



Nos Formations

Catalogue 2024



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivantes :

ACTIONS DE FORMATION

Le groupe Teleperformance développe depuis plus de 45 ans dans 75 pays et dans de nombreux secteurs d'activités, les meilleures pratiques en matière de Management de la Relation Client.

Reconnue et certifiée pour ses méthodes et outils, **Teleperformance France Academy** met son expertise à votre disposition grâce à son offre Formation.

Notre offre s'enrichit des innovations du Groupe, se nourrit de la culture de votre entreprise et des acquis de vos collaborateurs pour s'adapter à votre contexte et répondre à vos enjeux.

Nous mettons à votre disposition un format adapté à votre besoin, du 100% présentiel au full distanciel, en passant par le blended-learning avec une qualité pédagogique inchangée.

Nos formateurs, professionnels du secteur et habilités aux outils digitaux se tiennent à votre disposition pour élaborer ensemble votre projet formation.

Découvrez plus amplement notre offre.



Teleperformance France Academy est certifié ISO 9001 et Qualiopi. Nous vous apportons l'assurance de formations délivrées dans le respect des réglementations en vigueur, du code de déontologie, du code de conduite professionnelle, toujours dans l'objectif de vous satisfaire.

Nos formations peuvent s'inscrire dans votre plan de développement des compétences.

Toutes nos formations sont personnalisables et accessibles en **formation à distance**, avec la même durée et la même efficacité que nos formations en salle. Les classes à distance permettent de répondre à vos besoins de flexibilité. Nos formateurs vous garantissent la même efficacité pédagogique que lors d'une session en présentiel.

Nos formateurs, experts des métiers de la relation client, interviennent sur la France entière selon votre besoin. Nous mettons à votre disposition des **formations sur-mesure, dynamiques, concrètes**.

Nos délais d'accès varient en fonction de chaque statut, du financement et du planning de nos formateurs.



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



Réunion de préparation ou de cadrage

En présence des commanditaires de la prestation
S'assurer du besoin

Une immersion pour un programme de formation sur-mesure



- Observation et écoute des besoins
- Analyse du contexte environnant
- Identification des spécificités métier
- Pour les formations ayant pour thème le numérique, s'imprégner des politiques et stratégies de communication de l'entreprise

Une formation dynamique alternant avec des phases de pratique

Des apports théoriques ciblés avec interactions constantes entre les stagiaires et le formateur
Un suivi afin de s'assurer de l'atteinte des objectifs
Un accompagnement individuel via un débriefing personnalisé après chaque mise en situation

Une synthèse formation ou guide de continuité

Quizz avant/après formation
A l'issue de la formation, selon les modalités choisies, le formateur rédige une synthèse de l'action, un mémo ou un guide de continuité destiné au client commanditaire

- 
- 1 | La Relation Client
 - 2 | Le Management de proximité
 - 3 | La Formation de formateur
 - 4 | Les Certifications
 - 5 | Les Canaux digitaux
 - 6 | L'Academy de Teleperformance
- 



Format des sessions

En présentiel, notre formateur se déplace dans votre entreprise.

En à distance, format synchrone en présence du formateur : ce format nécessite un prérequis technique (connexion internet, ordinateur, caméra et casque audio).

En format mixte ou blended-learning : pour nous adapter aux disponibilités des stagiaires, nous proposons ce format mêlant une partie en e-learning et des sessions à distance ou présentiel. Seules, quelques formations sont éligibles à ce format.

Interface stagiaire

Chaque stagiaire de la formation aura accès à une interface personnelle, hébergée sur un site internet sécurisé. Les accès à cet extranet seront envoyés en amont de la formation et permettront l'accès à différentes ressources en lien avec sa formation :

Informations diverses relatives à la formation (lieu, calendrier, horaires, règlement intérieur, guide handiperformant)

Guide participant

Programme de formation

Quiz, test

Evaluations

Interface d'échanges avec le formateur

Nos tarifs

Nos formations au catalogue ne sont qu'une première étape. Elles sont systématiquement adaptées et personnalisées à vos besoins, contraintes.

Aussi, consultez-nous pour avoir une approche budgétaire.

<https://tpacademy-blog.fr/nous-contacter/>

Nombre de participants

10 participants maximum pour une formation en présentiel sur la thématique de la relation client, 8 participants pour les formations managers

En formation à distance, 8 participants maximum pour les formations relation client, 6 pour les formations managers.

Ce dimensionnement permet de garantir une qualité du suivi pédagogique et des échanges avec le formateur.

Mise en place de la formation

Toutes nos formations donnent lieu à une réunion de cadrage, un programme de formation détaillé avec devis, une convention, des convocations, une évaluation individuelle et des émargements/un certificat de réalisation individuel.

Evaluation et satisfaction

Selon les modalités choisies

À l'issue de la formation pour chaque participant, une évaluation des compétences acquises sera réalisée via un questionnaire en ligne sur l'interface et/ou le formateur (souvent sous forme de pré-quiz/post-quiz).

Une évaluation de la satisfaction à chaud sera réalisée auprès de chaque participant

Une évaluation à froid sera proposée entre j+60-90

TAUX DE
SATISFACTION
depuis 2022

94%

La Relation Client



ITINÉRAIRE

1. La relation client sous le signe de la proximité

- L'Expérience client : définir l'expérience client
- Les nouveaux comportements clients : les tendances client de 2016 à 2024
- La relation client post COVID
- Votre mission aujourd'hui : répondre aux attentes en suivant les étapes de la qualité de service

2. La communication par téléphone

- Les mécanismes de la communication
- La communication au téléphone
- Les pièges de la communication : faits/opinions/ressentis, reconnaître les émotions

3. Développer son intelligence interpersonnelle

- Qu'est-ce que l'intelligence interpersonnelle ?
- Les attitudes
- Les outils de communication : la voix, le discours, les techniques de communication (l'écoute active, la reformulation, le questionnement, le questionnement en entonnoir, les canaux digitaux)

4. Les techniques et méthodes de perfectionnement en cours d'entretien

- La structure de l'entretien en service client : accueillir le client, découvrir le client et ses besoins
- Le SONCAS : définir l'acronyme SONCAS
- La proposition de solution : le CAB
- Le rebond commercial

5. Gérer les oppositions en cours d'entretien

- Les émotions
- Structurer ses arguments : répondre aux oppositions

ENTRAINEMENT

- Éprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.
- Se fixer des objectifs d'amélioration

POINTS FORTS

- Une nouvelle approche de l'analyse client.
- Appliquer les méthodes pour une expérience client positive
- Approfondir ses connaissances pour améliorer les compétences

🕒 Durée : 2 jours

🏠 Distanciel

👥 Présentiel

OBJECTIFS

- Définir la relation client d'aujourd'hui
- Appliquer les éléments essentiels d'une communication réussie
- Mettre en avant les attitudes et comportements adéquats pour un savoir-être de mise et utiliser à bon escient les outils de communication
- Adopter un discours positif en toutes circonstances
- Utiliser avec efficacité les techniques de communication gagnantes
- Gagner en directivité en s'appuyant sur une structure d'entretien
- Valoriser ses réponses, solutions, offres
- Détecter et gérer les émotions du client
- Traiter les objections en préservant la relation avec le client

PUBLIC VISÉ : Tout conseiller étant amené à délivrer une prestation en prise directe ou un service téléphonique avec la clientèle.

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

TAUX DE
SATISFACTION
en 2023

👍
93,4%

ITINÉRAIRE

1. La relation client poursuit sa mutation

- L'Expérience client : le client est un collectionneur d'expériences
- Les nouveaux indicateurs des entreprises : comment est le client 2024 ?
- Votre mission aujourd'hui : à quel moment participez-vous à cette expérience client ?
- La qualité de service premium

2. Les positionnements en relation client

- Le rôle de la communication dans la relation client
- Les mécanismes, les pièges, l'analyse transactionnelle PAE, les comportements de base induits par l'expérience professionnelle :
 - Les freins à l'écoute
 - Les a priori, les interprétations, des mots et des formulations influencées par l'expérience au poste
- Les émotions authentiques et infructueuses dans les relations : révéler les émotions qui nous gouvernent pour contrôler ses réactions

3. La personnalisation de la relation client

- Les attitudes championnes et le pouvoir des mots :
 - Des attitudes renforcées : assertivité, réactivité, personnalisation, valorisation
 - Le DIT : le pouvoir des mots et des formulations
- Les méthodes et techniques au fil de l'entretien : les techniques de communication : l'écoute en trois dimensions à travers un diagnostic holistique, le questionnement diagnostique, la force de la reformulation

ENTRAÎNEMENT

- Éprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.
- Se fixer des objectifs d'amélioration

POINTS FORTS

- Une nouvelle approche de l'analyse client.
- Appliquer les méthodes pour une expérience client positive
- Approfondir ses connaissances pour améliorer les compétences

🕒 Durée : 1 jour

🏠 Distanciel

👥 Présentiel

OBJECTIFS

- Identifier les nouvelles données de la relation client
- Connaître les différentes postures adoptées pour rentrer dans une relation client authentique
- Se reconnaître pour faire face à toutes les réactions client
- Appliquer les méthodes pour une expérience client positive
- Faire tomber les mécanismes acquis au cours des expériences professionnelles

PUBLIC VISÉ : Tout acteur de l'entreprise ayant acquis une expérience et étant amené à délivrer une prestation en prise directe ou un service téléphonique avec la clientèle

PRÉREQUIS : avoir une expérience au poste

TAUX DE
SATISFACTION
en 2022

👍
93%

ITINÉRAIRE

1. Et si on envisageait l'action commerciale sous un angle favorable

- Lever les préjugés possibles sur l'action de vente
- Les 2 types de freins à éliminer
- Les attentes des clients

2. Maîtriser les spécificités de la communication par téléphone

- Connaître et maîtriser les mécanismes de la communication
- Maîtriser les caractéristiques de l'outil téléphonique et les attitudes requises
- Adapter son expression verbale, choisir les mots et pratiquer l'écoute active

3. Maîtriser la conduite d'un entretien de vente

- Poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés
- Déterminer les attentes et les motivations
- Développer une argumentation persuasive
- Traiter les objections avec souplesse
- Conclure avec un engagement client

4. Se doter d'arguments efficace

- Utiliser les motivations d'achat client pour détecter les arguments adéquats
- Préparer les questions découvertes
- Mettre en avant les bénéfices pour les clients en partant des avantages du service
- Anticiper et proposer des solutions alternatives

ENTRAINEMENT

- Un diagnostic de ses écoutes
- Des entretiens enregistrés aux durées maîtrisées
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.
- Se fixer des objectifs d'amélioration

POINTS FORTS

- Des techniques de vente identifiées, maîtrisées et adaptées à la situation
- Une activité de vente valorisée et source de satisfaction personnelle
- Une productivité accrue et des temps de communication optimisés
- Un plan d'action personnel concret
- Approfondir ses connaissances pour améliorer les compétences

🕒 Durée : 1 jour

🏠 Distanciel

👥 Présentiel

OBJECTIFS

- Lever les possibles a priori au sujet la vente à distance
- Identifier et maîtriser les techniques de vente en situation d'appels
- Savoir élargir sa découverte du client pour adapter son argumentation et améliorer sa capacité à convaincre
- Etre capable de transformer l'objection en opportunité de vente
- Obtenir et fiabiliser l'accord et l'engagement client

PUBLIC VISÉ : Vendeurs, conseillers, managers débutants d'équipes de vente chargés de commercialiser un produit ou un service.

PRÉREQUIS : avoir une expérience en relation client à distance

ITINÉRAIRE

1. Lever ses préjugés sur la proposition commerciale

- Être engagé par conviction : Une motivation plus forte que les freins
- Identifier les freins à la proposition commerciale
- Etablir le lien entre les besoins et les motivations du client

2. Créer une relation de confiance avec le client

- Générer un environnement propice à la proposition commerciale
- Répondre aux attentes techniques, relationnelles et émotionnelles
- Choisir et valoriser le rebond commercial adéquat

3. Convaincre par des arguments

- Mettre en avant la proposition commerciale avec la méthode CAB(A)
- Trouver les avantages en lien avec les bénéfices client

4. Négocier en s'appuyant sur les objections

- Répondre aux objections et mettre en place les actions appropriées
- Utiliser les techniques pour négocier face à l'objection

ENTRAÎNEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Une analyse et un diagnostic de l'entretien
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.
- Se fixer des objectifs d'amélioration

POINTS FORTS

- Des collaborateurs mis en confiance
- Un rebond commercial valorisé
- Un plan d'action collectif concret
- Approfondir ses connaissances pour améliorer les compétences

🕒 Durée : 1 jour

🏠 Distanciel

👥 Présentiel

OBJECTIFS

- Légitimer la proposition commerciale
- Construire une réponse adaptée aux besoins du client
- Négocier par des réponses personnalisées

PUBLIC VISÉ : Tout conseiller étant amené à délivrer une prestation en prise directe ou un service téléphonique avec la clientèle.

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

ITINÉRAIRE

1. Se préparer

- Recueillir toutes les informations pour optimiser la campagne d'appel
- Créer un environnement propice à l'appel (outils, lieu)
- Se fixer un objectif et un timing par vague d'appel
- Limiter ses a priori, se conditionner positivement

2. Les techniques de prospection

- Adopter les attitudes requises et gagnantes
- Adapter son expression verbale, choisir les mots impactants et pratiquer l'écoute active
- Franchir les différents barrages
- Poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés
- Identifier et qualifier les interlocuteurs pertinents
- Cibler le décideur final
- Développer une argumentation persuasive

3. Obtenir le rendez-vous

- Proposer rapidement le rendez vous
- Rebondir sur les objections spécifiques à la prospection pour obtenir le rendez-vous
- Réussir sa prise de congés

4. Finaliser la prospection

- Formaliser les informations obtenues sur le prospect
- Programmer les relances
- Réaliser les relances
- Suivre ses résultats

ENTRAINEMENT

- Éprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.
- Se fixer des objectifs d'amélioration

POINTS FORTS

- Des techniques de vente identifiées, maîtrisées et adaptées à la situation
- Une activité de vente valorisée
- Une productivité accrue et des temps de communication optimisés
- Un plan d'action personnel concret
- Approfondir ses connaissances pour améliorer les compétences

OBJECTIFS

- Organiser son action de prospection
- Qualifier ses prospects
- Obtenir le RDV
- Savoir rebondir sur les refus

Durée : 3 jours

Distanciel

Présentiel

PUBLIC VISÉ : Vendeurs, conseillers, managers débutants d'équipes de vente chargés de commercialiser un produit ou un service/prise de rendez-vous par téléphone

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

ITINÉRAIRE

1. Accélérer et faciliter le recouvrement en s'appuyant sur l'outil téléphone

- Les enjeux et les missions du service recouvrement
- Les avantages du téléphone en relance d'impayé : rapidité, directivité, interactivité

2. Structurer son entretien avec efficacité

- Rappeler le contexte et prouver son implication pour personnaliser l'échange
- Responsabiliser le client dans la recherche de solutions pour préparer son engagement
- Intégrer les raisons exprimées et découvrir les motifs dissimulés pour obtenir une solution efficace et adaptée
- Argumenter en soulignant les bénéfices d'une situation assainie pour obtenir l'accord sur la solution et les modalités de la mise en œuvre
- Reformuler le plan d'action

3. Adapter son comportement en fonction du client et de la situation

- Savoir communiquer, une solution de départ
- Les différents profils de débiteurs
- Les attitudes à adopter en fonction du comportement du client et de la situation : la pédagogie, la dramatisation, l'ultimatum
- Le choix des mots pour renforcer son efficacité sans bloquer l'échange

4. Négocier et obtenir un engagement de règlement

- Découvrir les techniques pour vendre une solution
- Traiter les objections, les réclamations
- Négocier les solutions en s'appuyant sur les objections.
- Confirmer les points d'accord
- Engager l'interlocuteur sur une date et conclure

5. Gérer les oppositions en cours d'entretien

- Détecter les cas vécus comme difficiles
- Identifier les comportements actionnés
- Quand les émotions prennent le dessus sur les situations
- Les techniques pour désamorcer les tensions

ENTRAINEMENT

- Des entretiens en situation, une analyse et un diagnostic des entretiens
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices.
- Des objectifs d'amélioration fixés

POINTS FORTS

- Des méthodes de travail plus confortables et plus performantes
- Des outils pratiques, élaborés en commun et personnalisés
- Des techniques relationnelles au service d'une relation commerciale préservée
- Un approfondissement de ses connaissances pour améliorer les compétences

PUBLIC VISÉ : Conseillers en recouvrement, collaborateurs impliqués dans l'administration des ventes ou le règlement de contentieux, responsables administratifs ou financiers, assistants, secrétaires.

PRÉREQUIS : Avoir une expérience en relation client à distance.

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Maîtriser les principes de la communication
- Appréhender les règles de l'entretien téléphonique
- « Vendre » au client la nécessité du paiement
- Eviter « les situations d'escalade » dans l'impayé
- Négocier une solution de paiement au téléphone
- Instaurer un vrai dialogue « débiteur – créancier »

ITINÉRAIRE

1. La genèse des situations difficiles

- Définition d'une situation difficile
- La relation avec le client : les attentes du client, la notion de qualité de service, les enjeux pour soi et pour l'entreprise
- L'insatisfaction : définition, motifs, la cause et les typologies client
- La réclamation : définition, la réclamation comme moteur d'expérience

2. Le conflit

- Qu'est-ce qu'un conflit ?
- Les différents conflits : conflits de données, conflits de valeurs, conflits d'intérêt, conflits de rôle, conflits relationnels
- Le cycle du conflit

3. La gestion des conflits

- Reconnaître ses émotions : corrélation entre stress et émotions, les émotions positives/négatives, les comportements face aux conflits
- La communication comme solution de départ : principe de l'échange, savoir dissocier les faits, les opinions, les ressentis, la déperdition de l'information
- Les techniques de communication : le DESC, les 5 techniques possibles, le comportement à adopter : l'assertivité

ENTRAINEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner, pour éprouver les méthodes.
- Des entretiens en situation, une analyse et un diagnostic des entretiens
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices.
- Des objectifs d'amélioration fixés

POINTS FORTS

- Des comportements appropriés face aux personnes et aux situations stressantes
- Une confiance en soi accrue
- Une maîtrise émotionnelle renforcée
- Un approfondissement de ses connaissances pour améliorer les compétences.

PUBLIC VISÉ : Tout acteur de l'entreprise amené à gérer des situations dites « difficiles »

PRÉREQUIS : Avoir une expérience en relation client à distance.

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Savoir identifier et analyser une situation difficile
- Optimiser la relation client afin d'améliorer la perception de la qualité de service
- Comprendre les différents types de conflits et y faire face
- Déchiffrer les mécanismes de communication en situation difficile
- Garder la maîtrise de ses entretiens
- Adopter un discours et une formulation qui permettent de favoriser l'adhésion de l'interlocuteur

TAUX DE
SATISFACTION
en 2023

94,5%

ITINÉRAIRE

1. Reconnaître le stress

- Différencier anxiété, angoisse, tension et stress
- Définir le stress
- Reconnaître les effets du stress

2. Analyser ses émotions

- Evaluer ses capacités à gérer sa vie émotionnelle
- Différencier stimulation et stress
- Identifier les différentes stratégies pour faire face à une situation stressante

3. S'affirmer en situation difficile

- Adopter un comportement assertif
- Utiliser la méthode Décrire-Exprimer-Spécifier-Conséquences (DESC) pour s'affirmer sans attaquer, manipuler ou fuir

4. Réduire les sources de stress

- Déterminer ses propres sources de stress
- Identifier les interactions de ces sources de stress sur nos émotions
- Trouver l'équilibre entre les risques et les besoins de sécurité dans le cadre professionnel

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Définir le stress
- Identifier les effets du stress et son profil type d'adaptation face au stress
- Choisir la meilleure stratégie pour faire face aux situations stressantes
- S'affirmer dans les situations qui nous semblent difficiles
- Réduire ses sources de stress

POINTS FORTS

- Des personnes qui gagnent en confiance et en sérénité.
- Des personnes qui s'affirment et savent gérer leurs émotions comme la peur et la colère.
- Des personnes qui savent se repositionner de manière proactive dans leur vie professionnelle. confiance en soi accrue.

PUBLIC VISÉ : Toutes personnes souhaitant mieux vivre des situations difficiles en acquérant les techniques de base pour maîtriser leurs émotions, gérer leur stress et s'affirmer dans les relations professionnelles.

PRÉREQUIS : Avoir une expérience professionnelle significative.

TAUX DE
SATISFACTION
en 2022

95%

TAUX DE
SATISFACTION
depuis 2022

94,3%

Le
Management
de proximité



ITINÉRAIRE

1. Se positionner comme manager

- Définir le champ d'action du manager
- Identifier précisément son rôle

2. Identifier son style de management

- Connaître son style de management
- Réaliser son autodiagnostic
- Exploiter ses résultats
- Adapter un style de management efficace

3. Motiver ses collaborateurs

- Clarifier ses propres ressorts de motivation
- Soutenir l'auto-motivation
- Motiver ses collaborateurs
- Donner des signes de reconnaissance

4. Renforcer la cohésion d'équipe

- Poser le cadre et fixer les règles
- Convaincre et faire adhérer

5. Communiquer efficacement

- Adopter les attitudes adéquates dans la relation face à face
- Savoir formuler et recevoir une critique
- Réagir de manière assertive dans différentes situations relationnelles

6. Manager les nouvelles générations

- Qui sont-ils ?
- Les nouvelles générations et l'entreprise
- Identifier les enjeux des différences intergénérationnelles
- Comprendre les leviers des nouvelles générations au travail
- Adapter sa posture de manager

ITINÉRAIRE - SUITE

7. Savoir déléguer efficacement

- Qui sont-ils ?
- Les nouvelles générations et l'entreprise
- Identifier les enjeux des différences intergénérationnelles
- Comprendre les leviers des nouvelles générations au travail
- Adapter sa posture de manager

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Identifier les conditions d'efficacité du management d'équipe
- Mettre en œuvre les outils et méthodes pour animer une équipe au quotidien
- Se positionner en tant que responsable d'équipe et actionner les leviers de la réussite

POINTS FORTS

- Une meilleure connaissance de son profil managérial, de son équipe
- La création du sens à transmettre à l'équipe
- La corrélation entre les comportements de l'équipe et les résultats

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, responsables d'équipe, managers

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

TAUX DE
SATISFACTION
en 2023

93%



ITINÉRAIRE

1. Evaluer les compétences

- Identifier tous les items d'évaluation du métier de conseiller à distance : attitudes, discours, techniques de communication à distance
- Connaître les arguments qui définissent ces items pour apporter plus de poids au discours lors des feedbacks

2. Accompagner les compétences : le Coaching

- Qu'est-ce que le coaching ?
- Etre manager ET coach
- Les techniques de coaching et sa mise en œuvre (méthode GROW)

3. Les outils du manager

- Mener efficacement un entretien de découverte (fixer les règles)
- Monter le collaborateur en compétences via l'entretien de pilotage (le débriefing)
- Recadrer avec succès un collaborateur « hors-jeu »

4. Le calibrage (partie pratique)

- Ecouter des appels enregistrés (de notre audiothèque ou de la vôtre) pour s'entraîner
- Formaliser des grilles d'évaluation avec des éléments concrets
- Mettre en application l'accompagnement sous forme de jeux de rôles et analyser les retours de chacun
- Identifier les axes de progrès individuels

5. Animer l'équipe, le collectif

- Animer quoi ?
- Animer comment ?
- Obtenir la cohésion d'équipe

6. Mise au point

- Retour sur les items d'évaluation et les arguments qui les caractérisent non assimilés
- Retour sur les techniques d'accompagnement non maîtrisées
- 2ème vague de calibrage pour s'assurer de l'assimilation des méthodes

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Identifier les critères qui évaluent les compétences des collaborateurs Vers l'autonomie
- Choisir les techniques adéquates pour optimiser ses accompagnements
- Mettre en pratique les méthodes de coaching
- Adapter les évaluations

POINTS FORTS

- Une remise en question inévitable
- Une analyse collective pour des axes de progrès individuel
- Un accompagnement qualitatif des collaborateurs assuré

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, responsables d'équipe, managers expérimentés

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

TAUX DE
SATISFACTION
en 2022

92,5%

ITINÉRAIRE

1. Le rôle du manager

- Un post à 360°
- Les 3 savoirs des managers
- Bilan de positionnement
- La courbe du changement

2. Les missions de management

- La différence entre manager, coach et leader
- Test
- Les différents styles de management

3. La gestion de l'information

- La gestion de l'information
- La stratégie de communication
- Atelier/entraînement : construire sa roadmap

4. Communiquer les informations

- Le principe de l'échange
- Les pièges en communication
- L'analyse transactionnelle

5. Les outils pour se positionner

- Les techniques de coaching
- Atelier/exposé : construire la stratégie de communication et annoncer le changement

6. Analyser ses émotions pour gérer les futures difficultés

- Les émotions constructives
- Les émotions infructueuses
- Les comportements refuges

ITINÉRAIRE - SUITE

7. Se préparer aux situations délicates survenues dans le changement

- Les phrases de communication personnalisées
- Les 5 techniques
- Le DESC

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

POINTS FORTS

- Une anticipation des réactions de repli face aux changements
- La construction d'une stratégie de communication adaptée à vos situations pour rentrer sereinement dans une phase de changement
- Avancer ensemble sur un projet commun

OBJECTIFS

- Repérer les missions acquises et les missions non développées
- Identifier la nouvelle organisation de l'information
- Adapter sa communication à l'individu et au groupe
- Utiliser les techniques de coaching pour une communication efficace lors de l'annonce
- Valider les techniques gagnantes
- Relever les prémices d'une situation délicate et utiliser les techniques pour faire face aux questions délicates

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, responsables d'équipe, managers expérimentés

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

TAUX DE
SATISFACTION
en 2022

90%

ITINÉRAIRE

1. Le changement de mode de communication

- Le changement
- Etats des lieux : actions gagnantes/perdantes
- La communication à distance
- Les freins à l'écoute possibles face à ce changement

2. L'organisation de sa communication

- Les canaux à disposition
- La priorisation des informations
- L'organisation idéale de la communication
- Séance de développement : la roadmap en action

3. Les différents entretiens à distance et en présentiel

- Les entretiens organisationnels
- Les entretiens d'accompagnement
- Les entretiens relationnels

4. Les situations difficiles

- Les émotions authentiques et infructueuses
- Les comportements qui en découlent

5. La motivation à distance et en présentiel

- Les rituels collectifs
- Les animations

Durée : 1 jour

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Construire l'organisation de la communication idéale
- Maintenir une communication constante et sereine
- Conjuguer la motivation en présentiel et à distance

POINTS FORTS

- Un accompagnement qualitatif des collaborateurs

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, responsables d'équipe, managers ayant des équipes à distance et en présentiel

PRÉREQUIS : Avoir une expérience dans le management d'équipe

ITINÉRAIRE

1. Se positionner en transversal

- Les basiques de la communication
- Manager en transversal, c'est-à-dire ?
- Etablir le cadre collaboratif

2. Gagner en influence

- Renforcer son impact : leviers et ressorts d'influence et facteurs d'engagement
- Fédérer des alliés : profils de comportements

3. Susciter la motivation et l'implication

- Faire adhérer au projet
- Dépasser les résistances : expliquer et donner du sens

4. Piloter une équipe matricielle

- Identifier l'autonomie des collaborateurs

5. Coopérer dans la durée

- Administrer les feed-back constructifs

Durée : 1 jour

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Identifier les principes de base d'une communication efficace
- Mettre en place un cadre de coopération adopté par tous
- Gagner en influence sans tomber dans les pièges que constituent l'autoritarisme et la manipulation
- Identifier l'autonomie des contributeurs et susciter motivation et implication
- Savoir répondre à la question : « *Qu'est-ce que je donne avant de recevoir ?* »

POINTS FORTS

- Une corrélation permanente avec le vécu des managers transversaux
- Vérification des acquis sous forme de jeux
- Une réponse au besoin de « décroisement des organisations »
- Une prise de conscience sur l'impact de sa communication
- Un approfondissement de ses connaissances pour améliorer ses compétences.

PUBLIC VISÉ : Toute personne issue de plusieurs départements et de différents niveaux hiérarchiques, mobilisée et coopérant autour d'un objectif commun

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

ITINÉRAIRE

1. Acquérir une culture de performance commerciale

- Comprendre le lien entre indicateurs de production et rentabilité commerciale
- Gérer le temps productif d'un agent

2. Maîtriser le pilotage des indicateurs

- Analyser les résultats de son équipe
- Déchiffrer un tableau de bord, et prioriser ses actions de management
- Repérer les points forts et les axes de progression de son équipe
- Accompagner la progression collective et individuelle
- Offrir un feedback constructif

3. Animer les résultats

- Faire utiliser les techniques de vente appropriées
- Communiquer les résultats
- Réviser les objectifs
- Utiliser les techniques d'animation efficaces et valorisantes
- Fédérer l'équipe, bonifier l'émulation collective, motiver

Durée : 1 jour

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Effectuer une analyse statistique pertinente
- Maîtriser le pilotage des indicateurs
- Faire naître et entretenir la « Dynamique terrain » en animant autour des résultats

POINTS FORTS

- Vos propres indicateurs, outils de suivi, et objectifs sont utilisés. Ceci pour rendre concrète la formation avec ce que vivent les managers au quotidien
- Visualiser l'apport de son équipe, et donner du sens à l'atteinte des objectifs
- Des clés pour « faire vivre » son terrain sont communiquées
- Les interventions auprès de l'équipe sont structurées
- De nombreuses mises en situation sont au programme pour s'entraîner

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, responsables d'équipe, managers

PRÉREQUIS : Avoir bénéficié de la formation « Les fondamentaux du management de proximité »

TAUX DE
SATISFACTION
en 2022

96%

ITINÉRAIRE

1. L'Expérience collaborateur

- Le concept de « Symétrie des attentions »
- Une approche du collaborateur systémique/holistique : connaître le collaborateur dans son ensemble.
- La communication non-violente
- Les types de personnalités : Connaissez-vous la personnalité de chacun de vos collaborateurs ?

2. Le début du changement

- Test d'identité : Les « positions de vie »
- La posture adoptée : Les « Etats du Moi » en Analyse Transactionnelle (P.A.E.)
- Atelier : « Relever les preuves en partant de ses jugements »

3. La motivation pour tous

- La motivation versus implication versus satisfaction
- Les leviers d'action de la motivation
- Le changement sera managérial
- Atelier : « Construire ses propres boosters » : La programmation positive
- Atelier : « Inventer des moments différents »

Durée : 1 jour

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Définir les facteurs qui représentent un collaborateur dans son ensemble
- Identifier son propre fonctionnement de manager
- Déterminer les leviers de satisfactions et d'implication de chacun
- Utiliser quotidiennement les outils nécessaires

POINTS FORTS

- Conçue et animée par des experts du management, cette formation donnera à vos managers toutes les clés nécessaires à la mise en place d'un management bienveillant

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, chefs d'équipe, responsables d'équipe commerciale, Team managers en centre d'appels

PRÉREQUIS : Connaître les fondamentaux du management

TAUX DE
SATISFACTION
en 2022

100%

ITINÉRAIRE

1. Les nouvelles générations : qui sont-ils ?

- Nouvelle génération : c'est-à-dire ? Les particularités de chaque génération (Y, Z et Alpha)
- Sortir de son jugement spontané
- Les attentes des milléniaux (qui doivent être considérés comme : nouvelle valeur du travail, consommateurs d'entreprises, souhaitant un management compétent ...)

2. Quels comportements (actions) adopter ?

- La posture adoptée : Les « Etats du Moi » en Analyse Transactionnelle (la P.A.E)
- Les nouveaux styles de management : la posture managériale, le charisme : Comment les mettre en œuvre.
- Les entretiens de communication : Entretien de motivation et de « discussion »

3. Mise en pratique du management situationnel

- Atelier : « Construire les étapes de son entretien de motivation ou discussion »
- Jeux de rôle : « Mettre en situation notre production »

Durée : 1 jour

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Remettre en question son jugement
- Repérer ce qu'il faut changer
- Utiliser les méthodes face à cette génération

POINTS FORTS

- Formation vivante qui varie les supports pédagogiques (vidéos, podcast, ateliers, mise en pratique)
- Formation adaptée à l'ère du temps

PUBLIC VISÉ : Superviseurs, chefs d'équipe, responsables d'équipe commerciale, Team managers en centre d'appels

PRÉREQUIS : Connaître les fondamentaux du management

TAUX DE
SATISFACTION
en 2023

92%

La Formation de formateur



ITINÉRAIRE

1. Identifier et analyser un dysfonctionnement terrain

- Les questions à poser pour analyser les problématiques
- Savoir définir le contenu en fonction des résultats à atteindre
- Définir clairement la situation initiale et la situation désirée de façon à pouvoir mesurer les avancements de la formation
- Identifier les différents types de formations envisageables
- Différencier attentes, besoins, objectifs de formation

2. Définir et formuler des objectifs pédagogiques

- Connaître les 4 niveaux d'objectifs
- Rédiger un objectif pédagogique
- Identifier les leviers pour atteindre la performance
- Décliner les objectifs de la formation en objectifs pédagogiques de la communication
- Favoriser une acquisition par étape
- Elaborer un programme de formation

3. Identifier la logique de conception pédagogique

- Définir la notion de logique pédagogique
- Connaître les règles de progression
- Adapter cette progression à chaque public
- Construire l'escalier pédagogique avec les objectifs globaux et partiels
- Enchaîner les objectifs de manière à faciliter la compréhension

4. Choisir les méthodes et techniques pédagogiques

- Identifier les 5 principales méthodes pédagogiques
- Se doter des critères de choix d'une méthode
- Choisir les techniques pédagogiques les mieux adaptées au profil des participants
- Varier les techniques pédagogiques pour rythmer la formation

5. Elaborer des supports pédagogiques adaptés

- Etablir le guide d'animation
- Concevoir le support stagiaire, les supports d'animations et les exercices d'application

ITINÉRAIRE - SUITE

6. Evaluer les acquis de la formation

- Choisir les types d'évaluation à mettre en œuvre
- Définir les supports de l'évaluation
- Définir les critères de l'évaluation

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Concevoir un conducteur pédagogique en fonction de besoins clairement identifiés
- Savoir élaborer une progression pédagogique
- S'approprier les méthodes et outils pédagogiques
- Concevoir des supports en lien avec l'activité

POINTS FORTS

- Être à l'aise dans la conception de supports
- S'entraîner à la conception des méthodes et des outils opérationnels
- Construire des séquences en lien avec les problématiques terrain

PUBLIC VISÉ : Toute personne dans l'entreprise amenées à concevoir une session de formation et à participer à l'optimisation des indicateurs clés de plateaux d'appels

PRÉREQUIS : Connaître les fondamentaux du métier de formateur

ITINÉRAIRE

1. Préparer sa formation

- Comprendre le rôle et les fonctions de l'animateur de formation
- Repérer les mécanismes de l'apprentissage chez l'adulte
- Comprendre le fonctionnement d'un groupe
- Cadrer une formation avec le modèle Kirkpatrick
- Organiser des types de formation en fonction des besoins
- Comprendre l'objectif de la formation

2. Action ! Dispenser la formation

- Ouvrir une session
- Repérer le profil des participants
- Créer une dynamique dès l'ouverture
- Faciliter la transmission des notions grâce aux méthodes pédagogiques
- Lancer et analyser une séquence, une étude de cas, un atelier.
- Animer les exercices en sous-groupes
- Favoriser l'implication et la participation

3. Un climat favorable à l'échange

- S'adapter aux différents styles d'apprentissage
- Anticiper les situations délicates pour mieux les réguler
- Orchestrer les typologies des participants
- Captiver un auditoire/capter l'intérêt

4. Maîtriser sa communication

- Repérer les attitudes adoptées par les formateurs en fonction de la vie de groupe
- Les outils pour maîtriser sa communication : analyse transactionnelle, PNL
- Les techniques de communication : écoute, reformulation, questionnement, en situation professorale

5. La gestion du temps

- Les voleurs de temps en formation
- Les solutions pour gagner du temps

ITINÉRAIRE - SUITE

6. Outils et autres techniques

- Optimiser les supports visuels
- Configurer l'espace pour améliorer l'apprentissage et la concentration
- Mettre en pratique les apports théoriques

ENTRAÎNEMENT

- Des mises en situation pour s'entraîner et éprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices

POINTS FORTS

- Être à l'aise dans l'animation de formation
- Favoriser l'interactivité au sein du groupe
- Avoir une approche concrète de la pédagogie des adultes en formation
- Un approfondissement de ses connaissances pour améliorer les compétences

PUBLIC VISÉ : Toute personne dans l'entreprise amenées à animer une session de formation ou d'animation ponctuelle

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis

Durée : 2 jours

Distanciel

Présentiel

OBJECTIFS

- Connaître les fondamentaux de l'animation
- Savoir préparer une séquence de formation
- Connaître les méthodes et techniques pédagogiques
- Faire adhérer les participants
- Développer l'interactivité

TAUX DE
SATISFACTION
en 2023

92%

Les Certifications



Pourquoi des certifications et quelles certifications :

Une certification atteste officiellement de votre niveau de maîtrise des compétences professionnelles dans le domaine concerné, et de votre aptitude à exercer le métier, ou l'activité correspondante.

Depuis le 1er janvier 2019, France Compétences est responsable du Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) et du Répertoire Spécifique (RS)

- Le **RNCP** regroupe les diplômes, titres, certificats, ..., **dont le niveau de qualification professionnelle est officiellement reconnu.**
- Le **répertoire spécifique** regroupe les certifications sans niveau spécifique de qualification. Ces certifications et habilitations correspondant à des compétences professionnelles complémentaires de celles figurant au RNCP.

Pour consulter vos droits à la formation professionnelle et vous renseigner, rendez-vous sur le site www.moncompteactivite.gouv.fr



Diplômes, titres, certificats	Parcours certifiant	RS	Modalités de certification
<i>Livret de formation IOBSP - Niveau I - capacité professionnelle des intermédiaires en opérations de banques et services de paiement (IOBSP)</i>			<ul style="list-style-type: none"> • Durée de 150 h de formation • Un contrôle intermédiaire • Un contrôle final • Notation supérieure à 50 % IAS et 70 % IOBSP
<i>Capacité professionnelle des salariés commerciaux dans les sociétés d'assurances (livret de stage niveau I)</i>			



Certification obligatoire* préalable au management des activités de vente d'assurances

*En application des articles R 512-8 à R 512-12 du Code des Assurances

ITINÉRAIRE

1. Les bases de l'assurance

- Histoire, marché et les chiffres-clés
- Organisation du secteur assurance
- Les réseaux de distributions

2. Les bases juridiques de l'assurance

- Le contrat d'assurance : définition, cadre juridique et formation
- Les intervenants du contrat : assureur, assuré, tiers
- Les obligations de l'assureur et de l'assuré
- Conclusion, modification et résiliation

3. Les bases techniques de l'assurance

- Le risque
- La prime
- Le sinistre

4. Les assurances dommages

- Généralités : principe indemnitaire, règles proportionnelles, transmission/cessation du contrat, subrogation
- La Responsabilité Civile (RC) : généralités, différentes responsabilités (civile, pénale et administrative), responsabilité civile contractuelle, responsabilité civile délictuelle et quasi-délictuelle
- L'assurance Automobile : le marché, les garanties obligatoires et facultatives, la tarification, la déclaration du sinistre, le fonctionnement et particularités
- L'assurance Habitation (MRH) : le marché, les garanties dommages aux biens, la garantie de responsabilité civile, le sinistre

ITINÉRAIRE - SUITE

5. Les assurance de personnes

- La protection sociale : sécurité sociale, retraite, les prestations en espèces, en nature
- La complémentaire santé, les contrats collectifs
- Les assurances Décès, les assurances Vie
- La fiscalité
- Les Garanties des Accidents de la Vie (GAV)

Durée : 150 heures

POINTS FORTS

- Certification professionnelle reconnue
- Connaissance approfondie des techniques et logiques assurantielles
- Capacité de manager efficacement des collaborateurs sur une activité d'assurance
- Homogénéisation des rapports client/donneur d'ordre

OBJECTIFS

- Répondre aux obligations légales pour proposer des produits d'assurance
- Acquérir des compétences en matière juridique, technique, commerciale et administrative préalablement à l'exercice de l'activité d'intermédiation Savoir préparer une séquence de formation

- Distanciel
- Présentiel
- Mixte

DEBOUCHES

Courtier en opération d'assurance, agent général, salarié responsable ou animateur d'un bureau de production.

PUBLIC VISÉ : Toute personne de l'entreprise amenées à encadrer la présentation ou la commercialisation d'un produit d'assurance telles que gérants, responsables, agents généraux, courtiers, mandataires, conseillers en patrimoine

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis

TAUX DE
REUSSITE DEPUIS
2019

100%

60 personnes inscrites



ITINÉRAIRE

Tronc commun : 60 heures

1. Obligation des IOBSP

- Catégories réglementaires
- Conditions d'accès et modalités d'exercices de l'activité
- Fondamentaux du droit commun
- Lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme
- Modalités de distribution

2. Règles de bonne conduite

- Protection du client
- Surendettement
- Conflits d'intérêt
- Infractions et sanctions
- Rôles de l'ACP, de la DGCCRF, de l'ORIAS

3. Crédits et garanties

- Caractéristiques des différentes formes de crédits aux particuliers et aux professionnels
- Typologies des garanties, leurs limites
- Notions générales sur les suretés et le cautionnement

4. Assurance des emprunteurs

- Généralités
- Risques
- Tarification du risque emprunteur

Modules spécialisés : 90 heures

5. Crédit consommation/trésorerie

- Environnement juridique
- Caractéristiques financières
- Information de l'emprunteur
- Analyse d'un dossier de crédit à la consommation

ITINÉRAIRE - SUITE

6. Regroupement de crédit

- Environnement juridique
- Typologie de regroupement de crédits
- Information du candidat au regroupement
- Analyse d'un dossier de regroupement

7. Les services de paiement

- Environnement juridique
- Distinctions entre les différents services de paiement
- Droits de la clientèle
- Analyse d'un dossier de service de paiement

8. Le crédit immobilier

- Environnement juridique
- Intervenants et marchés
- Caractéristiques financières et techniques
- Information de l'emprunteur

POINTS FORTS

- Certification professionnelle reconnue
- Connaissance approfondie des techniques et logiques bancaire
- Capacité de manager efficacement des collaborateurs sur une activité bancaire
- Homogénéisation des rapports client/donneur d'ordre

OBJECTIFS

- Satisfaire aux obligations réglementaires en vigueur permettant d'exercer une activité d'IOBSP
- Disposer de toutes les connaissances juridiques et compétences métier nécessaires à l'exercice du métier d'IOBSP, en mandat

DEBOUCHES

Courtier, mandataire d'un courtier, mandataire non exclusif

PUBLIC VISÉ : Dirigeants et salariés des entreprises exerçant l'intermédiation en opérations de banque et services de paiement

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis

Durée : 150 heures

Distanciel

Présentiel

Mixte

TAUX DE
REUSSITE DEPUIS
2019

100%

101 personnes inscrites

Les canaux digitaux



ITINÉRAIRE

1. Comprendre les enjeux de l'e-mail

- Comprendre le consommateur, ses attentes, ses comportements
- Connaître les règles qui régissent l'Internet d'aujourd'hui
- Identifier les avantages et inconvénients de l'e-mail

2. Faire de ses e-mails un outil impactant de communication

- Rédiger un objet du mail pour donner envie de lire
- Rédiger des messages qui accrochent
- Utiliser les bons mots et les bonnes tournures.
- Connaître la structure d'un e-mail

3. Savoir rédiger clairement un e-mail

- Utiliser les bonnes règles d'écriture
- Vérifier son orthographe, sa ponctuation et sa syntaxe
- Être clair sur la forme comme sur le fond
- Savoir se relire

4. Savoir rédiger clairement un e-mail

- Rédiger des e-mails spécifiques à la situation
- Faire des offres additionnelles à valeur ajoutée
- Identifier les comptes dits difficiles
- Gérer les situations difficiles
- Être assertif dans ses e-mails

🕒 Durée : 1 jour

🏠 Distanciel

👥 Présentiel

OBJECTIFS

- Comprendre les spécificités de l'e-mail en relation client.
- Savoir comment rédiger des réponses de qualité via e-mail
- Apprendre à gérer les réclamations clients et autres situations difficiles
- Apprendre à faire du rebond commercial avec l'e-mail

ENTRAINEMENT

- Mises en situation : choix des mots, réécriture de mails, rédaction d'e-mails en situation difficile ou critiques.
- Etude de cas

POINTS FORTS

- Une formation pragmatique sur l'usage des mails.
- Des cas pratiques et des exercices de mises en situation

PUBLIC VISÉ : Chargés de clientèle, conseillers, collaborateurs, assistants en relation clientèle.

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

ITINÉRAIRE

1. Les nouvelles données de la relation client

- Comprendre le consommateur, ses attentes, ses comportements
- Connaître les règles qui régissent de la relation client digitale
- Développer la posture attendue
- Discerner les différents types de Chat pour adapter un traitement adéquat

2. Les fondamentaux du Chat

- Appliquer les bonnes pratiques du Chat
- Savoir rédiger en mode Chat
- Utiliser un vocabulaire approprié au canal, et efficient

3. Le traitement des objections

- Savoir reconnaître les objections pour pouvoir les traiter plus efficacement en une démarche structurée
- Discerner la réclamation de l'objection et la gérer

🕒 Durée : 1 jour

🏠 Distanciel

👥 Présentiel

OBJECTIFS

- Comprendre les données de la relation client
- Situer le Chat dans la relation client
- Connaître les différentes phases d'entretien par Chat
- Identifier les typologies de client Chat
- Savoir pratiquer la vente par Chat
- Anticiper les réponses aux objections

ENTRAINEMENT

- Mises en situation
- Etude de cas

POINTS FORTS

- Une formation pragmatique sur l'usage du Chat
- Des cas pratiques et des exercices de mises en situation

PUBLIC VISÉ : Conseiller client, directeurs, responsables, managers, commerciaux

PRÉREQUIS : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

L'Academy de Teleperformance



Fort du savoir-faire du Groupe, Teleperformance France Academy met au service de ses clients toute l'expérience et l'expertise de la relation clientèle acquises au sein d'un groupe international.

Teleperformance France Academy, organisme agréé pour la formation continue, selon les termes de la Loi 2014-288 du 5 mars 2014, possède son propre numéro de déclaration d'activité 72 75 08614 33 auprès du Préfet de Région Aquitaine et intervient sur un périmètre national et international.

Teleperformance France Academy, certifié Qualiopi au titre des Actions de formation et ISO 9001, vous accompagne dans la réalisation du plan de développement des compétences de votre entreprise, de sa définition à son financement.

L'ÉQUIPE

Une équipe à votre service mobilisée autour d'un même objectif : vous apporter des solutions adaptées à votre contexte, vos contraintes et qui répondront à vos enjeux.

Véritables spécialistes dans le management de la relation Client, chacun d'entre nous a la volonté de s'engager avec vous, dans un partenariat solide ayant pour principal objectif la montée en compétences de vos collaborateurs.

Nous garantissons des formateurs internes à la structure, experts de la Relation Client.

APPROCHE PEDAGOGIQUE

Nos modalités pédagogiques se basent sur **4 principes fondamentaux** :

Efficacité

La formation alterne apport théorique et mise en situation dans un souci d'efficacité tant individuelle que collective. Les acquis du participant constituent le point de départ de la réflexion pour le mettre en confiance, le valoriser et autoriser ensuite, plus facilement, sa montée en compétences.

Simplicité

Les apports théoriques se font à partir d'exercices pratiques, jeux de rôles et mises en situation.

Interactivité

La théorie émane des échanges avec les participants à partir de situations concrètes, rencontrées au quotidien. La formation est donc avant tout interactive et participative.

Opérationnalité

Une méthode pédagogique proactive, opérationnelle et personnalisée, basée sur l'expérimentation, qui s'appuie sur des mises en pratique et des cas concrets représentatifs du quotidien des apprenants.



Stagiaires en situation de handicap :

Nos locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap et aux PMR. Si une compensation du handicap doit être prise en compte pour la formation, nous vous invitons à prévenir notre référent National Handicap, en amont de la formation afin d'étudier sa faisabilité et nous organiser pour sa mise en œuvre. Mail de contact : Handiperformant@fr.teleperformance.com



Teleperformance France Academy est l'organisme de formation de **Teleperformance France**.

Depuis plus de 45 ans, à travers le monde, Teleperformance a appris de chaque interaction au service de nombreux pays et marchés, car chacun est unique.

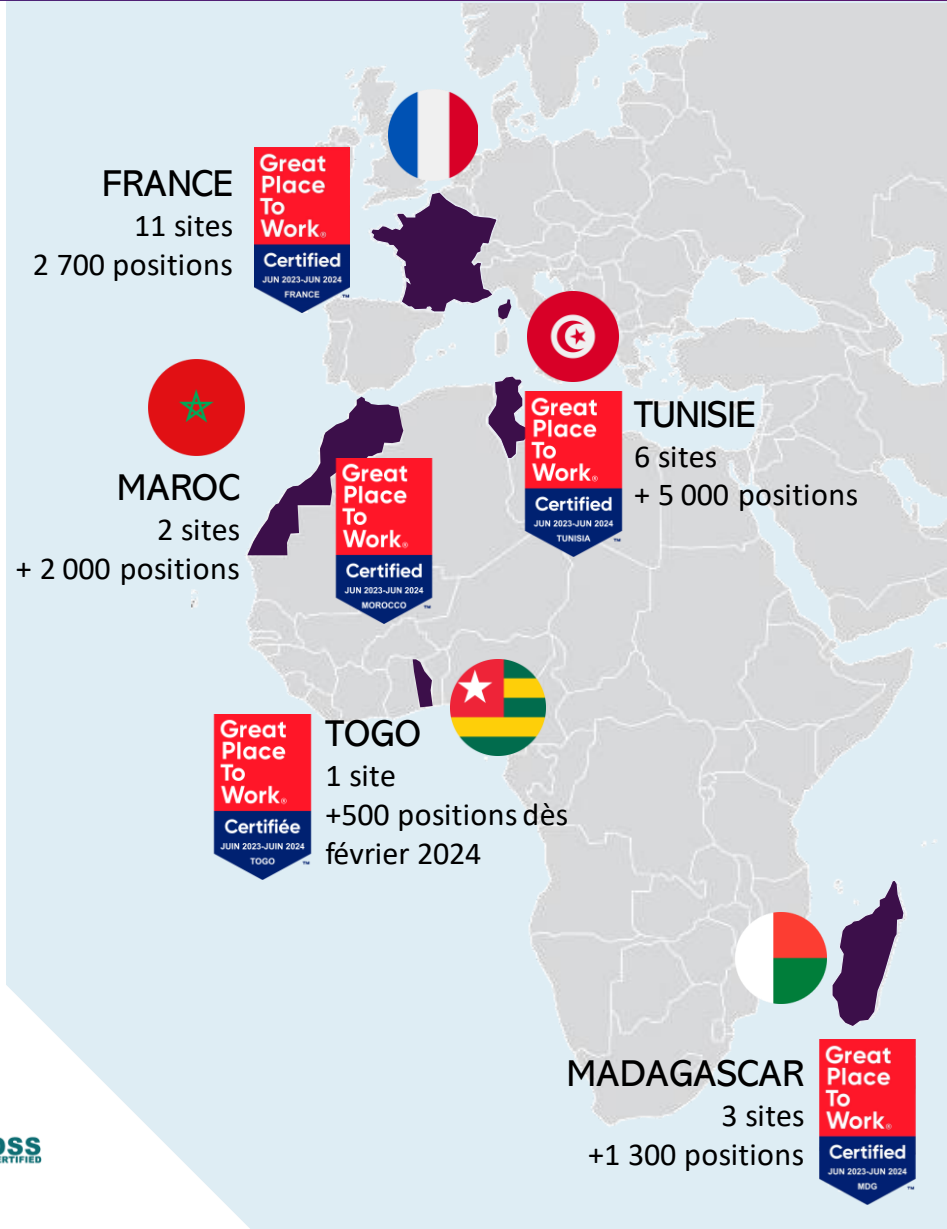
Nous répondons aux besoins de nos clients français avec une combinaison unique de 23 centres en France et offshore.

23
centres de contacts multi-clients, multi-activités et omnicanal

+10
ans en moyenne de partenariat

+12K
collaborateurs sur site ou en télétravail

+150
clients nous font confiance



KINCENTRIC
Best Employer





Rejoignez-nous sur le blog : <https://tpacademy-blog.fr/offres-formations/>