

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	THEMES - TITRE	DURÉE	TEMPS DE SESSIONS	Si Groupe Min / Max	Parcours possible avec	Option : Formation Ouverte A distance	tarif
MANAGEMENT	3	Recrutement, intégration et fidélisation des collaborateurs	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	Management		3000 €ht
MANAGEMENT	5	Les fondamentaux du management (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	Management		3000 €ht
EFFICACITE PROFESSIONNELLE	7	Gestion du stress	14 Heures	2 journées en intra entreprise	6 à 8 participants	Management Commercial vente		1500 €ht
EFFICACITE PROFESSIONNELLE	9	Gestion du stress option FOAD	10h30	3 séquences visio de 3h + 1h30 de travail individuel en elearning	4 à 8 participants	Management Commercial vente	oui	1500 €ht
EFFICACITE PROFESSIONNELLE	11	Optimiser son temps	2 jours (14h)	2 journées	6 à 8 participants	Management Commercial vente		1500 €ht
COMMUNICATION	14	Communication : Media training (Prise de parole médiatique - Methode)	1 jour (7h)	2 modules 3h et 4h	Individuel	Commercial vente		1000 €ht
MARKETING	16	Structurer et améliorer sa stratégie de communication	2 jours (14h)	2 modules méthodes 3h et 2 sessions pratique de 4h	1 à 4 participants			2000 €ht
COMMERCIAL VENTE	18	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	FNE		5500 €ht
COMMERCIAL VENTE	21	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			3000 €ht
ENTREPRENEURIAT	23	Parcours entreprendre 1An 1Projet	12 mois	15 modules de formation en ligne (52 séquences e-learning) - 12 session d'ateliers collectif - 24 sessions de mentorat individuel	2 à 10 participants		oui	6000 €ht

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. 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

Du sourcing à l'intégration réussie du salarié.

CONTEXTE GÉNÉRAL :

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.

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)

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.

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

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 :

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

→ DEUXIÈME JOURNÉE :

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

EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

Apprivoiser son stress au travail pour gagner en sérénité.

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Le stress est aujourd'hui au cœur des préoccupations des entreprises, notamment dans le cadre de la prévention des risques psychosociaux. Il est inévitable, certes, mais travailler et collaborer avec plus de sérénité et d'efficacité, c'est possible.

Certaines techniques permettent de le réduire, des outils opérationnels et adaptés au monde du travail, faciles à maîtriser.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Tout collaborateur de l'entreprise, désireux d'acquérir des outils pour gagner en sérénité au travail.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

Développer sa connaissance du stress et acquérir des outils de gestion du stress efficaces, durables et faciles à mettre en place après la formation.

Construire son plan d'action **«anti-stress»** afin de :

- gérer son propre stress
- capitaliser sur l'utilité du stress
- découvrir ses propres ressources face au stress
- mieux appréhender le stress extérieur
- faire face aux tensions et pressions professionnelles

DURÉE : 2 jours (14 heures) – 6 à 8 participants pour les formations de groupe.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

La démarche pédagogique est essentiellement active. Elle amène les participants à certaines analyses de leur mode actuel de fonctionnement et de leurs pratiques.

→ **Moyens mis en œuvre/présentiel :**

- Séances de formation en présentiel
- Autodiagnostic et auto-analyses
- Exercices pratiques
- Apports méthodologiques et théoriques
- Jeux de rôles
- Partages d'expériences
- Support de formation remis à chaque participant

CONTENU :

→ **PREMIÈRE JOURNÉE :**

- Mieux connaître le stress : physiologie, mécanique biologique et psychologique, causes, stress utile versus stress toxique
- Gérer le stress ponctuel : la respiration abdominale, la relaxation dynamique corporelle
- Évacuer le « stress toxique » : la respiration en carré, la pensée positive, les outils d'expression émotionnelle

→ **SECONDE JOURNÉE :**

- Apprendre à se protéger des stressseurs : stratégies d'adaptation et de repli, respiration « écran », détente corporelle « flash »
- Se prémunir du stress : relaxation dynamique, méditation, visualisation détente
- Préparer son PARI (Plan d'Action de Réalisation Individuel)
- Analyses et des cas pratiques et sur mesure

EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

Apprivoiser son stress au travail pour gagner en sérénité.

CONTEXTE GÉNÉRAL :

En période difficile, le stress parasite notre santé et notre efficacité. Il est plus que jamais au cœur des préoccupations des entreprises. Réduire et gérer son stress permet de travailler et de collaborer avec plus de sérénité et d'efficacité est possible.

Dans cette formation ouverte à distance, nous proposons d'intégrer certaines techniques qui permettent de réduire le stress ainsi que des outils opérationnels et **adaptés à ce format de formation.**

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Tout collaborateur de l'entreprise, désireux d'acquérir des outils pour gagner en sérénité au travail.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

Développer sa connaissance du stress et acquérir des outils de gestion du stress efficaces, durables et faciles à mettre en place après la formation.

Construire son plan d'action « anti-stress » afin de :

- gérer son propre stress
- capitaliser sur l'utilité du stress
- découvrir ses propres ressources face aux sources de stress
- mieux appréhender les nouvelles conditions de travail
- faire face aux tensions et aux émotions que la situation actuelle génère en soi

DURÉE : 10h30 - 4 à 8 participants pour les formations de groupe.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

Modules de 3 séquences visioconférence de 3h00 et d'1h30 de travail individuel en e-learning. Nous utilisons l'outil Google Meet ou Teams pour les séances visio-conférence et google drive pour le partage de fichiers afin de ne pas encombrer la bande passante.

La démarche pédagogique est essentiellement ludique et active. Elle amène les participants à certaines analyses de leur mode actuel de fonctionnement et de leurs pratiques.

→ **Moyens mis en œuvre/distanciel :**

- Apprentissage en distanciel sous forme de travail individuel grâce à un support pédagogique, un QCM, des vidéos et des articles
- Formation en visio avec la formatrice : apports méthodologiques et théoriques
- Cas pratiques apportés par les apprenants
- Questions - réponses
- Partages d'expériences
- Support de formation pour chaque participant

CONTENU :

EN AMONT : APPRENTISSAGE INDIVIDUEL

- Mieux connaître le stress : physiologie, mécanique biologique et psychologique, causes, stress utile versus stress toxique
- Évaluer ses connaissances des principaux outils de gestion du stress

SÉQUENCE 1 :

- Gérer le stress ponctuel : la respiration abdominale, la relaxation dynamique corporelle
- Évacuer le « stress toxique » : la respiration en carré, les SAS, la méditation

SÉQUENCE VISIO 2 :

- Développer des stratégies mentales : pensée positive, coping, prise de recul
- Utiliser son intelligence émotionnelle pour mieux gérer ses émotions

SÉQUENCE VISIO 3 :

- Analyser des cas pratiques et sur mesure
- Préparer son PARI (Plan d'Action de Réalisation Individuel)

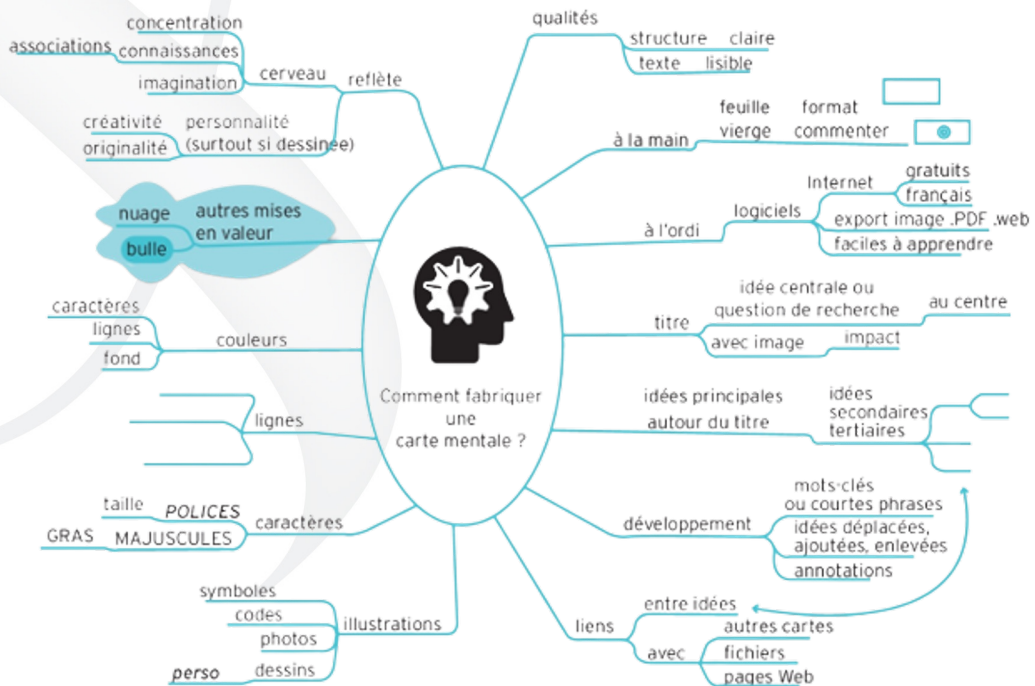
EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

Gagner en efficacité : prendre des notes, synthétiser, mémoriser, s'organiser...

CONTEXTE GÉNÉRAL :

La gestion des priorités et la maîtrise des échéances sont des compétences indispensables pour les équipes en recherche d'efficacité.

Une carte heuristique (du grec ancien eurisko, « je trouve », **mind map** en anglais) est le plus souvent, à l'inverse du schéma conceptuel, une représentation arborescente de données, il s'agit ici d'une méthode prouvée pour mieux anticiper et s'organiser au quotidien, en tenant compte de son propre fonctionnement personnelle.



La carte heuristique est un outil d'usage personnel ou collectif, utile à la prise de notes, la recherche d'idées, l'élaboration d'un plan, la mémorisation, la prise de parole, la gestion de projet...

Cet outil simple et polyvalent vous permet de gagner sensiblement du temps partout où vous l'utilisez.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :

Tout collaborateur de l'entreprise ayant à organiser ses idées, prendre des notes, synthétiser des documents, prendre la parole en public et qui souhaitent gagner en efficacité et optimiser leur temps chef de projet, secrétaire, commercial, cadre dirigeant.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Être capable de concevoir et réaliser des cartes heuristiques dans plusieurs situations
- Gérer l'information efficacement et l'organiser rapidement – prise de notes
- Discerner l'essentiel de l'accessoire
- Pratiquer des restitutions claires – synthèse
- Clarifier et structurer ses idées en résolution de problème et créativité
- Conserver une vision globale et repérer le détail – gestion de projet
- Mémoriser beaucoup, mieux et plus longtemps

DURÉE : 2 jours (14 heures) – 6 à 8 participants pour les formations en groupe.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

La démarche pédagogique est essentiellement ludique et active. Elle amène les participants à certaines analyses de leur mode actuel de fonctionnement et de leurs pratiques.

Les participants sont invités à venir avec leur ordinateur portable en seconde journée, avec le logiciel Xmind téléchargé, pour permettre une appropriation de l'outil.

- Moyens mis en œuvre :
- Séances de formation en présentiel
- Autodiagnostic & tests
- Partages d'expérience et exercices pratiques
- Apports méthodologiques et théoriques
- Jeux de rôles et mises en situation
- Plan d'action personnalisé
- Support de formation remis à chaque participant

CONTENU :

→ PREMIÈRE JOURNÉE :

- Découvrir les principes de la carte heuristique
- Cartographier des informations lors d'un face-à-face, développer son écoute
- Préparer ses réunions et entretiens plus rapidement
- Démultiplier la capacité de notre mémoire sans effort
- Différencier concentration et attention

→ SECONDE JOURNÉE :

- Expérimenter l'importance de la préparation avant un entretien ou une réunion
- Appréhender les aptitudes de ses deux hémisphères cérébraux
- Synthétiser un document écrit
- Prendre des notes lors d'une conférence/réunion
- Adapter le compte-rendu/la synthèse en fonction de l'objectif
- Améliorer ses présentations orales
- Connaître les possibilités d'un outil informatique dédié (XMind)
- Préparer son PARI (Plan d'Action de Réalisation Individuel)

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.

→ **Moyens mis en œuvre :**

Les stagiaires seront soumis en fin de formation à un débriefing afin d'établir un bilan du retour d'expérience. Une fiche d'évaluation sera remise à tous les participants.

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)
- Répertoire 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) – 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 :

- 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)

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 ...

Objectif de cette session :

- 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'emailing 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 téléphonique 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.

FORMATEUR (TRICE) AGRÉÉ(E) :

Emmanuel Lafont, chargé d'enseignement X-HEC, ISC PARIS. Formateur et responsable pédagogique des programmes de pré incubation du Développement Économique de Courbevoie pour Paris Ouest La Défense.

CONTEXTE GÉNÉRAL :

Il s'agit d'un parcours de formation axé sur l'étude de la viabilité d'un projet, d'un pivot ou d'une nouvelle offre. Il s'articule sur la réflexion du projet ainsi que sur le montage, le lancement et le développement de l'activité. Le parcours vise également à offrir une formation complète sur les aspects stratégiques et opérationnels du métier d'entrepreneur incluant le pilotage financier, le développement marketing et commercial ainsi que l'organisation des ressources humaines.

PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ-REQUIS :

Porteurs et créateurs de projet, dirigeants de startup ou de TPE.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES & PRAGMATIQUES :

- Comprendre les principes fondamentaux de l'entrepreneuriat et les étapes clés du processus de développement d'un projet.
- Apprendre à évaluer la faisabilité et la viabilité d'un projet, en tenant compte des ressources disponibles, des contraintes et des opportunités.
- Acquérir des compétences en matière de recherches de marchés et d'analyses de la concurrence pour évaluer le potentiel commercial d'un projet, d'une offre.
- Comprendre les méthodes, les outils de planification stratégique pour formuler une vision claire et définir des objectifs stratégiques.
- Explorer de nouvelles opportunités et concevoir des offres innovantes.
- Apprendre à élaborer un Business Plan solide, comprenant une analyse financière approfondie, des projections financières et des stratégies de financement.
- Développer des compétences en matière de négociation, de vente et de marketing pour promouvoir efficacement le projet ou l'offre auprès des clients et des investisseurs.
- Acquérir des compétences en matière de gestion des ressources humaines, y compris le recrutement, la formation, la motivation et la fidélisation des équipes.
- Comprendre les principes de la gestion de projet et acquérir des compétences en matière de planification, d'organisation et de suivi de l'ensemble des projets.
- Cultiver un esprit d'équipe en travaillant avec d'autres entrepreneurs et en bénéficiant de l'accompagnement d'experts du domaine.
- Mettre en pratique des méthodes et des outils directement applicables à son projet pour appliquer les connaissances acquises et renforcer les compétences entrepreneuriales.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :

1. Plateforme d'apprentissage en ligne : conviviale et facile d'utilisation, qui permet aux apprenants d'accéder aux ressources, aux activités, aux mentorats individuels d'1heure mensuelle divisée en plusieurs sessions et aux forums de discussion. Cette plateforme permet l'interaction entre les apprenants et les formateurs, et des fonctionnalités de suivi et de progression.

2. Contenu d'apprentissage : complet et structuré, comprenant des modules en ligne, des webinaires, des vidéos explicatives, des documents téléchargeables, des exercices pratiques, un **mentorat hebdomadaire**, des diagnostics ciblés.

3. Sessions de formation en présentiel : pour chaque nouvelle promotion d'apprenants, **une première journée de rencontre et de formation en présentiel** est intégrée pour créer un esprit d'équipe et promouvoir le mindset entrepreneurial. Ces sessions favorisent les liens entre apprenants, renforcent la cohésion de groupe et encouragent la collaboration, tout en offrant des activités de team building. D'autres rencontres pourront être proposées ou organisées à l'initiative des apprenants, afin de faciliter les échanges informels, le partage d'expériences et la construction de relations durables au sein de la communauté.

4. Activités d'apprentissages synchrones : activités d'apprentissages en temps réel, telles que des webinaires, des ateliers de travaux dirigés sur les projets des apprenants en direct, des discussions en groupe, des Advisory Board, etc. Ces activités permettent aux apprenants d'interagir entre eux et avec les formateurs, de poser des questions et d'approfondir leurs connaissances. L'Advisory Board joue un rôle de conseil et de soutien pour guider chaque participant sur ses objectifs et difficultés.

5. Activités d'apprentissages asynchrones : l'apprentissage peut être réalisé de manière flexible par les apprenants, avec des consultations de ressources en ligne, des lectures d'articles, l'optimisation de leurs projets individuels avec les exercices pratiques, et des diagnostics au fil de leurs rythmes de développement.

6. Communauté d'apprenants : A chaque nouvelle promo les apprenants peuvent interagir, partager leurs expériences, poser des questions, discuter de leurs actualités entrepreneuriales et collaborer sur des projets. Cette communauté favorise le Social Learning, où les apprenants peuvent bénéficier des connaissances et des perspectives des autres participants.

DURÉE : 12 mois.

DEROULE PEDAGOGIQUE DU PARCOURS				
MOYENS	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4
PARCOURS ANNUEL	Formations			
Individuel	TRAVAUX DIRIGÉS			
RDV TRIMESTRIEL		DIAGNOSTIC	DIAGNOSTIC	DIAGNOSTIC
Individuel				
Collectif	ATELIER webinar	ATELIER webinar	ATELIER webinar	ATELIER webinar
RDV MENSUEL	MENTORAT			
Individuel				
Collectif	Advisory Board			

Sous la forme d'une formation hybride « Blended Learning », comprenant des activités d'apprentissages en modes synchrones et asynchrones.

Ce format permet aux apprenants de participer à des sessions en temps réels et d'accéder également à du contenu en différé sur les 15 modules de formation en ligne pour le parcours de formations individuelles.

C'est aussi des ressources d'outils et des matrices qui constituent les supports de travaux dirigés pour approfondir la réflexion et gagner du temps sur les décisions à prendre.

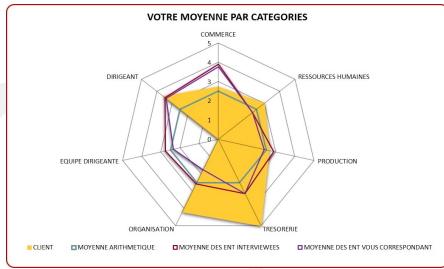
EVALUATION DE LA FORMATION

L'évaluation des apprentissages est intégrée tout au long de la formation pour suivre les acquis et compétences des apprenants, adaptant ainsi les exercices en conséquence. Le mentorat mensuel individuel avec des experts, et les rendez-vous collectifs avec les autres apprenants fournissent régulièrement des feedbacks, favorisant les échanges.

Les ateliers en webinars trimestriels et collectifs appuient la compréhension des travaux dirigés réalisés individuellement.

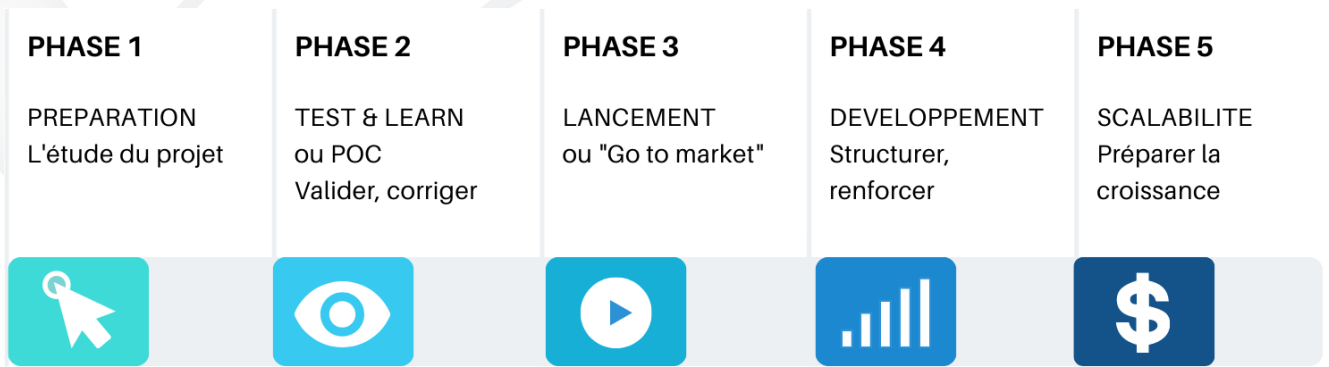
Les Advisory Board mensuels renforcent l'approche collaborative des apprentissages. Chaque nouvelle « Promo » constitue une communauté d'apprenants en « social learning », c'est aussi un nouveau réseau professionnel pour travailler en intelligence collective.

Le diagnostic trimestriel DECRYPTA by Groupe SPARTE sera établi pour mesurer l'évolution du projet individuel.



DECRYPTA est issue de notre expertise de plus de 20 ans et répond à la demande de nos clients. Il permet aux dirigeants de visualiser, de se comparer, et d'évaluer ses priorités au travers d'une cartographie des 7 axes essentiels du développement d'une entreprise.

LES 5 PHASES DU PARCOURS



PHASE PREPARATION

- Module 1 :** Marché et ciblage
- Module 2 :** Stratégie marketing
- Module 3 :** Comptabilité et Gestion

PHASE TEST

- Module 4 :** Techniques de prospection
- Module 5 :** Identité de marque et stratégie de marque
- Module 6 :** Formation au pitch

PHASE LANCEMENT

- Module 7 :** Gestion du temps et des projets
- Module 8 :** Stratégie de lancement d'offre
- Module 9 :** Workflow éditorial pour la stratégie de communication

PHASE DEVELOPPEMENT

- Module 10 :** Recrutement et délégation
- Module 11 :** Leadership et rôle du dirigeant
- Module 12 :** KPI de la stratégie marketing de communication

PHASE SCALABILITÉ

- Module 13 :** Stratégie d'entreprise
- Module 14 :** Contrôle de gestion
- Module 15 :** Projet d'équipe et management

CONTENU DU PROGRAMME

PHASE 1 Préparer et étudier la viabilité

Module 1 : Marché et ciblage

- Compréhension du marché et de son environnement
- Identification des segments de marché pertinents
- Analyse de la concurrence
- Détermination du positionnement de l'entreprise

Module 2 : Stratégie marketing

- Développement d'une stratégie marketing efficace
- Élaboration d'un plan marketing
- Utilisation des outils et des canaux de marketing appropriés
- Évaluation et ajustement de la stratégie marketing

Module 3 : Comptabilité et Gestion

- Bases de la comptabilité et des principaux états financiers
- Gestion des flux de trésorerie et du budget
- Établissement d'un business plan solide
- Techniques de financement et de levée de fonds

PHASE 2 Tester ou démontrer la faisabilité

Module 4 : Techniques de prospection

- Prospection en ligne (utilisation des outils web, réseaux sociaux, etc.)
- Prospection téléphonique (stratégies, scripts, gestion des objections)
- Les 8 étapes des techniques de vente
- Communication non verbale et verbale dans le processus de vente

Module 5 : Identité de marque et stratégie de marque

- Définition de l'identité de marque et des valeurs de l'entreprise
- Élaboration d'une stratégie de marque cohérente
- Développement d'un positionnement unique
- Création de personas et plan de distribution adapté

Module 6 : Formation au pitch

- Structuration d'un pitch efficace et percutant
- Techniques de présentation et de communication lors du pitch
- Pratique et entraînement au pitch devant un public

PHASE 3 Se lancer sur son marché

Module 7 : Gestion du temps et des projets

- Techniques de gestion du temps et de la productivité
- Planification et suivi de projets
- Utilisation d'outils de gestion de projet

Module 8 : Stratégie de lancement d'offre

- Élaboration d'une stratégie de lancement efficace pour un produit ou un service
- Identification des canaux de communication appropriés
- Création d'un plan de lancement et d'une feuille de route pour maximiser l'impact du lancement

Module 9 : Workflow éditorial pour la stratégie de communication

- Processus de création de contenu et de gestion éditoriale
- Planification et organisation des activités de communication
- Coordination des différentes étapes de production de contenu
- Mise en place d'un système de suivi et de mesure des résultats

PHASE 4 Développer son business

Module 10 : Recrutement et délégation

- Processus de recrutement efficace
- Évaluation des compétences et des besoins de l'entreprise
- Délégation des tâches et process

Module 11 : Leadership et rôle du dirigeant

- Les caractéristiques d'un leader efficace
- Motivation et gestion d'équipe
- Développement d'un style de leadership adapté

Module 12 : KPI de la stratégie marketing de communication

- Sélection et définition des KPI pertinents
- Mesure de l'efficacité de la stratégie de communication
- Identification des objectifs de communication et des résultats attendus

PHASE 5 Préparer la scalabilité

Module 13 : Stratégie d'entreprise

- Analyse stratégique de l'entreprise
- Définition des objectifs à court, moyen et à long terme
- Élaboration d'une stratégie globale pour l'entreprise

Module 14 : Contrôle de gestion

- Suivi des indicateurs de performance
- Analyse des résultats et prise de décisions basées sur les données
- Préparer les futurs besoins de financement

Module 15 : Projet d'équipe et management

- Gestion des ressources humaines
- Répartition des rôles et des responsabilités (Collaborateurs associés / salariés)
- Gestion des conflits et motivation de l'équipe

LA METHODE DE FORMATION

Les participants s'engagent dans un parcours de 12 mois, pour acquérir de nouvelles connaissances, recevoir des retours d'information constructifs, puis mettre en pratique ces enseignements dans des actions concrètes.

Notre méthode de formation inclusive valorise la reconnaissance des compétences et des expériences de chaque individu, en veillant à ce que leurs contributions soient prises en compte et valorisées. Elle encourage la diversité des points de vue et offre des opportunités d'apprentissage mutuel et d'échange entre les participants.





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