



Actions Marketing aux Entreprises



iso 9001  
iso 14001


Ohsas 18001 certification de service  
conseil accompagnement formation

# Catalogue de Formation 2017



## Table des Matières

1	MODULE 1 - PRÉSENTATION ET CONNAISSANCES DES NORMES ISO 9000.....	3
2	MODULE 2 – MAITRISE EXPERT NORME ISO9000V2015.....	5
3	MODULE 3 - OUTILS DE MANAGEMENT DE LA QUALITÉ .....	8
4	MODULE 4 – PRESENTATION ET CONNAISSANCES DES NOMES ISO14000 .....	10
5	MODULE 6 - LE MANAGEMENT PAR LES RISQUES & OPPORTUNITÉS.....	12
6	MODULE 8 – MANAGEMENT D’UN SYSTÈME SÉCURITÉ – OHSAS 18001 .....	14
7	MODULE 10 - LE MANAGEMENT ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES .....	16
8	MODULE 20 - INITIATION INFORMATIQUE ET UTILISATION DE WINDOWS .....	18
9	MODULE 21 – UTILISATION ET PRATIQUE DE WORD .....	19
10	MODULE 22 – UTILISATION ET PRATIQUE D’EXCEL .....	21
11	MODULE 30 - MISER SUR UN ACCUEIL DE QUALITE .....	23
12	MODULE 31 - ACCUEIL VENTE EN BOUTIQUE .....	25
13	MODULE 32 - ANIMATION ET GESTION DE GROUPE – PARLER EN PUBLIC.....	27
14	MODULE 33 - MISE EN PLACE D’UNE PROSPECTION EFFICACE .....	29
14	MODULE 34 - PROSPECTION EFFICACE .....	32
15	MODULE 35 - NEGOCIATION COMMERCIALE .....	34
16	MODULE 36 - GESTION ET ANIMATION D’EQUIPE .....	35
17	MODULE 37 - GESTION DU TEMPS ET DU STRESS.....	37

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 3

## 1 MODULE 1 - PRÉSENTATION ET CONNAISSANCES DES NORMES ISO 9000

# MODULE 1

## « Présentation et connaissances des Normes ISO 9000 management des ressources Version 2015 »

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- se former à la connaissance et à la maîtrise des normes de la famille ISO 9000; connaître les principes de la démarche ISO 9000
- Connaître l'essentiel du référentiel ISO 9001.

### Programme :


#### Jour1

Définitions et historique  
Généralités sur le concept de qualité :  
Vocabulaire de la qualité  
Termes et définitions  
Connaissances et intégration du contexte, marché  
Contraintes extérieures, climat de l'entreprise  
Le management des ressources  
L'environnement normatif de la qualité  
Panorama des normes relatives à la qualité  
Architecture des normes ISO 9000  
Les différentes normes (9000, 9001, 9004)  
Les grands principes des ISO 9000

#### Le système de management de la qualité

L'approche processus  
Les risques & opportunités  
Étude de cas pratique (outils)  
Les 8 principes de Management de la Qualité

Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 4

## **Jour 2**

Présentation de la norme ISO 9001v2015

L'annexe SL : la clé du système de management – comprendre et mettre en œuvre

Identification des exigences :

Étude des différents chapitres

Intégrer la structure en 10 chapitres

« HLS »

§1. Domaine d'application

§2. Références normatives

§3. Termes et définitions

§4. Contexte de l'organisme

§5. Responsabilités de la direction

§6. Planification du système de management qualité

§7. Support

§8. Réalisation des activités opérationnelles

§9. Evaluation des performances

§10. Amélioration Étude de cas pratique

Application et étude de cas concret sur les risques et opportunités, les prestataires externes, les compétences/connaissances

Travaux et exercices pratiques

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, auditeur de certification organisme agréé Cofrac/UKAS

**2 MODULE 2 – MAITRISE EXPERT NORME ISO9000V2015**

**MODULE 2**  
**« Maitrise expert**  
**des Normes ISO 9000**  
**management des ressources**  
**Version 2015»**  
**Durée : 4 jours**

**OBJECTIF :**

- se former à la maîtrise expert des normes de la famille ISO 9000; connaître les principes de la démarche ISO 9000
- Maitriser toutes les composantes du référentiel ISO 9001 et l'approche processus  
Comprendre les enjeux d'un système de management de la qualité.

**Programme :****Jour1**

Définitions et historique

Généralités sur le concept de qualité :

notion de "produit" et de "service"

certification ISO, qualité totale

Historique : de l'artisanat au management de la qualité

Contexte de l'organisme et parties intéressées

Responsabilité de la Direction

Planification du SMQ : l'approche risques et opportunités, la gestion du changement

Vocabulaire de la qualité

Termes et définitions

Connaissances et intégration du contexte, marché

Contraintes extérieures, climat de l'entreprise

Le management des ressources

L'environnement normatif de la qualité


Panorama des normes relatives à la qualité

Architecture des normes ISO 9000

Les différentes normes (9000, 9001, 9004)

Les grands principes des ISO 9000

Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 6

## **Jour 2**


Le système de management de la qualité  
 L'approche processus  
 Les risques & opportunités  
 Étude de cas pratique (outils)  
 Les 8 principes de Management de la Qualité  
 L'orientation client  
 Gestion des non-conformités et amélioration continu

L'approche processus  
 La cartographie et Les interactions  
 étude de cas pratique  
 Le processus et la Relation Client Fournisseur  
 La gestion des parties intéressées  
 La performance des processus  
 Les enjeux et finalités des systèmes de management  
 Support : ressources, gestion des compétences et informations documentées  
 La réalisation des activités opérationnelles : Planification opérationnelle, Le cycle de vie : de l'expression de besoin aux activités après livraison  
 L'évaluation des performances  
 Travaux et exercices pratiques

## **Jour 3**

Présentation de la norme ISO 9001v2015  
 L'annexe SL : la clé du système de management – comprendre et mettre en œuvre  
 Identification des exigences :  
 Étude des différents chapitres  
 Intégrer la structure en 10 chapitres  
 « HLS »  
 §1. Domaine d'application  
 §2. Références normatives  
 §3. Termes et définitions  
 §4. Contexte de l'organisme  
 §5. Responsabilités de la direction  
 §6. Planification du système de management qualité  
 §7. Support  
 §8. Réalisation des activités opérationnelles  
 §9. Evaluation des performances  
 §10. Amélioration Étude de cas pratique

Application et étude de cas concret sur les risques et opportunités, les prestataires externes, les compétences/connaissances  
 Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 7

## **Jour 4**

**Premier point** : Une approche plus managériale et stratégique

L'analyse des risques (principes : définition, analyse, hiérarchisation, cotation)  
 Etude des différentes méthodes existantes  
 Les exigences renforcées du rôle de la direction  
 L'alignement des processus sur les pratiques managériales  
 Le management des connaissances et compétences pour la conformité du produit/service  
 L'innovation

**Deuxième point** : L'intégration des fondamentaux de la qualité

Les 8 principes de la qualité revus  
 La mesure de la performance  
 Les outils qualité

Travaux et exercices pratiques

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, auditeur de certification organisme agréé Cofrac/UKAS

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 8

### 3 MODULE 3 - OUTILS DE MANAGEMENT DE LA QUALITÉ

## Programme de la Formation

### MODULE 3 « Outils de management de la qualité » Durée : 3 jours


#### OBJECTIF :

- Comprendre l'application de la norme au Système Qualité (SO9001v2015)
- Analyser et mettre en place un système performant et adapté
- Savoir maîtriser la gestion et les outils du système qualité

#### Programme :

- Le cycle PDCA appliqué aux processus : de la définition des objectifs aux revues de processus.
- Le déploiement de la politique Qualité en objectifs,
- les plans d'actions Qualité pour planifier les actions.
- La planification de la Qualité et le suivi des tâches récurrentes
- Le brainstorming
  - exercices pratiques
- Les interactions
  - exercices pratiques
- Les indicateurs et le tableau de bord pour mesurer l'efficacité des processus
- Les différents types de tableaux de bord
- Pilotage et exploitation des données
  - exercices pratiques
- Le traitement de la Non-conformité
  - exercices pratiques
- Les réclamations clients
  - exercices pratiques



 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 9

- Les actions curatives et correctives pour s'améliorer de façon continue.
- Savoir se servir des actions
- Mesurer l'efficacité des actions
  - exercices pratiques
- De l'efficacité vers l'efficience
- L'écoute client : identifier les attentes, mesurer la satisfaction, traiter les réclamations.

#### **Exercices pratiques**

- Comment être réactif
- Comment présenter une information nouvelle
- La gestion des indicateurs
  
- Les interlocuteurs du service des Ressources Humaines
- Les interlocuteurs internes : salariés, partenaires sociaux, hiérarchiques, Direction Générale
- Les interlocuteurs externes : inspection du travail, médecine du travail, organismes sociaux, conseils, prestataires externes, candidats

#### **Exercices pratiques**

#### **Les principaux outils de management de la qualité et de dynamique des équipes**

- Principe et utilisation : le QQQCCP (quoi, qui, où, quand, comment, combien, pourquoi)

#### **Exercices pratiques**

- Principe et utilisation : les 5 M ou diagramme d'Ishikawa

#### **Exercices pratiques**

- Principe et utilisation : paretto et priorisation

#### **Exercices pratiques**

#### **METHODE PEDAGOGIQUE :**


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

#### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

#### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, auditeur de certification organisme agréé Cofrac/UKAS

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 10

## 4 MODULE 4 – PRESENTATION ET CONNAISSANCES DES NOMES ISO14000

# MODULE 1

## « Présentation et connaissances des Normes ISO 14000 management des ressources environnementales Version 2015»

### Durée : 3 jours

### OBJECTIF :

- se former à la connaissance et à la maîtrise des normes de la famille ISO 14000; connaître les principes de la démarche environnementale SO 1400
- Connaître l'essentiel du référentiel ISO 14001v2015.


### Programme :

#### Jour1

Définitions et historique  
 Les principes fondamentaux d'un système de management environnemental  
 Généralités sur le concept de management environnemental :  
 Vocabulaire environnement  
 Termes et définitions  
 Connaissances et intégration des aspects, milieu, impacts  
 Contraintes extérieures, climat, ressources, énergie  
 Le management des ressources  
 L'environnement normatif de l'environnement (ADEME  
 Architecture des normes ISO 14000 (annexe SL, architecture et principes)  
 Les différentes normes (14000, 14001, 14004)  
 Les grands principes des ISO 14000

Le système de management de la qualité  
 L'approche processus du SME  
 Le contexte et le prise en compte des parties intéressées  
 Les risques & opportunités  
 Les enjeux et obligations de conformité  
 Objectifs environnementaux  
 Performance environnementale  
 Étude de cas pratique (outils)

Travaux et cas pratiques

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 11

## **Jour 2**

Présentation de la norme ISO 14001v2015

L'annexe SL : la clé du système de management – comprendre et mettre en œuvre

Identification des exigences :

Étude des différents chapitres

Intégrer la structure en 10 chapitres

« HLS »

§1. Domaine d'application

§2. Références normatives

§3. Termes et définitions

§4. Contexte de l'organisme

§5. Leadership

§6. Planification du système de management environnement

§7. Support

§8. Réalisation des activités opérationnelles

§9. Évaluation des performances

§10. Amélioration

### **Étude de cas pratique**

Application et étude de cas concret sur les risques et opportunités, les AES, la conformité réglementaire (veille), la performance environnementale, maîtrise opérationnelle étendue dans une perspective de cycle de vie

Travaux et exercices pratiques

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Conseil Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, auditeur de certification organisme agréé Cofrac/UKAS

**5 MODULE 6 - LE MANAGEMENT PAR LES RISQUES & OPPORTUNITÉS**

## **MODULE 6**

### **« Le management par les Risques & opportunités »**

#### **Durée : 3 jours**

### **OBJECTIF :**

- Comprendre l'application de la norme au Système Qualité R&O
- Le management par l'approche des risques & opportunité
- R&O pour les produits et services
- R&O pour les processus de supports (achats, RH, SI, ...)
- Analyser le contexte externe et interne, des parties intéressées

Reprise de chaque chapitres en y analysant les Risques & Opportunités

Analyse, identification, déploiement, mise en ouvre

#### **Exercices pratiques par processus**

Analyse et recherche de la typologie des risques

Notion de quotation, de gravité

Matrice et synthèse

Expertise des résultats

#### **Exercices pratiques**

#### **Les outils simples**

SWOT (principes et exercices pratiques)

Cas pratiques sur les risques liés aux RH

Cas pratiques sur les risques liés aux produits

Cas pratiques sur les risques liés aux matériels

#### **Résolution de problème**

Définir les typologies de problème

Identifier et hiérarchiser

Les outils principaux de la résolution de problèmes

Développement des outils (méthodes et avantages)

### Travaux et exercices pratiques

#### **Contexte de l'entreprise**

Définir et connaître les parties intéressées en interne et en externe

Analyser et Définir son marché, ses concurrents

Utiliser des outils

Exemple le PESTEL (principes et exercices pratiques)

(principes et exercices pratiques)

Prendre des décisions argumentées

#### **La gestion des opportunités**

Définition

Identification, méthode

Quantifier, prioriser et budgétiser les opportunités

Etude pratiques

#### **METHODE PEDAGOGIQUE :**


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

#### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

#### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, auditeur de certification organisme agréé Cofrac/UKAS

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 14

## 6 MODULE 8 – MANAGEMENT D'UN SYSTÈME SÉCURITÉ – OHSAS 18001

# MODULE 10 « MANAGEMENT D'UN SYSTÈME SÉCURITÉ – OHSAS 18001 » Durée : 2 jours

## OBJECTIF :

- se former à la connaissance et à la maîtrise des normes de la famille ISO 9000; connaître les principes de la démarche ISO 9000
- Connaître l'essentiel du référentiel ISO 9001.

## Programme :

### Jour1


Définitions et historique  
Généralités sur la sécurité :  
Vocabulaire de la sécurité  
Termes et définitions  
Connaissances et intégration de la réglementation  
Veille réglementaire sujet sécurité

Contraintes extérieures, et intérieures  
Objectifs et construction de la norme  
Mise en œuvre et/ou amélioration de son système de management de la sécurité  
Champ opérationnel d'application

L'environnement normatif de la sécurité  
Panorama des normes relatives à la SST  
Les grands principes hde l'OHSAS 18001

Le système de management SMS  
La politique sante/sécurité  
Le DUER  
L'identification des risques

Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 15

## Jour 2

Détail et étude de la norme

L'annexe SL : la clé du système de management – comprendre et mettre en œuvre

Identification des exigences :

Étude des différents chapitres

Intégrer et construire un système de management de la sécurité

Domaine

Termes et définition

Exigences en matière de système de management de la SST

Planification

Identification des dangers, évaluation des risques et mesures de contrôle

Exigences légales et autres

Objectifs et programmes

Mise en œuvre et fonctionnement

Ressources, rôles, responsabilités, obligations de rendre compte et autorités

Compétence, formation et sensibilisation

Communication, participation et consultation

Documentation

Contrôle des documents et des opérations

Prévention des situations d'urgence et capacité à réagir

Mesure et surveillance de performance

Évaluation de conformité

Recherche d'incidents, non-conformité, actions correctives et préventives

Non-conformité, actions correctives et actions préventives

Maîtrise des enregistrements

Audit interne

Revue de direction

Application et étude de cas concret sur les risques et opportunités, les prestataires externes, les compétences/connaissances

Travaux et exercices pratiques

### **PROFIL PARTICIPANT :**

Personnes susceptibles de mettre en place un système de management de la sécurité dans l'entreprise :

Les chargés de sécurité, responsables d'un service Qualité ou Sécurité ou QSE, les membres du CHSCT, les groupes de pilotage de mise en place du SMS

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, auditeur de certification organisme agréé Cofrac/UKAS

**7 MODULE 10 - LE MANAGEMENT ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES****MODULE 10****« Le management et gestion des ressources humaines »****Durée : 2 jours****OBJECTIF :**

- Le Management : outil d'amélioration et d'efficience
- Créer et appliquer le plan de communication interne au service des Ressources Humaines en intégrant les différents outils et méthodes.
- Assumer la dimension RH de son rôle de manager

**Programme : réparti sur 2 jours****Le management au quotidien**

Prendre au quotidien des décisions opérationnelles tout en intégrant les orientations stratégiques de l'entreprise

Développer l'efficacité collective tout en privilégiant la contribution individuelle

Assurer les conditions de réussite du long terme tout en gérant les exigences du court terme

Faire cohabiter management hiérarchique et management de la Qualité

Manager le changement tout en garantissant la stabilité

**Manager ses collaborateurs au quotidien**

Savoir détecter une baisse de motivation

Gérer la difficulté quand elle se présente

Mener un entretien de recadrage

Gérer les absences et leur répétition

Comprendre le pourquoi d'une démission

Détecter les indices de stress et les analyser

Exemple & travail pratique

**Gérer le collectif de son équipe au jour le jour**

Savoir évaluer les charges de travail

Savoir réorganiser son temps et celui de son équipe

Savoir faire face à une surcharge de travail

Faire travailler ensemble ses collaborateurs

Gérer les relations entre les hommes et la relation client-fournisseur interne

Savoir détecter les sources d'efficience

Comprendre et Savoir communiquer sur les résultats

Exemple & travail pratique

**Fonction Personnel et gestion des hommes**

Définition des fonctions et compétences, Evaluation du personnel

Formation : l'impact de la réforme de la formation professionnelle, contraintes juridiques, plan de formation, suivi des actions, de l'entretien professionnel

Exemple & travail pratique



### **Les Ressources Humaines et la Communication Interne**

#### **Les enjeux "communication" du service des Ressources Humaines**

Le service Ressources Humaines, acteur de la communication interne

Etre à l'écoute de l'entreprise et de ses salariés

Gérer l'information ascendante et descendante

Gérer "radio-couloir"

Gérer les conflits

Exemple & travail pratique

#### **Quelles informations faire circuler, à qui et comment ?**

Les informations sur la vie de l'entreprise

La gestion quotidienne du personnel : procédures, suivis, etc...

La réforme de la formation professionnelle : entretiens professionnels, CPF...

Exemple & travail pratique

#### **Les outils "communication" au service du personnel de l'entreprise**

Le livret d'accueil

L'accueil des nouveaux embauchés, Les réunions d'accueil, les manifestations (de vie interne)

La communication écrite d'entreprise (notes de services, résultats , tableau de bord)

La messagerie et l'intranet

Les réunions avec le personnel

Exemples & travaux pratique

#### **Le manager : gestionnaire des Ressources Humaines de son équipe**

Les évolutions actuelles

L'implication du manager dans la gestion de son équipe

Les relations avec les Ressources Humaines

Les supports de suivi des RH

L'intégration des nouvelles recrues

Exemples & travaux pratique

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et professionnel du domaine, auditeur certifié IRCA, spécialiste RSE

## 8 MODULE 20 - INITIATION INFORMATIQUE ET UTILISATION DE WINDOWS

### MODULE 20

### « Initiation Informatique et utilisation de Windows »

Durée : 1 jour

#### OBJECTIF :

- Comprendre le fonctionnement d'un micro-ordinateur.
- Connaître et savoir utiliser l'interface graphique de WINDOWS.

#### Programme :

<p><b>Participants</b></p> <p>Toute personne débutante dans l'utilisation d'un micro-ordinateur et destinée à utiliser des logiciels fonctionnant sous WINDOWS.</p> <p><b>Méthode</b></p> <p>Théorie et pratique sont mises en alternance au cours de la formation afin d'obtenir un meilleur rendement des connaissances acquises.</p> <p><b>Conditions préalables</b></p> <p>Aucune.</p> <p><b>Contenu</b></p> <p><b>Introduction</b> Principe de fonctionnement d'un micro-ordinateur (micro-processeur, mémoire, ...) L'utilisation du clavier et de la souris.</p> <p><b>Les logiciels bureautiques</b> Les différentes familles de logiciels. Qu'est ce qu'un fichier de données ? L'importance des sauvegardes.</p> <p><b>La sécurité des données</b> Recopie de disquettes. Sauvegarde du disque dur. Protection des fichiers. Récupération de fichiers effacés.</p>	<p><b>Découverte et prise en main de Windows</b> Qu'est ce qu'une interface graphique ? Utilisation des fenêtres et des icônes. Les boutons, les boîtes de dialogue, l'archivage de son travail Les menus déroulants. Arborescence des dossiers système et personnels Comment utiliser l'aide. Création d'un raccourci</p> <p><b>Le multi-tâches</b> Travailler avec plusieurs logiciels simultanément.</p> <p><b>Les applications fournies avec Windows</b> Utilisation et création de documents avec les accessoires de Windows.</p> <p><b>Les échanges de données entre programmes</b> Le principe du presse-papiers (Copier/Coller). L'intégration de dessins et de tableaux dans un document texte.</p> <p><b>Le gestionnaire d'impression</b> Comment choisir une imprimante. Gérer la file d'attente d'impression.</p> <p><b>Le gestionnaire de fichiers</b> Formater une disquette. Créer des dossiers. Copier et effacer des fichiers.</p>
--	---

## 9 MODULE 21 – UTILISATION ET PRATIQUE DE WORD

# MODULE 21

## « Utilisation et pratique de WORD »

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- Être capable de concevoir des documents lettres, rapports, tableaux...
- Savoir personnaliser un document avec tous les outils proposés par Word.
- Utiliser les dictionnaires pour les corrections.

### Jour1 :

<p><b>Méthode</b></p> <p>Notions théoriques exposées par l'animateur. Utilisation intensive du logiciel pour en acquérir la maîtrise complète.</p> <p><b>Conditions préalables</b></p> <p>Connaissances de base du micro-ordinateur. Savoir utiliser l'interface graphique Windows. Avoir participé à la 1<sup>ère</sup> journée</p> <p><b>Contenu</b></p>	<p><b>Création de documents réutilisables</b></p> <p>Créer un modèle de document La bibliothèque de modèles et assistants intégrés Les champs "demander", "remplir", date, numérotation et résumé</p> <p><b>Fusion et publipostage pour créer des lettres et autres documents</b></p> <p>Créer et gérer un fichier d'adresses dans Word Trier et/ou sélectionner les adresses par critères Ajouter ou supprimer des champs et des enregistrements Utiliser un tableau Excel, comme source de données Utiliser l'assistant Fusion et Publipostage pour créer les différents types de documents de fusion (lettres, étiquettes, enveloppes et répertoires) Les différentes options de fusions</p>
<p><b>Utilisation avancée de Word</b></p> <p>Recherches et remplacements sur des textes ou des mises en forme Utilisation des différents dictionnaires de Word et de son correcteur grammatical Apprendre à insérer des notes de bas de page Insertion et gestion d'images ou d'objets divers dans un texte</p>	

## Jour2 :

<p><b>Méthode</b></p> <p>Notions théoriques exposées par l'animateur. Utilisation intensive du logiciel pour en acquérir la maîtrise complète.</p> <p><b>Conditions préalables</b></p> <p>Connaissances de base du micro-ordinateur. Savoir utiliser l'interface graphique Windows. Avoir participé à la 1<sup>ère</sup> journée</p> <p><b>Contenu</b></p> <p><b>Utilisation avancée de Word</b></p> <p>Recherches et remplacements sur des textes ou des mises en formes Utilisation des différents dictionnaires de Word et de son correcteur grammatical Apprendre à insérer des notes de bas de page Insertion et gestion d'images ou d'objets divers dans un texte</p>	<p><b>Création de documents réutilisables</b></p> <p>Créer un modèle de document La bibliothèque de modèles et assistants intégrés Les champs "demander", "remplir", date, numérotation et résumé</p> <p><b>Fusion et publipostage pour créer des lettres et autres documents</b></p> <p>Créer et gérer un fichier d'adresses dans Word Trier et/ou sélectionner les adresses par critères Ajouter ou supprimer des champs et des enregistrements Utiliser un tableau Excel, comme source de données Utiliser l'assistant Fusion et Publipostage pour créer les différents types de documents de fusion (lettres, étiquettes, enveloppes et répertoires) Les différentes options de fusions</p>
---	---

## 10 MODULE 22 – UTILISATION ET PRATIQUE D'EXCEL

### MODULE 21 « Utilisation et pratique d'excel » Durée : 2 jours

#### OBJECTIF :

- Être capable de concevoir tout type de tableau de calculs.
- Savoir représenter des données graphiquement.
- Utiliser la base de données d'Excel pour mémoriser des informations et en tirer des statistiques.

#### Jour1 :

<p><b>Participants</b></p> <p>tout utilisateur désireux d'être rapidement autonome dans la production et la gestion de documents simples sur Excel</p> <p><b>Méthode</b></p> <p>Notions théoriques exposées par l'animateur. Utilisation intensive du logiciel pour en acquérir la maîtrise complète.</p> <p><b>Conditions préalables</b></p> <p>Connaissances de base du micro-ordinateur. Savoir utiliser l'interface graphique Windows.</p> <p><b>Contenu</b></p> <p><b>Découverte et prise en main d'Excel</b></p> <p>Définition d'un tableur Signification des termes de base d'une feuille de calcul L'écran d'Excel Utiliser les classeurs Comment saisir du texte, des nombres, des dates Apprendre à se déplacer, sélectionner, effacer, recopier, etc ...</p>	<p><b>Le tableur</b></p> <p>Saisie des données, correction et suppression, copier/déplacer Calculs simples et correction, recopie de calculs Choix des formats de nombres ou de textes, et des bordures Comment présenter un tableau Utilisation de formats de tableaux prédéfinis Apprendre à gérer de grands tableaux Imprimer un tableau Création d'un graphique, le présenter, le déplacer Pré-visualisation du document, gestion de l'impression Trier des colonnes Mise en place d'un tableau Créer des formules avec les opérateurs simples et les fonctions</p> <p><b>Les graphiques</b></p> <p>Comment créer un graphique, le personnaliser et l'imprimer Les différents types de graphiques</p>
---	---

## Jour2 :

<p><b>Méthode</b></p> <hr/> <p>Notions théoriques exposées par l'animateur. Utilisation intensive du logiciel pour en acquérir la maîtrise complète.</p> <p><b>Conditions préalables</b></p> <hr/> <p>Connaissances de base du micro-ordinateur. Savoir utiliser l'interface graphique Windows. Avoir participé à la 1ère journée</p> <p><b>Contenu</b></p> <hr/> <p><b>Saisir des formules de calcul</b></p> <p>Créer des formules de calcul Utiliser les fonctions somme et moyenne</p> <p><b>Utilisation avancée du tableur</b></p> <p>Lier plusieurs feuilles de calculs Utiliser la fonction SI() Protéger ses calculs Créer un modèle de tableau avec des liaisons</p>	<p><b>La base de données d'Excel</b></p> <p>Définition d'une base de données Comment créer une base de données, saisir les données, les supprimer, les mettre à jour Trier les données, les extraire, les imprimer... Utiliser les fonctions statistiques de base de données</p> <p><b>Réaliser des tableaux croisés dynamiques</b></p> <p>L'outil de tableau croisé dynamique, création et options Styles et dispositions Manipulation des résultats</p> <p><b>Personnaliser l'environnement</b></p> <p>Améliorer la présentation de ses documents avec les différents objets dessins, Images, graphiques, formes, textes.et les outils de présentation associés</p>
--	---

## 11 MODULE 30 - MISER SUR UN ACCUEIL DE QUALITE

# MODULE 30

## « Miser sur un ACCUEIL de qualité »

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- Se former et se perfectionner à la communication face à face visiteurs, clients
- Développer et maîtriser des comportements efficaces pour mieux accueillir

### Programme : 2 jours

#### **JOUR 1**

##### **prise de conscience du public, du visiteur, du client**

Prise de conscience des points forts de l'accueillant

Communication orale : les mots.... sourire...voix...élocution...

Relation humaine : les qualités qu'il faut avoir – avec public et collègues

##### **Eléments essentiels pour un bon contact**

Reconnaître les Différents types et personnalités des visiteurs

Comportements des visiteurs (sexe – catégorie sociale – âge..)

Détermination de votre profil psychologie de Commercial

##### **Etablir la relation avec le visiteur**

3 aspects de la communication

Etablir la prise de contact

Le regard

Le corps

La gestuelle

Le visage

L'espace personnel

##### **Améliorer notre comportement « ACCUEIL » - accueillir mieux**

Tout le monde est concerné

Un travail à part entière

Accueil face à face – Devenez sympathique

Préparation à l'Accueil – Toujours « prêt »

Les premiers instants – le face à face

Le visiteur parle ... - Ecoutez le...

Remplir un dossier avec votre Visiteur


Vous devez laisser – transmettre un message

Langage – jargon

Comportement des Fâcheux – des Inquiets – des Bavards... et vous...

##### **Conclusion**

Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 24

## JOUR 2

### **Information sur le contenu des produits – des services à informer à l'accueil**

Argumentaire : les mots – phrases....

Conception – construction et mise en phase d'argumentaires

Cohérence entre le besoin/désir/souhait et la présentation (et/ou vente) des produits

Méthode et présentation des produits, des services au visiteur, client

Réussir l'argumentation

### **Motivation et mobilisation de notre « Accueil »**

Motivation : Confiance en soi – estime de soi/croire en soi – affirmation de soi

Rôle intrinsèque de l'Accueillant

Comment transmettre notre passion aux autres

### **Gérer et maîtriser nos émotions, notre stress**

Identifier et tirer parti de nos émotions – le trac – l'angoisse

Développer nos ressources

Anticiper

Garder son calme et sa sérénité - Maîtriser des situations difficiles

### **Un « accueil gagnant »**

Reprise des questions fondamentales – questions judicieuses

Gérer maîtriser le comportement du visiteur

Re-mémoriser les différentes approches du Visiteur

Les étapes incontournables : introduction – développement et conclusion

Travaux et exercices pratiques

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert spécialisé dans ce domaine de communication orale et non verbale, dans le contact face à face visiteurs, clients



## 12 MODULE 31 - ACCUEIL VENTE EN BOUTIQUE

# MODULE 31

## « Accueil Vente en Boutique »

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- Se former et se perfectionner à la communication face à face visiteurs, clients
- Développer et maîtriser des comportements efficaces pour accueillir, présenter, proposer et vendre Des produits en boutique/magasin

### Programme : 2 jours

#### JOUR 1

##### Démarche d'Accueil - de Conseil et Vente au public

Prise de conscience de vos Valeurs  
Confiance en soi - Estime de soi - Image de soi  
Motivation  
Communication orale – dire – entendre – écouter – comprendre : la voix  
Accueil face à face : communication non-verbale  
Perception de l'autre  
Veille commerciale et approche du visiteur / client


##### Améliorer le comportement de l'Accueil Vente

Le rôle de l'accueillant - du vendeur  
Les qualités essentiels de l'accueillant - du vendeur  
La personnalité – la présentation de l'accueillant - du vendeur  
Le comportement relationnel  
Différents types de comportements - analyse  
Différentes phases de nos réactions face à l'évènement  
Nos réactions instinctives  
Comment s'affirmer  
Détermination de votre profil psychologique d'accueillant - de commercial

##### Le Visiteur – Le Client

Motivations et mobiles d'Achat du Visiteur  
Les habitudes – les réactions - les freins d'Achat du Visiteur  
Reconnaître les Différents types de visiteurs  
La personnalité du visiteur (morphologie)  
Cohérence du besoin du visiteur et de votre conseil

Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 26

## **JOUR 2**

### **Maitriser l'entretien – l'entretien de vente**

Importance de connaître les produits de la boutique – du magasin  
 Recherche du désir du visiteur/client  
 Comment gagner la confiance du visiteur/client  
 Présentation des produits  
 Détection du besoin du Visiteur / client  
 Présentation des produits par l'accueillant - du vendeur  
 Argumentation – les mots – le choix des mots...phrases...  
 Les objections du visiteur : intérêt – pas intérêt  
 Les réponses aux objections – garder et défendre la valeur des produits  
 La vente additionnelle de produits  
 Conclusion de l'entretien – de la vente  
 Prise de congés..

### **Les fautes à ne pas commettre :**

vente manquée - causes - remèdes - solutions.

### **Identifier, gérer et maîtriser : émotions, trac, stress**

### **Développer et ancrer vos ressources**

Travaux et exercices pratiques

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et spécialiste dans l'accueil, et les techniques de vente en boutique

**13 MODULE 32 - ANIMATION ET GESTION DE GROUPE – PARLER EN PUBLIC**

## **MODULE 32**

### **« Orateur - Parler en public »**

### **Durée : 2 jours**

#### **OBJECTIF :**

- Se former et se perfectionner à la communication orale. Savoir gérer et animer un public
- Apprendre à maîtriser les comportements des autres et être un bon orateur devant son public.

#### **Programme : 2 jours**

#### **JOUR 1**

##### **Préparation de votre ANIMATION**

Le Message - Adapter son Discours face aux participants  
Vos Compétences – Vos Capacités  
Désamorcer ses peurs  
Qu'est-ce qu'un Groupe - Connaître son Public  
Avant d'entrer en Scène  
Définir ses objectifs

##### **Comportement et Attitude**

Se préparer Psychologiquement – votre profil  
La personnalité de l'Animateur et les Qualités Humaines qu'il faut avoir  
Se préparer Physiquement - Mentalement  
Présentation de l'Animateur  
Qu'est-ce qu'un bon Orateur – Comment devenir un bon Orateur


##### **La communication verbale**

PAROLES – les mots – le discours– La voix  
Dire – Entendre – Ecouter - Comprendre  
Les Interventions – Les Entretiens

##### **Gérer et maîtriser le trac, le stress**

Respirer : inspirer – expirer profondément  
Gérer les 5 premières secondes et son espace d'Orateur  
Une bonne Animation « ACCORD »  
Techniques et méthodes pour gérer nos émotions

Travaux et exercices pratiques

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 28

## **JOUR 2**

### **Prendre la parole...**

- Se préparer à parler et démarrer avec assurance
- Rythmer son Elocution
- Utiliser le langage du corps
- Se servir du Regard - des Gestes
- Développer un Style
- Limiter son temps de parole
- Finir de manière efficace

### **Tenir son Auditoire**

- Sentir l'Ambiance générale - Impliquer l'Assistance - Guetter les Signes
- Poser des questions judicieuses - Répondre aux questions
- Faire face aux signes d'Hostilité

### **Rester sur les Rails....**

- Déroulement IDEAL
- Méthodes pour progresser

### **Conclusion - Face au Public**

- Intervention réussie

Travaux et exercices pratiques

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et spécialisé dans la communication de groupe, dans la gestion des comportements et la maîtrise des conflits.

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 29

## 14 MODULE 33 - MISE EN PLACE D'UNE PROSPECTION EFFICACE

# MODULE 33

## « Mise en place d'une Prospection Efficace »

### Durée : 3 jours

### OBJECTIF :

- Se former aux techniques de la prospection face face et téléphonique
- Développer et maîtriser toutes les étapes et le déroulement d'une prospection efficace.

### Programme : 3 jours

#### JOUR 1

#### **Analyse de l'existant – Votre marché**

Présentation des personnes (la personne et le formateur)

Souhaits de la personne

But et objectif de la formation

Diagnostic de votre organisation commerciale actuelle : **QQOQCCP** (quoi – qui ..)

Questions/réponses collectives

Environnement de travail

Moyens et outils de communication

Moyens et outils commerciaux

#### **Etude de vos Besoins**

#### **Vos objectifs - vos choix : QQOQCCP**

Construction d'un plan RIGOUREUX de prospection efficace

#### **Mieux connaître son marché – ses atouts**

Organisation commerciale de prospection

Préparer votre présentation Entreprise

Votre cible clientèle – secteurs d'activité

Vos prospects – clients

Vos partenaires

Vos concurrents

#### **Mise en place d'actions de prospection efficace**

#### **Le choix du type de prospection efficace**

Invitation des prospects « portes ouvertes »

Visite sur un salon : prise de contacts

Présence sur un salon : exposant de votre produit : prise de contacts

Opération « coup de poing » : visite clientèle

Réactivation de fichiers clients dormant

Réunion collective « prospects/clients »

Appels téléphoniques à de nouveaux comptes : détection des besoins

## JOUR 2

### Mise en place d'actions de prospection efficace (suite)

#### Mise en place des outils pour chaque action commerciale

Mise en place de fichiers : ciblage – sélection ...  
Qualification de fichiers : prise de contacts téléphoniques ...  
Courrier - mailing – téléphone – visite directe – réunion collective  
L'équipe commerciale exécutante

#### Méthode de travail en 10 étapes

Votre secteur et action choisis  
Etude du besoin réel  
Les objectifs – les enjeux  
Mise en place des paramètres de prospection  
Elaboration des Messages – Argumentaires – Entretiens - Messages...  
Test - Zoom sur un échantillonnage  
Démarrage de L'épreuve du réel  
Cadrage définitif avant l'opération définitive  
Exécution - Réalisation de l' OPERATION : Qualitative et Quantitative  
Résultats : Rapport – statistiques - synthèse  
Rendez-vous – prise de contact – visite

#### Etudes de cas réels

Travail sur études de cas données...  
Etude et travail sur chaque cas avec la personne

Travaux et exercices pratiques

## JOUR 3

### Préparation des Entretiens Prospects

Préparation mentale - Préparation physique

#### Déroulement d'une visite

Les Questions à se poser pour préparer un entretien - une visite  
 Avant d'entrer en clientèle  
 Organisation du Commercial - Objectif de votre Visite  
 Votre Interlocuteur  
 Votre Présentation  
 Votre Gestuel - Votre Premier Contact Physique  
 Votre Première Question - Vos Argumentaires  
 Objections de Votre Interlocuteur - Questions / réponses  
 Reformulation et proposer la solution  
 Votre Conclusion

#### Eléments essentiels pour un bon contact

Motivation – confiance en soi  
 Rôle intrinsèque de chacun  
 Rôle du Commercial  
 Comportements essentiels  
 Communication verbale et non-verbale  
 Adapter son discours  
 Votre Profil Psychologique de Commercial (test collectif)  
 Personnalité du Commercial  
 Les Qualités Humaines qu'il faut avoir  
 Les différents types d'Interlocuteurs (morphologie – attitudes...)

#### Suivi de l' Action de Prospection Commerciale

##### Organisation – rigueur – efficacité – persévérance

Vision générale d'une fiche - d'un classeur de dossiers de prospects/ clients  
 Compte-rendu de l'entretien – de la visite  
 Mise à jour des fichiers - Création de dossier de relance  
 Suivi administratif du contact téléphonique – du contact visite  
 Etonner votre Interlocuteur par votre suivi : efficacité – rapidité...  
 Organisation et suivi des rappels téléphoniques - Relance

#### Analyse de vos Contacts = 7 Etapes d'analyse

Travaux et exercices pratiques

#### METHODE PEDAGOGIQUE :


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

#### SANCTION DE LA FORMATION :

- Attestation de formation

#### VOTRE FORMATEUR :

- Expert et spécialiste dans les techniques d'approche face à face prospects
- Coach de compétences et de performance commerciale

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 32

## 14 MODULE 34 - PROSPECTION EFFICACE

# MODULE 34

## « Prospection Téléphonique »

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- Se former et se perfectionner aux techniques du téléphone
- Développer et maîtriser des comportements efficaces pour prise de rendez-vous et vendre un produit

### Programme : 2 jours

#### JOUR 1

#### **Eléments essentiels pour un bon contact**

Motivation – confiance en soi  
 Rôle intrinsèque de chacun  
 Rôle du Commercial  
 Comportements essentiels  
 Communication Orale  
 Adapter son discours

#### **Devenir un Bon Communicant**

Préparation psychologique et mentale :  
 Préparation physique :  
 Le non-verbal  
 Votre Profil Psychologique de Commercial  
 Personnalité du Commercial  
 Les Qualités Humaines qu'il faut avoir  
 Les différents types d'Interlocuteurs au téléphone

#### **Techniques préparatoires au Téléphone**

Rappel de quelques éléments  
 Les étapes pour vous préparer  
 Connaître l'activité de l'Entreprise prospectée  
 Connaître vos produits – vos services  
 Première approche téléphonique  
 Première approche avec l'Interlocuteur  
 Chronologie de votre appel téléphonique



## Jour 2

### Techniques du Téléphone

Les enjeux du Téléphone : objectif de l'appel et contexte  
L'appel lui-même  
Le bon Message téléphonique  
Franchir les barrages : secrétaires – assistantes..  
L'argumentaire – développement de l'entretien  
Questions judicieuses – ouvertes  
Réponses aux questions – objections  
Intérêt / pas Intérêt de la part de l'Interlocuteur  
Réagir à l'Interlocuteur difficile  
Conclure au bon moment  
Quelques éléments à retenir

### Réussite Gagnante en 10 Etapes

L'Interlocuteur au bout du Téléphone : jeux de rôle

### Analyse de vos contacts – appels - relances

7 Etapes d'analyse

### Organisation et Suivi Commercial

Vision générale d'une fiche  
Suivi Administratif du contact téléphonique  
Etonner votre Interlocuteur dans le suivi des contacts établis  
Organisation des rappels téléphoniques

Travaux et exercices pratiques

### METHODE PEDAGOGIQUE :


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### SANCTION DE LA FORMATION :

- Attestation de formation

### VOTRE FORMATEUR :

- Expert et spécialiste dans les techniques de prospection face à face et téléphonique
- Coach de compétences et de performance commerciale

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 34

## 15 MODULE 35 - NEGOCIATION COMMERCIALE

# MODULE 35

## «Négociation Commerciale»

### Durée : 1 jour

### OBJECTIF :

- Se former aux techniques de la communication verbale et non verbale.
- Développer et Acquérir des comportements de bon négociateur pour une négociation réussie

### Programme : 1 jour

#### JOUR 1

#### Savoir préparer et choisir une stratégie de négociation

- Préparer le dossier client – fournisseur - Collecter des informations
- Analyser tous les points matériels et psychologiques de l'interlocuteur
- Repérer les personnes influentes – les décideurs
- Réfléchir et envisager ce qui lui manque – ce qui pourrait le séduire ...
- S'adapter face à l'organisation du client
- La personnalité de l'interlocuteur

#### Éléments essentiels pour être un bon Négociateur

- Rôle intrinsèque du Négociateur
- Les attitudes essentielles
- La Communication orale

#### Comment se préparer pour devenir un bon Négociateur

- Préparation psychologique et physique
- Communication verbale et non-verbal
- Comprendre les comportements des Interlocuteurs
- Les Qualités d'un bon Négociateur – d'un bon Négociateur
- Comment s'affirmer

#### La Négociation face à face - construction argumentaire

- Identifier les souhaits – les motivations d'achat du prospect
- Construire et réussir une argumentation en toutes circonstances
- Déclencher l'achat - Conclure la vente
- Gérer - Maîtriser des situations difficiles

Travaux et exercices pratiques

#### METHODE PEDAGOGIQUE :


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

#### SANCTION DE LA FORMATION :

- Attestation de formation

#### VOTRE FORMATEUR :

- Expert et spécialiste dans les techniques de communication, les techniques de négociation et les techniques de vente

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 35

## 16 MODULE 36 - GESTION ET ANIMATION D'EQUIPE

# MODULE 36

## «Gestion et Animation d'Equipe »

### Gestion des conflits»

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- Se former aux techniques de la communication et l'animation de personnes
- Développer et Acquérir des comportements d'animateur, de mobilisateur pour gère une équipe.

### Programme : 2 jours

#### JOUR 1

#### **Ce que doit savoir faire... celui qui anime, dirige une équipe...**

son rôle – ses missions – ses responsabilités  
ses qualités et comportements de « visionnaire »  
ses compétences essentielles pour manager une Equipe  
ses fonctions clés d'animation d'équipe  
des conseils clés pour animer, diriger une équipe  
de la motivation d'animer au quotidien son équipe  
de clarifier les missions et les objectifs

#### **Comment se préparer pour devenir un bon communicant**

##### **Préparation mentale - préparation physique**

La puissance des mots - messages  
La règle du « Questionnement »

##### **Maîtrise du comportement relationnel : de soi – de l'autre**

Apprendre à se connaître – à connaître l'autre – 10 thèmes pour mieux se connaître

##### **Améliorer vos ATOUTS et transmettre le « bon message » aux autres**

Tenir et faire vivre son rôle de communicant

#### **Stratégie et techniques de la négociation**

Proposition de solutions - Négociation d'un objectif, d'un compromis

#### **Gestion de conflit – étape par étape**

Différents types de conflit - Pourquoi y a-t-il conflit  
Styles de gestion et de traitement de conflit

#### **Maitriser / gérer le stress**

## JOUR 2

### Comment préparer son message – son entretien – sa réunion

Vos compétences – vos capacités

Connaître votre équipe

Adapter votre discours face aux collaborateurs

#### Face à une personne

Savoir évaluer le rapport de forces pour mieux gérer

Savoir définir la mission – le rôle – les objectifs de son collaborateur

Démontrer l'enjeu fondamental de la cohésion d'équipe pour l'entreprise

Identifier les besoins réels et motivation de la personne

Affronter et s'adapter aux différents types d'interlocuteurs

Déjouer les tactiques du comportement de la personne

#### Tenir son auditoire

Sentir l'ambiance générale

Identifier les besoins réels de son groupe

Impliquer son équipe sur un projet commun

Anticiper et maîtriser les questions

Guetter les signes positifs / négatifs

Obtenir des réponses concrètes et des engagements

Conclure - Reformuler les accords communs

### Travailler avec son équipe - animer son équipe

Objectifs/ missions individuels- collectifs

Travailler plusieurs styles de comportements face aux différentes personnalités

Mettre en place les règles et les procédures d'observation – de contrôle...

Ecoute attentive et réduction des pressions et tensions entre les personnes

Organiser, négocier, répartir, prévoir, planifier le travail de son Equipe

Informar son Equipe de l'évolution du/des projets en cours

Mobiliser votre Equipe autour des enjeux et des valeurs communes

Réunions de travail régulières et réunions informatives

Savoir fêter les réussites – les résultats gagnants

Reconnaître les talents et compétences de chacun

Faire progresser son équipe

### Conclusion – engagement de progrès

90 % du succès réside dans la réflexion, le questionnement, la préparation

Pour réussir .....« seule compte l'attitude.... »

Travaux et exercices pratiques

### METHODE PEDAGOGIQUE :


- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

### SANCTION DE LA FORMATION :

- Attestation de formation

### VOTRE FORMATEUR :

- Expert dans ce domaine, spécialiste dans la gestion des comportements des individus, et dans l'animation de groupe.

 <p>Actions marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 37

## 17 MODULE 37 - GESTION DU TEMPS ET DU STRESS

# MODULE 37

## «Gestion du Temps et du Stress»

### Durée : 2 jours

### OBJECTIF :

- Se former à acquérir de nouvelles techniques de gestion du temps.
- Savoir analyser, comprendre et maîtriser le stress, les émotions

### Programme : 2 jours

#### JOUR 1

#### Etat des lieux


- ..Présentation des personnes – tour de table – mission...
- ..Echanges des situations et des solutions apportées
- ..Souhaits de chacune des personnes face au thème de la formation

#### Diagnostic - Bilan personnel

Objectifs personnels et ressources mises en œuvre  
 Les plus et les moins de la situation à ce jour... ce que vous souhaitez changer  
 Quelles sont les progressions possibles ?

#### Gestion du Temps et des situations

Définition de la Gestion du Temps  
 Les Facteurs de l'organisation du temps  
 Les principes d'une bonne organisation  
 Analyser l'utilisation de son temps : inventaire d'une journée / équilibre  
 Découvrir votre relation au temps – votre style d'organisation  
 Les Voleurs de temps

 <p>Actions Marketing aux Entreprises</p>	Formation
Catalogue	Page 38

TO

## **Jour 2**

### **La méthode et les outils efficaces pour gérer votre travail**

#### **La Mise en place et démarrage de votre 1<sup>er</sup> Objectif**

##### **Différence entre Importance – Urgence - Priorité**

- Qu'est-ce qui est important – urgent – priorité ?
- Lister les tâches à réaliser et les différents niveaux
- Poser les critères et planifier l'importance – l'urgence et la priorité
- Prévoir pour mieux gérer

##### **Mieux communiquer pour gérer ses émotions et son stress**

- Préparation mentale
- Communication vers l'autre – préparation physique
- Votre Profil de «Communicant »
- Maîtrise du comportement relationnel : de soi – de l'autre
- Une intervention réussie
- Améliorer vos ATOUTS - 7 étapes
- Transmettre votre «bon message » aux autres
- Comment s'affirmer

### **Conclusion**

Travaux et exercices pratiques

#### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Apports pédagogiques, échanges et questions, exercices pratiques

#### **SANCTION DE LA FORMATION :**

- Attestation de formation

#### **VOTRE FORMATEUR :**

- Expert et spécialiste dans ce domaine de la gestion du temps et du stress. Spécialiste dans l'analyse, la gestion et la maîtrise des émotions. Coach de vie.