



**CADRE EXPERT**  
Accélérateur de performances commerciales

# 2026

## Formations Cadre Expert



**NOVALTERA**  
membre du Réseau Cadre Expert  
12 chemin des Lavandières  
69 370 St Didier au Mont d'or  
Siret : 982 858 540 00015  
Déclaration Activité : 84 69 22304 69


Contact Marie ALLEGRE  
Marie.allegre@cadre-expert.fr


**[www.cadre-expert.fr](http://www.cadre-expert.fr)**

Cadre Expert, 1er réseau d'Experts en Organisation et Management Commercial.


Le catalogue RESEAU CADRE EXPERT regroupe les thématiques de formations en présentiel en INTRA-ENTREPRISE les plus demandées par nos clients. **Il permet également de bâtir les formations sur-mesure pour répondre aux besoins de votre entreprise.** Des formations en distanciel ou des classes virtuelles peuvent être organisées pour certains types de sujets.


## Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement mis en œuvre


 **Moyens pédagogiques :** Structurés sur les objectifs de l'entreprise et du participant, les enseignements sont mis en évidence de manière inductive et complétés par des exercices intensifs et des jeux de rôles basés sur des situations concrètes tirées de la pratique. Chaque thème est traité en trois temps successifs : sensibilisation, explication et mise en application.

 **Support de cours :** Dans le cadre d'une démarche de modernisation des procédures CADRE EXPERT, nous développons la dématérialisation de la documentation pédagogique. Avec l'accord du formateur, votre support de cours peut donc être concerné et mis à votre disposition uniquement sous format numérique, téléchargeable. L'intervenant vous indiquera le jour de la formation la démarche à suivre pour télécharger votre documentation. Vous aurez ainsi l'opportunité de la conserver sous format électronique ou de l'imprimer jusqu'à 15 jours après la date de déroulement du stage. Toutefois, si des raisons pédagogiques l'exigent et si le formateur le demande, une version imprimée sera à votre disposition pendant le stage (dans ce cas : pas de version téléchargeable).

## Moyens permettant le suivi et l'appréciation des résultats

 **Prérequis :** Un questionnaire ou un entretien permet de s'assurer que les participants disposent des prérequis nécessaires pour suivre avec succès la formation


 **Suivi de l'exécution :** Une feuille des présences est établie lors de la formation et est signée par les stagiaires et le formateur. Elle précise les horaires par demi-journée. Une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action, les résultats de l'évaluation des acquis de la formation est remise au stagiaire à l'issue de la formation.


 **Appréciation des résultats :** Une grille d'évaluation et d'analyse de la journée est remplie par le stagiaire à la fin de chaque module. En fonction de chaque module de formation, le contrôle de l'acquisition des connaissances s'effectue par différents moyens :


- Rédaction, test et utilisation des textes des outils de vente : présentation, plan de découverte, argumentaires, plan de levée des objections...
- Questionnaires à Choix Multiples,
- Simulations d'entretiens,
- Tour de table
- Plan d'actions
- ...

Un bilan de fin de formation peut vous être adressé sur simple demande.


## Organisation et fonctionnement de la formation

 **Durée totale de la formation :** La durée théorique de la formation en jours et en heures est précisée pour chacun des modules. Elle est bien entendu adaptable en fonction des besoins spécifiques de l'entreprise et est reprise dans la convention de formation.

 **Horaires :** Les horaires de formation sont définis avec le client. Par défaut, le matin de 8h30 à 12h00 et l'après-midi de 13h30 à 17h00.

 **Rythme :** En fonction de chaque module, le rythme choisi peut être « en continu » ou « en discontinu ». Il est précisé dans la convention.

 **Mode d'organisation pédagogique :** Les formations se déroulent généralement en présentiel en INTRA-ENTREPRISE.

 **Lieu de formation :** Les modules se déroulent, dans la mesure du possible, en résidentiel – hors du quotidien de l'entreprise. Le choix sera effectué en respectant la loi du 11 février 2005, également appelé Loi pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées. Nous pouvons vous assister sur simple demande.

 **Accessibilité aux personnes en situation de handicap :** pour toute situation de handicap, nous contacter pour étudier la faisabilité et les adaptations possibles. **Référente handicap : Marie ALLEGRE 06 43 47 76 99**  
[marie.allegre@novlatera-conseil.fr](mailto:marie.allegre@novlatera-conseil.fr)





**CADRE EXPERT**  
Accélérateur de performances commerciales

# A votre écoute

Vous souhaitez bâtir un programme original, adapté aux enjeux et aux problématiques de votre entreprise ?

Nous vous accompagnons pour analyser vos besoins ainsi que les possibilités de prise en charge de nos formations.

Contactez Marie ALLEGRE :



06 43 47 76 99



marie.allegre@cadre-expert.fr

Certifications :



**ASSESSMENTS 24x7**  
PARTENAIRE CERTIFIÉ



**Certificat TDO**  
Transformation  
Digitale des  
Organisations

**Qualiopi**  
processus certifié

REPUBLICQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :  
**ACTIONS DE FORMATION**

## Le réseau Cadre Expert

CADRE EXPERT est le premier réseau en France de cabinets spécialisés dans l'organisation et le management de la performance commerciale pour le développement des PME/TPE.

Depuis 1995, le Réseau regroupe des cabinets de consultants indépendants, présents sur l'ensemble du territoire français. Chaque consultant est associé et membre actif du RESEAU CADRE EXPERT.

Les cabinets CADRE EXPERT sont opérationnellement impliqués dans les entreprises pour des missions visant à renforcer leur organisation et leur efficacité marketing et commerciale.

Nos solutions, efficaces et concrètes, associent :



Conseil, du diagnostic aux recommandations



Mise en place opérationnelle de moyens et d'actions opérationnelles



Formations management, marketing, vente

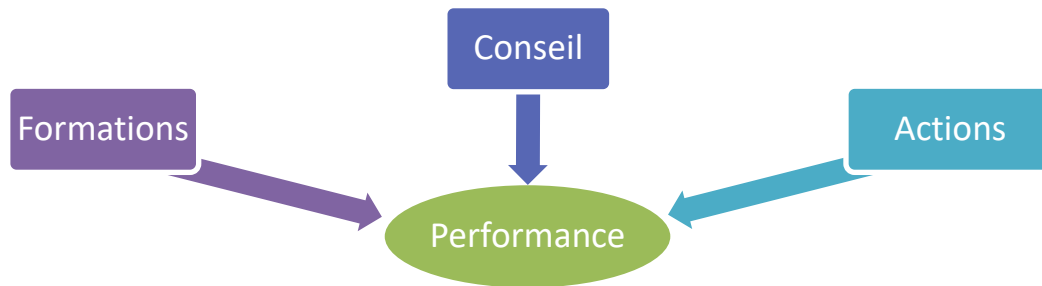


Accompagnement

**www.cadre-expert.fr**

Cadre Expert, 1er réseau d'Experts en Organisation et Management Commercial.

Pour en savoir plus sur nos domaines de compétences, visitez notre site [www.cadre-expert.fr](http://www.cadre-expert.fr)



## Nos engagements qualité

1. Analyser les besoins en formation et les changements souhaités par nos clients.
2. Proposer des solutions sur mesure, selon le contexte et les contraintes de l'entreprise.
3. Concevoir des formations participatives, favorisant le transfert de compétences.
4. Animer nos stages par des experts, formés à la pédagogie.
5. Evaluer les acquis et la satisfaction des participants, au terme de la formation.
6. Former en situation de travail, pour assurer l'ancrage des compétences et des connaissances.

## La charte déontologique Cadre Expert

Tout membre du réseau s'engage à :

- ▶ Réaliser des missions compatibles avec ses compétences.
- ▶ Observer la plus stricte confidentialité sur les informations recueillies.
- ▶ Mener personnellement l'intégralité de ses missions, ou se faire accompagner par un expert, dans un domaine particulier, et en accord avec le client.
- ▶ Vérifier le résultat de son travail par rapport aux objectifs fixés
- ▶ Emettre des synthèses et rapports objectifs
- ▶ Mettre en place des méthodes et des moyens adaptés à chaque entreprise.

Tout membre du réseau du Cadre Expert s'interdit de :

- ▶ Traiter deux dossiers concurrents simultanément
- ▶ Intervenir si la prestation demandée est en discordance avec son éthique personnelle.



## Nos programmes

### EFFICACITE PROFESSIONNELLE

Développer votre efficacité relationnelle, améliorer votre gestion du temps ou renforcer la cohésion des équipes sont des thématiques majeures dans un environnement qui évolue rapidement. Découvrez nos formations qui favoriseront votre développement personnel et professionnel.

### TECHNIQUES DE VENTE

Adapter vos méthodes et vos comportements selon la situation (téléphone ou face à face) et les besoins de vos contacts (clients ou prospects) sont une priorité. Parcourez nos formations techniques de vente pour les commerciaux sédentaires ou itinérants.

### MANAGEMENT COMMERCIAL

Mobiliser votre force commerciale sur les orientations et les résultats, encadrer de manière active et efficiente la mise en œuvre de votre politique commerciale sont les facteurs clés de succès pour votre entreprise. Découvrez nos formations managériales pour améliorer la performance de vos équipes.

### MANAGEMENT

S'approprier les clefs du management pour accompagner et conduire vos collaborateurs vers la performance sont des enjeux cruciaux pour votre entreprise. Choisissez parmi nos formations dédiées : animer une réunion, conduire des entretiens annuels d'évaluation et professionnel ou bien réussir ses recrutements.

### MARKETING

Booster la prospection, renforcer la politique de fidélisation ou faciliter la reconquête du client sont au centre de votre stratégie. Optez pour des formations opérationnelles, privilégiant le transfert de compétences.

# Sommaire général

## Efficacité professionnelle

DEVELOPPER SON EFFICACITE RELATIONNELLE AVEC LE DISC ET FORCES MOTRICES.....	7
RENFORCER LA COHESION D'EQUIPE – TEAM-BUILDING.....	8
GERER SES PRIORITES POUR OPTIMISER SON EFFICACITE.....	9

## Techniques de vente

RELANCER SES PROPOSITIONS COMMERCIALES PAR TELEPHONE .....	11
LA RELATION COMMERCIALE DU TECHNICIEN .....	12
maîtriser L'ENTRETIEN DE VENTE EN FACE A FACE.....	13
DECOUVRIR LES BESOINS DE NOS CLIENTS EN FACE A FACE.....	14
ARGUMENTER ET REpondre AUX OBJECTIONS EN FACE A FACE .....	15
PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS en B to B .....	16
VENDRE AVEC STYLE EN FACE A FACE.....	17
DEVELOPPER ET GERER LES COMPTES-CLES.....	18
ACCOMPAGNER SUR LE TERRAIN .....	19

## Management commercial

METTRE EN ŒUVRE UN MANAGEMENT COMMERCIAL PARTICIPATIF PAR OBJECTIFS (MCPO)20	
BÂTIR SA POLITIQUE COMMERCIALE.....	21
DEVELOPPER SES OUTILS DU MCPO.....	22
BÂTIR LES PLANS D'ACTIONs.....	23

## Management

ÊTRE MANAGER OPERATIONNEL .....	24
CONDUIRE UNE REUNION .....	25
PRATIQUER L'ENTRETIEN D'EVALUATION ANNUEL.....	26
MENER L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL .....	27
REUSSIR SES RECRUTEMENTS .....	28

## Marketing

SELECTIONNER DES OUTILS D'AIDE A LA VENTE PERCUTANTS .....	30
LANCER UNE CAMPAGNE DE MARKETING DIRECT MULTICANAL .....	31

# DEVELOPPER SON EFFICACITE RELATIONNELLE AVEC LE DISC ET LES FORCES MOTRICES

## Objectifs

- Mieux se connaître pour mieux communiquer
- Pratiquer un style de communication efficace et adapté
- Repérer et juguler les situations difficiles



## Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mieux comprendre leurs interlocuteurs et d'adapter leur style de communication en fonction des profils et des situations.

## Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les autodiagnostic
- les tests
- les exercices individuels
- les études de cas

Réalisation d'un profil



**Publics :** Tous

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

## Programme

### IDENTIFIER SON STYLE COMPORTEMENTAL

- Découvrir son style de communication privilégié
- Analyser ses points forts et ses axes de progrès
- Décoder l'image perçue par ses interlocuteurs

### ANALYSER LES CLEFS D'UNE COMMUNICATION EFFICACE

- Rendre le message compréhensible et limpide : reformuler et recadrer
- Repérer les filtres du langage : distorsion, omission et généralisation
- Accroître son écoute active
- Comprendre son interlocuteur

### SITUER LE STYLE DE SES INTERLOCUTEURS POUR S'Y ADAPTER

- Reconnaître le profil de son interlocuteur (mots, voix, gestes)
- Repérer le mode de communication adapté
- Développer sa flexibilité

### PREVENIR ET RESOUDRE LES CONFLITS

- Identifier les situations délicates
- Savoir s'affirmer en douceur : l'assertivité
- Savoir recevoir une critique et y répondre

## Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction stagiaire : 4/4  
Score satisfaction entreprise : NA



## RENFORCER LA COHESION D'EQUIPE – TEAM-BUILDING

### Objectifs

- Mieux se connaître pour mieux communiquer
- Pratiquer un style de communication efficace et adapté
- Repérer et juguler les situations difficiles




### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mieux comprendre leurs interlocuteurs et d'adapter leur style de communication en fonction des profils et des situations.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les autodiagnostic
- les tests
- les exercices individuels
- les études de cas

Réalisation d'un profil 

**Publics :** Tous

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### COMMUNIQUER : LE LANGAGE DES COULEURS

- Savoir reconnaître son style de comportements et celui des autres
- Utiliser les différences pour développer les complémentarités et la synergie
- Remise du profil

#### BATIR LA COHESION

- Expérimenter un modèle de synergie d'équipe et savoir le mettre en pratique.
- Découvrir la meilleure contribution de chacun, en faire bénéficier les autres.
- S'entraîner à encourager, conseiller, donner du «feedback»

#### DEVELOPPER LA SYNERGIE

- Partager la vision d'un projet et déterminer les objectifs communs.
- Répartir les rôles en fonction des points forts de chacun pour optimiser la synergie.
- Elaborer un plan d'action réaliste et efficace, incluant les délais et engagements.

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA



## GERER SES PRIORITES POUR OPTIMISER SON EFFICACITE

### Objectifs

- Analyser sa gestion du temps
- Acquérir les outils de gestion du temps

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mettre en application des outils et des méthodes pour optimiser leur gestion du temps

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les autodiagnostic
- les exercices individuels

### Programme

#### ANALYSER SA RELATION AU TEMPS

- Dresser son autodiagnostic
- Repérer ses voleurs de temps

#### CLARIFIER SON ROLE ET SON POSTE

- Analyser ses activités, ses missions et son organisation
- Définir ses priorités et différencier l'important et l'urgent
- Planifier ses tâches en fonction des priorités de sa fonction et son contexte

#### S'APPROPRIER LES OUTILS DE GESTION DU TEMPS

- Optimiser son espace de travail
- Mettre en place et améliorer les outils existants

#### GERER SA RELATION AVEC LES AUTRES

- Savoir dire non
- Déléguer avec souplesse
- Eviter les interruptions

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

**Publics :** Tous

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :**  
présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jour – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter,  
4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

## PROSPECTER PAR TELEPHONE

### Objectifs

- Acquérir les comportements et fondamentaux de la communication de la relation client par téléphone (appels sortants)
- Mettre en pratique la méthode

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mener un entretien avec méthode et efficience

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les jeux de rôle, les simulations

En option : Monitorat en situation de travail

### Programme

#### INTEGRER LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION CLIENT PAR TELEPHONE

- Maîtriser les étapes de l'entretien sortant par téléphone
- Développer une posture constructive, optimiste, surmonter les « a priori »
- Utiliser efficacement les outils du téléphone : vocabulaire, voix, attitudes
- Adopter les techniques de communication : questionner, écouter, reformuler

#### ENTRER EN CONTACT

- Passer les barrages
- Se présenter, avoir une accroche percutante
- Annoncer et valider l'objectif de l'appel et son interlocuteur
- Gérer son entretien : être directif et convivial

#### COMPRENDRE, CONVAINCRE ET TRANSFORMER LES APPELS

- Découvrir les besoins
- Argumenter et reformuler pour valider
- Traiter les objections
- Savoir conclure l'entretien : obtenir un engagement, un rendez-vous
- Faire face à des interlocuteurs agressifs
- Assurer le suivi : CRM, plan de relance...

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

**Publics** : Commerciaux sédentaires, commerciaux terrain, assistantes commerciales  
**Prérequis** : Aucun  
**Mode d'organisation pédagogique** : présentiel en intra entreprise  
**Durée** : 2 jours – 14 h  
**Prix** : nous consulter  
**Modalité et délais d'accès** : nous consulter, 4 à 5 semaines environ  
**Accessibilité PSH** : nous contacter

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## RELANCER SES PROPOSITIONS COMMERCIALES PAR TELEPHONE

### Objectifs

- S'approprier les bases de la communication téléphonique
- Maîtriser les étapes des entretiens de relance

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'optimiser leurs entretiens de relance pour mieux les transformer

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices à partir de cas concrets
- les mises en situation

Monitorat en situation de travail

### Programme

**Publics :** Commerciaux sédentaires,

commerciaux terrain, assistantes commerciales

**Prérequis :** Connaître la structure d'un entretien commercial

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### INTEGRER LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION CLIENT PAR TELEPHONE

- Maîtriser les étapes de l'entretien de relance
- Acquérir une posture proactive, surmonter les « a priori »
- Utiliser efficacement sa communication : vocabulaire, voix, attitudes
- Gérer son entretien : questionner, écouter de manière active, reformuler

### ORGANISER LES APPELS POUR ENTRER EN CONTACT

- Préparer l'appel de relance dès la proposition commerciale
- Identifier les objectifs avant d'appeler
- Annoncer et valider l'objectif de l'appel

### ARGUMENTER ET TRAITER LES OBJECTIONS

- Valoriser l'offre et ses bénéfices
- Cibler l'argumentation
- Rebondir face aux principales objections : prix, délais...
- Faire face à des clients difficiles

### CONCRETISER L'APPEL DE RELANCE

- Identifier les signaux d'achat
- Confirmer l'accord par la reformulation
- Conclure de manière positive en toutes circonstances
- Assurer le suivi : plan de relance, CRM,...

### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## LA RELATION COMMERCIALE DU TECHNICIEN

### Objectifs

- Optimiser la communication comportementale et orale avec les clients.
- Valoriser l'image de l'entreprise.
- Connaître, comprendre et améliorer son attitude et son comportement.

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'optimiser leur attitude dans leurs relations avec les clients.



### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices à partir de cas concrets
- les mises en situation
- remise d'un profil personnalisé

Monitorat en situation de travail

**Publics :** Tous technicien en charge de la relation client.

**Prérequis :** Avoir des contacts des clients.

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jours – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### ATTITUDE INDIVIDUELLE, CONNAISSANCE DE SOI

- Ses facteurs de motivation : le Pourquoi,
- Points forts – Points d'amélioration
- La communication comportementale
- Influence de son comportement sur les autres

#### LA COMMUNICATION

- La présentation,
- Les attitudes, la voix, le langage,
- L'écoute active, les attitudes de Porter,

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction



Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## MAITRISER L'ENTRETIEN DE VENTE EN FACE A FACE

### Objectifs

- Comprendre les enjeux d'un entretien de vente.
- Savoir préparer un entretien de vente
- Améliorer son attitude et ses comportements en situation de vente

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'appliquer les méthodes pour optimiser leurs entretiens commerciaux.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les mises en situation

Monitorat en situation de travail

*Possibilité de le coupler avec la formation  
« vendre avec style »*

**Publics :** Tout commercial itinérant

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :**

présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter,  
4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### S'APPROPRIER LES CLEFS DE L'ENTRETIEN

- Maîtriser les phases de l'entretien de vente
- Découvrir les 9 points clefs de l'entretien commercial

#### COMMUNIQUER POUR CONVAINCRE

- S'approprier les 5 principes de la communication relationnelle
- Adopter la position « méta »
- Intégrer la structuration du temps d'entretien
- Utiliser efficacement sa communication : vocabulaire, voix, attitudes

#### SE PREPARER A L'ENTRETIEN

- Fixer les objectifs et la stratégie
- Bâtir son argumentation fondée sur les bénéfiques clients
- Développer la connaissance clients/prospects : organisation, concurrence...

#### CONDUIRE SON ENTRETIEN

- Entrer en contact pour créer la confiance
- Comprendre les besoins et les motivations de ses interlocuteurs
- Traiter les objections avec souplesse
- Conclure l'entretien
- Assurer le suivi pour développer la relation client

#### ELABORER UN PLAN D'ACTIONS PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## DECOUVRIR LES BESOINS DE NOS CLIENTS EN FACE A FACE

### Objectifs

- Accroître son écoute active en entretien en face-à-face
- Maîtriser la technique de questionnement
- Améliorer son attitude et ses comportements en situation de vente

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'optimiser leurs entretiens de relance pour mieux les transformer

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- autodiagnostic,
- exercices à partir du cas concret
- les mises en situation

Monitorat en situation de travail

**Publics :** Tout commercial itinérant

**Prérequis :** Connaître la structure de l'entretien de vente

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jour – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### IDENTIFIER L'ENJEU LA DECOUVERTE CLIENTS

- Situer la phase de la découverte dans l'entretien commercial
- Définir les informations à recueillir : contexte, besoins et motivations.

#### MAITRISER LES TECHNIQUES DE DECOUVERTE

- Dépasser ses freins personnels
- S'appuyer sur la communication non verbale
- Utiliser le questionnement et l'écoute active
- Faire émerger les enjeux : méthodes entonnoir et SOFAA
- Identifier les motivations profondes du client/prospect

#### BATIR SON PLAN DE DECOUVERTE EN TOUTES SITUATIONS

- Adapter son plan découverte en fidélisation, en relance ou en prospection
- Faire face à des interlocuteurs difficiles

#### ELABORER UN PLAN D'ACTIONS PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## ARGUMENTER ET REpondre AUX OBJECTIONS EN FACE A FACE

### Objectifs

- Bâtir des argumentations impactantes
- Adopter une posture commerciale efficace face aux objections

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de renforcer l'impact de leur argumentation en situation de vente



### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices à partir de cas concrets
- les mises en situation
- remise d'un profil personnalisé

Possibilité de formation en situation de travail

**Publics :** commercial terrain ou sédentaire

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### DECRYPTER LES OBJECTIONS

- Dissocier objections/questions/oppositions
- Déterminer à quel moment l'objection survient dans l'entretien de vente



#### BATIR SON ARGUMENTATION POUR ANTICIPER LES OBJECTIONS

- Structurer son argumentaire : sélectionner les points forts/faibles de son offre
- Prendre en compte la situation du client/prospect
- Lister les principales objections et les réponses à apporter
- S'appuyer sur des supports et les outils de vente adaptés

#### REpondre AUX OBJECTIONS

- Mesurer l'importance de l'objection dans la décision du client/prospect
- S'approprier les techniques pour lever les objections
- Faire face aux fausses objections

#### DEVELOPPER SA COMMUNICATION RELATIONNELLE POUR MIEUX GERER LES OBJECTIONS

- Reconnaître son mode de communication privilégié et son impact dans la relation
- Repérer les préférences de ses interlocuteurs
- Ajuster son comportement en fonction de son objectif, du client et de la situation

#### ELABORER UN PLAN D'ACTION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## PROSPECTER ET GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS EN B TO B

### Objectifs

- Maîtriser les méthodes de prospection en B to B
- Définir les cibles prioritaires pour assurer le développement commercial
- Mettre en œuvre un plan de prospection

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de développer efficacement leur portefeuille clients.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices à partir de cas concrets
- les mises en situation

Possibilité de formation en situation de travail

### Programme

#### ANALYSER LE PORTEFEUILLE CLIENTS /PROSPECTS

- Evaluer le potentiel de développement
- Etablir les objectifs et les priorités
- Hiérarchiser les cibles à atteindre

#### ORGANISER SA PROSPECTION

- Bâtir sa stratégie : attirer ou aller vers le prospect...
- Sélectionner les outils de contact : classiques, digitaux....
- Conquérir avec les réseaux sociaux
- Acquérir des fichiers ou exploiter les données internes (CRM...)
- Déterminer son plan de prospection

#### OBTENIR DES RENDEZ-VOUS

- Passer les barrages
- Préparer les informations clients
- Elaborer son scénario en fonction de ses objectifs
- Se présenter, avoir une accroche percutante
- Gérer son entretien : être directif et convivial

#### REUSSIR SON ENTRETIEN DE PROSPECTION

- Entrer en contact et mettre en confiance
- Découvrir les besoins du prospect
- Argumenter et traiter les objections
- Conclure l'entretien de manière positive

#### ASSURER LE SUIVI

- Transformer le prospect en client

**Publics** : commercial terrain ou sédentaire

**Prérequis** : connaître les fondamentaux de la fonction commerciale

**Mode d'organisation pédagogique** : présentiel en intra entreprise

**Durée** : 2 jours – 14 h

**Prix** : nous consulter

**Modalité et délais d'accès** : nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH** : nous contacter

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## VENDRE AVEC STYLE EN FACE A FACE

### Objectifs

- Mieux se connaître pour mieux communiquer
- Pratiquer un style de communication efficace et adapté
- Comprendre les comportements de son interlocuteur
- Identifier les outils de vente en fonction du profil de l'interlocuteur




### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de connaître leur style de vente et reconnaître celui du client pour s'y adapter et utiliser les bonnes tactiques et les bons outils.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les autodiagnostic
- les tests
- les exercices individuels
- les études de cas

Réalisation de son profil 

**Publics :** Tous

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### S'APPROPRIER LES CLEFS DE LA RELATION VENTE

- Associer compétences professionnelles et comportements
- Comprendre le nouveau modèle de vente

#### RECONNAITRE LES STYLES DE VENTE

- Comprendre son profil comportemental
- Identifier le profil de son interlocuteur : mots, gestes, voix
- Intégrer les relations et les tensions entre les comportements

#### S'ADAPTER A SON INTERLOCUTEUR EN SITUATION DE VENTE

- Découvrir les besoins et motivations et savoir y répondre
- Identifier les signaux d'achats
- Développer sa flexibilité tout au long de l'entretien

#### ELABORER UN PLAN D'ACTIONS PERSONNEL

- Analyser ses points forts et ses axes de progrès
- Bâtir une grille d'auto-évaluation pour le suivi terrain

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## DEVELOPPER ET GERER LES COMPTES-CLES

### Objectifs

- Cibler les comptes-Clés, définir les cibles prioritaires pour assurer le développement commercial
- Animer les comptes-clés
- Prospecter

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de développer efficacement leur portefeuille clients de comptes-clés.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices à partir de cas concrets
- les mises en situation

Possibilité de formation en situation de travail

Nous recommandons de coupler cette formation avec l'efficacité relationnelle Success Insights™

**Publics :** commercial en charge des comptes-clefs

**Prérequis :** connaître les fondamentaux de la fonction commerciale

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Prix :** nous consulter

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### BATIR SON PLAN DE COMPTES CLEFS

- Identifier les comptes-clefs dans le portefeuille clients.
- Prioriser les cibles en fonction de la stratégie de l'entreprise

#### ORGANISER LA CONNAISSANCE CLIENTS

- Cartographier la situation actuelle : relations, difficultés, historique
- Structurer une veille concurrentielle
- Coordonner l'équipe de vente dans l'entreprise et chez les clients.
- Formaliser le plan de compte

#### PREPARER LA NEGOCIATION

- Identifier les interlocuteurs et leurs influences sur la décision d'achat
- Définir les objectifs et les options
- Anticiper les concessions et les contreparties

#### MENER LA NEGOCIATION AVEC SOUPLESSE

- Orienter la négociation vers des concessions acceptables
- Eviter l'affrontement et les situations de blocage
- Mesurer l'accord des parties et leur satisfaction
- Engager des relations à long terme

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## ACCOMPAGNER SUR LE TERRAIN


### Objectifs

- Valider dans son quotidien les compétences et les connaissances acquises,
- Analyser ses attitudes et comportements en situation de travail.

### Compétences métiers

Au terme de la formation les participants seront en mesure d'ancrer les compétences acquises dans les modules de techniques de vente, sur leur poste de travail.



 Ce module s'intègre à toutes les formations que nous dispensons.



Option : module spécifique pour « vendre avec style en face à face »

### Pédagogie

Nous bâtissons cette formation avec les participants et l'entreprise afin de garantir une efficacité optimale.

**Publics :** Tout commercial itinérant  
**Prérequis :** Connaître les techniques de vente en face à face  
**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise  
**Durée :** 1 jour – 7 h  
**Prix :** nous consulter  
**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ  
**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### DECRYPTER LES PHASES DE L'ENTRETIEN DE VENTE

- Préparer son entretien de vente
- Se présenter, présenter son entreprise
- Découvrir et comprendre les besoins du client
- Construire et utiliser son argumentaire en face-à-face
- Utiliser son plan de levée d'objections en situation
- Conclure l'entretien
- Assurer le suivi



#### ANALYSER CHAQUE ENTRETIEN

#### ELABORER UN PLAN D'ACTIONS PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## METTRE EN ŒUVRE UN MANAGEMENT COMMERCIAL PARTICIPATIF PAR OBJECTIFS (MCPO)

### Objectifs

- S'approprier une méthode efficace pour piloter l'activité commerciale.
- Identifier les leviers de motivation de l'équipe commerciale
- Donner les moyens d'analyser l'activité des vendeurs individuellement
- Obtenir plus facilement les résultats en rapport avec la Politique Commerciale.

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'utiliser les leviers qui motiveront leur équipe commerciale dans l'atteinte de leurs objectifs.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les vidéos
- les simulations et jeux de rôles

### Programme

#### S'APPROPRIER LA POLITIQUE COMMERCIALE

- Distinguer stratégie et politique commerciale
- Elaborer sa politique commerciale

#### ANALYSER LES RESULTATS

- Que signifie « avoir de bons résultats ? »
- Identifier les facteurs qui influencent les résultats
- Déterminer les liens de cause à effet : Activité ➔ Résultats
- Reconnaître les leviers efficaces pour aider les commerciaux

#### EVALUER LE PORTEFEUILLE CLIENTS

- Mesurer un client et un portefeuille
- Etablir des probabilités et des prévisions de résultats
- Utiliser les outils d'aide à la vente adaptés
- Intégrer la dimension temps

#### OPTIMISER L'ORGANISATION DU COMMERCIAL

- Améliorer la gestion du planning
- Intégrer les outils pour faciliter l'activité : CRM, outils d'aide à la vente...
- Répartir et organiser ses visites

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

**Publics :** Manager en charge d'une équipe commerciale, dirigeants

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

# BÂTIR SA POLITIQUE COMMERCIALE

## Objectifs

- Elaborer sa politique commerciale en fonction des facteurs externes et internes.
- Déterminer et budgétiser les actions à mettre en œuvre
- Apprendre à exploiter les outils de pilotage d'une politique commerciale.

## Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'élaborer, de formaliser et de piloter leur politique commerciale.

## Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices concrets
- les mises en pratique

**Publics :** Directeur Commercial, dirigeant

**Prérequis :** Connaître MCPO

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jour – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

## Programme

### DEFINIR LA POLITIQUE COMMERCIALE

- Distinguer stratégie commerciale, marketing et politique commerciale
- Intégrer la stratégie d'entreprise : objectifs, priorités...

### ELABORER ET FORMALISER SA POLITIQUE COMMERCIALE

- Réaliser un diagnostic commercial : facteurs internes/externes, SWOT
- Identifier les leviers de croissance
- Déterminer les objectifs, les moyens et les indicateurs
- Budgétiser les actions
- Rédiger le plan d'action commercial

### PILOTER LA MISE EN OEUVRE

- Vendre la politique commerciale en interne
- Elaborer et partager les tableaux de bord
- Accompagner les équipes dans la performance

### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

## Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## DEVELOPPER SES OUTILS DU MCPO

### Objectifs

- S'approprier une méthode efficace pour piloter l'activité commerciale.
- Identifier les leviers de motivation de l'équipe commerciale
- Mettre en place les outils d'aide à la décision

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'utiliser les outils développés et définir leur plan d'actions commerciales pour atteindre leurs objectifs.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices concrets

**Publics :** Manager en charge d'une équipe commerciale, dirigeants, commerciaux

**Prérequis :** Connaître MCPO

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jour – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

### Programme

#### S'APPROPRIER LES CLEFS DE LA POLITIQUE COMMERCIALE

- Distinguer stratégie commerciale, marketing et politique commerciale
- Intégrer la stratégie d'entreprise : objectifs, priorités...

#### ANALYSER LES RESULTATS ET DE L'ACTIVITE COMMERCIALE

- Evaluer les résultats à atteindre : dynamiques, statiques
- Mesurer les résultats : indicateurs quantitatifs/qualitatifs
- Définir l'organisation : moyens, ressources humaines
- Analyser l'activité : quantité, orientation, efficacité

#### BATIR LES OUTILS DE SUIVI

- Réaliser les plateformes : clients, prospects, affaires
- Planifier l'activité dans le temps
- Prendre en compte la qualité de la relation commerciale

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## BÂTIR LES PLANS D' ACTIONS PENDANT L'ENTRETIEN DE SUIVI (MCPO)

### Objectifs

- S'approprier une méthode efficace pour piloter l'activité commerciale.
- Identifier les leviers de motivation de l'équipe commerciale
- Manager les entretiens mensuels de suivi

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'utiliser les leviers qui motiveront leur équipe commerciale dans l'atteinte de leurs objectifs.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les vidéos
- les simulations et jeux de rôles

Option : coupler avec efficacité relationnelle

**Publics** : Manager en charge d'une équipe commerciale, dirigeants

**Prérequis** : Aucun

**Mode d'organisation pédagogique** : présentiel en intra entreprise

**Durée** : 1 jour – 7 h

**Prix** : nous consulter

**Modalité et délais d'accès** : nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH** : nous contacter

### Programme

#### PREPARER LES ENTRETIENS

- Comprendre l'objectif de l'entretien individuel de suivi
- Recueillir les informations
- Analyser les résultats, l'activité, plateformes et capacités individuelles

#### MENER L'ENTRETIEN DE SUIVI

- S'approprier les étapes de l'entretien
- Connaître son style de management (HERSEY & BLANCHARD)
- Adopter des comportements adaptés face à ses collaborateurs
- Partager les résultats, définir les prévisions et les objectifs
- Mettre à jour les tableaux de bord et les outils de suivi commercial (CRM...)

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## ÊTRE MANAGER OPERATIONNEL

### Objectifs

- Maitriser les pratiques et les outils pour piloter efficacement son équipe
- Animer et motiver ses collaborateurs

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'utiliser les règles pour gérer les principales situations de management d'équipe.



**ASSESSMENTS 24x7**  
PARTENAIRE CERTIFIÉ

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les autodiagnostic
- les simulations et jeux de rôles

Option : coupler avec efficacité relationnelle

### Programme

#### SE POSITIONNER COMME MANAGER

- Définir les missions du manager
- Décrypter les attentes de l'entreprise et de l'équipe

#### ADAPTER SON MODE DE MANAGEMENT A SON EQUIPE

- Evaluer son style de management (« comment êtes-vous perçu ? »)
- Adapter son management en fonction des situations et des compétences

#### FIXER LE CAP

- Organiser son temps et celui de ses collaborateurs
- Savoir établir les règles du jeu : objectifs, responsabilités...
- Traduire les objectifs en plan d'actions
- Accompagner et contrôler les performances

#### COMMUNIQUER AVEC SOUPLESSE

- Développer son assertivité
- Transmettre des messages clairs
- Savoir donner du feedback

#### MOBILISER POUR PERFORMER

- Identifier les sources de motivation et démotivation
- Organiser des réunions efficaces
- Déléguer pour responsabiliser

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

**Publics** : tout responsable d'équipes

**Prérequis** : Aucun

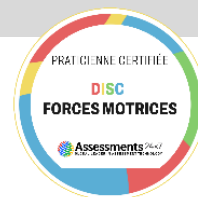
**Mode d'organisation pédagogique** : présentiel  
en intra entreprise

**Durée** : 2 jours – 14 h+ 1 jour – 7 h : retour  
expérience

**Prix** : nous consulter

**Modalité et délais d'accès** : nous consulter, 4 à 5  
semaines environ

**Accessibilité PSH** : nous contacter



Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

# CONDUIRE UNE REUNION

## Objectifs

- Maîtriser les techniques d'animation de réunion
- Animer et motiver ses collaborateurs

## Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de cadrer leurs réunions afin de fédérer leurs équipes.



## Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les autodiagnostic
- les simulations et jeux de rôles

Option : coupler avec efficacité relationnelle

## Programme

### PREPARER LA REUNION

- Distinguer les différents types de réunion : production, information....
- Définir les objectifs de la réunion
- Identifier les enjeux des participants : pouvoirs, influence...
- Dresser l'ordre du jour et organiser la logistique



### COMMUNIQUER EN REUNION

- Maîtriser les techniques de communication
- Pratiquer l'écoute active
- Savoir prendre la parole
- Utiliser l'assertivité pour favoriser les échanges

### ANIMER UNE REUNION

- Connaître les techniques d'animation : tour de table, brainstorming, synthèse...
- Savoir gérer le temps
- Animer avec souplesse
- Gérer les situations et les personnalités difficiles
- Savoir mener les réunions à distance : téléphonique, vidéoconférence

### SUIVRE LES REUNIONS

- Rédiger le compte-rendu
- Organiser le plan de suivi

### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

#### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## PRATIQUER L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION ANNUEL

### Objectifs

- Maîtriser les étapes de l'entretien annuel
- Utiliser l'entretien comme un outil de motivation

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de développer la motivation et l'implication de l'équipe.

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les mises en situations et entraînements
- des outils directement transposables

### Programme

**Publics :** Managers, dirigeants

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 2 jours – 14 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

#### IDENTIFIER LES ENJEUX DE L'ENTRETIEN

- Déterminer les objectifs pour l'entreprise, le collaborateur et pour soi
- Positionner l'entretien dans la pratique managériale

#### PREPARER L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION

- Accompagner le collaborateur dans la préparation
- Sélectionner les informations à collecter et les thèmes à aborder
- Etablir les indicateurs de performances
- S'approprier les outils : grille, trame...

#### MAITRISER LES ETAPES DE L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION

- Cadrer l'entretien
- Dresser le bilan de l'année : évaluer résultats et compétences
- Etablir et partager les objectifs de l'année à venir
- Conclure l'entretien et s'assurer de l'engagement du collaborateur
- Assurer le suivi : entretiens intermédiaires...

#### FAVORISER LES ECHANGES POUR REUSSIR LES ENTRETIENS

- Accueillir pour mettre en confiance
- Etre assertif et objectif
- Pratiquer par l'écoute active
- Savoir formuler une critique de manière positive

#### ELABORER UN PLAN DE PROGRESSION PERSONNEL

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## MENER L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

### Objectifs

- Comprendre les obligations légales de l'entretien professionnel, les enjeux légaux et managériaux
- Connaître les dispositifs d'action de formation existants et leurs usages

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de préparer, mettre en œuvre et suivre des entretiens professionnels

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les mises en situations et entraînements
- des outils directement transposables

### Programme

**Publics :** Managers, dirigeants

**Prérequis :** Aucun

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jour – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

#### REPERER LES ENJEUX DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Déterminer le cadre juridique : réforme de la formation professionnelle...
- Distinguer enjeux légaux et enjeux managériaux
- Distinguer et articuler entretien annuel et entretien professionnel

#### PREPARER L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Maîtriser le contenu et les outils de l'entretien : grille, déroulé, vocabulaire...
- Connaître les différents dispositifs d'actions de formation
- Impliquer le collaborateur sur son évolution professionnelle

#### MENER ET SUIVRE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Respecter les étapes
- Favoriser les échanges
- Elaborer un plan de progression individuel
- Mettre en œuvre et assurer le suivi
- Réaliser le bilan

### Modalités d'évaluation

Quiz de fin de formation et mises en pratique avec feedback

Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction stagiaire : 4/4  
Score satisfaction entreprise : NA

## REUSSIR SES RECRUTEMENTS

### Objectifs

- Maîtriser les méthodes et techniques de recrutement.
- Savoir choisir le collaborateur le plus adapté au poste.

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants auront acquis les techniques et le processus pour optimiser leur recrutement

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les mises en situations et entraînements
- des outils directement transposables

### Programme

#### ORGANISER LE RECRUTEMENT

- Déterminer les attentes, les valeurs et les objectifs de l'entreprise
- Elaborer la fiche de poste
- Définir le profil du candidat : compétences, qualités...

#### RECRUTER EFFICACEMENT

- Rechercher les candidats : annonces, réseaux sociaux, candidatures...
- Travailler avec un prestataire
- Utiliser des tests : zoom sur les tests comportementaux
- Choisir le process d'entretien et de décision
- Bâtir un guide d'entretien
- Prendre en compte les différences : générations Y et Z

#### CONDUIRE L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

- Savoir accueillir
- Pratiquer l'écoute active
- Décrypter le comportement et les motivations des candidats
- Mettre fin à l'entretien

#### FINALISER LE RECRUTEMENT

- Etablir la grille de critères
- Impliquer les différents décisionnaires
- Elaborer un programme d'intégration : outils et méthodes
- Organiser la communication durant les premiers mois d'intégration

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

**Publics** : Toute personne en charge du recrutement

**Prérequis** : Aucun

**Mode d'organisation pédagogique** : présentiel en intra entreprise

**Durée** : 2 jours – 14 h

**Prix** : nous consulter

**Modalité et délais d'accès** : nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH** : nous contacter

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA



## SELECTIONNER DES OUTILS D'AIDE A LA VENTE PERCUTANTS

### Objectifs

- Maîtriser la conception des outils destinés à la force de vente
- Assurer la prise en mains des outils et leur adaptation

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mettre en place des outils d'aide à la vente adaptés aux besoins de l'entreprise

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices
- des outils directement transposables

### Programme

#### DRESSER UN DIAGNOSTIC

- Recenser les besoins et les attentes des clients
- Analyser les pratiques de vente par canal : force de vente, internet, distributeurs...
- Dresser une analyse des forces/faiblesses par rapport à la concurrence et à l'environnement.

#### CHOISIR LES OUTILS POUR FAVORISER LE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

- Connaître les caractéristiques de chaque outil : argumentaire, fiches, plaquettes, présentations, book de vente....
- Intégrer les nouvelles tendances : outils 2.0 et les vidéos
- Choisir les outils les plus adaptés à ses cibles et objectifs

#### METTRE EN ŒUVRE ET FAIRE EVOLUER LES OUTILS

- Elaborer un retro planning
- Briefer et suivre un prestataire
- Organiser la prise en mains par les commerciaux

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

**Publics :** Tout collaborateur impliqué dans le développement des ventes

**Prérequis :**

**Mode d'organisation pédagogique :** présentiel en intra entreprise

**Durée :** 1 jour – 7 h

**Prix :** nous consulter

**Modalité et délais d'accès :** nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH :** nous contacter

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA

## LANCER UNE CAMPAGNE DE MARKETING DIRECT MULTICANAL

### Objectifs

- S'approprier les méthodes et techniques du marketing direct multicanal
- Préparer et contrôler les campagnes de marketing direct

### Compétences métiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mettre en place une campagne de marketing direct

### Pédagogie

Formation pratique et interactive qui alterne

- les apports théoriques,
- les exercices
- des outils directement transposables

**Publics** : Tout collaborateur en charge des campagnes marketing

**Prérequis** : Connaissance en marketing

**Mode d'organisation pédagogique** : présentiel en intra entreprise

**Durée** : 2 jours – 14 h

**Prix** : nous consulter

**Modalité et délais d'accès** : nous consulter, 4 à 5 semaines environ

**Accessibilité PSH** : nous contacter

### Programme

#### BATIR LE SUCCES D'UNE CAMPAGNE DE MARKETING DIRECT MULTICANAL

- Identifier la place du marketing direct dans la démarche marketing
- Déterminer les objectifs et les cibles de la campagne ...
- Choisir une offre attrayante primes, accélérateurs, promotions...
- Elaborer un rétro planning
- Impliquer la force commerciale

#### LANCER ET CONTROLER L'ACTION DE MARKETING MULTICANAL

- Sélectionner les supports et leurs combinaisons en fonction des cibles et du budget
- Créer un message percutant
- Définir des indicateurs de performance
- Elaborer des tableaux de bord
- Briefer et suivre un prestataire

#### OPTIMISER LES PRINCIPAUX SUPPORTS DU MARKETING DIRECT MULTICANAL

- Augmenter l'impact et le rendement des mailing
- S'approprier les règles juridiques et les clefs de succès des e-mailings et newsletters
- Augmenter la visibilité de son site web
- Intégrer les médias sociaux, tablettes et mobiles à sa stratégie marketing

### Modalités d'évaluation

Tests ludiques et mise en pratique avec feedback  
Questionnaire de satisfaction

Score satisfaction entreprise : NA  
Score satisfaction stagiaire : NA



**CADRE EXPERT**  
Accélérateur de performances commerciales

## Votre contact





**Marie ALLEGRE**  
**Cabinet NOVALTERA**  
Membre associé du Réseau Cadre Expert

12 Chemin des Lavandières  
69370 St Didier au Mont d'or

Siret : 982 858 540 00015

Déclaration Activité : 84 69 22304 69

 06 43 47 76 99

 [marie.allegre@cadre-expert.fr](mailto:marie.allegre@cadre-expert.fr)



**Certificat TDO**  
Transformation  
Digitale des  
Organisations



**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :  
**ACTIONS DE FORMATION**



## MES NOTES

.....

.....

.....

.....

.....

## CONDITIONS GENERALES DE PARTICIPATION ENSEIGNEMENT ET FORMATION CONTINUE DE CADRE EXPERT

### DATES ET LIEUX

Les dates et lieux des cours ou stages sont :

- soit fixés par convention entre un ou plusieurs "demandeurs de formation", au sens de la loi (entreprise ou groupe d'entreprises) et CADRE EXPERT, CADRE EXPERT peut également organiser à la demande de tout autre organisme de formation, des stages réservés au personnel des entreprises ayant signé une convention de formation avec cet organisme.

Les cours ou stages se déroulent :

- soit dans les locaux de tout organisme de formation professionnelle avec lequel CADRE EXPERT a pris les arrangements nécessaires,  
- soit dans l'entreprise ou tout lieu approprié de son choix.

### INSCRIPTION

Les entreprises d'au moins dix salariés et sans convention avec CADRE EXPERT sont invitées, conformément à la loi, à signer une convention simplifiée (sauf intervention d'un autre organisme de formation ayant conclu avec CADRE EXPERT un accord de prestation de service).

### FRAIS D'ENSEIGNEMENT

a) – Montant : Pour les frais de formation, le tarif applicable est celui en vigueur à la date du début de l'enseignement, sauf dispositions contraires de la convention entre l'entreprise et CADRE EXPERT. Ces frais d'enseignement sont soumis au taux légal de la T.V.A.

b) – Paiement : Les frais de formation sont acquittés à réception de facture. Ils sont à la charge de l'employeur ou, dans le cas particulier d'un congé de formation, du salarié. En cas de retard de paiement, des pénalités seront appliquées sur la base de l'intérêt au taux légal majoré de 50 %, ainsi qu'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement fixée à 40 €.

c) – Justification : Pour chaque action, CADRE EXPERT émet une facture qui tient lieu, le cas échéant, de pièce justificative.

### ANNULATION D'INSCRIPTION

En cas d'annulation d'inscription à un stage interentreprises, les règles suivantes sont applicables :

- annulation notifiée plus de quinze jours avant le début de l'enseignement par l'entreprise : aucune charge ou frais n'est imputé à l'entreprise (ou au salarié),  
- annulation notifiée moins de quinze jours avant le début de l'enseignement par l'entreprise ou absence d'un stagiaire sans annulation préalable : les sommes effectivement dépensées ou engagées par CADRE EXPERT pour l'exécution de cette formation restent à la charge de l'entreprise (ou du salarié).

CADRE EXPERT se réserve le droit de reporter ou d'annuler la formation et d'en informer le client dans les plus brefs délais et ce sans indemnités, dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour assurer le bon déroulement de la session de formation,

En cas d'annulation d'un stage dans l'entreprise ou réservé à un groupe d'entreprises (intra) moins de quinze jours avant le début de l'enseignement, les sommes effectivement dépensées ou engagées par CADRE EXPERT pour l'exécution de cette formation restent à la charge de l'entreprise.

Toute action de formation engagée est due en totalité.

### ANNULATION OU REPORT DE STAGE :

Certaines circonstances peuvent entraîner, de la part de CADRE EXPERT, soit l'annulation d'un cours ou d'un stage, soit son report à une date ultérieure. Dans ce cas, les entreprises (ou les salariés), sauf dispositions contraires d'une convention de formation :

- sont avisés en principe au moins une semaine avant le début prévu de l'enseignement ;
- ne supportent aucune charge ou frais.

En cas de changement de date, les entreprises (ou les salariés) ont le choix entre le remboursement des sommes éventuellement versées et le report de leur(s) inscription(s) pour un cours ou stages ultérieur.

### SITUATION DES PARTICIPANTS :

Les participants salariés aux cours et stages de CADRE EXPERT doivent obligatoirement bénéficier :

- soit d'une autorisation d'absence du fait de leur inscription par l'employeur,
- soit d'un congé de formation accordé sur leur demande par cet employeur.

Tous les stagiaires dont la rémunération est maintenue par l'employeur restent affiliés au régime de Sécurité Sociale dont dépend leur activité salariée. En cas contraire, ils sont couverts par l'Etat suivant les dispositions des articles L980.1 à L980.6 du Code du Travail.

### PARTICIPATION AU FINANCEMENT DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

Il appartient aux entreprises d'au moins dix salariés de prendre en compte les frais d'enseignement versés à CADRE EXPERT, pour la détermination du montant de leur participation au financement de la formation professionnelle continue, dans les conditions fixées par le Code du Travail.

Les conditions d'imputabilité des dépenses de formation sont fixées par la partie VI du livre III du Code du Travail et par les circulaires afférentes.

La circulaire du Secrétariat Général de la formation professionnelle du 16 octobre 1980 précise, en particulier, les conditions d'imputation des actions de formation à la sécurité.



Diagnostic commercial  
Stratégie commerciale  
Marketing et communication  
Organisation commerciale  
Management commercial  
Développement commercial



Prospection commerciale  
Fidélisation client  
Recrutement commercial  
Gestion de la Relation Client  
Coaching de manager  
Coaching de vendeur



Techniques de prospection  
Techniques d'entretien de vente  
Techniques de négociation  
Management de commerciaux  
Comportement et communication

**ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT  
COMMERCIAL DE VOTRE ENTREPRISE  
EST AU CŒUR DE NOS ACTIONS  
RENCONTRONS-NOUS !**



**CADRE EXPERT**  
Accélérateur de performances commerciales

Marie ALLEGRE Cabinet NOVALTERA  
Membre associé de Réseau Cadre Expert  
12 che. des Lavandières – 69370 St Didier au Mont D'or  
06 43 47 76 99  
[marie.allegre@cadre-expert.fr](mailto:marie.allegre@cadre-expert.fr)