

act formation



révélateur de vos talents

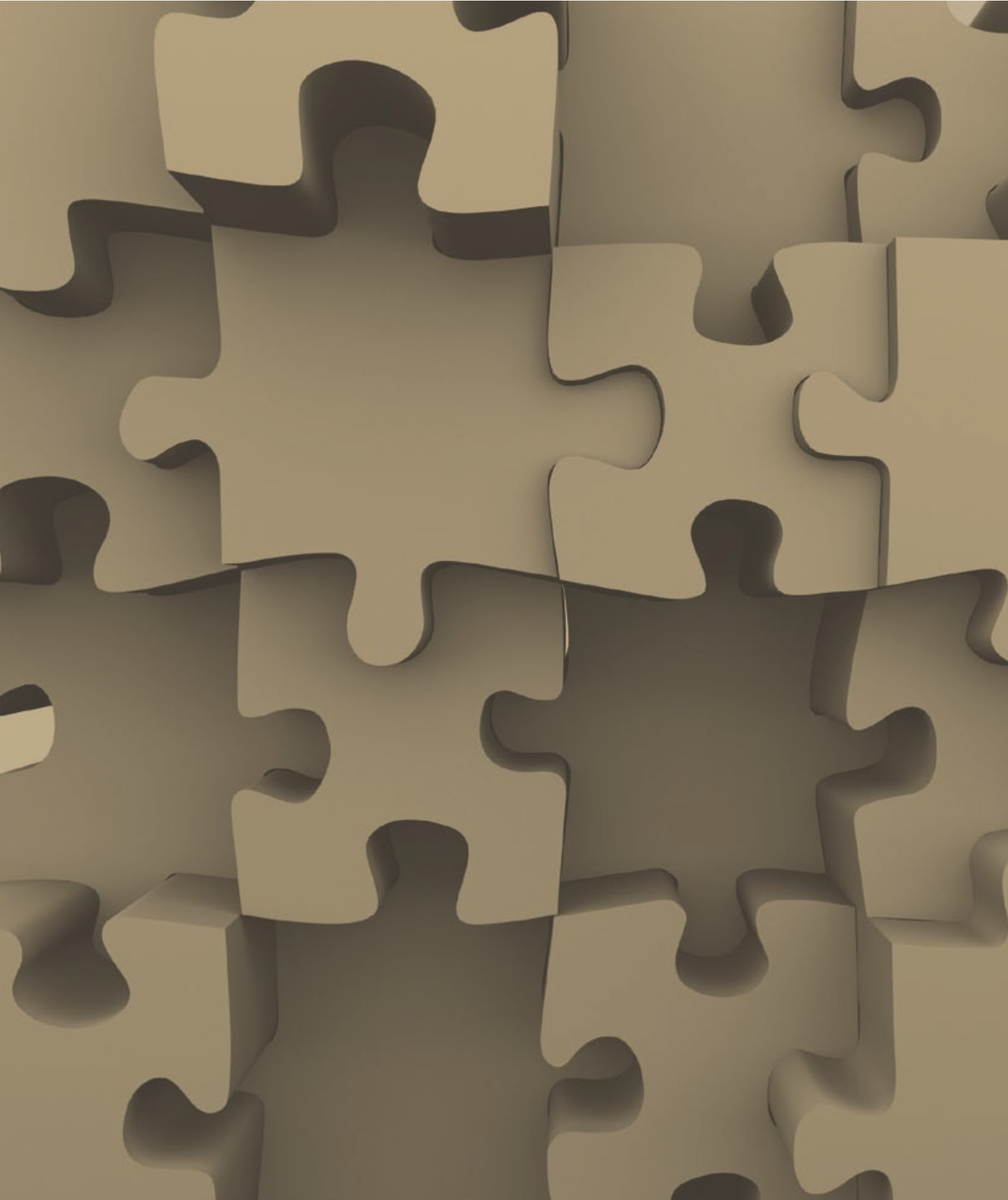


Les cahiers de la formation



ACT FORMATION est une entreprise de formation
fondée en Suisse en 1995, basée à Genève et à Lyon.
Notre expérience internationale et nos orientations multiculturelles
nous permettent de réaliser des missions de toute envergure.

L'engagement de notre équipe est à la hauteur de sa passion pour la formation.





Éditorial	4
Nos valeurs et notre philosophie	5



NOS PRESTATIONS **6**

Formations		
	 Management	8
	 Vente & Négociation	20
	 Relation clientèle	26
	 Communication et développement personnel	28
	 Consulting	34
	 Coaching	36



NOS ATOUTS **38**

EduQua	38
Nos méthodes pédagogiques	39



NOTRE DÉMARCHE DE PARTENARIAT **41**

Les 7 Étapes de notre démarche	42
--------------------------------	----



FABIEN SMADJA

Avec les cahiers de la formation, nous voulons créer un lien plus fort et plus efficace avec vous. Ils constituent un outil de réflexion et d'aide à la décision pour vos projets de développement.

Nous sommes convaincus que la formation représente un axe stratégique de la gestion des organisations et des entreprises. Elle contribue à développer les personnes qui créent, animent et pérennisent nos organisations.

Depuis 1995, nous sommes reconnus sur le marché pour l'innovation et la personnalisation de nos actions de formation.

Nous mettons deux atouts à votre service : l'expérience et la pertinence.

Nos intervenants réunissent les compétences pédagogiques et le professionnalisme nécessaires à l'atteinte de vos objectifs.

Vous retrouverez l'intégralité de ce catalogue sur notre site internet : **www.actformation.org**

Nous vous donnons l'assurance que les collaborateurs et partenaires d'ACT FORMATION s'engagent avec détermination pour le succès de vos projets de formation.



Directeur
Fabien Smadja

Nos valeurs et notre philosophie

L'éthique et la déontologie professionnelle sont au centre de nos actions et constituent, pour nous, une valeur ajoutée. Notre philosophie est fondée sur la conviction que chacun dans l'entreprise détient des talents et peut les développer. Nous contribuons au développement durable de ces talents. Nous soutenons l'entreprise dans l'accomplissement de sa "responsabilité" sociale et par l'amélioration de l'employabilité de ses collaborateurs. Nous aidons l'entreprise et ses acteurs à devenir autonomes.

LES VALEURS PROFESSIONNELLES QUE RESPECTENT NOS FORMATEURS

- 1 la **loyauté** : le cahier des charges et le contrat élaborés avec l'entreprise cliente.
- 2 l'**honnêteté** : les principes fondamentaux d'une formation centrée sur le respect des personnes et au service des organisations.
- 3 la **qualité** : la rigueur dans le traitement des affaires, dans une perspective orientée client.
- 4 la **confiance** : la confidentialité des informations qui appartiennent à nos clients.
- 5 la **transparence** : un dialogue clair et permanent avec nos différents partenaires.



NOS PRESTATIONS



MANAGEMENT **8**

Management stratégique ou l'art d'anticiper	8
Leadership & Management opérationnel	9
Management commercial	10
Jeux et enjeux de management	11
Gestion du changement	12
Développer la dynamique d'une équipe: le Team Building	13
Gestion du temps et des priorités	14
L'entretien d'évaluation, de progrès, de développement, d'évolution... un outil de motivation	15
Gestion efficace des projets	16
Organiser et animer une séance de travail	17
Recrutement	18
Créativité et innovation	19



VENTE & NÉGOCIATION **20**

La pro-activité commerciale	20
Stratégie et tactiques de négociation	21
Expertise de la négociation commerciale	22
Négociation dans la gestion de fortune	23
Efficacité au téléphone	24



RELATION CLIENTÈLE **26**

La qualité de service	26
L'accueil, la carte de visite de l'entreprise	27



COMMUNICATION ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL **28**

Prise de parole	28
Communication interpersonnelle	29
Affirmation de soi	30
Gestion des conflits et des situations difficiles	31
La gestion du stress	32
Formation de formateurs occasionnels	33



CONSULTING **34**

Coaching de comité de direction	34
Consulting	35



COACHING **36**

Coaching Sales booster	36
MBTI - Myers Briggs Type Indicator	37

Management stratégique ou l'art d'anticiper

Le management stratégique c'est mener une réflexion sur son environnement, en analyser les différents paramètres, savoir anticiper et prendre des décisions stratégiques !

PUBLIC CIBLE

Cadres supérieurs et dirigeants.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Entreprendre une réflexion prospective.
- ▶ Pratiquer des scénarios de changement et utiliser différents outils d'analyse de situation.
- ▶ Intégrer dans leur réflexion les 4 dimensions du "savoir devenir" : la culture, la stratégie, l'identité, les objectifs d'une entreprise.
- ▶ Prendre des décisions stratégiques avec confiance.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les étapes du processus stratégique.
- ▶ Les questions fondamentales de la réflexion stratégique.
- ▶ Les niveaux d'incertitude.
- ▶ Les diagnostics de situations et l'analyse prospective.
- ▶ L'analyse des risques et les scénarios catastrophes.
- ▶ SWOT, PESTE et autres moyens de photographie d'une situation.
- ▶ Nos responsabilités vis-à-vis de nos parties prenantes et leurs influences.



Leadership & Management opérationnel

Si le leader détermine la vision du futur, le manager sait la concrétiser par une conduite motivante de son équipe.

PUBLIC CIBLE

Cadres avec responsabilités de conduite d'équipe.

DURÉE

2 à 5 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Pratiquer un management par objectifs (MBO) motivant.
- ▶ Gérer les diverses situations délicates de management au quotidien.
- ▶ Incarner un leadership reconnu par leurs équipes.
- ▶ Diriger efficacement leurs collaborateurs sur le plan opérationnel et relationnel.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ **La culture et les valeurs d'entreprise :** ce qui est, ce qui est perçu, ce qui est voulu.
- ▶ **L'identité professionnelle :** fondement de la motivation.
- ▶ **La stratégie :** gagner grâce à une stratégie claire.
- ▶ **Les responsabilités :** le management des rôles et des responsabilités.
- ▶ **Le leadership :** les qualités et compétences du leader et comment les cultiver.
- ▶ **La motivation :** les facteurs déterminants dans le travail.
- ▶ **Les outils de communication :** le filtre de la perception et nos comportements.
- ▶ **L'écoute active :** mode de questionnement et écoute attentive.
- ▶ **Les objectifs :** carburant de la motivation, principes et méthodes.
- ▶ **La délégation :** comment définir un processus pertinent et efficace.
- ▶ **Le suivi-contrôle :** les trois étapes du suivi des collaborateurs.
- ▶ **La valorisation et la reconnaissance :** comment valoriser et féliciter ses collaborateurs.
- ▶ **Les entretiens difficiles :** la mise au point et l'entretien de réprimande.
- ▶ **La décision :** méthodes de prise de décision et gestion des risques.
- ▶ **L'affirmation de soi :** les fondements de l'assertivité et savoir dire non.
- ▶ **L'évaluation des performances :** les enjeux et la conduite de l'entretien d'évaluation.
- ▶ **La dynamique de groupe :** les facteurs de cohésion d'un groupe.
- ▶ **La gestion du changement :** en être l'acteur et identifier les mesures qui l'encouragent.
- ▶ **Le coaching :** comment devenir un manager-coach.
- ▶ **Le feed-back :** règles de base pour réussir cet entretien particulier.

Management commercial

Un bon management commercial permet d'optimiser les forces de vente.

PUBLIC CIBLE

Chefs des ventes, animateurs de réseaux, managers d'équipe de vendeurs, de délégués, de technico-commerciaux, de télévendeurs.

DURÉE

2 à 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Comprendre la mission du leader commercial et son rôle central.
- ▶ Définir leur propre style de manager des ventes et créer un esprit d'équipe.
- ▶ Motiver une équipe de vente et renforcer leur efficacité au quotidien.
- ▶ Coacher un commercial sur le terrain et analyser ses prestations.
- ▶ Animer des réunions de vente motivantes.
- ▶ Résoudre des situations de management difficiles.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ La position du manager des ventes avec son équipe.
- ▶ Adapter son management aux personnes, au terrain et aux situations.
- ▶ Comment le manager des ventes doit prendre en compte la personnalité des commerciaux: vendeurs et négociateurs.
- ▶ La motivation des commerciaux: comment pratiquer le coaching commercial sur le terrain.
- ▶ L'organisation personnelle du manager des ventes.
- ▶ L'organisation de réunions de vente efficaces.
- ▶ La gestion de situations délicates.
- ▶ Le suivi des résultats et les tableaux de bord commerciaux.



Jeux et enjeux de management

Comment aborder de façon ludique et subtile les réflexions à propos de notre management.

PUBLIC CIBLE

Les cadres ayant déjà acquis les bases de management, ou désirant appréhender le management avec une approche différente.

DURÉE

2 jours

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE

À l'issue de la formation, les participants auront acquis ou rafraîchi les grands concepts du management moderne à travers la pratique de jeux et d'exercices créatifs.

THÈMES PRINCIPAUX:

- ▶ L'importance de la culture et de la stratégie d'entreprise dans le management.
 - Les X et Y
- ▶ Valeurs proclamées, valeurs vécues.
 - Photolangage
- ▶ Management du changement.
 - Les balles de tennis
- ▶ Gestion du changement, motivation et communication en groupe.
 - Le jeu des perles
 - Jeu des fiches
- ▶ Stratégie de négociation et de communication, style de management.
 - Jeu d'échecs
 - Jeu de Go
 - L'Awélé
- ▶ Management par objectifs.
 - Les cubes en compétition
- ▶ Délégation, communication.
 - La corde
- ▶ L'écoute, la perception, les filtres.
 - Les algues
 - Entre ce que j'entends, ce que je veux entendre et ce que je comprends...
- ▶ Communication management, perception de l'autre.
 - Le jeu du miroir
- ▶ Prise de décision.
 - Ce n'est pas le radeau de la méduse...
- ▶ Dynamique de groupe.
 - Les vrais et les faux carrés
- ▶ Groupe projet, créativité, dynamique d'équipe.
 - Créer des images ensemble
- ▶ Résolution de problèmes.
 - Le zin

Gestion du changement

Entraîner les capacités de chacun à anticiper, gérer et dominer les changements vécus par l'entreprise.

PUBLIC CIBLE

Cadres, chefs de projet, chargés de mission et chefs d'équipe confrontés à un changement d'organisation.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Identifier les différents types de changements.
- ▶ Faire face et accompagner tous types de changements.
- ▶ Développer un mode de gestion autour de ces changements.
- ▶ Impliquer chacun dans les actions.
- ▶ Anticiper et réduire les conflits liés au changement.
- ▶ Identifier les comportements efficaces d'un manager en charge du changement.
- ▶ Transformer les changements en opportunités d'affaires pour les clients et en source de motivation pour les collaborateurs.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Comment créer une dynamique de changement.
- ▶ Les différents types de changement.
- ▶ La communication dans un contexte de changement.
- ▶ La motivation des équipes durant les périodes de changement.
- ▶ Les outils pour piloter le changement.
- ▶ Les différentes étapes d'un processus de changement.





Développer la dynamique d'une équipe: le Team Building

Un management uni, une force ressentie, une cohérence vécue.

PUBLIC CIBLE

Cadres et collaborateurs d'équipes souhaitant développer la dynamique dans leur équipe.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Identifier les facteurs de cohésion dans leur équipe.
- ▶ Se fixer des objectifs communs, avancer dans la même direction, en respectant la stratégie et les valeurs de l'entreprise.
- ▶ Harmoniser les comportements, découvrir comment développer leur créativité et partager les idées novatrices.
- ▶ Comprendre les enjeux de la cohésion d'équipe.
- ▶ Développer la capacité de chaque membre d'un groupe à contribuer à sa dynamique.

THÈMES PRINCIPAUX:

- ▶ La notion de groupe et de sa dynamique, l'horloge de la dynamique d'un groupe.
- ▶ Les stratégies du groupe et les stratégies individuelles.
- ▶ Comment faire de nos différences des atouts.
- ▶ L'échange de nos compétences comme source d'efficacité.
- ▶ Savoir régler nos problèmes au sein d'un groupe.

Gestion du temps et des priorités

Optimiser son organisation personnelle pour retrouver la maîtrise de son temps et accroître ses performances.

PUBLIC CIBLE

Cadres ou collaborateurs souhaitant améliorer leur organisation personnelle et la gestion de leurs priorités.

DURÉE

2 ou 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Analyser leur rapport au temps et à l'action.
- ▶ Gérer leurs priorités et planifier leurs activités.
- ▶ Tenir compte des critères d'importance et d'urgence dans leur organisation.
- ▶ Traiter efficacement le flux quotidien d'informations.
- ▶ Planifier et adopter des comportements favorisant le "gain de temps".
- ▶ Agir sur le temps collectif.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Le temps subjectif et objectif.
- ▶ Regard sur ma pratique du temps.
- ▶ L'analyse des "voleurs de temps".
- ▶ Le traitement de l'information.
- ▶ La planification.
- ▶ La gestion des imprévus, les accepter ou les refuser.
- ▶ L'organisation d'une délégation efficace.
- ▶ La gestion des priorités et la planification des activités.
- ▶ Savoir dire non.
- ▶ Plan d'action personnel.



L'entretien d'évaluation, de progrès, de développement, d'évolution... un outil de motivation

Donner une nouvelle image de l'entretien d'évaluation et permettre aux évaluateurs de réussir cet acte central du management par objectifs.

PUBLIC CIBLE

Cadres responsables d'équipe, chefs d'équipe, responsables des ressources humaines, toute personne ayant à conduire un entretien d'évaluation.

DURÉE

1 à 2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Préparer et conduire un entretien d'appréciation pour en faire un outil de progrès pour l'entreprise et le collaborateur.
- ▶ Maîtriser les étapes de l'évaluation, de sa préparation au suivi.
- ▶ Bien utiliser le document d'évaluation.
- ▶ Fixer des objectifs concrets.
- ▶ Donner des "feed-back" positifs et de progression.
- ▶ Adopter les comportements efficaces lors des entretiens d'évaluation.
- ▶ Évaluer des prestations de travail.
- ▶ Gérer les situations difficiles.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ L'enjeu des entretiens d'évaluation dans la conduite de l'entreprise.
- ▶ Les principes de base pour gérer les entretiens.
- ▶ Les outils de communication qui font le succès de l'évaluation.
- ▶ Les pièges à éviter et comment les traiter en cas de besoin.
- ▶ La préparation des entretiens d'évaluation, l'agenda et le suivi dans le temps.
- ▶ Les situations délicates lors de l'entretien.
- ▶ Les supports et les documents d'accompagnement.

Gestion efficace des projets

Mettre en place un modèle en 10 étapes, des outils pratiques pour une bonne gestion de vos projets.

PUBLIC CIBLE

Cadres et collaborateurs responsables de projet dans l'entreprise et/ou susceptibles de le devenir.

DURÉE

3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Concevoir l'architecture d'un projet dans sa globalité.
- ▶ Comprendre les mécanismes humains dans la gestion de projet.
- ▶ Définir rapidement les actions à entreprendre pour conduire un projet.
- ▶ Acquérir une "méthode-analyse" et les 10 étapes de la gestion d'un projet.
- ▶ Choisir avec pertinence les techniques de créativité adéquates pour chaque étape.
- ▶ Utiliser les différents outils efficaces du projet.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Le management par projet : une stratégie.
- ▶ Être un leader pour l'équipe de projet.
- ▶ Écoute active et communication efficace : l'oxygène du projet.
Les 10 étapes du modèle:
 1. L'Objet du projet : de quoi s'agit-il.
 2. Les Motifs ou raisons d'être : qu'est-ce qui justifie ce projet.
 3. Les Objectifs.
 4. Les Ressources.
 5. La Planification.
 6. Les Rôles, ou qui fait quoi. La position des acteurs.
 7. Les Risques.
 8. Les Ajustements.
 9. Le Marketing du projet : Présentation du plan de communication.
 10. L'Évaluation du projet.
- ▶ La négociation des ressources dans un projet.



Organiser et animer une séance de travail

Travailler sur les techniques d'organisation et les compétences d'animation de groupe pour réaliser des séances de travail efficaces.

PUBLIC CIBLE

Toute personne amenée à conduire des séances de travail.

DURÉE

1 à 2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Préparer une séance, rédiger une invitation et répartir les rôles.
- ▶ Utiliser les techniques d'animation adéquates pour permettre une bonne dynamique et une productivité optimale du groupe.
- ▶ Gérer la communication et les situations difficiles en cours de séance.
- ▶ Suivre les décisions des séances au travers d'un tableau de bord.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les différents types de réunions et leur organisation.
- ▶ La préparation et l'organisation d'une séance de travail.
- ▶ La clarification du rôle de chacun.
- ▶ L'animation dynamique d'une réunion.
- ▶ La gestion d'un auditoire difficile.
- ▶ La prise de décision.
- ▶ Le suivi de la séance et les décisions dans le temps.

Recrutement

Sélectionner les talents d'aujourd'hui pour les succès de demain.

PUBLIC CIBLE

Cadres responsables du processus de recrutement.
Collaborateurs intervenant dans le déroulement du recrutement.

DURÉE

1 à 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Élaborer un processus efficace de recrutement.
- ▶ Maîtriser le suivi et le contrôle des différentes étapes.
- ▶ Isoler les risques d'erreurs de choix.
- ▶ Préparer un outil pertinent d'aide à la décision.
- ▶ Pratiquer l'entretien de recrutement.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les enjeux stratégiques du recrutement.
- ▶ La préparation et la planification du processus.
- ▶ Le profil du poste en fonction des objectifs à atteindre.
- ▶ Le profil du candidat en rapport avec le poste.
- ▶ La sélection et une recherche pertinente.
- ▶ La conduite des entretiens avec les candidats.
- ▶ La gestion du contrôle des informations reçues.
- ▶ Les entretiens finaux et la prise de décision.
- ▶ L'intégration du nouveau collaborateur.



Créativité et innovation

Conjuguer les techniques de créativité et l'innovation qui est plutôt un état d'esprit.

PUBLIC CIBLE

Managers et cadres voulant développer leur potentiel créatif. Toutes les personnes amenées à participer à un processus innovant : chefs de projet, techniciens et ingénieurs, commerciaux.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Entraîner leurs capacités à créer et innover.
- ▶ Comprendre et lever les obstacles personnels à leur créativité.
- ▶ Mettre en place seul et en groupe des processus de créativité et d'imagination.
- ▶ Développer des réflexes de pensée latérale.
- ▶ Résoudre des problèmes de manière créative.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les pré-requis pour que l'esprit devienne créatif.
- ▶ Définition de la créativité dans le contexte du management d'une équipe.
- ▶ Comment allier créativité et innovation (l'individu est créatif, l'organisation est innovante). "L'éclosion créative" un contexte – des conditions – un entraînement – des comportements.
- ▶ Les obstacles à la créativité.
- ▶ La ressource de la créativité est dans le groupe : jeu de coopération.
- ▶ La vraie pratique du brainstorming : les différents usages de la méthode.
- ▶ Le diagramme de contingence.
- ▶ Le tour de table créatif.
- ▶ La chaîne des "Pourquoi" et le diagramme cause-effet.
- ▶ Présentation et explication de quatre techniques de créativité de groupe.
- ▶ Les techniques de créativité individuelle :
 - Les fondements de la pensée latérale
 - Comment pratiquer l'analogie
 - Le moulin à idées
 - La grille et le questionnement créatifs
- ▶ Analyse de quelques découvertes et grandes innovations.

La pro-activité commerciale

Développer ses compétences commerciales.

PUBLIC CIBLE

Tout collaborateur souhaitant acquérir les bases de la relation client et développer ses compétences commerciales.

DURÉE

2 ou 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Élaborer un processus de vente complet du premier contact à la conclusion.
- ▶ Maîtriser les techniques de base de la vente dans leurs domaines d'activités.
- ▶ Comprendre et s'adapter aux différents types de besoins de leurs clients.
- ▶ Faire preuve de pro-activité commerciale dans les relations avec la clientèle.
- ▶ Développer leurs compétences relationnelles dans le but d'établir un rapport de confiance.
- ▶ Savoir gérer des objections de manière efficace.
- ▶ Conclure avec élégance et pugnacité.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les objectifs de vente.
- ▶ USP/Unique Selling Proposition ou la différence concurrentielle.
- ▶ Comment obtenir un rendez-vous par téléphone.
- ▶ La préparation d'une visite de vente.
- ▶ Le premier contact, un moment crucial.
- ▶ Communiquer efficacement : savoir poser les bonnes questions et écouter activement pour explorer les besoins et motivation de nos clients.
- ▶ L'argumentation : le modèle CAB.
- ▶ La présentation de la prestation.
- ▶ Le traitement des objections : le début de la négociation.
- ▶ Les signaux d'achat, points de repère de la négociation.
- ▶ Les techniques de conclusion, savoir être pugnace et élégant à la fois.
- ▶ "Asking for the business".
- ▶ La référence active, but ultime de la démarche commerciale.
- ▶ Le traitement des réclamations.





Stratégie et tactiques de négociation

Si la stratégie reste invisible à l'œil, les actes révèlent la tactique.

PUBLIC CIBLE

- ▶ Responsables de comptes "clefs".
- ▶ Négociateurs ayant la responsabilité commerciale de plusieurs entités.
- ▶ Commerciaux construisant des partenariats à long terme.
- ▶ Cadres face à des enjeux de négociation multiples.

DURÉE

2 à 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Définir clairement les enjeux et analyser l'environnement d'une négociation.
- ▶ Évaluer les risques et les conséquences d'une négociation.
- ▶ Élaborer des stratégies et des tactiques de négociation.
- ▶ Maintenir des relations propices à la conduite de la négociation.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ La préparation du terrain et les informations pertinentes de la politique commerciale à la stratégie de négociation.
- ▶ Matrice "minima/maxima" pour les critères de négociation.
- ▶ Définition d'un sociogramme de la décision : les 7 "Qui".
- ▶ Les alliances et les analyses de situations commerciales (le win).
- ▶ La négociation raisonnée : "win-win partnership".
- ▶ Les alternatives possibles et les issues latérales.
- ▶ Les plans d'action commerciaux.
- ▶ L'évaluation des risques et opportunités liés à toutes négociations.
- ▶ Les principes clés de la stratégie de négociation.
- ▶ Les stratégies de négociation opérationnelle :
 - Stratégie de questionnement
 - Les effets persuasifs

Expertise de la négociation commerciale

Au-delà des standards de la vente et de la négociation classique.

PUBLIC CIBLE

Commerciaux bénéficiant d'une expérience avérée de la négociation.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Structurer leur entretien dans le temps et utiliser la durée comme argument commercial.
- ▶ Identifier les grands traits de la personnalité de leur client.
- ▶ Développer la dimension instinctive de la relation commerciale.
- ▶ Utiliser une démarche créative durant les négociations.
- ▶ Maîtriser leur stress dans les moments difficiles.
- ▶ Partager ses expériences et ses bonnes pratiques de négociateur.
- ▶ Utiliser les tactiques de négociation.
- ▶ Travailler avec le modèle des jeux stratégiques.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ La gestion du temps dans la négociation commerciale.
- ▶ La cartographie de l'entretien pour développer la confiance en soi.
- ▶ L'application des jeux de stratégie à la négociation (awélé, jeu d'échec, jeu de go).
- ▶ Les différents profils de personnalité en négociation.
- ▶ Les tensions de la négociation et leur gestion.
- ▶ Les critères qui assurent la pérennité de la relation.



Négociation dans la gestion de fortune

Dans un rapport de confiance tout devient possible à terme.

PUBLIC CIBLE

- ▶ Conseillers en gestion de patrimoine au sein d'une banque universelle.
- ▶ Assistants(es) de gestion dans la gestion de fortune.
- ▶ Conseillers en planification financière.
- ▶ Gérants de fortune indépendants.

DURÉE

3 à 4 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- ▶ Comprendre les spécificités de la négociation dans le domaine de la gestion de patrimoine.
- ▶ Savoir bâtir un rapport de confiance.
- ▶ Développer une pro-activité commerciale adaptée à la clientèle spécifique de la gestion privée.
- ▶ Acquérir et affiner les techniques de vente et de négociation.
- ▶ Faire face aux situations difficiles.
- ▶ Anticiper les évolutions de la relation commerciale avec les clients de la gestion privée et leurs nouveaux besoins.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les spécificités de la relation avec un client de la gestion privée.
- ▶ Les principes de communication privilégiée.
- ▶ Les paramètres pour bâtir un rapport de confiance avec nos interlocuteurs.
- ▶ Le positionnement de la banque et de ses prestations.
- ▶ Les contraintes de la prospection auprès des clients de la gestion privée.
- ▶ La dimension émotionnelle dans la relation commerciale.
- ▶ La découverte des besoins explicites et les motivations implicites de nos clients.
- ▶ L'évaluation de l'aversion au risque et de l'appétit au gain du client.
- ▶ L'argumentation spécifique à chaque client.
- ▶ Le traitement des objections et des obstacles.
- ▶ La concrétisation et la conclusion.
- ▶ Le suivi et l'anticipation des situations difficiles.
- ▶ Comment annoncer de mauvais résultats.
- ▶ Comment dire non avec élégance.
- ▶ Le développement de notre portefeuille clients et les plans d'action commerciaux.

Efficacité au téléphone

Dynamiser l'image de l'entreprise et notre productivité commerciale.

PUBLIC CIBLE

- ▶ Commerciaux effectuant de la prospection téléphonique.
- ▶ Responsables de comptes négociant au téléphone.
- ▶ Collaborateurs traitant le suivi des clients par téléphone.

DURÉE

1 à 2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Donner une image positive de l'entreprise au téléphone.
- ▶ Traiter efficacement les appels entrants.
- ▶ Obtenir des rendez-vous lors d'appels prospectifs.
- ▶ Maîtriser des situations difficiles au téléphone.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Le téléphone : notre première carte de visite.
- ▶ La préparation de l'appel : 90 % du succès.
- ▶ La prospection et les "pitch elevators".
- ▶ Le passage des "barrages" administratifs.
- ▶ Les phrases d'attaque pour argumenter.
- ▶ Les alternatives pour déclencher des rendez-vous.
- ▶ Le rythme des appels téléphoniques : salsa ou valse lente.
- ▶ Les "trucs et astuces" pour gagner en assurance au téléphone.



La qualité de service

Chacun est responsable du développement de la qualité interne et externe.

PUBLIC CIBLE

Tous les collaborateurs en contact avec des clients internes et/ou externes.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- ▶ Savoir définir et comprendre la notion de "qualité de service".
- ▶ Développer des réflexes et des comportements conformes aux exigences et attentes des "clients".
- ▶ Gérer efficacement la relation avec la clientèle.
- ▶ S'impliquer pour la satisfaction du client.
- ▶ Gérer les situations difficiles et les réclamations avec aisance.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ La définition de la Qualité De Service / QDS.
- ▶ L'importance de la responsabilisation de chacun.
- ▶ L'identification de la chaîne de valeurs.
- ▶ La grille de la qualité et le réflexe qualité.
- ▶ Les comportements synonymes de qualité dans la relation client.
- ▶ La gestion des situations délicates.
- ▶ La prise en compte des besoins des clients.
- ▶ Les outils de la communication au service des nos relations en face à face et au téléphone.
- ▶ L'affirmation de soi face à des demandes difficiles.



L'accueil, la carte de visite de l'entreprise

Offrir la meilleure image possible aux clients et les prendre en charge avec efficacité et élégance

PUBLIC CIBLE

Toutes les personnes intervenant dans l'accueil en face à face et au téléphone.

DURÉE

1 à 2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Maîtriser les techniques de réception.
- ▶ Construire une atmosphère conviviale, agréable, propice à l'accueil des clients.
- ▶ Développer les réflexes "logistiques" nécessaires pour offrir une bonne prise en charge.
- ▶ Répondre au téléphone en respectant la qualité de service.
- ▶ Gérer les situations et les demandes délicates.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les enjeux du rôle d'ambassadeur lors de l'accueil.
- ▶ Les étapes de l'accueil : le premier contact, l'orientation, l'attente, la prise de congé.
- ▶ Les règles de savoir-vivre au service de l'accueil.
- ▶ La communication au téléphone.
- ▶ La gestion des situations délicates.

Prise de parole

Les principes et techniques de communication pour convaincre en public.

PUBLIC CIBLE

Toute personne souhaitant améliorer son expression orale et non-verbale pour se sentir plus à l'aise face à un auditoire lors d'une présentation, d'un exposé, d'un discours.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Communiquer un message de façon convaincante et dynamique.
- ▶ Structurer un exposé ou une présentation.
- ▶ Identifier les signes du langage non-verbal et les utiliser pour appuyer le message.
- ▶ Mieux gérer le trac et le stress.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ L'importance de la préparation de l'intervention.
- ▶ Mettre en place une méthode structurée de présentation.
- ▶ La rhétorique au service de la bonne communication.
- ▶ L'utilisation du langage non-verbal dans la communication.
- ▶ Le trac générateur de stress : comment y faire face.
- ▶ Gérer un public difficile.
- ▶ Méthodes pour improviser.





Communication interpersonnelle

Communiquer efficacement avec son environnement professionnel.

PUBLIC CIBLE

Cadres et collaborateurs souhaitant améliorer leur communication interpersonnelle.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Acquérir des réflexes de pro-activité et de coopération dans leurs échanges.
- ▶ Maîtriser les outils de communication pour gagner en efficacité et en harmonie.
- ▶ Renforcer leur capacité d'écoute active.
- ▶ Améliorer l'affirmation de soi dans les situations délicates.
- ▶ S'enrichir des différences de personnalités dans leur environnement.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les caractéristiques de la personnalité.
- ▶ Le positionnement de l'individu dans une communication.
- ▶ Les deux dimensions dans toute communication.
- ▶ L'art de pratiquer l'écoute active.
- ▶ La reformulation empathique.
- ▶ Les critères d'un feed-back efficace.
- ▶ La communication dans les situations délicates.

Affirmation de soi

Affirmer sa valeur et respecter celle des autres.

PUBLIC CIBLE

Toute personne désirant améliorer son capital confiance et vivre sereinement ses émotions.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Adapter leur comportement en fonction de celui des autres avec plus d'assurance.
- ▶ Solliciter les autres positivement.
- ▶ Savoir critiquer de manière factuelle et constructive.
- ▶ Mieux comprendre leur rapport avec les émotions.
- ▶ Utiliser leurs émotions comme ressources pour mieux communiquer.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Test des positions de vie – aidantes ou limitantes.
- ▶ Identifier les quatre comportements dans la relation aux autres.
- ▶ Le rôle des émotions dans la communication.
- ▶ Comment se développe l'affirmation de soi.
- ▶ La différence entre assertivité et agressivité.
- ▶ Dire non avec assurance et diplomatie.
- ▶ L'écoute et l'affirmation de soi dans la gestion des relations difficiles.



Gestion des conflits et des situations difficiles

Les conflits : une ressource pour comprendre et maîtriser son environnement professionnel.

PUBLIC CIBLE

Membres de l'encadrement, responsables de projets, chefs d'équipe. Toute personne ayant des difficultés dans les situations conflictuelles.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Prendre en compte les besoins des différentes parties dans une situation conflictuelle.
- ▶ Sortir des provocations inconscientes favorisant le conflit.
- ▶ Repérer les abus dans les échanges interpersonnels.
- ▶ Dépasser leur peur du conflit.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les origines du conflit.
- ▶ Les jeux psychologiques.
- ▶ Les jeux de pouvoir en présence.
- ▶ Les positions dans le conflit.
- ▶ La reconnaissance du conflit.
- ▶ La médiation.
- ▶ La mise au point.
- ▶ La recherche consensuelle de solutions.

La gestion du stress

Sortir des comportements inadaptés face aux pressions externes.

PUBLIC CIBLE

Toute personne souhaitant comprendre et maîtriser un stress envahissant.

DURÉE

2 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Comprendre les mécanismes du stress et repérer les différentes formes de stress.
- ▶ Identifier les facteurs déclencheurs dans l'environnement professionnel et privé.
- ▶ Gérer efficacement leur stress dans le temps.
- ▶ Découvrir leur potentiel et leurs ressources pour y faire face.
- ▶ Maîtriser leurs émotions en situations stressantes.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les différents types de stress.
- ▶ Les réactions spontanées face au stress.
- ▶ Les émotions et leurs impacts.
- ▶ Les pensées automatiques.
- ▶ L'organisation des activités pour limiter le stress.
- ▶ La gestion des priorités.
- ▶ L'évacuation de notre stress.





Formation de formateurs occasionnels

Construire et animer une formation à l'attention des collaborateurs de l'entreprise.

PUBLIC CIBLE

Toutes les personnes amenées à former d'autres collaborateurs.

DURÉE

2 à 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Préparer et construire leur formation.
- ▶ Utiliser avec aisance les techniques de prise de parole et de communication en formation.
- ▶ Susciter une dynamique de groupe positive pour favoriser la motivation à apprendre.
- ▶ Animer une session de formation en utilisant différentes techniques pédagogiques adaptées.
- ▶ S'adapter aux différentes stratégies d'apprentissage des participants.
- ▶ Utiliser les supports et le matériel pédagogique.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les principes de pédagogie.
- ▶ Savoir délimiter le rôle et la fonction du formateur.
- ▶ Comprendre et appliquer la notion d'objectifs pédagogiques.
- ▶ La structure optimale d'un cours.
- ▶ Savoir s'exprimer avec clarté devant des non-spécialistes.
- ▶ Les différentes méthodes d'animation, des plus classiques aux plus créatives.
- ▶ La dynamique et la motivation d'un groupe.
- ▶ Les techniques de communication au service de la formation.
- ▶ Gérer les relations difficiles lors d'une formation : les dérapages et les recadrages.
- ▶ L'évaluation de la formation, les méthodes et les outils.

Coaching de comité de direction

Pour la mise en place d'une réflexion stratégique.

PUBLIC CIBLE

Conseil d'administration, direction générale, direction business unit.

DURÉE

2 à 3 jours

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ▶ Analyser en profondeur les composantes de leur culture.
- ▶ Potentialiser les points forts de leur culture et les incorporer à leurs réflexions stratégiques.
- ▶ Définir une vision motivante.
- ▶ Recenser les valeurs clés de l'entreprise et comprendre comment ces valeurs peuvent devenir des leviers de motivation pour leurs collaborateurs.
- ▶ Procéder à une analyse prospective et définir des scénarios de changement.

THÈMES PRINCIPAUX :

- ▶ Les analyses de situations (SWOT, PESTE, Porter).
- ▶ Les valeurs déclarées et les valeurs vécues de l'entreprise.
- ▶ Les valeurs fondamentales qui influencent la culture de l'entreprise.
- ▶ La fixation d'objectifs stratégiques.
- ▶ Les scénarios de changement et de catastrophe.
- ▶ La formulation de messages porteurs de sens.
- ▶ Comment obtenir l'adhésion à la stratégie.





Consulting

Partager notre savoir-faire pour permettre à nos clients de prendre la meilleure décision possible dans leur environnement professionnel constitue la finalité de nos interventions de conseil auprès des entreprises et organisations qui nous font confiance.

À partir des objectifs stratégiques, nous analysons les pratiques internes en rapport avec les besoins des clients internes et externes.

Nous proposons un plan d'actions concrètes dans le but de rapprocher l'entreprise de ses objectifs.

Nous collaborons avec de nombreux spécialistes dans chaque domaine. Nous organisons des "syndications" de compétences pour être capable de vous garantir des résultats tangibles à l'issue de nos démarches de consulting.

NOS AXES D'INTERVENTION :

- ✘ Développement organisationnel.
- ✘ Développement des ressources humaines, conseils sur la gestion de la relève et mise en place d'indicateurs de la qualité du service RH dans l'entreprise.
- ✘ Système d'évaluation des performances : mise en place du concept pour l'ensemble de l'entreprise, construction de l'outil, rédaction des guides, suivi et bilan sur deux ans de la pratique des évaluations.
- ✘ Ingénierie de la formation : mise en place de cursus de formation pour vos cadres et pour la relève; mise en place de dispositifs complets de formation : création du concept de formation, construction d'un plan de formation à long terme, fabrication d'un catalogue, aide à la gestion de la fonction formation dans l'entreprise.

Coaching Sales booster

PUBLIC CIBLE

Cadres commerciaux voulant développer rapidement et intensivement leurs capacités à négocier.

DURÉE

5 séances de trois heures

OBJECTIFS

- ▶ Maîtriser rapidement les techniques de négociation et de vente.
- ▶ Obtenir des résultats tangibles d'augmentation de chiffre ou d'efficacité.

THÈMES PRINCIPAUX:

- ▶ L'ensemble de cette formation est intégralement construite sur mesure.
- ▶ Les thèmes sont validés par les parties prenantes du sales booster.
- ▶ La méthode peut amener le coach à se rendre sur le terrain avec le coaché.



MBTI-Myers Briggs Type Indicator

Le MYERS BRIGGS TYPE INDICATOR :
un indicateur typologique de personnalités

PUBLIC CIBLE

Toute personne souhaitant connaître et comprendre les différents types de personnalités et améliorer ses relations aux autres.

DURÉE

3 heures en séance individuelle

1 jour en groupe

OBJECTIFS

- ▶ Mieux se connaître.
- ▶ Favoriser une meilleure connaissance des autres.
- ▶ Mettre en évidence nos différences de fonctionnement et mieux les comprendre.
- ▶ Identifier nos points forts et nos sources d'amélioration.
- ▶ Encourager une meilleure communication et une dynamique "Gagnant-Gagnant".

CONTEXTES D'UTILISATION

- ▶ Cohésion d'équipe.
- ▶ Communication interpersonnelle.
- ▶ Gestion de conflit.
- ▶ Management de changement.
- ▶ Coaching.
- ▶ Développement personnel.



QUALITÉ - TRANSPARENCE POUR LES CLIENTS

ACT FORMATION est certifié EduQua depuis 2004.

EduQua impose des critères de qualité aux prestataires de formation et vérifie leur mise en pratique chaque année.

EduQua offre ainsi plus de transparence pour les clients des institutions de formation.

Premier label suisse spécialement conçu pour les prestataires de formation continue, EduQua compte plus de 800 instituts certifiés.



NOS MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Nos formations sont orientées sur le résultat et le rapport à la réalité est présent dans tous les sujets que nous traitons.



Apprendre en s'engageant avec la méthode ACT FORMATION du "Transfaire"



Apprendre en réfléchissant



Apprendre en participant



Apprendre avec plaisir



Apprendre en s'informant



Apprendre en appliquant



Apprendre en testant

NOS MOYENS PÉDAGOGIQUES

- ▶ cas pratiques
- ▶ débats
- ▶ textes et articles de référence
- ▶ exposés des participants
- ▶ tests ou évaluations personnelles
- ▶ témoignages
- ▶ jeux de rôle
- ▶ travaux de groupe
- ▶ jeux d'entreprise
- ▶ exercices filmés
- ▶ analyses de vidéos
- ▶ méthode du "transfaire"
- ▶ journal de bord
- ▶ engagement du groupe
- ▶ évaluation
- ▶ projets en parallèle



NOTRE DÉMARCHE
DE PARTENARIAT

Notre démarche de partenariat

Le marché de la formation propose une multitude d'offres et de programmes. Le choix de la démarche n'est jamais neutre : former ne signifie pas programmer. La formation a pour finalité l'autonomie de l'entreprise, sa propre capacité de créativité et de développement. L'action de formation permet aux acteurs de l'entreprise d'augmenter leur aptitude à s'adapter à la complexité de chaque situation. C'est pourquoi nous proposons une démarche de partenariat en 7 étapes.

1 DÉTECTER détection d'un besoin de formation

- ▶ Quelle est la situation actuelle ?
- ▶ Quelle est la situation attendue ?
- ▶ Quelle est la stratégie de l'entreprise pour les années à venir ?
- ▶ Quelles sont les compétences à développer ?
- ▶ Qui recense les besoins de formation et comment ?

2 TRAITER définition spécifique des besoins

- ▶ De quels types de besoins s'agit-il ?
- ▶ Quelle est la priorité parmi ces besoins ?
- ▶ Comment faire la synthèse des besoins ?
- ▶ Que souhaitent la hiérarchie, les cadres et les collaborateurs ?
- ▶ Dans quelle mesure est-il pertinent de traduire ces besoins en action de formation ?
- ▶ La formation est-elle la seule solution ?

3 VALIDER élaboration du projet

- ▶ Quels sont les objectifs généraux et spécifiques de la formation ?
- ▶ Quelles sont les conditions de réussite du projet ?
- ▶ Quels sont les risques ou les résistances à prévoir ?
- ▶ Quels seront les critères d'évaluation ?
- ▶ Qui pilote et suit le projet ?
- ▶ Qui valide le cahier des charges ?



4 THÉMATISER construction de la démarche de formation

- ▶ Comment traduire les besoins et les objectifs de formation en thématiques ?
- ▶ Quels sont les objectifs pédagogiques ?
- ▶ Quelle est la cohérence d'ensemble ?
- ▶ Comment tester le programme ?
- ▶ Quelle souplesse, quelle est la marge de manœuvre ?

5 AGIR réalisation de l'action de formation

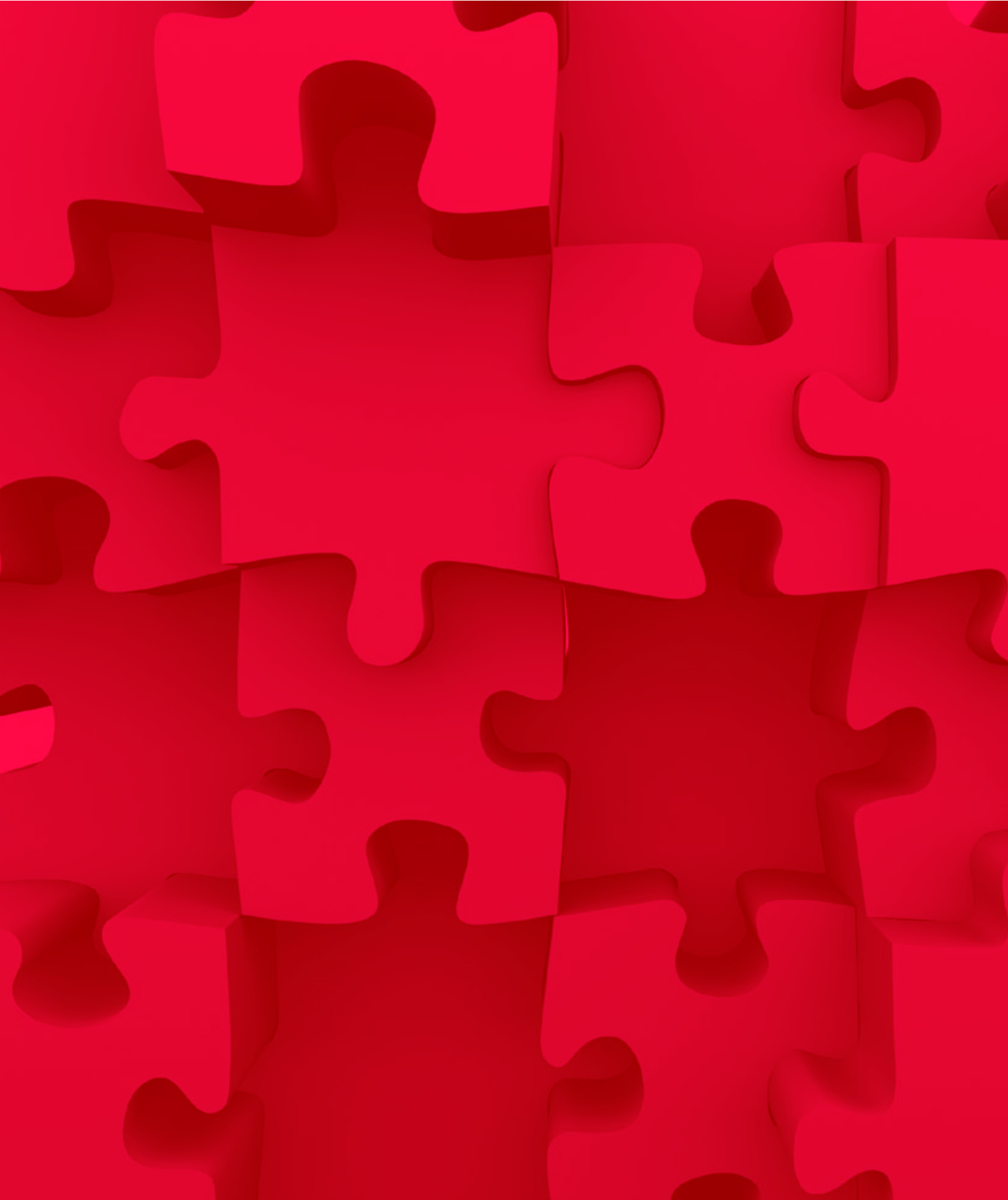
- ▶ Comment choisir les formateurs internes ou externes ?
- ▶ Où la formation se déroule-t-elle ?
- ▶ Quel est le coût de la formation ?
- ▶ Quels sont les délais ?
- ▶ Des bilans intermédiaires seront-ils organisés, avec qui et comment ?

6 ÉVALUER évaluation des acquis

- ▶ Est-ce que la formation a répondu aux résultats attendus ?
- ▶ Comment les participants mettent-ils en pratique les acquis ?
- ▶ Quelles sont les améliorations nécessaires ?
- ▶ Quels sont les systèmes d'évaluation utilisés ?

7 PÉRENNISER optimisation de l'action de formation

- ▶ Quel est le système de contrôle prévu pour chaque participant ?
- ▶ Quelles sont les mesures d'accompagnement ?
- ▶ Quels sont les effets de la formation à long terme ?
- ▶ Quels changements a-t-on provoqués, comment les consolider ?





RÉFÉRENCES

Nous tenons à votre disposition une liste actualisée de nos références.



SUISSE

ACT FORMATION SA

Route des Jeunes 9
1227 GENÈVE - LES ACACIAS
Tél. : + 41 (0)22 827 43 43
Fax : + 41 (0)22 827 43 44
actformation@actformation.ch
www.actformation.org

FRANCE

ACT FORMATION

15 rue Gustave Nadaud
69007 LYON
Tél. : + 33 (0)4 72 73 48 79
Fax : + 33 (0)9 58 03 48 79
info@actformation.fr
www.actformation.org