



STRATOS

— GROUPE —

LA STRATÉGIE DE L'EFFICACITÉ

STRATOS FORMATIONS

CATALOGUE DES FORMATIONS

Qualiopi 
processus certifié

« La certification a été délivrée au titre de
l'action suivante :

ACTIONS DE FORMATION »

LA FINANCE



- ☞ **COMPRENDRE ET PRÉPARER UN PITCH**
- ☞ **CONCEVOIR SON BUSINESS PLAN**
- ☞ **COMMENT RÉALISER UNE LEVÉE DE FONDS ?**
- ☞ **DÉFINIR ET IDENTIFIER LES FINANCEMENTS**
- ☞ **IDENTIFIER LES FONDAMENTAUX DE LA GESTION D'ENTREPRISE**

LE COMMERCIAL

- ☞ **RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ**
- ☞ **DIFFÉRENCIER ET CLASSIFIER LES CLIENTS/PROSPECTS**
- ☞ **DÉFINIR ET STRUCTURER LES FONDAMENTAUX DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE**
- ☞ **DÉFINIR LA ZONE DE PROSPECTION ET COMPRENDRE LES DIFFÉRENTS MODES DE PROSPECTION**
- ☞ **ADAPTER L'ARGUMENTATION ET LES OBJECTIONS AFIN DE CONCLURE LA VENTE**
- ☞ **LES TECHNIQUES DU TÉLÉPHONE**



LE DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- ☞ **DÉTERMINER ET PRATIQUER LE BON MANAGEMENT**
- ☞ **IDENTIFIER LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION AFIN DE S'ADAPTER AU FONCTIONNEMENT DE L'INTERLOCUTEUR**
- ☞ **PRATIQUER LA BONNE GESTION DU TEMPS AVEC LES BONS OUTILS**
- ☞ **SAVOIR GÉRER LE STRESS**
- ☞ **LA SOUFFRANCE AU TRAVAIL**
- ☞ **ANTICIPER ET GÉRER LES CONFLITS**



LA FINANCE

FORMATIONS FINANCES

Comprendre et préparer un pitch

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Tout public ayant un projet de création d'entreprise ou de levée de fonds

Objectifs de la formation

Identifier les étapes à suivre pour bien pitcher
Développer les bonnes pratiques pour chaque étape
Maîtriser son trac et faire de ses émotions une force lors de la prise de parole

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Le pitch

- L'objectif du pitch
- Les étapes d'un pitch
- Définir la cible de sa présentation
- Orienter votre pitch en fonction de l'objectif
- Les techniques de création d'un pitch

Elaboration d'un pitch

- Le pitch en moins de 15 diapositives
- Le pitch de 10 minutes
- Le pitch en 3 minutes
- L'elevator pitch

Préparer et réussir sa prise de parole

- L'estime de soi
- La confiance en soi
- Le TRAC
- Le langage verbal
- Le langage non-verbal
- Les erreurs à proscrire

Apprendre à faire un bon pitch est un exercice incontournable.

*Un pitch de qualité est un outil inestimable pour tout professionnel, il est un moyen de convaincre de la pertinence de votre projet.
La clé pour réussir son pitch est de soigner votre message, la structure du pitch et sa présentation.*

FORMATIONS FINANCES

Concevoir son Business Plan

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Tout public ayant un projet de création d'entreprise ou de développement d'entreprise

Objectifs de la formation

Savoir structurer votre démarche et votre business plan
Être capable de bâtir un business plan performant et de savoir le défendre
Établir un plan de financement prévisionnel pour votre projet ou votre entreprise

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Un Business Plan

- Objectifs et définition du Business plan
- Business Plan et Business Model
- Le contenu du BP
 - La présentation du projet
 - L'étude de marché
 - Les solutions/services proposés
 - La stratégie commerciale
 - Les moyens utilisés
 - Les prévisions financières
 - Les éléments juridiques

Rédiger votre Business Plan

- Avec qui ?
- La forme et le fond
- Pour qui ?

Réussir son Executive summary

- Comment rédiger l'Executive summary
- Les objectifs pour la lecture des investisseurs

*Un Business plan est une étape importante en cas de création d'entreprise ou pour évaluer un nouveau projet.
Il est également utilisé lors de la mise en place de nouvelles activités.
Un outil sur lequel on s'appuie pour réussir la recherche et la collecte de financements.*

FORMATIONS FINANCES

Comment réaliser une levée de fonds ?

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Tout public ayant un projet de création ou de développement souhaitant réaliser une levée de fonds à court/moyen termes

Objectifs de la formation

Identifier les étapes de la levée de fonds
Définir le montant à lever et la valorisation de l'entreprise
Identifier les bons investisseurs à solliciter
Maîtriser le processus d'une levée de fonds
Réaliser la levée de fonds adaptée à son projet

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Étude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Évaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

La levée de fonds

- La notion de levée de fond
- Définition du montant
- Définition de la valorisation
- Les différents types de levée de fonds
 - Le crowdfunding
 - Le Pré-Seed
 - Le Seed
 - La Série A
 - La Série B
 - La série C

Les étapes clés

- La préparation
- La phase d'approche
- La Due diligence
- La négociation
- Le closing
- Pourquoi et quand ?

L'investisseur

- Comment le choisir ?
- Comment le convaincre ?
- Le pitch : savoir le construire

La levée de fonds est un processus complexe qui consiste à faire appel aux investisseurs extérieurs pour qu'ils apportent les fonds nécessaires au démarrage, lancement ou développement de l'entreprise.

Il est essentiel de bien comprendre les impacts et enjeux d'une levée de fonds afin que celle-ci constitue un levier et non un risque.

FORMATIONS FINANCES

Définir et identifier les financements

Durée : 7 heures

Tarif HT : 1 500 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant,
Commercial, Responsables
Directeur commercial / financier

Objectifs de la formation

Connaitre les différents leviers et montages du
financement d'entreprise
Décrire l'approche crédit des institutions
financières
Choisir les sources de financement

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Le financement des sociétés

- Les besoins de financement
- Les sources de financement
- Les capitaux propres
- Les capitaux externes

Les acteurs du financement

- Les acteurs publics
 - La Bpi
 - La Banque Européenne d'Investissement (BEI)
 - La Caisse des Dépôts et Consignations (CDC)
 - Les pouvoirs publics
- Les acteurs privés
 - Les établissements financiers privés
 - Les fonds d'investissement
 - Les particuliers

Les montages financiers

- Les principaux montages
 - LBO
 - LMBO
 - LMBI
 - BIMBO
- L'aspect patrimonial des financements

Le manque de financement est une des principales causes de défaillance dans les entreprises. Il faut donc, dès le départ, déterminer et apporter les financements suffisants à l'entreprise pour démarrer dans de bonnes conditions financières.

Le financement peut être effectué avec plusieurs solutions.

FORMATIONS FINANCES

Identifier les fondamentaux de la gestion d'entreprise

Durée : 7 heures

Tarif HT : 1 500 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Porteurs de projet, entrepreneurs qui débutent, institutionnels qui souhaitent comprendre les fondamentaux de la gestion d'une entreprise

Objectifs de la formation

Connaître les essentiels d'une gestion sereine d'entreprise
Mettre en place des tableaux de bords simples et performants

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Les notions fondamentales à connaître

- Entreprenre : les bons réflexes
- Les notions clefs à maîtriser

Les clés pour piloter son entreprise

- Les principes de gestion
- Le suivi commercial
- Le suivi financier
- Le suivi administratif

Les tableaux de bord

- Le suivi du chiffre d'affaires et des marges
- Le budget
- Le plan de trésorerie
- La rentabilité
- Le point mort
- Le suivi du personnel

Calculer ses prix de revient

- Qu'est-ce qu'un de revient ?
- Prix de vente et prix de revient
- Comment calculer son prix de revient ?

Mise en situation

- Analyses de tableaux de bord
- Adaptation à l'activité de l'entreprise concernée

Il est essentiel de bien comprendre les notions essentielles en lien avec la gestion d'une entreprise avant de se lancer dans l'entrepreneuriat.



Column, bar, and pie charts compare values in a single category, such as the number of products sold by each salesperson. Pie charts show each category's value as a percentage of the whole.

Fundraiser Results by Salesperson	
PARTICIPANT	UNITS SOLD
norono	11
norono	15
norono	9
norono	14
norono	21

Column Chart



Pie Chart



LE COMMERCIAL

FORMATIONS COMMERCIALES

Réaliser une étude de marché

Durée : 7 heures

Tarif HT : 1 500 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant
Commercial, Chef des Ventes
Directeur commercial

Objectifs de la formation

Connaître le marché visé
Faciliter la future tactique commerciale
Faciliter la création d'un business plan
Appréhender les moyens commerciaux

Prérequis / Compétences requises

Connaissance commerciale minimum

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

L'étude de marché c'est quoi ?

Définir votre marché

- Son identification et ses évolutions
- Les produits / services directement ou indirectement concurrents
- Les acteurs

Analyser la demande

- Evolution globale de la demande
- Comportement du client et de l'utilisateur
- Segmentation de la demande

Analyse de l'offre

- Evolution globale de l'offre
- Caractéristiques de l'offre et des entreprises concurrentes

Analyser l'environnement du projet

- Politique
- Economique
- Sociale
- Technologique
- Ecologique
- Légale

*Vous venez d'avoir une super idée et vous avez envie de monter votre propre entreprise ?
C'est génial, mais ne vous lancez pas sans avoir fait préalablement une étude de marché.*

FORMATIONS COMMERCIALES

Différencier et classer les clients / prospects

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant
Commercial, Assistant commercial,
Chef des Ventes, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Connaître la typologie des clients/prospects
Comprendre la réaction des client/prospects
Optimiser la gestion de votre fichier client
Savoir s'adapté à la cible

Prérequis / Compétences requises

Connaissance commerciale

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Le client / prospect c'est quoi ?

Les différents types de clients

- Les 12 typologies et segmentations
- Les 4 types de clients
- La segmentation
- Méthode de segmentation

Les différentes catégories de prospects

- Les 6 typologies
- Les 4 types de prospects
- La méthode DISC

Avoir le bon langage

- La bonne communication
- Déterminer les besoins/la découverte
- Les différents types de questions

La classification des clients / prospects

- La segmentation
- Classification des prospects
- Catégoriser les clients

*Si vous gérez tous vos clients de la même manière, vous allez vous perdre dans votre listing clients ou dans la campagne !
Il faut hiérarchiser les clients par familles et indicateurs.
Cette méthode permettra ensuite d'adapter l'action commerciale aux types de clients / prospects concernés.*

FORMATIONS COMMERCIALES

Définir et structurer les fondamentaux de la performance commerciale

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Chef des Ventes, Chef d'entreprise,
Directeur commercial...

Objectifs de la formation

Acquérir des techniques afin de mettre en place une organisation commerciale
Définir les objectifs et les indicateurs de mesure
Manager grâce aux indicateurs

Prérequis / Compétences requises

Connaissance commerciale minimum

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Étude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Évaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

La stratégie commerciale

- L'analyse des stratégies

Définir une stratégie commerciale

- Les objectifs
- Le plan d'action
- Le suivi
- L'analyse et ses conséquences
- Méthode SMART / SWOT / PESTEL

Définir la stratégie de communication

- L'objectif majeur
- Le message et l'argumentation
- Les supports de communication
- Le budget
- Méthode SONCASE / MUCA

Les indicateurs de performance

- Les objectifs stratégiques (CA, % part de marché...)
- Les objectifs de vente
- Les activités de vente
- Les différents indicateurs

Les différents types d'objectifs commerciaux

- Les 4 types d'objectifs
- Suivre et animer les objectifs

L'essence de la stratégie est le choix d'accomplir ses activités d'une manière différente de celle de ses concurrents.

FORMATIONS COMMERCIALES

Définir la zone de prospection et comprendre les différents modes de prospection

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Assistant Commercial, Chef des Ventes, Chef
d'entreprise, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Maîtriser le ciblage prioritaire
Transformer la zone géographique en action
Répertorier les différents modes de
prospection et les comprendre
Augmenter sa prospection

Prérequis / Compétences requises

Connaissance de base sur la prospection

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Le territoire de prospection

- La localisation
- Les données socio-démographiques

Le ciblage

- L'ICP

Les actions à entreprendre

- Constituer une base de données
- Préparer la campagne de prospection
- Le message
- Le bon suivi
- Le budget prévisionnel de la prospection

Les modes de prospection et les intérêts

- Prospection commerciale analogique
 - Téléphonique
 - Salons professionnels
 - Physique
 - Courrier
 - E-mailing
 - SMS
- Prospection commerciale digitale
 - Réseaux sociaux

L'essence de la stratégie est le choix d'accomplir ses activités d'une manière différente de celle de ses concurrents.

Pratiquer un seul mode de prospection est dangereux.

A vous de choisir les modes adaptés à votre marché

FORMATIONS COMMERCIALES

Adapter l'argumentation et les objections afin de conclure une vente

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Assistant Commercial, Chef des Ventes, Chef
d'entreprise, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Maîtriser les techniques de l'argumentation
Parvenir à l'argumentation adaptée
Pratiquer l'écoute active
Savoir conclure une vente

Prérequis / Compétences requises

Maîtriser les généralités d'une vente

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

L'argumentation

- Argumentaire de vente
- Comment construire un argument
- Méthode CAB / SONCASE / QQOCQP

La reformulation

- Savoir pratiquer l'écoute active
- Les typologies et niveaux d'écoute
- Les techniques de reformulation
- Méthode CRAC

Les objections

- Les différents types d'objections
- Les vraies et fausses objections
- La transformation d'objections en arguments
- Méthode CRAC

Conclure une vente

- La synthèse de l'entretien par la reformulation des temps forts
- Conforter le client dans son bon choix

*L'argumentation ne s'improvise pas, ce n'est pas une étape isolée mais une continuité.
Sachez écouter, reformuler ce qui est dit mais d'anticiper toutes les objections de votre client.
Le PRO saura reconnaître le type d'objection et apporter la réponse adéquate afin de conclure la vente*

FORMATIONS COMMERCIALES

Les techniques du téléphone

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Assistant Commercial, Chef des Ventes, Chef
d'entreprise, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Savoir se vendre ou vendre par téléphone
Prendre des rendez-vous qualifiés
Structurer un entretien

Prérequis / Compétences requises

Maitriser les généralités d'une vente

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

La relation client au téléphone

- Le canal voix
- Le bon langage
- L'approche humaine
- Customer Service KPI
- DIVAS

Les barrages

- Comment passer les barrages

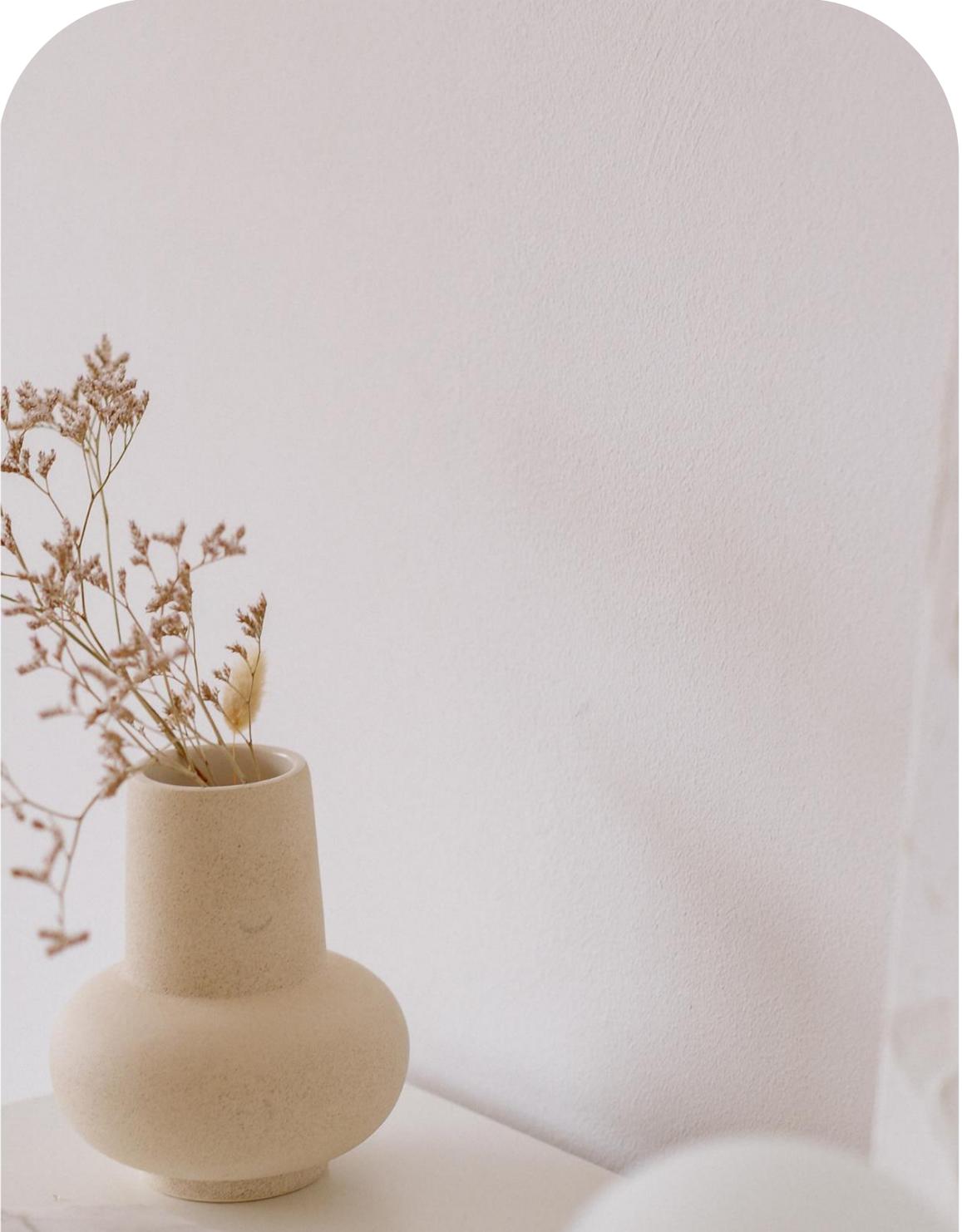
Le bon phoning

- La constitution du fichier en déterminant la cible et en la qualifiant
- La préparation de l'appel grâce au script
- Préparer les arguments et objections
- Toutes les étapes lors de l'appel
- Le suivi après l'appel
- Méthode AIDA / 4C / CROC
- Méthode SONCASE / CAB / CAP / MUCA

Le téléphone est un outil stratégique incontournable.

Apprenez à structurer votre appel et gardez ainsi la maîtrise de la situation.

Le téléphone vous implique directement dans chaque discussion et vous permet de donner de l'importance à votre interlocuteur.



LE DEVELOPPEMENT PERSONNEL

FORMATIONS DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Déterminer et pratiquer le bon management

Durée : 21 heures

Tarif HT : 4 500 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Chef des Ventes, Chef d'entreprise,
Manager, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Analyser son rôle et son style de management
Identifier les outils du manager
Adapter ses modes de communication

Prérequis / Compétences requises

Connaissance des techniques de la vente

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Le management

- Différence entre management et leadership
- Les styles de management
- Méthode DISC

Le manager

- Le rôle du manager
- Les fonctions du manager
- Les qualités indispensables du manager
- Auto-diagnostic de son style de management

L'action au quotidien

- Le relationnel
- Outil d'animation
 - SMART
 - DISC
 - MASLOW
 - EISENHOWER
 - SWOT
- Les différents types entretiens liés au management
- Les différents types d'objectifs
- Les différents indicateurs
- La prévention et gestion des conflits

Vous êtes manager appelé à analyser des situations et à proposer des solutions...

Vous devez affirmer votre capacité à convaincre et vous exprimer en public...

La compréhension du bon management est primordiale pour faire évoluer vos équipes et votre entreprise.

FORMATIONS DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Identifier les fondamentaux de la communication afin de s'adapter au fonctionnement de l'interlocuteur

Durée : 21 heures

Tarif HT : 4 500 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Chef des Ventes, Chef d'entreprise, Employés
Manager, Directeur commercial....

Objectifs de la formation

Comprendre l'importance de la communication
Avoir une cohérence entre sa posture, les dires
et son objectif
Savoir passer le bon message

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

La communication

- Les composantes de la communication
 - L'émetteur
 - Le récepteur
 - Le message
 - Le canal de communication
 - Le codage
 - Les interférences
 - Le résultat ou la réaction
- Les 4 styles de communication
- Modèle de Shannon-Weaver
- Modèle de MASLOW
- Méthode SONCASE / SPANCO / MUCA

Les différents types de communication

- La communication interpersonnelle
 - Analyse transactionnelle
- La communication de groupe
 - Technique de communication
- La communication de masse

Le questionnement

- Les différents types de questions

La PNL

- Notion de base
- Les principes

Savoir communiquer n'est pas un talent.

Vous avez souvent une culture de spécialiste, mais peu ou pas de formation sur la communication.

Acquérir des règles de communication efficaces, vous permettre de mieux comprendre l'autre et de vous adapter.

FORMATIONS DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Pratiquer la bonne gestion du temps avec les bons outils

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Chef des Ventes, Chef d'entreprise
Manager, Directeur commercial....

Objectifs de la formation

Optimiser la gestion de son temps
Savoir gérer les priorités
Savoir se dégager du temps

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

La gestion de son temps

- Définir les objectifs
- Planifier et hiérarchiser les tâches
- To do list
- Pensez en termes de résultats
- Matrice de Eisenhower
- Méthode de SMART / Pomodoro

L'impact du sommeil

- Les chronotypes

Les outils de la gestion du temps

- La méthode NERAC
- La QQCOQP
- Les agendas
- Les plannings
- Le diagramme de Gantt

Quand la gestion du temps est mal gérée, cela devient la pire menace.

Apprenez à gérer votre capital temps.

On dit que l'on reconnaît un bon ouvrier à la qualité de ses outils.

FORMATIONS DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Savoir gérer le stress

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Commercial
Chef des Ventes, Chef d'entreprise
Manager, Directeur commercial, Salariés

Objectifs de la formation

Gérer le stress au travail
Identifier les causes du stress
Adopter des stratégies d'ajustement

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Le stress

- Comprendre ce qu'est le stress
- Les origines du stress
- Les causes du stress
- Le mécanisme du stress
- Les conséquences du stress

Le stress au travail

- Qu'est-ce que le stress au travail ?
- Les causes du stress au travail
 - Niveau organisationnel
 - Niveau interpersonnel
 - Niveau professionnel
 - Niveau individuel
- Les stratégies d'ajustement
 - Le coping
 - Estime de soi
 - Confiance en soi
 - Méthode d'Eisenhower / SMART

Les types de personnalité

- Le PCM
- Les 6 profils

Votre activité professionnelle est stressante...

Vous mesurez les risques du stress pour votre santé et celle de vos collaborateurs, ainsi que son impact sur les performances de l'entreprise.

FORMATIONS DEVELOPPEMENT PERSONNEL

La souffrance au travail

Durée : 14 heures

Tarif HT : 3 000 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Chef des Ventes,
Chef d'entreprise, Manager,
Ressources Humaines, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Assurer le bien-être des salariés
Repérer, identifier les manifestations de la
souffrance psychique
Connaître les facteurs de risques individuels et
professionnels de la souffrance psychologique

Prérequis / Compétences requises

Aucun

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

Les 3 niveaux de prévention

- Prévention primaire
- Prévention secondaire
- Prévention tertiaire

La souffrance

- Définition
- Les causes
- Le mécanisme
- Les signes de souffrance
 - Niveau individuel
 - Niveau collectif
- Les différents types de souffrance
- Les conséquences
 - Salariés
 - Employeurs
- Faire face à une souffrance

Bien-être en entreprise

- Comment améliorer le bien être

Les obligations employeurs

- Les responsabilités de l'entreprise

*Vous êtes manager ou dirigeant soucieux de la santé de vos collaborateurs.
Vous savez que le mal-être nuit gravement aux performances de l'entreprise...
Vous voulez acquérir et donner à vos équipes des outils de détection et des moyens d'action contre la souffrance au travail.*

FORMATIONS DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Anticiper et gérer les conflits

Durée : 21 heures

Tarif HT : 4 500 € (A partir d'une personne)

Public concerné

Auto-entrepreneur, Gérant, Chef des Ventés,
Chef d'entreprise, Manager,
Ressources Humaines, Directeur commercial

Objectifs de la formation

Identifier les différents types de conflits
S'approprier les principales stratégies et
techniques de résolution d'un conflit.
Prévenir des conflits

Prérequis / Compétences requises

Connaissance principe de la communication

Méthode et pédagogie

Apports théoriques
Méthodes passives et actives
Etude de cas pratique
Travail en groupe / Jeux de rôles

Moyen d'évaluation

Evaluation Google Forms ou Papier
Observations sur cas réels

Animateur

Formateurs qualifiés
Professionnels qualifiés

Lieu et accessibilité

Dans vos locaux / A distance / Nos locaux

Délai d'accès

Toute l'année

Contenu de la formation

La notion de conflit

➤ Qu'est-ce qu'un conflit

Comprendre le conflit en entreprise et en relation client

- Les principaux types de conflit
 - En entreprise
 - En Relation Client
- Typologie des conflits
 - En entreprise
 - En Relation Client
- Les sources du conflit
- Les styles de gestion du conflit
- La phase d'évolution du conflit
- Les attitudes en situation de conflit
 - En entreprise
 - En Relation Client

La résolution des conflits

- La communication
- Technique de communication
 - Méthode DESC
 - Méthode OSBD
 - Méthode TECREP

Le conflit est normal. La communication est la clé qui ouvre la porte à la résolution du conflit.

Une communication efficace nécessite une écoute active et attentive vis-à-vis l'autre et vice versa.

La majorité des situations de conflit prennent naissance lorsque vous écoutez pour répondre et non pour comprendre.