



CONSEIL OPERATIONNEL

FORMATION - ACTION

VENTE

MANAGEMENT

RECRUTEMENT

OUTILS DE MESURE DE
L'EFFICACITE

COMMERCIALE

MANAGERIALE

Formations professionnelles **2009 - 2010** Inter _ Intra _ e-Learning

VENTE

MANAGEMENT OPERATIONNEL

EFFICACITE PERSONNELLE

- ❖ Expression Orale pour commerciaux – page 6
- ❖ Communiquer avec ses clients – page 7
- ❖ Maîtrise de l'entretien de vente – page 8
- ❖ La prise de rendez-vous par téléphone – page 9
- ❖ La vente Conseil – page 10
- ❖ Le vendeur face au groupe – page 11
- ❖ La vente stratégique – page 12
- ❖ Développer une argumentation convaincante – page 13
- ❖ Développer ses savoir-faire en terme de relation client – page 14
- ❖ Gérer son activité de vente – page 15
- ❖ Marketing opérationnel – page 16
- ❖ Gérer efficacement son secteur – page 17
- ❖ Organisation et gestion du fichier Client – page 18

- ❖ Économie d'entreprise – page 19
- ❖ Stratégie d'entreprise – page 20
- ❖ Direction et animation par objectifs – page 21
- ❖ Comprendre les autres et soi-même – page 22
- ❖ Animation terrain – Manager coach – page 23
- ❖ Animer une réunion – page 24
- ❖ Prendre la parole en public – page 25
- ❖ Gestion des projets – page 26
- ❖ Management & Leadership – page 27

- ❖ Mieux se connaître soi-même – page 28
- ❖ Gérer les conflits – page 29
- ❖ Public Speaking to an english audience – page 30
- ❖ Gestion du temps – page 31
- ❖ Formation de formateurs – page 32

NOS METHODES DE TRAVAIL

L'objectif est de dispenser une **formation concrète** et **directement applicable**.

Nos stages de formation privilégient les exercices d'application, les études de cas et les méthodes interactives.

Les formateurs utilisent:

- o **La vidéo, chaque fois que cela est possible.**
- o **La micro-informatique pour les études de cas des stages de gestion de secteur ou d'économie.**
- o **Les jeux de rôles et les simulations.**
- o **Les apports méthodologiques et théoriques des animateurs**

Une documentation (livre du participant) est remise aux participants ainsi qu'un plan d'action individuel qui servira à la mise en oeuvre du suivi terrain avec leur hiérarchie.

« Bien Communiquer pour mieux Vendre »

Les techniques du théâtre appliquées à la vente

Responsables commerciaux, vendeurs, technico commerciaux, délégués et ingénieurs commerciaux qui souhaitent renforcer l'impact de leurs entretiens en découvrant des techniques complémentaires à leur savoir-faire commercial

S'adapter, faire vibrer, convaincre en toutes circonstances, affirmer une vraie présence, être à l'aise et mettre à l'aise, autant de défis que partagent acteurs et commerciaux.

Répétitions, rigueur, maîtrise de soi, les deux métiers sont exigeants.

En mettant à la portée des commerciaux les techniques avancées des professionnels du théâtre, cette formation leur permet de développer au bon niveau leurs techniques de vente

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

1. Commerciaux, mettez-vous en scène

- Soyez acteur, soyez vous-même : Utilisez l'expression orale comme un outil de vente
- Développez l'impact de votre présentation personnelle
- Le client: un public à faire vibrer

2. Utiliser au mieux son expression corporelle

- Gérer ses peurs et son trac en public
- Appuyer son discours par des gestes et affirmer votre rôle commercial
- Communiquer son sourire
- Toucher à distance par son regard

3. Maîtriser sa voix, son discours et faire passer des messages

- Comprendre et utiliser la parole
- Articulez !!
- Faire varier sa voix (ton, intensité, débit)
- Utiliser le silence pour donner de l'impact à vos arguments

4. La maîtrise de la communication orale

- Être convaincant, ça s'apprend!
- Commencez et finissez brillamment une intervention
- L'enthousiasme est communicatif : enthousiaste, vous serez plus convaincant!
- Faire court, c'est souvent efficace
- Créer le dialogue et improviser

Responsables commerciaux, vendeurs, technico-commerciaux, délégués, ingénieurs commerciaux, responsables Grands Comptes expérimentés et maîtrisant les techniques de vente.

Face à des acheteurs de plus en plus avertis et « difficiles en affaires », il s'agit d'affirmer fermement des positions et de surmonter des différends dans le cadre d'une relation saine.

Il faut alors développer des stratégies et des comportements gagnants pour gérer ce face-à-face. Des méthodes avancées dont le succès repose sur l'entraînement pour des résultats immédiats.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

1. Savoir s'adapter pour développer des relations commerciales saines

- Comprendre les différentes manières d'exprimer sa personnalité
- Analyser le style de communication de ses clients
- Choisir les attitudes adaptées à la situation client
- S'entraîner à communiquer dans le registre de communication du client
- Susciter l'envie de travailler avec soi

2. Se préparer à une négociation difficile

- Trouver des ressources adaptées pour atteindre ses objectifs dans les cas difficiles
- Maîtriser ses émotions

- Comment annoncer une mauvaise nouvelle
- Maîtriser ses émotions et éliminer son stress
- Se programmer pour réussir un entretien à fort enjeu et prendre du recul
- Gérer son stress en clientèle et dépasser ses échecs

3. Préserver la relation commerciale en cas de conflit

- Les techniques de recadrage
- Évitez les jeux et sortir des manipulations
- Les positions de vie
- Maîtriser sa communication en vente

« *Maîtrise de l'entretien de vente* »

Les fondamentaux de la vente

Commerciaux, vendeurs, technico-commerciaux, délégués, ingénieurs commerciaux prenant leurs fonctions, formés ou non aux techniques de vente,
Vendeurs plus expérimentés souhaitant retravailler les « fondamentaux ».

Chaque jour, sur le terrain, vous devez réaliser des performances. Face à vous, des clients difficiles, des prospects indifférents.

Tour à tour, vous devez être à l'écoute, comprendre, intéresser, rassurer, séduire, réfuter, convaincre avec, selon les interlocuteurs rencontrés, des chances plus ou moins grandes de gagner la partie.

Cette session vous apporte la connaissance essentielle des techniques qui favorisent l'efficacité commerciale dans toutes les circonstances et face aux différents clients que vous rencontrez sur votre marché.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

1. Comprendre les composantes essentielles de l'acte de vente

- Structure d'un bon entretien de vente
- Les règles de comportements efficaces
- De la préparation au suivi : les moments clés

2. Affûter son habilité à communiquer

- Qu'est-ce que communiquer ?
- Contact court terme, contact moyen terme
- Les différents profils d'acheteurs et comment s'y adapter?

3. Préparer la négociation

- Stratégie et tactique
- Comment fixer un objectif de visite

4. Diriger et contrôler l'entretien

- L'introduction
- La technique des questions
- Le cycle de Vente
- Clés d'acceptations et accords conditionnels

5. Argumenter avec conviction

- Les deux dimensions de l'argument
- Les différentes situations de vente
- L'argumentation rationnelle - personnelle
- Comment construire une argumentation percutante

6. Traiter efficacement les objections

- Les différents types d'objections et leurs traitements

7. Conclure

- Quelques techniques de conclusion
- Comment atteindre l'objectif fixé?

« *Prospecter, prendre des rendez-vous et vendre par téléphone* »

Atelier intensif, appels réels, prise de rendez-vous

Commerciaux, ingénieurs commerciaux, téléprospecteurs, assistants commerciaux ou vendeurs sédentaires qui assure la prise de rendez vous ou vendent au téléphone.

Prendre des rendez-vous, orienter des appels entrants, véhiculer une image positive de l'entreprise, relancer des clients ou des prospects, faire de la vente additionnelle.

Vous devez gérer toutes ces situations au téléphone avec le maximum d'efficacité. Le soutien que l'on attend de vous en termes d'accueil de la clientèle, de développement des ventes, d'acquisition de nouveaux clients, implique que votre efficacité au téléphone soit à la hauteur de ces exigences.

Cette session sur la vente par téléphone vise précisément cet objectif.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

1. Maîtriser les techniques de communication au téléphone

- Les précautions à prendre avant, pendant et après l'appel
- L'écoute active
- Le choix des mots : les "tabous", les "sésame"

2. Obtenir un rendez-vous

- Comment franchir les barrages
- Comment susciter l'intérêt par une phrase d'accroche percutante
- Le traitement des résistances

3. Recevoir un appel

- La bonne phrase d'accueil
- Comment faire patienter
- Les bonnes questions à poser pour identifier la demande

- Traiter la demande ou l'orienter vers le bon interlocuteur
- Le traitement des litiges, des réclamations
- La prise de commande et la vente additionnelle ou de substitution

4. Émettre un appel

- La préparation et les objectifs de chaque entretien
- Se présenter et annoncer l'objet de l'appel
- Obtenir les informations nécessaires
- Argumenter avec persuasion
- Traiter les objections et conclure

5. Réussir ses relances

- Le "verrouillage" des devis et des offres
- Le traitement de clients non actifs
- L'exploitation d'un mailing
- Le suivi des contacts sur salon

« *La vente conseil* »

Pour vendre plus, il faut vendre mieux.

Aider son Client, c'est s'assurer de meilleurs résultats à court et à long terme.

Ingénieurs commerciaux, Chefs de projet, technico commerciaux, vendeurs B2B ou animateurs d'un réseau de distribution qui souhaitent améliorer leurs résultats par la pratique d'une vente plus structurée.

Vous avez la responsabilité de clients particulièrement importants qui vous déstabilisent, alors que vous êtes capable de réussir chez des clients de taille conventionnelle.

Votre expérience personnelle vous a convaincu que, pour obtenir les résultats attendus pour les grands comptes, il était nécessaire de les travailler de manière différente.

Apporter des solutions pratiques, tant au niveau de l'organisation à mettre en place qu'à celui des comportements commerciaux à développer, satisfaire vos clients grands comptes et atteindre vos propres objectifs chez eux

Telles sont les raisons d'être de cette session.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Connaître les besoins du client
- Faire la différence entre besoins exprimés et besoins réels
- Le principe de l'offre globale
- Les différentes actions d'aide à la vente
- Les conditions du partenariat
- Construire une politique de vente
- La gestion des stocks client
- La formation du personnel

« *Le Vendeur face au groupe* »

Donner aux commerciaux les méthodes concrètes pour être efficace face à un groupe de clients ou de prospects.

Responsables commerciaux et Marketing, commerciaux, technico-commerciaux, chargés d'affaires, ingénieurs commerciaux, négociateurs grands Comptes.

Vous êtes à l'aise dans la relation individuelle,

Vous exprimer face à un groupe de décideurs est une toute autre affaire... vous êtes fébrile, vos messages ne passent pas toujours.

Selon les circonstances, il vous faut combattre le scepticisme, l'indifférence, faire face aux digressions et à la contestation.

A l'issue de ce stage, vous réaliserez des présentations commerciales efficaces face à un groupe d'acheteurs..

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Les particularités de la vente en groupe
- Les différentes situations possibles
- La préparation du matériel
- Gérer la communication avec le groupe
- Les différentes étapes de la vente
- L'expression orale et l'expression gestuelle
- La bonne utilisation des aides visuelles
- Les comportements parasites en groupe
- La dynamique du groupe
- Les attitudes face à certains participants

« *La Vente stratégique* »

Apprendre à définir et à mener une véritable stratégie de vente et se préparer à négocier avec toutes les chances de succès.

Chefs des ventes, directeur des ventes, responsables compte clés, Consultant.
En général, toute personne négociant avec des grands comptes
et ayant une bonne maîtrise de la vente.

Agir en commercial stratège, c'est devenir expert des problématiques de l'entreprise cliente.

C'est savoir identifier et agir sur les leviers de croissance.

Pour devenir un partenaire durable, le vendeur compte clé analyse et comprend la stratégie de son client, ses enjeux financiers, les rôles et pouvoir de chacun des acteurs.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Distinction entre produit et affaire
- Actions stratégiques dans le suivi d'une affaire
- Analyse des critères de décision d'achat
- Construction d'une grille d'analyse
- Analyse des forces et faiblesses
- Analyse de ses propres compétences
- Analyse des compétences des interlocuteurs
- Facteurs extérieurs influençant la négociation
- Construction du plan de négociation
- Entraînement à l'entretien

« **Développer une argumentation convaincante** »

Entraîner les participants à élaborer et à développer une argumentation adaptée au client.

Tous les vendeurs, ingénieurs commerciaux, technico-commerciaux, chargés d'affaires...en contact direct avec les clients sur le terrain.

Une première expérience, même courte, de la vente est préférable.

Le climat de vos visites est presque toujours excellent. Vous avez l'art d'établir le contact. Votre écoute encourage le client à parler. Vous comprenez ses préoccupations.

Vous sentez ses réticences. Vous avez tout pour adapter votre argumentation à ses attentes et emporter la décision.

Mais la négociation en reste trop souvent là. C'est pour vous donner la force de persuasion qui vous aide à conclure votre négociation que SPGM Consulting a bâti la session « Développer une argumentation convaincante ».

Un nouveau souffle pour votre action commerciale !!.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Analyser les besoins du client
- Définir les motivations
- Distinguer besoins réels et besoins irrationnels
- Les mécanismes de la conviction
- Qu'est-ce qu'argumenter ?
- Les deux dimensions d'un argument
- Analyse de l'argumentation
- Dialoguer avec son client
- Développer une écoute active
- Savoir utiliser les objections
- Utiliser efficacement les aides visuelles

« Développer ses savoir-faire en terme de Relation Client »

Donner aux commerciaux les outils, les techniques et les méthodes nécessaires à la maîtrise approfondie de la vente.

Donner aux commerciaux les outils, les techniques et les méthodes nécessaires à la maîtrise approfondie de la vente.

Vous connaissez les techniques de vente. Vous avez un bon contact. Vous possédez à fond votre argumentation. Vous savez vous exprimer avec clarté et conviction.

Mais en dépit de toutes ces qualités, vos interlocuteurs vous opposent un blocage qui empêche souvent vos négociations d'aboutir.

Vous entraîner à lever les freins, à détecter les besoins et les vraies attentes de vos interlocuteurs, renforcer l'empathie, développer le sens de l'écoute et vous aider à maîtriser l'ensemble des étapes qui conduisent une négociation à sa fin

Tels sont les objectifs de cette session.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Organisation et gestion de l'activité
- Prise de rendez-vous
- Préparation de la visite
- Prise de contact
- L'entretien de vente:
 - Phase d'interview et de découverte
 - Construction de l'argumentation
 - Traitement des objections
 - Phase de conclusion
- Le suivi client

« Gérer son activité de vente : La vente par objectifs évolutifs »

Gérer votre activité pour accroître vos performances

Commerciaux, vendeurs, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux ayant pris leurs fonctions et déjà formés aux techniques de vente.

Vous êtes par monts et par vaux toute la semaine. Clients potentiels, fidèles ou hésitants, vous devez les voir tous. Les tournées, les comptes-rendus, le suivi, les réunions, la route... Vous faites le maximum. Pourtant vous avez l'amertume de constater trop souvent que les résultats ne sont pas à la hauteur de vos efforts.

Comment orienter votre travail, organiser vos tâches quotidiennes, planifier vos efforts de vente de manière optimale, comment augmenter l'efficacité de votre action en gérant mieux votre temps et votre énergie ? C'est ce que nous vous proposons de découvrir lors de cette session.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

1. Organiser ses ventes par objectifs

- Facteurs qui influencent les résultats
- Distinguer : résultats, actions, compétences
- Les différents efforts de vente
- Qu'est-ce que vendre par objectifs ?

2. Garantir les efforts nécessaires

- La quantité de travail : clé de la réussite
- Analyse de toutes les tâches
- Équilibrer l'urgent et l'important

3. Développer sa qualité de face-à-face

- Qu'est-ce qu'un bon entretien de vente ?
- Identification des moments essentiels
- Quels ratios utiliser pour mesurer son efficacité commerciale ?
- Comment améliorer son impact

4. Optimiser l'orientation des tâches

- Orientation produits
- Orientation clients
- Le bon rapport prospection / entretien de clientèle
- Problèmes d'orientation et leurs traitements

5. Construire sa plate-forme de vente

- Les différents types de plate-forme
- Les trois dimensions de la plate-forme
- Bâtir ses outils d'organisation
- Les documents et supports nécessaires à une bonne gestion du temps

6. Accroître son potentiel personnel

- Caractéristiques d'un bon commercial
- L'évaluation de ses connaissances et aptitudes
- La motivation : facteur clé de la réussite

« Marketing Opérationnel »

Gérer votre activité pour être en adéquation avec le plan Marketing de l'entreprise

Commerciaux, vendeurs, technico-commerciaux, délégués, ingénieurs commerciaux, chefs de produit.

Faire évoluer les professionnels de la vente vers une approche plus élaborée de leur fonction pour en maîtriser tous les éléments.

Leur faire comprendre les enjeux du plan Marketing afin qu'ils puissent réaliser et analyser leurs résultats en fonction des objectifs stratégiques de l'entreprise.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Définition et place du marketing
 - Ses buts
 - Son fonctionnement
- Le Marketing terrain
- Vente et Marketing
- Le Mix Produit
- Le Mix Client
- Le Mix Marché
- Les informations à recueillir
- Les sources d'informations
- Exploitation des informations

« Gérer efficacement son secteur »

Permettre à tout le personnel du service commercial d'avoir une vision globale de chaque secteur

Ingénieurs de vente, technico-commerciaux, commerciaux, encadrement d'équipe, chefs de produit, administration des ventes

Permettre aux commerciaux d'acquérir une plus grande maîtrise des éléments constitutifs de leur secteur

Optimiser et gérer leur temps en utilisant les outils informatiques mis à leur disposition.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Analyse des éléments constitutifs du secteur
- Définition des différents critères
 - Critères quantitatifs
 - Critères qualitatifs
- Comment structurer son portefeuille client
- Définir ses objectifs
- La gestion du temps
- Mise en place de la gestion de secteur
 - Les critères à retenir
 - Les documents
 - Le suivi
- Informatique et Gestion de secteur

Ingénieurs de vente, technico-commerciaux, commerciaux, chargés d'affaires.

Donner aux commerciaux les méthodes et outils pour optimiser l'utilisation des fichiers clients.

Créer une dynamique qui donne envie d'augmenter son activité et de proposer des idées d'actions commerciales.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- La gestion dynamique d'un secteur (zone)
- La notion de plate-forme
- Les critères de mesure
- Les différents types de portefeuille clients
- Le fichier des clients actifs
- Le fichier des clients évolutifs
- Le fichier de prospection
- La gestion du temps et des priorités
- Les prévisions d'activité de vente
- Établir des fichiers
- Analyse de cas

Commerciaux confirmés, Ingénieurs de vente, Ingénieurs d'affaires chargés d'affaires, commerciaux comptes clés.

Donner aux participants une culture économique utilisable dans leur activité non seulement pour mieux comprendre leur entreprise, se responsabiliser dans la gestion des budgets et l'atteinte des objectifs. Analyser les résultats de leurs clients en étant crédible.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Notions de coûts, de charges
 - La marge brute
 - Le bilan
 - Analyse du bilan
 - Méthodes d'évaluation des coûts
 - Frais fixes et frais variables
 - Composition du prix
 - Comptabilité analytique
 - Le compte de résultats
 - Les budgets
 - Gestion dynamique des budgets
 - Analyse stratégique
 - Exercices d'application

Tout dirigeant d'entreprise

Expliquer les fondamentaux de la Stratégie d'Entreprise.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- La démarche stratégique
- Diagnostic interne – externe
 - analyse des forces et faiblesses
 - analyse des ressources et opportunités
 - ressources
- La segmentation stratégique
- L'analyse structurelle des secteurs
- Matrice produits / secteurs
- La chaîne de la valeur
- Les facteurs clés de succès
- Les différents types de stratégie

MANAGEMENT: « Direction et animation par Objectifs »

Augmenter les résultats durablement en faisant « grandir » les hommes.

Responsables d'équipes opérationnel.

Donner aux responsables les moyens et méthodes permettant de fixer des objectifs de vente et de suivre l'activité de leurs Commerciaux par la mise en place de plans d'actions individuels

THEMES DEVELOPPES – 4 jours

- Les différents facteurs influençant les résultats
- Analyse des résultats
- Analyse de l'activité :
 - quantitative
 - qualitative
 - l'orientation
- Les critères de compétences
- Les motivations
- Mise en place d'une direction par objectifs évolutifs
- Les plans de progression individuels
- Les incontournables à mettre en place
- Réflexion sur les critères à retenir
- Outils à créer
- Plan d'action

MANAGEMENT: « Comprendre Les Autres et Soi-même »

Introduction au Management différencié.

Tout le personnel d'Entreprise.

Donner aux participants les éléments d'approche psychologique pour les aider à communiquer avec authenticité et efficacité.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Analyse personnelle
- Approche psychologique
- Les différents états du Moi
- Les systèmes de communication
- Les rôles et leur symbolique
- Les notions d'exigence
- Les dysfonctionnements
- Les scénarios de vie
- Les plans d'actions adaptés
- Actions individuelles à entreprendre

Tout personnel encadrant d'équipes.

Donner une méthodologie pour rentabiliser au maximum le temps passé auprès du personnel opérationnel sur le terrain. Entraîner les responsables à animer leur équipe.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

I. Le coaching Terrain

- Objectifs et intérêt de l'accompagnement
- Que peut-on observer ?
- Différents types d'accompagnement – Objectifs et déroulement
- Analyse des Accompagnements
- Les problèmes de communication

II. Les entretiens individuels

- Les différents types d'entretien
- Les règles communes
- L'entretien opérationnel
- L'entretien d'animation
- Les entretiens à distance
- Problèmes et comportements (du responsable, du collaborateur)
- Les étapes de l'entretien
- Le suivi de l'entretien

MANAGEMENT: « Animer une réunion »

Faire passer efficacement un message en un temps donné

Tout personnel encadrant d'équipes.

Faire acquérir à chacun les éléments de base permettant de préparer et d'animer efficacement une réunion.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Les différents types de réunion
- La réunion d'information (but, préparation, déroulement)
- La réunion de motivation (but, préparation, déroulement)
- La réunion de formation (but, préparation, déroulement)
- La réunion de contrôle des résultats (but, préparation, déroulement)
- Construction des outils d'animation (PowerPoint)
- Utilisation du matériel (tableau, vidéo projecteur)
- Le plan de la réunion
- L'expression orale et gestuelle en réunion
- L'animation de réunion
- Problèmes d'attitude et de comportement
- Différentes situations rencontrées
- Faire participer le groupe

MANAGEMENT: « Prendre la parole en public »

Apporter les techniques qui permettent d'être efficace dans son expression

Toute personne ayant à prendre la parole devant un groupe.

Donner aux participants les règles de l'expression orale et gestuelle : - les entraîner à les utiliser en public – les aider à découvrir leur propre style d'expression

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Image visuelle et sonore
- Savoir se présenter
- Le trac et la respiration
- Les gestes
- L'expression gestuelle
- Le regard et le sourire
- La voix – placer sa voix
- Articulation, débit, intensité
- Le silence
- Savoir commencer et conclure
- Lecture à haute voix
- Utiliser sa voix pour convaincre
- Évaluation et conseils personnalisés

Cadre et responsable d'un groupe projet

Donner une méthodologie pour animer, gérer et suivre les différentes étapes d'un projet afin de rendre efficace l'ensemble des actions conduisant à la réussite.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Méthode générale de la gestion d'un projet
- Définition des rôles et des responsabilités
- Planification et Coordination
- Les différentes étapes
- La communication et le reporting
- Influence et comportement des acteurs
- Élaboration des documents associés
- La technique du scénario catastrophe
- Étude et analyse de cas concrets
- Application
 - sur les savoir-faire de l'animateur
 - sur l'animation des groupes
 - sur la prise de décision
 - sur la résolution de problèmes

Directeurs , chefs de service et chefs d'équipes.

Développer les attributs du leader. Apprendre les qualités nécessaires et comprendre les dimensions indispensables pour remplir sa mission.

THEMES DEVELOPPES

- Test de Leadership
- Les points d'amélioration
- Les éléments du leadership
- Les différents styles de management
- Les qualités fondamentales pour Manager avec efficacité
- Le dynamisme entrepreneurial
- La mobilisation d'équipe et développement des autres
- Impact et influence
- Vision stratégique et transversalité
- Exigence de la performance
- Confiance en soi
- Pensée créative
- Étude de cas

EFFICACITE PERSONNELLE: « Mieux se connaître soi-même pour mieux communiquer avec les autres »
Les fondamentaux de la communication

Toute personne désirant en connaître d'avantage sur son mode de fonctionnement lui permettant de mieux communiquer avec les autres.

Comprendre les éléments (caractères) constitutifs de notre personnalité et de celle des autres. Développer une compréhension et une approche psychologique des personnes. Construire un outil personnalisé d'aide à la communication.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Le concept de la caractérologie
- Caractérologie et Analyse transactionnelle
- Les principes de la caractérologie
- Les facteurs fondamentaux :
 - L'émotivité
 - L'activité
 - Le retentissement
- La combinaison des facteurs fondamentaux
- Méthode d'analyse
- Les 8 types caractérologiques
- Bilan personnel

Toute personne désirant en connaître d'avantage sur son mode de fonctionnement lui permettant de mieux communiquer avec les autres.

Utiliser l'analyse transactionnelle. Comprendre les mécanismes des relations Interpersonnelles. Développer sa capacité à faire agir ses interlocuteurs et à éviter les conflits.

THEMES DEVELOPPES – 2 jours

- Étude de cas sur l'origine des conflits
- Concept de l'Analyse transactionnelle
- Les états du MOI
- Les dysfonctionnements – les contaminations
- Les transactions
- Les positions de vie
- Le mécanisme des jeux
- Maîtriser sa communication avec les autres
- Études de cas sur les conflits habituels

EFFICACITE PERSONNELLE: « High performance presentation to an English speaking audience or group »

Any person who wants to improve her speeches in front of an English speaking public.

Outline the basic rules of communication. Master the art of powerful speaking. Break the fear barrier. An intensive total immersion course to maximize ability to convince and communicate.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Presentations : What they see and hear
- Five golden rules for the first minute
- Fear of public-speaking, its origins and how to overcome it.
- Importance of eye-contact
- Convincing your audience
- Reading in public
- The twelve most persuasive words in English
- The art of silence
- Varying rhythm and tone
- Appreciation of Anglo-Saxon cultural differences
- Openings and conclusions
- Inter-action
- How to be your own coach

EFFICACITE PERSONNELLE: « Gestion du temps »

Les fondamentaux de la bonne gestion de son temps et de ses priorités

Tous les cadres et les collaborateurs de l'entreprise qui souhaitent apprendre à mieux gérer leur temps pour gagner en efficacité et en sérénité.

Permettre aux participants de développer les aptitudes relatives à la bonne gestion de son temps, de ses priorités et des urgences.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Définir son habileté à gérer son temps de travail
- Méthodes de fixation des priorités en fonction du temps
- Les binômes Temps Client, Temps tâches
- Les 12 points clés de la gestion du temps
- Analyse de l'ensembles des tâches constituant mon activité
- Comment utiliser le temps gagné ?
- Rédaction de mon plan d'action

EFFICACITE PERSONNELLE: « Formation de formateurs »

Permettre aux participants de développer les aptitudes relatives à l'animation de formation

Toute personne ayant pour tâche de former les autres - soit régulièrement soit occasionnellement. Le stage est destiné aux formateurs expérimentés ou débutants, y compris les responsables de la formation, les Directeurs Opérationnels, les superviseurs et les responsables du personnel

Si votre tâche consiste à former les autres... vous êtes bien placé pour mesurer le défi en jeu ! Certains ont des connaissances mais ne savent pas les transmettre efficacement. D'autres pensent qu'il suffit de "voir faire" une fois pour se lancer. Un formateur efficace est celui dont la formation... reste longtemps efficace - ce qui exige un certain nombre de compétences spécifiques. Cet atelier pratique vous apprendra à concevoir et à communiquer une formation professionnelle profitable sur tous les plans pour devenir formateur.

THEMES DEVELOPPES – 3 jours

- Profil psychologique des stagiaires, les mécanismes d'apprentissage
- Les notions d'autorité
- Les différences enseigner – animer
- Les rôles d'éducateur et de moniteur
- Définir et positionner ses exigences
- Transfert de connaissance et contrôle
- La mémorisation
- L'appropriation et les niveaux de compréhension
- Le livre de maître
- Les supports pédagogiques
- Les exercices vidéo
- La restitution par le groupe et les apports du formateur
- L'élaboration de plan d'action
- Entraînements et mise en oeuvre

1 - INFORMATIONS AVANT DE VOUS INSCRIRE

Vous voulez en savoir plus sur le contenu d'un stage... Intra ou Inter... vous hésitez sur le choix d'un stage... vous souhaitez mettre au point un projet de formation plus large...Vous avez besoin d'un complément d'informations

Contactez nous au **09 61 46 67 49** ou **06 80 16 12 32**

2 - LES MODALITES POUR ACCELERER VOTRE INSCRIPTION

Dans le cas de stages Inter entreprises, il vous suffit de téléphoner au **09 61 46 67 49** pour vérifier si il reste une place dans la session qui vous intéresse et prendre une option téléphonique.

Vous confirmez ensuite l'option par mail à **info@spgmconsulting.com** afin que votre inscription soit prise en compte dans les meilleurs délais.

SPGM est un organisme de formation enregistré sous le N° 52 49 02388 et permet à ce titre, la prise en charge de votre formation par votre organisme collecteur.

3 - L'AVANCEMENT DE VOTRE INSCRIPTION

Dès réception de votre bulletin d'inscription et de votre règlement, nous adressons au responsable de l'inscription une confirmation d'inscription ainsi que la convention de formation établie selon les textes en vigueur et la facture correspondante.

Quinze jours avant, **SPGM** envoie une convocation pour confirmer les lieux, horaires et déroulement de votre stage.

Dès cet instant, il est indispensable de vous assurer que toutes les dispositions ont été prises pour que la personne inscrite participe à ce stage **de façon certaine**.

4 - ORGANISATION

Nos horaires, sauf dispositions contraires sont : 9h - 18h avec un déjeuner d'une durée de 1h30mn environ.

L'attestation de participation vous est adressée après le stage afin de compléter votre dossier de formation.

5 - ANNULATION OU REPORT

En cas d'empêchement majeur, nous vous offrons la possibilité de vous faire remplacer par une autre personne de votre société dont les besoins en formation sont les mêmes que vous. Vous pouvez également reporter votre inscription en appelant SPGM **10 jours avant la session**.

EN CAS D'ANNULATION TARDIVE, LE PRIX DE LA FORMATION SERA DÛ EN TOTALITÉ.



5 quai Comte Lair - 49400 SAUMUR

Tél : 09 61 46 67 49 - Fax: 02 41 38 14 85

Email: info@spgmconsulting.com