client de 50% du coût de la totalité de la prestation.
- Une annulation, intervenant moins d'une semaine avant le début du stage, donnera lieu à la facturation au client de la totalité de la prestation.

Un report, intervenant moins de deux semaines avant le début du stage, est considéré comme une annulation. En cas d'absence du stagiaire, la prestation commandée sera facturée en totalité.

Les heures non effectuées par le stagiaire et non prises en charge par un OPCO ou par un financeur tiers, donneront lieu à une facturation auprès du demandeur (entreprise ou particulier).

ANNULATION D'UN STAGE

ACF DEVELOPMENT se réserve la possibilité d'annuler tout stage en cas de manque de participants ou de problème technique ou logistique et ce sans aucun dédommagement. Dans ce cas, les stagiaires seront prévenus au moins une semaine avant le début du stage. De nouvelles dates ou sites leur seront proposés, ce qui donnera lieu à une nouvelle convocation.

RÈGLEMENT

Le règlement des factures peut s'effectuer par chèque, virement bancaire.

Les factures sont payables au plus tard dans un délai de 30 jours à compter de la date de facture, net et sans escompte sauf autre échéance indiquée sur la facture. Tout retard de paiement par rapport à cette échéance entraînera de plein droit :

- Des intérêts de retard de paiement au taux de 3 fois le taux d'intérêt légal,
- L'exigibilité immédiate des factures non échues.

Par ailleurs, conformément à l'article L 441-6 du Code de commerce, tout règlement postérieur à la date d'exigibilité donnera lieu au paiement d'une indemnité forfaitaire de 40 euros pour frais de recouvrement. Une indemnité complémentaire pourra être réclamée, sur justificatif, si les frais de recouvrement exposés sont supérieurs au montant de l'indemnité forfaitaire.

ACF DEVELOPMENT se réserve également le droit de suspendre ou d'annuler les prestations en cours, sans pouvoir donner lieu à dommages et intérêts pour le client. Tous droits et taxes applicables sont facturés en sus, conformément aux lois et règlements en vigueur.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

ACF DEVELOPMENT est propriétaire des droits de propriété intellectuelle ou détient les droits d'usage, plein et entier, sur les éléments accessibles (enregistré auprès de Copyrightdepot.com), notamment les textes, images, graphismes, logo, icônes, logiciels.

Le client s'interdit d'utiliser le contenu des formations pour former d'autres personnes ou d'utiliser les outils accessibles que pour son propre personnel et engage sa responsabilité sur le fondement des articles L. 122-4 et L.335-2 et suivant 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. La responsabilité du client serait engagée si un usage non autorisé était fait des logiciels ou support de stage.

RECUEIL DE FORMATIONS

Toute exploitation non autorisée de l'un quelconque des éléments accessibles sera considérée comme constitutive d'une contrefaçon et poursuivie conformément aux dispositions des articles L.335-2 et suivants du Code de Propriété Intellectuelle.

LIMITATIONS DE RESPONSABILITÉ

La responsabilité de ACF DEVELOPMENT ne peut en aucun cas être engagée pour toute défaillance technique du matériel ou toute cause étrangère à ACF DEVELOPMENT. Quel que soit le type de prestations, la responsabilité de ACF DEVELOPMENT est expressément limitée à l'indemnisation des dommages directs prouvés par le client. La responsabilité de ACF DEVELOPMENT est plafonnée au montant du prix payé par le client au titre de la prestation concernée. En aucun cas, la responsabilité de ACF DEVELOPMENT ne saurait être engagée au titre des dommages indirects tels que perte de données, de fichier(s), perte d'exploitation, préjudice commercial, manque à gagner, atteinte à l'image et la réputation.

FORCE MAJEURE

ACF DEVELOPMENT 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 ACF DEVELOPMENT, 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, interruption des communications ou des transports de tout type, ou toute autre circonstance échappant au contrôle raisonnable de ACF DEVELOPMENT.

PROTECTION DES DONNÉES À CARACTÈRES 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 ACF DEVELOPMENT aux fins de réalisation et de suivi de la formation,
- La connexion, le parcours de formation 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 ACF DEVELOPMENT.
- Conformément au règlement UE 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE dit règlement général sur la protection des données (RGPD, ou encore GDPR, de l'anglais General Data Protection Régulation), notre politique de confidentialité est disponible sur notre site internet

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.

DROIT APPLICABLE - ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE

Les présentes CGV sont régies par le droit français. En cas de litige survenant entre le client et ACF DEVELOPMENT à l'occasion de l'exécution du contrat, il sera recherché une solution à l'amiable et, à défaut, le règlement sera du ressort du tribunal administratif de MONTPELLIER

Le fait de passer commande, valider le devis ou s'inscrire en formation entraine l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente