

TALENTS & FORMATIONS

ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ

CATALOGUE FORMATION

Qualiopi
processus certifié



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

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

Catalogue de Formation

"Développez vos savoir-faire avec Talents & Formations"

Bienvenue dans le catalogue de formation de Talents & Formations, votre partenaire de confiance pour l'amélioration de vos compétences professionnelles. Nous sommes fiers de vous présenter une gamme complète de formation de haute qualité, conçues pour répondre aux besoins de développement professionnel de votre entreprise. Que vous soyez un professionnel en quête de perfectionnement ou une entreprise souhaitant renforcer les compétences de votre équipe, notre offre de formations saura répondre à vos attentes.

Veillez consulter le tableau ci-dessous pour découvrir nos différentes formations et leurs tarifs. Nous avons soigneusement sélectionné ces thèmes pour leur pertinence et leur capacité à vous aider à atteindre vos objectifs professionnels.

| DOMAINE | PAGE catalogue | THEMES - TITRE | DURÉE | TEMPS DE SESSIONS | Groupe Min / Max (Sur devis) | FORMATEURS | Parcours possible avec | Tarif au 01.07.24 |
|----------------------------|----------------|---|---------------|---|------------------------------|-----------------|-----------------------------------|-------------------|
| MANAGEMENT | 3 | Recrutement, intégration et fidélisation des collaborateurs Issue de HEC Challenge + | 2 jours (14h) | 2 modules méthodes de 4h + 2 modules mise en pratique de 2H + 2 modules d'échange d'1h | 4 à 8 participants | Emmanuel LAFONT | Management | 3000 Eht |
| MANAGEMENT | 5 | Les fondamentaux du management Issue de HEC Challenge + | 2 jours (14h) | 2 modules de méthodes de 5h + 2h cas pratique individuel + 2h de feedback individuel et collectif | 4 à 8 participants | Emmanuel LAFONT | Management | 3000 Eht |
| EFFICACITE PROFESSIONNELLE | 7 | Optimiser son temps | 3 heures | 1heure de méthode 1heure de mise en pratique 1heure de partage avec le formateur | 2 à 4 participants | Céline SALOMON | Management Commercial vente | 400 Eht |
| EFFICACITE PROFESSIONNELLE | 9 | Pitch training commercial | 1 jour (7h) | 3heures de méthode 4heures de session pratique | Individuel | Emmanuel LAFONT | Commercial vente | 1500EhT |
| COMMUNICATION | 11 | Media training (Prise de parole médiatique) | 1 jour (7h) | 2 sessions méthode et pratique 4h et 3h | Individuel | Emmanuel LAFONT | Commercial vente | 1000 Eht |
| MARKETING | 13 | Structurer et améliorer sa stratégie de communication | 2 jours (14h) | 2 modules méthodes 3h 2 sessions pratique de 4h | 2 à 4 participants | Céline SALOMON | | 2000 Eht |
| COMMERCIAL VENTE | 15 | Les leviers de la vente et de la relation client | 5 jours (32h) | 5 modules de 3h (Demi journée) et des sessions spécifiques en collectif | 3 à 8 participants | Emmanuel LAFONT | FNE | 5500 Eht |
| COMMERCIAL VENTE | 18 | Techniques de vente et gestion des objections | 2 jours (14h) | 1 module de méthode de 7h + 3h cas pratique individuel + 4h de coaching individuel | Individuel | Emmanuel LAFONT | | 3000 Eht |
| | 20 | Les formateurs | | | | | | |

Les programmes détaillés de chaque formation sont disponibles dans ce catalogue. Vous y trouverez toutes les informations sur les objectifs, le contenu, la durée et les méthodes pédagogiques de chaque formation.

Si vous avez des questions concernant nos formations ou si vous souhaitez discuter de vos besoins spécifiques, n'hésitez pas à nous contacter. Notre équipe dévouée est là pour vous aider à trouver les solutions de formation adaptées à votre entreprise pour vous et vos équipes.

Adresse Contact : talentsetformations@gmail.com - Ligne Directe : 06 98 45 35 99

Merci de votre intérêt pour Talents & Formations. Nous sommes impatients de vous accompagner dans votre parcours de développement professionnel.

MANAGEMENT

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Du sourcing à l'intégration réussie du salarié. Dans un contexte concurrentiel où l'attraction et la fidélisation des talents sont de plus en plus stratégiques, il est crucial pour les entreprises de structurer leur processus de recrutement, de développer leur process concernant l'intégration des collaborateurs.

Le recrutement est un choix stratégique tant sur le plan organisationnel, juridique que managérial. Cette formation a pour objectif de sécuriser l'intégration du collaborateur afin de ne pas risquer de perdre tout le temps et les moyens investis dans ce recrutement.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Les managers ou toute personne étant amenée à recruter et gérer une équipe. Aucun pré-requis.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

L'objectif de cette formation est d'outiller les participants avec les meilleures pratiques en recrutement et intégration, afin d'attirer les meilleurs talents, d'évaluer les candidats de manière efficace et de favoriser une intégration réussie pour une performance optimale des nouveaux collaborateurs.

- Piloter le processus recrutement : du besoin à l'intégration.
- Optimiser la présélection de candidats.
- Objectiver ses décisions de recrutement.

DURÉE : 2 jours (14 heures) – Formation intra-entreprise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENTS :

Modules de 3 heures et 4 heures, sous forme de demi-journée alternant formation théorique et interactive en présentiel (50 %), mise en pratique (50%) et accompagnement individuel avec des plans d'actions personnalisés et directement applicables en entreprise.

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne. Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

Découvrir un maximum d'outils, de réflexes et de bonnes pratiques. Formation immédiatement opérationnelle à partir d'outils créés, mis à jour et utilisés concrètement par les experts du recrutement du Groupe SPARTE.

→ PREMIÈRE JOURNÉE :

Modules techniques du recrutement :

- Identification et définition du besoin
- Caractéristiques du projet de recrutement
- Diffusion du besoin de recrutement
- Recueil des candidatures et sélection
- Choix et intégration du candidat

Mise en pratique :

- Présentation et mise en place d'un dossier outils « Du sourcing et recrutement »
- Session de travail en autonomie (2H)
- Plan d'action personnalisé
- Debriefing individuel sur le plan d'action

→ DEUXIÈME JOURNÉE :

Modules techniques du recrutement :

- Motivation
- L'entretien de recrutement
- La sélection
- Stratégie d'intégration

Module atelier guidé :

- Partage d'expériences
- Les outils de l'onboarding
- Plan d'action personnalisé
- Debriefing individuel sur le plan d'action

MANAGEMENT

Manager et fidéliser les collaborateurs.

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Entre le clientélisme salarial et le consumérisme patronal, le manager de demain ne peut plus se contenter d'un management opérationnel au quotidien mais doit construire une gestion fine des projets professionnels de chacun. Adopter un management basé sur les valeurs du « grandir en faisant grandir », c'est une démarche de GPEC individuelle à part entière. (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences).

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Les managers ou toute personne étant amenée à gérer une équipe ou appelée à gérer une équipe. Aucun prérequis.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

Comprendre le rôle global du manager ; développer des techniques et des méthodes managériales ; rationaliser ses relations manager/managés.

- D'identifier les besoins et motivations de chacun en fonction de son profil managérial
- Amélioration des compétences en communication managériale
- Adaptabilité managériale et renforcement de la confiance
- Meilleure compréhension des interactions humaines
- Mise en œuvre concrète des acquis

DURÉE : 2 jours (14 heures)) – Formation intra-entreprise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENTS :

La formation combine des modules de formation théorique et interactive en présentiel (50 %) sous forme de demi-journée alternant avec des sessions pratique (50 %). Pendant les modules de formations théorique, les participants auront l'opportunité d'échanger sur leur propre style de gestion actuel et à celui qu'ils aspirent à atteindre. Les sessions pratiques, mettent l'accent sur l'analyse de cas managériaux basés sur des retours

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne. Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

En amont de la première journée de formation, un test de personnalité sera proposé (Test de Gordon) afin que chaque participant puisse mesurer son assertivité et travailler en autoréflexion pour son propre développement personnel.

→ PREMIÈRE JOURNÉE :

Module de management : Quel manager je suis ? Quel manager je veux être ?

- Le rôle du manager
- Les aspects du salarié
- Les modes de management
- Le management situationnel

Session pratique : les cas managériaux

- Analyses des cas managériaux basés sur les retours d'expériences
- Étude de cas sur le management situationnel

→ DEUXIÈME JOURNÉE :

Debriefing individuel (30')

- Echange sur le profil obtenu à la suite du questionnaire d'autodiagnostic.

Module communication interpersonnel : bien mener ses entretiens

- Communication non-verbale
- Utiliser la Programmation Neuro Linguistique
- Élever le niveau de jeux avec l'analyse transactionnelle
- Éviter les jeux psychologiques (Quel côté de la Force...)

Session pratique : Le déroulement de l'entretien

- Réaliser la mise en écoute
- Poser les questions
- Analyser les réponses
- Transcrire l'échange verbal

Nouveauté

2024

FORMATION

EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Gestion et optimisation du temps professionnel sont essentielles pour améliorer la productivité et l'efficacité au travail. En développant une compréhension approfondie des techniques de gestion du temps et en fournissant des outils pratiques, les participants seront mieux équipés pour maximiser l'utilisation de leur temps. Cette approche permet de réduire le stress, d'améliorer la performance globale et de renforcer la satisfaction professionnelle.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ-REQUIS :

Professionnels et employés qui cherchent à améliorer leur productivité et leur efficacité au quotidien. Entrepreneurs et dirigeants qui veulent optimiser leur temps pour développer leur entreprise.

Aucun prérequis.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Utiliser son temps en fonction de ses priorités.
- Anticiper et planifier ses activités en se centrant sur l'essentiel.
- Mettre en place une organisation efficace au quotidien.

DURÉE ET ORGANISATION :

3 heures – Formation intra-entreprise – Individuel ou groupe de 4 participants maximum.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

Très opérationnel, cette formation permet d'organiser efficacement ces priorités et son planning professionnel.

1 heure de méthode

1 heure de mise en pratique

1 heure de partage avec le formateur

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

AVANT la formation

Un questionnaire de positionnement avant la formation pour cartographier et suivre les progrès des stagiaires sur l'optimisation du temps.

Module méthode : Les bases de la stratégie de communication (1h)

- 1. Techniques de gestion du temps
- 2. Planification et suivi
- 3. Utilisation d'outils de gestion du temps

Session pratique (1h)

- Outils de travail dédié à compléter pour appliquer la méthode
- Affiner les pistes de réflexion de chacun sur les priorités
- Créer son propre planning

Partage et échange avec le formateur (1h)

Recevez un feedback continu et détaillé après chaque exercice. Bénéficiez d'une heure de partage sur mesure pour développer votre stratégie d'optimisation dédiée à votre secteur d'activité et votre actualité.

POST FORMATION

Le stagiaire est invité à poursuivre sa cartographie de progrès.

Nouveauté

2024

FORMATION

EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Maitriser son pitch commercial est essentiel pour améliorer l'efficacité des présentations de vente. En développant une compréhension approfondie des techniques de persuasion et en fournissant des outils pratiques ainsi que des méthodes éprouvées, les participants seront mieux équipés pour captiver leur audience dès les premières secondes. Cette approche permet de maximiser les taux de conversion et de renforcer les compétences en communication des équipes de vente, augmentant ainsi la réussite commerciale de leur entreprise.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ-REQUIS :

Toute personne ou porteur de projet ayant à convaincre un publics. Commercial, manager, chef de projet etc ... Aucun prérequis.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Réaliser une présentation percutante sous la forme dite « de l'elevator pitch ».
- Structurer son discours pour convaincre son interlocuteur.
- Amener le stagiaire à travailler ses éléments de langage pour gagner en assurance et pertinence lorsqu'il y a un enjeu commercial.

DURÉE ET ORGANISATION :

1 journée (7 heures) – Formation intra-entreprise – Individuel uniquement.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

Séance de formation à la méthode.
Formation pratique, échange avec le formateur.
Mise en pratique, entraînement individuel.

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

AVANT la formation

Préparer un pitch en amont de la formation d'une durée maximale de trois minutes. Point qui sera présenté à la session pratique.

Module méthode : (3h)

1. Les enjeux et les objectifs du pitch
2. L'effet Whaou
3. Une préparation efficace en toute circonstance
4. Construction d'un message percutant

Session pratique (4h)

Pour un entraînement individuel sur mesure avec le formateur, les exercices peuvent être adaptés pour répondre aux besoins spécifiques de chaque participant.

- Analyse de Pitch Personnalisé
 - Travail avec le formateur pour développer un pitch adapté
 - Commentaires détaillés et suggestions d'améliorations.
- Enregistrement et Revue Vidéo
 - Visionnage de la vidéo avec le formateur pour identifier les points à améliorer, tels que le langage corporel, le ton de la voix et la clarté du message.
- Exercices de Répétition et de Perfectionnement

MARKETING COMMUNICATION

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Communiquer efficacement c'est avant tout savoir convaincre, et quoi de plus difficile face à un journaliste dans les différents médias (radio, télévision, Internet) de faire la différence ?

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Toute personne amenée à prendre la parole dans les médias, dirigeants d'entreprises, personnalités publiques...

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

Amener le(s) stagiaire(s) à travailler son discours ou sa prise de parole afin de gagner en assurance et pertinence en toutes circonstances d'interventions face à un journaliste.

DURÉE : 7 heures de formation sur 2 journées réparties comme suit :

- 4 heures sur la matinée (9 H-13 H)
- 3 heures sur l'après-midi (14 H-17 H)

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

- Séances de formation théorique
- Formation pratique – Expérimentation
- Mise en pratique – Jeux de rôle

Dossiers techniques remis aux stagiaires.

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

→ PREMIÈRE JOURNÉE :

Formation théorique et supports pratiques :

- Aspects théoriques et pratiques de la communication orale
- Présentation du mode de fonctionnement des journalistes
- Technique de la communication orale et prise de parole en public

Étude de cas :

- Visionnage de passage média
- Analyse au travers des fondamentaux théoriques

→ DEUXIÈME JOURNÉE :

Formation théorique et supports pratiques :

- La posture, gagner en assurance lors de la prise de parole
- Apprentissage de la gestion du stress sur la durée.

Formation pratique :

- Exercices de préparation aux interviews. (Questions – Réponses)

MARKETING OPERATIONNEL

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Le Marketing Opérationnel est essentiel pour structurer et optimiser toute stratégie de communication. En développant une compréhension approfondie des enjeux de la communication et en fournissant des outils pratiques ainsi que des techniques avancées, les participants seront mieux équipés pour maximiser l'impact de leurs efforts de communication. Cette approche renforce la visibilité et la notoriété de leur entreprise.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Équipe de direction souhaitant coordonner les actions de communication externes -
Responsable marketing / communication en prise de fonction.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Construire un plan de communication pertinent
- Acquérir une méthode et des outils opérationnels
- Concevoir des tableaux de bord et de suivi pour gagner du temps

DURÉE : 2 jours (14 heures) – Formation intra-entreprise – Maximum de 4 participants pour les formations de groupe.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

Modules de 3 heures et 4 heures, sous forme de demi-journée alternant formation sur la compréhension de la méthode et interaction (40%) avec les participants, ainsi que des sessions de mise en pratique (60%) avec une adaptation sur mesure aux cas réels des participants.

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

AVANT la formation

En amont de la première journée de formation, les participants devront préparer un état des lieux de leur charte graphique des actions de communications en cours. (Logo, Codes couleurs, mood board, template / canva ...)

⇒ Première journée :

Module méthode : Les bases de la stratégie de communication (3h)

1. Les enjeux et les objectifs de la communication
2. Bien comprendre et définir son audience cible
3. Élaborer une stratégie de communication efficace
4. Identifier des canaux de communication appropriés

Session pratique (4h)

- Diagnostic des éléments constituant la charte graphique (SWOT)
- Répertorier et segmenter de son audience actuelle
- Choisir de nouvelles cibles stratégiques

⇒ Deuxième journée :

Module méthode : La charte éditoriale et le workflow d'une stratégie de communication efficace (3h)

1. Comprendre la charte éditoriale
2. Processus de création de contenu et gestion éditoriale
3. Planification et organisation des activités de communication
4. Coordination des différentes étapes de production de contenu

Session pratique sur le plan de communication social média (4h)

- Déterminer le thème du mois
- Organiser son planning de communication.
- Mettre en place un système de suivi de production et de mesure des résultats.

COMMERCIAL

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Les entreprises sont soumises à de nombreux défis stratégiques pour lancer ou pérenniser leurs activités, face aux opportunités ou aux menaces du marché et de l'environnement économique, elles doivent adapter leurs compétences.

Ce parcours sur les leviers de la vente et de la relation client a pour objectif d'appréhender les changements auxquels doit faire face l'entreprise avec ses équipes : nouveaux marchés, nouvelles stratégies d'offre, pivoter ... Le développement commercial devient primordial et doit être partagé et professionnalisé.

Pour répondre à cet objectif au-delà de la méthode de vente, il s'agit ici de partager la compréhension stratégique des nouveaux enjeux de l'entreprise, d'organiser un travail collaboratif entre les services commerciaux et les fonctions supports, d'apporter une connaissance pluridisciplinaire, pour favoriser de nouveaux process à tous les niveaux opérationnels liés à la relation client.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Tout collaborateur de l'entreprise (aucun prérequis) pour non commerciaux et commerciaux débutants.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

A l'issue de ce parcours de formation, le stagiaire aura acquis les compétences suivantes :

- Valoriser l'image de marque de l'entreprise avec une relation client irréprochable
- Développer sa clientèle et son chiffre d'affaires
- Optimiser les ventes et le temps d'acquisition de nouveaux clients
- Assurer un suivi commercial optimum

DURÉE : 5 jours (32 Heures) – Formation intra-entreprise

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

Module de 3 H sous forme de demi-journée alternant formation théorique et interactive en présentiel (50 %), mise en pratique (40%) et accompagnement individuel avec un plan d'action personnalisé (10%). Durée totale, 32 H décomposées ainsi :

Durée totale, 32 H décomposées ainsi :

- 2 H session teambuilding et objectif
- 5 modules de 3 H de formation collective (présentiel)
- 5 sessions de 3 H de travail en autonomie et de débriefing collectif (présentiel ou distanciel)

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

En amont de la formation les participants sont invités à participer à une session de TeamBuilding pour installer la confiance, la bienveillance au sein du groupe de travail. Session collective de 2 heures, il est fortement recommandé de prévoir à la suite un moment convivial sous forme de repas, goûter ...

Objectifs de cette préparation :

- Valoriser la polyvalence des salariés.
- Appréhender la situation de conduite du changement nécessaire au développement de l'entreprise.
- Identification des objectifs commerciaux collectifs et individuels.

Module 1 - Soigner l'accueil et le service client :

- Exceller dans la relation de service : Soigner l'image professionnelle de l'entreprise.
- Prendre et réaliser un appel téléphonique de façon professionnelle : l'accueil, le ton de la voix, la reformulation.
- Rédiger des emails commerciaux, des rappels, des relances.

Module 2 - Stratégie de développement commerciale :

- Comprendre la qualification de la cible client et du buyer persona
- Explorer les besoins d'un client : compréhension et qualification des besoins et des motivations d'achat.
- Identifier les phases du process de décision d'achat, établir un funnel de conversion.

Session pratique sur les modules 1 et 2 :

- Rédaction d'émailing de rappel, relance, suivi (2 H de travail individuel avec relecture et ajustement individuel pour chaque participant).
- Faire face aux interlocuteurs difficiles : gérer les agressifs, les inquiétudes, les impatientes (2 H d'atelier collectif).

Module 3 - Faire aboutir une vente :

- Les 8 étapes pour réussir une vente : méthode de vente de la découverte client au closing.
- Focus sur la gestion efficace du traitement des objections.

Module 4 - Les enjeux de la prospection :

- Maîtriser les mécanismes de la relation client
- Prospecter, prendre des rendez-vous, conseiller, vendre, relancer, fidéliser
- Gérer et solutionner les objections et les litiges
- Les scénarios de vente par typologie de cible prospect

Session pratique sur les modules 3 et 4 :

- Rédaction des scénarios téléphoniques avec la méthode de vente (2 H de travail collectif)
- Appropriation des scénarios téléphoniques (1 H de travail individuel par participant)
- Debriefing individuel des scénarios (1 H par participant avec le formateur)
- Mise en pratique de la gestion des appels téléphoniques (2 H d'atelier collectif)

Module 5 - Mettre en place un processus de suivi commercial efficace :

- Organiser le suivi des devis et des propositions commerciales
- Établir un reporting pertinent sur le suivi des ventes, de la production, de la facturation
- Établir un suivi et un reporting de prospection commerciale

Sessions pratiques sur les modules 2 et 5 :

- Réalisation de tableaux de reporting (4 H de travail en autonomie)
- Réunion de suivi sur la base des tableaux proposés
- Correction et ajustement des éléments transmis (1 H de débriefing collectif)

COMMERCIAL VENTE



CONTEXTE GÉNÉRAL :

Dans un environnement commercial en constante évolution, il est essentiel de professionnaliser son approche client et de perfectionner ses compétences en vente. Axée sur les techniques avancées de vente et la gestion efficace des objections, cette formation offre une opportunité unique d'optimiser les performances commerciales, d'accroître la satisfaction client et de stimuler la croissance des entreprises. Elle vise à équiper et à entraîner les participants avec les outils nécessaires pour exceller dans l'art de convaincre et maximiser leurs résultats commerciaux.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Tout collaborateur de l'entreprise (aucun pré requis) pour non commerciaux et commerciaux débutants.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Acquérir les techniques et les étapes de la vente
- Maîtriser l'entretien de vente en vue d'établir des relations client de qualité.
- Appréhender les objections pour les traiter efficacement

DURÉE : 2 jours (14 heures) – Formation intra-entreprise – Formation individuelle.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

La formation combine des modules théoriques (50%) structurés sur les 8 étapes de la vente avec une session pratique (50%) incluant des jeux de rôle, la création d'outils personnalisés, et des enregistrements audio ou vidéo des scénarios de vente. Le coaching individuel assure un diagnostic approfondi des performances, des ajustements en temps réel, et un accompagnement personnalisé pour optimiser la maîtrise de l'entretien de vente.

EVALUATION :

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

CONTENU :

⇒ *Première Journée (7 h) - Module Méthode : Les 8 étapes d'une bonne vente*

1. Réussir l'accueil client
2. Découvrir le client et ses besoins
3. Reformuler les attentes
4. Proposer et positionner son offre
5. Construire une bonne argumentation
6. Traiter les objections
7. Aider à la décision
8. Bien conclure sa vente

⇒ *Deuxième Journée (7 h)*

Session pratique (3h)

- Mise en situation : Jeux de rôle vendeur – prospect – client
- Conception d'outils et scénarios d'appels ou de rendez-vous
- Enregistrement audio ou vidéo des scénarios de vente

Coaching individuel (4h)

- Diagnostic à chaud des enregistrements des scénarios de ventes
- Ajustement et correction de la méthode
- Co-conception de l'argumentation
- Training sur la gestion des objections

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Apports théoriques et prise de conscience collective et individuelle (50%) + exercices pratiques et mises en situations (50%).
- Méthode pédagogique participative et bienveillante afin de favoriser le dialogue et les échanges entre les participants.

Qui sommes-nous ?

Nous sommes « Agiliteurs d'inspiration »,

En 2009, SPARTE RH® était le précurseur de la RH à temps partagé pour TPE/PME.

Depuis 2013, c'est plus de 200 startups accompagnées implantées sur toute la France issues des formations entrepreneuriales des écoles HEC et Polytechniques.

A partir de 2015, c'est un partage des savoir-faire dans +50 de incubateurs, accélérateurs et clubs d'entrepreneurs en France.

Depuis 2022, partenaire du groupe ISC Business School.

En avril 2023, nous avons renouvelé par validation d'un audit réalisé par l'Apave Certification pour Talents & Formations notre organisme de formation conforme aux normes Qualiopi pour son action de formation.

2024 nous rejoignons le réseau international de SCALE-UP BOOSTER et de leurs partenaires spécialisés dont US MAC l'accélérateur de startups internationales de la Silicon Valley.

PARCOURS D'AGILITEURS :



Emmanuel Lafont, chargé d'enseignement à X-HEC et sur le PGE (programme grande école) de la Business School ISC Orléans, il est également responsable pédagogique des programmes de préincubation du Développement Économique de Courbevoie pour Paris Ouest La Défense. Fondateur du groupe SPARTE, entrepreneur chevronné (8 sociétés créées dont 4 revendues) dans la création de cabinets de recrutement et d'entreprises de conseil et d'accompagnement axées sur la création et le développement de start-up.



Céline Salomon, ingénieure maitre avec 25 années d'expérience en marketing. Elle a acquis son expertise au sein de centrales d'achat et en brand marketing international pour des enseignes renommées telles qu'Auchan, Groupement des Mousquetaires, Jardiland et SIA Home Fashion. Mentore et intervenante dans les programmes de préincubation du Développement Économique de Courbevoie pour Paris Ouest La Défense. Formatrice marketing pour divers acteurs du territoire Centre Val de Loire.



GROUPE
SPARTE
AGILITEUR D'INSPIRATION

PARIS - VERSAILLES - ORLÉANS - NANTES

STRATÉGIE
RESSOURCES HUMAINES
MARKETING
ADMINISTRATIF ET FINANCE
FORMATIONS

groupe-sparte.fr

**TALENTS
FORMATIONS**
ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ

AUDITÉ PAR

apave
Certification

Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée à au titre d'ACTIONS DE FORMATION