

# Nos Formations

Catalogue 2026



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 habiles aux outils digitaux se tiennent à votre disposition pour élaborer ensemble votre projet formation.

**Découvrez plus amplement notre offre.**



# Comprendre Apprendre Exercer





Fort de son expertise reconnue au sein du groupe international Teleperformance, **Teleperformance France Academy** met à votre disposition un savoir-faire unique dans la relation client, pour vous accompagner dans l'évolution de vos compétences et répondre à vos enjeux stratégiques.

## Un organisme agréé et certifié pour garantir la qualité de vos formations

En tant qu'organisme agréé pour la formation continue (conformément à la Loi 2014-288 du 5 mars 2014), **Teleperformance France Academy** est inscrit sous le numéro de déclaration d'activité 72 75 08614 33 auprès du Préfet de Région Aquitaine. Nous intervenons sur le territoire national et à l'international, et bénéficiions des prestigieuses certifications **ISO 9001** et **Qualiopi**, témoignant de notre engagement constant envers l'excellence.

## Une approche concrète, dynamique et pratique

Toutes nos formations sont conçues pour être **dynamiques, pratiques et concrètes**, afin de vous offrir une expérience d'apprentissage enrichissante et immédiatement applicable dans votre quotidien professionnel.



## 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](mailto:Handiperformant@fr.teleperformance.com)

## L'engagement d'une formation de qualité et conforme

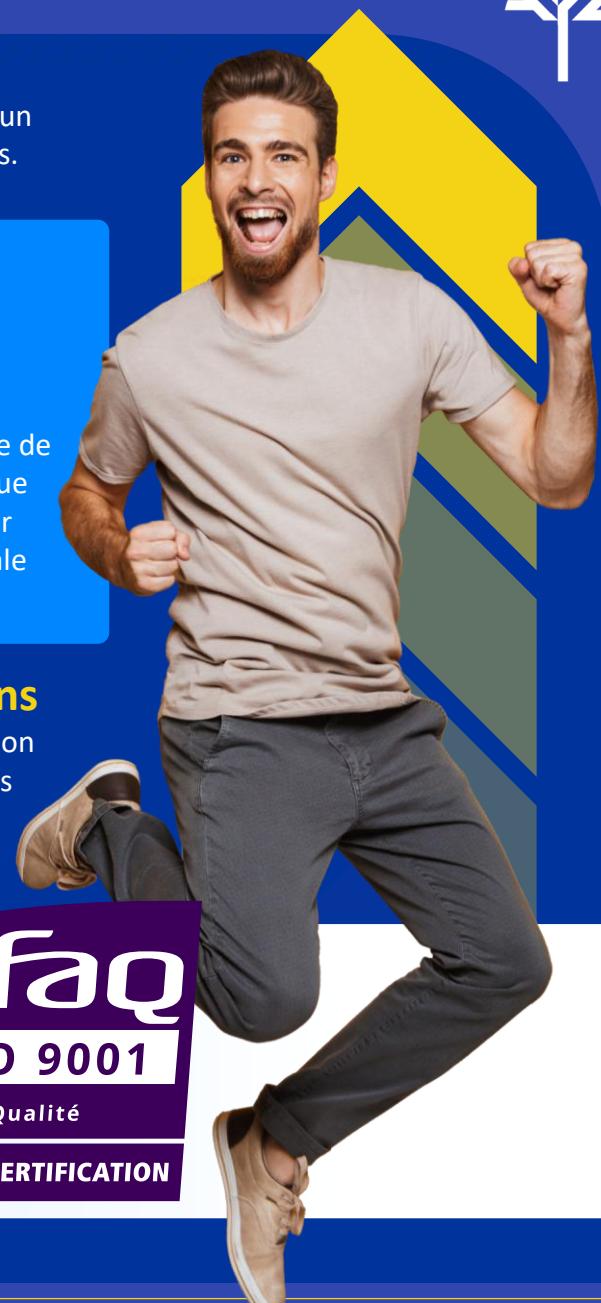
Nous vous assurons des formations conformes aux réglementations en vigueur, avec le respect absolu du code de déontologie et du code de conduite professionnelle. Chaque session est pensée dans le but de vous apporter une valeur ajoutée tangible, tout en garantissant une satisfaction totale de votre part.

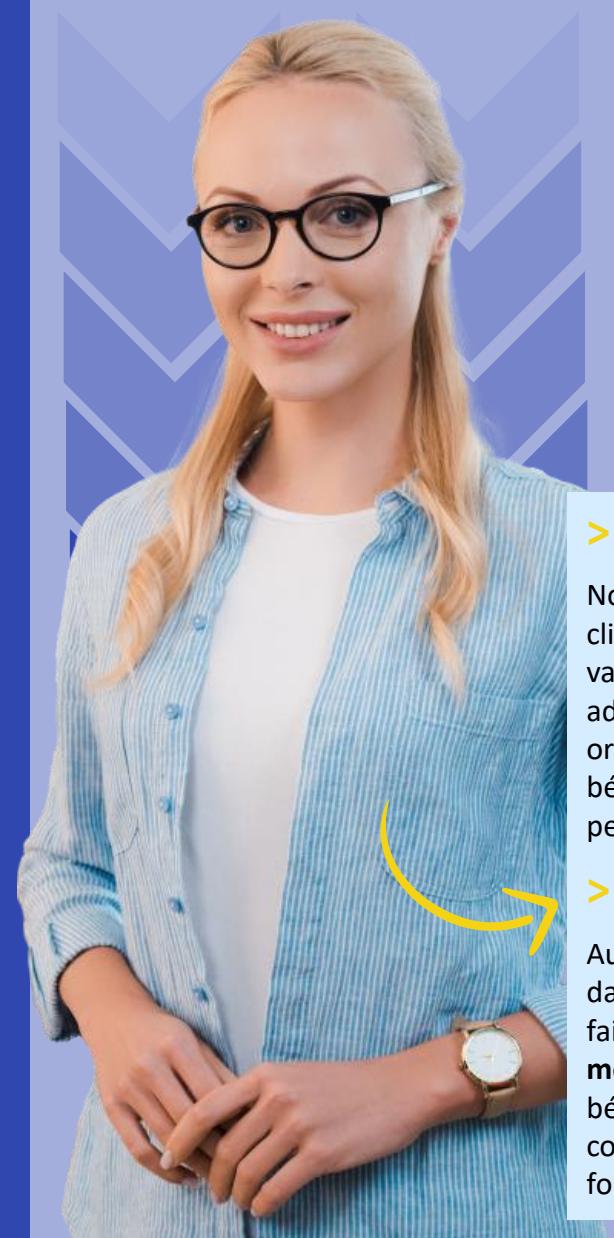
## Des délais d'accès adaptés à vos besoins

Les délais d'accès à nos formations sont flexibles, en fonction de votre statut, du financement et des disponibilités de nos formateurs, afin de répondre au mieux à vos exigences et à vos priorités.



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





Notre équipe est au cœur de notre mission : vous accompagner dans la réussite de vos projets de formation et dans l'évolution de vos collaborateurs. Mobilisés autour d'un objectif commun, nous nous engageons à vous offrir des solutions parfaitement adaptées à votre contexte, vos contraintes et les défis spécifiques auxquels vous êtes confronté. Chaque solution que nous déployons est pensée pour répondre à vos enjeux, et ce, de manière **personnalisée et efficace**.

## > Des formateurs experts et dédiés

Nos formateurs internes, spécialistes du management de la relation client, vous garantissent une expertise pointue, ancrée dans nos valeurs et pratiques. Ils conçoivent des formations sur mesure, adaptées à vos objectifs et aux enjeux spécifiques de votre organisation. Grâce à leur approche pratique, vos collaborateurs bénéficient de solutions concrètes et efficaces pour améliorer leur performance et relever les défis du quotidien

## > Un partenariat solide

Au-delà de la transmission des compétences, nous nous engageons dans une démarche de **partenariat**, où l'objectif principal est de faire évoluer vos collaborateurs et de vous accompagner dans la **montée en compétences** continue. En travaillant avec nous, vous bénéficiez d'une véritable équipe qui met à votre disposition ses connaissances, son expertise et sa passion pour créer des formations **sur mesure** qui répondent parfaitement à vos attentes.

## \* Réunion de préparation ou de cadrage

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

- Découverte de vos attentes
- 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 et aux stagiaires

# ► TELEPERFORMANCE- Un partenaire d'envergure sur les marchés francophones

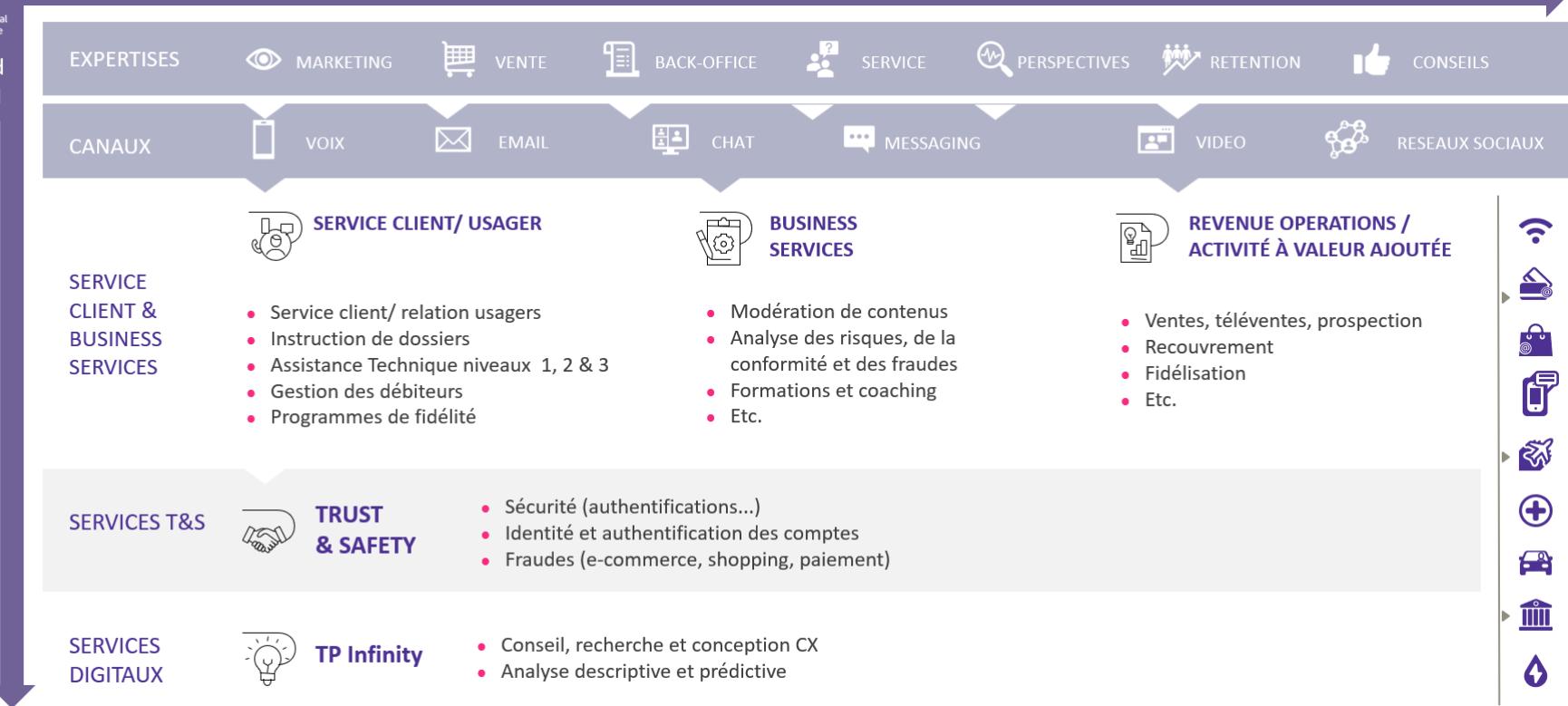


Teleperformance France Academy est l'organisme de formation de Teleperformance France.

Teleperformance a appris de chaque interaction au service de nombreux pays et marchés, car chacun est unique. Elle apporte des solutions à forte valeur ajoutée auprès de ces clients



**ei**  
Emotional  
and Artificial  
Intelligence  
supported  
by AI + EI





## Format des sessions

En présentiel, notre formateur se déplace dans votre entreprise.

En distanciel, 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

## 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.

Adresse de contact : [contact-tpa@fr.teleperformance.com](mailto:contact-tpa@fr.teleperformance.com)

## 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+15-30

## **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/>



## 1 | La Relation Client

- Les fondamentaux de la relation client par téléphone (appels entrants)
- Les fondamentaux de la relation client par téléphone (appels sortants) **NEW**
- L' enchantement de vos clients dans la relation client
- La relation client inscrite dans le temps **NEW**
- La démarche commerciale **NEW**
- Le rebond commercial **NEW**
- Prospection et prise de rendez-vous **NEW**
- La relation client en situation de recouvrement
- Gérer des situations difficiles en relation client
- Bien vivre la relation client
- Duo accompagnant : l'accompagnement au poste de travail collaborateur **NEW**

## 2 | Le Management de proximité

- Manager son équipe de conseiller client : animer, motiver et accompagner
- Accompagner le développement de la compétence d'une équipe de conseiller client **NEW**
- Le management organisé : maîtriser l'information pour optimiser la gestion des équipes plateau **NEW**
- Animer son équipe de conseillers client au téléphone : pilotage **NEW**
- Anticiper et accompagner une équipe vers le changement
- Accompagner son équipe à travers une réorganisation
- Le management hybride
- Perfectionnement manager de proximité **NEW**
- Maintenir sa communication en situation difficile **NEW**
- Le management bienveillant
- Le management bienveillant : la suite ! **NEW**
- Manager les dernières générations
- Duo accompagnant : L'accompagnement au poste de travail du manager **NEW**

## 3 | La Formation de formateur

- Concevoir une action de formation
- Animer efficacement une action de formation

## 4 | Les Formations réglementaires

- Capacité professionnelle des salariés commerciaux dans les sociétés d'assurances - niveau 1
- Capacité professionnelle des intermédiaires en opérations de banques et services de paiement –Niveau 1

## 5 | Les Canaux digitaux

- Délivrer un service client de qualité avec le mail
- Délivrer un service client de qualité avec le chat



## Pour aller plus loin



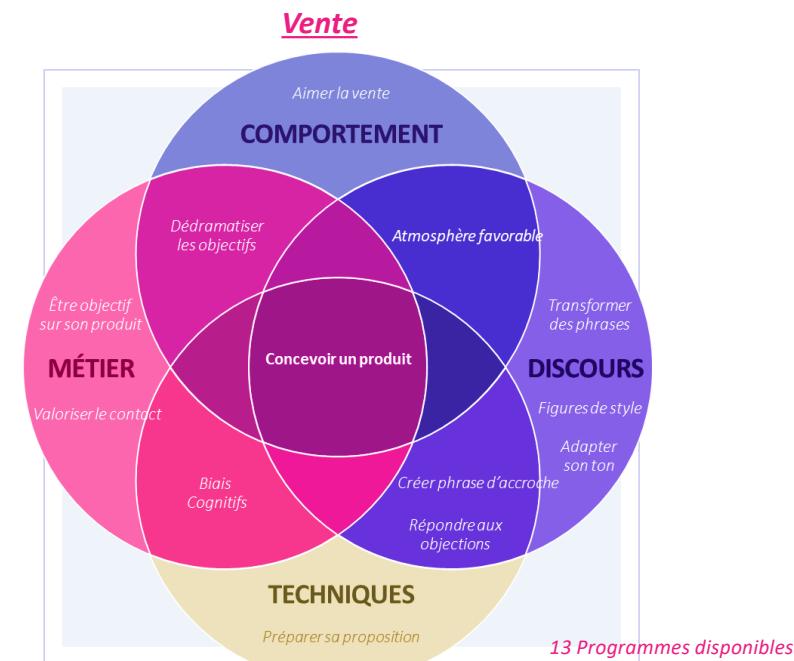
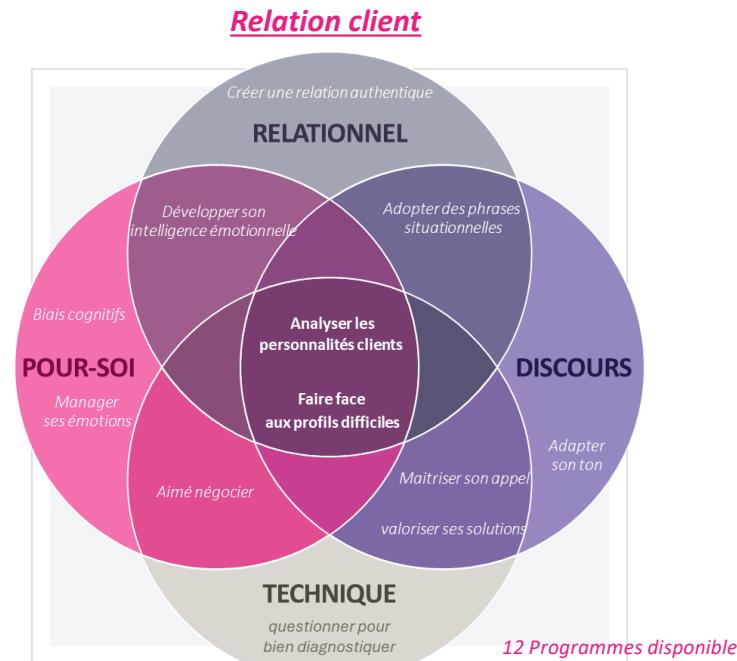
Nous sommes ravis de vous annoncer que, dans le cadre de nos programmes de formation, vous aurez désormais accès à une sélection de programme "**Pour aller plus loin**", conçus pour approfondir les thématiques abordées et renforcer vos compétences de manière ciblée.

Ces ateliers viennent compléter nos parcours de formation en vous offrant la possibilité de perfectionner vos connaissances sur des sujets spécifiques, pour aller au-delà des bases et explorer des aspects plus avancés et spécialisés.

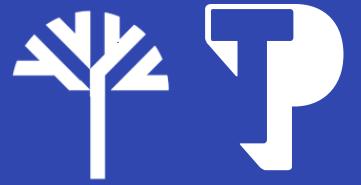
Grâce à des sessions courtes mais intenses, ces programmes vous permettent de développer vos connaissances de manière pratique et appliquée.

### Pourquoi choisir un programme **Atelier express** ?

- Approfondissement ciblé : Chaque atelier est centré sur un sujet spécifique, pour une approche vraiment pointue.
- Format flexible : Principalement en distanciel, mais entièrement adaptable en présentiel selon vos besoins.
- Perfectionnement rapide : Des sessions condensées qui permettent d'acquérir des compétences avancées en un temps réduit.
- Interaction et échanges : Des moments d'échange privilégiés avec des experts pour enrichir vos connaissances et pratiques.



Avec cette approche, nous souhaitons vous offrir la possibilité de personnaliser et d'enrichir votre formation en fonction de s besoins de vos employés et de votre entreprise.



La Relation Client

1





## OBJECTIFS

- Définir la relation client d'aujourd'hui
- Appliquer les éléments essentiels d'une communication réussie
- Identifier les attitudes à adopter et les outils de communication nécessaires pour y arriver
- Élargir la découverte du client pour trouver la solution adéquate
- Mettre en place les techniques pour convaincre les clients des solutions proposées
- Réagir face à une situation difficile



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** *Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation*

## ENTRAINEMENT

- Gamification
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques

## POINTS FORTS

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



## ITINÉRAIRE

### 1. La relation client « Human to Human »

- Une expérience client positive à chaque appel
- La nouvelle phase des comportements clients : les tendances client de 2016 à 2025
- Votre mission aujourd'hui : répondre aux attentes techniques, relationnelles, émotionnelles, en même temps
- Développer son intelligence émotionnelle pour répondre aux attentes émotionnelles

### 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. L'intelligence relationnelle; Gagner en authenticité

- Les postures face aux clients d'aujourd'hui, les attitudes situationnelles
- Les outils de communication : la voix, le discours, les techniques de communication (l'écoute active, la reformulation, le questionnement, le questionnement en entonnoir) construire des phrases relationnelles personnalisées

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

- Les soft kills et hard kills
- La structure de l'entretien : construire des phrases pour convaincre
- Utiliser les motivations clients pour qu'ils aient envie de rester
- Proposer des solutions avec des arguments pertinents
- Le rebond commercial: profiter du moment pour proposer les services que les clients ont besoin.

### 5. Les oppositions en cours d'entretien

- Faire face aux profils clients émotionnels
- Répondre aux oppositions : Structurer ses arguments et construire les arguments

*Pour aller plus loin : exemples d'ateliers*



- **Atelier:** Questionner pour bien diagnostiquer
- **Atelier:** Valoriser ses solutions





Durée : 2 jours

## OBJECTIFS

- Définir la relation client d'aujourd'hui
- Appliquer les éléments essentiels d'une communication réussie
- Identifier les attitudes à adopter et les outils de communication nécessaires pour y arriver
- Elargir la découverte du client pour trouver la solution adéquate
- Convaincre les clients que ma proposition est adaptée à leurs besoins
- Mettre en place les techniques de négociation avec authenticité



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAÎNEMENT

- Gamification
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques

## POINTS FORTS

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

## ITINÉRAIRE (1/2)

### 1. La relation client « Human to Human »

- Une expérience client positive à chaque appel
- La nouvelle phase des comportements clients : les tendances client de 2016 à 2025
- Votre mission aujourd'hui : répondre aux attentes techniques, relationnelles, émotionnelles, en **même temps**

### 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. Se connaître soi-même : Pourquoi faire de l'appel sortant?

- Les avantages à réaliser les appels sortants : qu'est-ce que vous y gagnez ?
- Aimer la vente : Conseiller et vendeur, les deux faces d'une même pièce.
- Avoir la bonne attitude : La motivation plus forte que les freins.
- Créer une atmosphère positive : Surfer sur l'échange pour éviter une proposition vague.

### 4. Les outils de communication de l'appel sortant

- Les softskills recherchés : patience/ empathie /ouverture / Curiosité et Positivité
- Les hardskills à développer : Persévérance/ directivité /Adaptabilité /anticipation et pédagogie
  - ➔ Identifier les attitudes de départ (Softskills) acquises et celles à développer (Hardskills)
- La voix : Débit, volume, intonation, articulation, sourire
- Le discours : Le pouvoir des mots et des formulations
  - ➔ Adopter un langage situationnel dès le départ
- La structure en appel sortant : Les étapes à respecter en appels sortants avec l'alibi d'appel.
- Les techniques de communication au téléphone:
- L'écoute en trois dimensions, « holistiques » (dans la globalité de l'individu) le questionnement, la force de la reformulation pour mieux se comprendre.

*Suite de l'itinéraire sur slide suivant*





Durée : 2 jours

## OBJECTIFS

- Définir la relation client d'aujourd'hui
- Appliquer les éléments essentiels d'une communication réussie
- Identifier les attitudes à adopter et les outils de communication nécessaires pour y arriver
- Elargir la découverte du client pour trouver la solution adéquate
- Convaincre les clients que ma proposition est adaptée à leurs besoins
- Mettre en place les techniques de négociation avec authenticité



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Gamification
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques

## POINTS FORTS

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

## ITINÉRAIRE (2/2)

### 5. Convaincre avec des arguments efficaces

- Être à l'aise avec les avantages et les bénéfices des offres à commenter/ développer
- Négocier l'offre additive avec la méthode CAB(A)
- Trouver les avantages en lien avec les bénéfices client ➔ Transformer un « discours » en « échange »
- Construire une relation client sur du long terme

### 6. Gérer les oppositions

- Positiver ses contraintes : comment rester constructif et proposer une alternative si besoin
- Les objections: Les barrages et les objections
- Comment accueillir un contre-argument et le reformuler à son avantage pour rebondir

Pour aller plus loin



- Atelier : Créer des phrases d'accroches
- Atelier : Préparer sa proposition





Durée : 1 jour



## OBJECTIFS

Faire tomber les mécanismes acquis au cours des expériences professionnelles

- Identifier les fonctionnements de vos clients
- Connaitre 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



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



**PRÉREQUIS :** Avoir de l'expérience au poste (préconisation 6 mois)



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Éprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## POINTS FORTS

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

## ITINÉRAIRE

### 1. La relation client poursuit sa mutation

- L'Expérience client : atelier : travailler des cas clients les plus courants fil de conducteur de notre journée: un cas difficile, deux cas récurrents
- le client est un collectionneur d'expériences
- Les nouveaux indicateurs des entreprises : comment est le client 2025 ?
- Votre mission aujourd'hui : à quel moment participez-vous à cette expérience client ?
- La qualité de service premium: Différencier les exigences client des réelles insatisfactions

### 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 en atelier ( faites votre choix : Atelier 1/2/3/4/5 )

- Les attitudes championnes et le pouvoir des mots :
  - Des softkills et hardkills: atelier directivité
  - La voix : atelier voix
  - Le pouvoir des mots et des formulations; le discours
  - Valoriser les solutions: ton + les mots
- 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 diagnostic, la force de la reformulation

### Pour aller plus loin



- Atelier: Créer une relation authentique**
- Atelier: Développer son intelligence émotionnelle**



## OBJECTIFS

- Clarifier les comportements clients d'aujourd'hui
- Mesurer ma capacité émotionnelle pour évaluer ma réponse professionnelle
- Développer ses compétences psycho-sociales : cognitives, émotionnelles, sociales
- Choisir et appliquer la méthode adaptée au comportement client



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



**PRÉREQUIS :** Avoir de l'expérience au poste (préconisation 12 mois)



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Éprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## 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



## ITINÉRAIRE

### 1. La relation client maîtrisée

- Le client et les canaux d'échanges: Identifier les canaux où le client se déplace virtuellement
- Relever les attentes clients envers ces divers canaux. Ou se situe le téléphone ?
- Les profils clients: les reconnaître pour y faire face
- Développer son intelligence émotionnelle
- Les freins à l'écoute nouvelle version! Ressenti/ Projections/ Transferts/ Déni/Echappatoire/ Rétention
- Quand l'authenticité définit le lien professionnel d'aujourd'hui

### 2. Manager ses émotions

- Les compétences psycho-sociales : cognitives, émotionnelles, sociales
- Retour sur les émotions positives et négatives: Relever les émotions qui nous font avancer de celles qui nous paralysent.
- Le comportement refuge: Relever le comportement refuge que j'adopte quand je suis déstabilisé par les émotions des autres avec un (test)
- Gérer ses émotions face aux exigences clients: Utiliser la méthode qui me permet de prendre du recul pour me préparer à répondre.
- Les comportement clients émotionnellement difficiles à gérer

### 3. Les outils de réponse face au client d'aujourd'hui

- Réadaptation des outils principaux de communication au téléphone (L'écoute, la voix, les mots)
- Phrases de communications personnalisées
- Les techniques pour travailler les compétences psycho-sociales

## Pour aller plus loin



- Atelier: Adopter des phrases situationnelles**
- Atelier: Adapter son ton**



Durée : 1 jour

## 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 :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## POINTS FORTS

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

## ITINÉRAIRE

### 1. Lever ses préjugés sur la proposition commerciale; Pourquoi faire de la vente ?

- Être engagé par conviction : Une motivation plus forte que les freins
- Aimer la vente : Conseiller et vendeur, les deux faces d'une même pièce.
- Avoir la bonne attitude : La vente comme une cerise sur le gâteau.
- Créer une atmosphère positive : Surfer sur l'échange pour éviter une proposition vague.

### 2. Connaitre son métier et son environnement : Que représente le rebond commercial ?

- Le rebond commercial : Le contexte plus que le texte
- Connaitre son produit pour mieux l'apprécier : Proposer un produit en complément d'une réponse.
- Connaitre ses objectifs pour mieux les réaliser : Pourquoi les maths sont nos amies.
- Connaitre l'environnement : Approfondir les mécanismes de communication utilisés lors des échanges.
- Connaitre son client : Quelles sont les tendances ? Quelles sont ses attentes ?

### 3. Maîtriser la technique : Quelles structures et méthodes pour maximiser ses ventes ?

- Mettre en avant la proposition commerciale avec la méthode CAB(A)
- Préparer sa proposition : Anticiper pour faire participer
- La phrase d'accroche : Condition nécessaire, mais pas suffisante
- L'argumentation : Mettre en valeur pour créer de la valeur
- L'objection : Y répondre, c'est bien. Bien y répondre, c'est mieux.

### 4. Maîtriser le discours dans le fond et la forme : Comment bien dire ce que l'on a bien écrit ?

- Adapter son expression verbale et choisir les bons mots
- Verrouiller sa proposition : Pour que le doute ne soit plus permis.
- La théâtralité du métier : Et si l'on était juste des acteurs à distance ?

### Pour aller plus loin



- **Atelier: Aimer la vente**
- **Atelier: Dédramatiser les objectifs**
- **Atelier: Atmosphère favorable**





# La démarche commerciale NEW



## 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
- Être 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



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## 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

## ITINÉRAIRE

### 1. Se connaître soi-même : Pourquoi faire de la vente ?

- Aimer la vente : Avoir envie d'avoir envie
- Avoir la bonne attitude : Prendre conscience de ses freins pour les surpasser
- Créer une atmosphère positive : Aimer et faire aimer l'échange avec le client

### 2. Connaitre son métier et son environnement : Que représente la vente ?

- Connaitre son produit pour mieux l'apprécier : Plus j'apprends à te connaître, plus je t'aime.
- Connaitre ses objectifs pour mieux les réaliser : Pourquoi les maths sont nos amies.
- Connaitre l'environnement : Les outils, les mécanismes de la communication
- Connaitre son client : Quelles sont les tendances ? Quelles sont ses attentes ?

### 3. Maîtriser la technique : Quelles structures et méthodes pour maximiser ses ventes ?

- Poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés
- Déterminer les attentes et les motivations
- Eloge du questionnement : Poser les bonnes questions pour avoir les bonnes réponses
- Le profil de son client : Détecter les bons leviers de motivations pour proposer un discours adapté
- L'argumentation : Mettre en valeur pour créer de la valeur
- L'objection : Y répondre, c'est bien. Bien y répondre, c'est mieux.
- Le closing : Conclure son échange et conclure la vente.

### 4. Maîtriser le discours dans le fond et la forme : Comment bien dire ce que l'on a bien écrit ?

- Anticiper et proposer des solutions alternatives
- Adapter son expression verbale et choisir les bons mots
- Pratiquer l'écoute active : Rebondir sur les détails pour éléver plus haut sa proposition
- Le bon moment de la proposition : Préparer pour être paré
- La théâtralité du métier : Et si l'on était juste des acteurs à distance ?

### Pour aller plus loin



- Atelier Transformer des phrases
- Atelier : Figure de styles
- Atelier : Adapter son ton



## OBJECTIFS

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



**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 :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## 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



Durée : 2 jours

## ITINÉRAIRE

### 1. Lever ses préjugés sur la proposition commerciale: Pourquoi faire de la vente ?

- Être engagé par conviction : Une motivation plus forte que les freins
- Aimer la vente : Conseiller et vendeur, les deux faces d'une même pièce.
- Avoir la bonne attitude : La vente comme une cerise sur le gâteau.
- Créer une atmosphère positive : Surfer sur l'échange pour éviter une proposition vague.

### 2. Se connaître soi-même : Pourquoi faire de la vente ?

- Aimer la vente : Le téléprospection comme école de la vente.
- Avoir la bonne attitude : La motivation plus forte que les freins.
- Créer une atmosphère positive : Le sourire comme pied dans la porte.

### 3. Se préparer

- Le contexte de la téléprospection : Les règles du métier
- Les outils de la téléprospection : Bien équipé, on va plus loin.
- Connaitre ses objectifs pour mieux les réaliser : Pourquoi les maths sont nos amies.
- Se préparer : Recueillir les informations dans un environnement propice
- Finaliser, relancer

Pour aller plus loin



- Atelier: *Créer phrase d'accroche*  
 Atelier: *Répondre aux objections*  
 Atelier: *Préparer sa proposition*

### 4. 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

### 5. 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

### 6. Finaliser la prospection

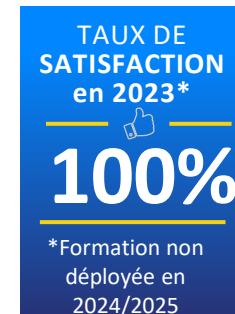
- Formaliser les informations obtenues sur le prospect
- Programmer les relances
- Réaliser les relances
- Suivre ses résultats





## 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 »



**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.



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## 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

## 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, 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

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

Pour aller plus loin



- Atelier : Faire face aux profils difficiles
- Atelier: Manager ses émotions





Durée : 1 jour



## OBJECTIFS

- Identifier les situations vécues comme difficiles en appels
- Relever les prémisses d'un conflit
- Analyser ses réponses émotionnelles pour se préparer à répondre
- Utiliser les techniques pour faire face aux situations difficiles/conflits



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



**PRÉREQUIS :** Avoir une expérience en relation client à distance



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAÎNEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## 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.

## ITINÉRAIRE

### 1. La genèse des situations difficiles

- Définition d'une situation difficile
- La relation avec le client : côté collaborateur/côté client
- satisfaction/Insatisfaction/ réclamation

### 2. Les positionnements en relation client

- Les freins à l'écoute : les mécanismes, les pièges: Les a priori, les interprétations, des mots et des formulations influencées par l'expérience au poste .
- L'analyse transactionnelle PAE, les comportements de base induits par l'expérience professionnelle

### 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

### 3. L'exploration des émotions activées

- Les émotions authentiques et infructueuses dans les relations : révéler les émotions qui nous gouvernent pour contrôler ses réactions
- Les comportements refuges face aux conflits

### 4. La gestion des situations difficiles

- La communication comme solution de départ : remodeler les phrases qui amènent une situation difficile
- Les outils de gestion : les 5 techniques possibles, l'ARE, le DESC,

### Pour aller plus loin



- Atelier: Adopter des phrases situationnelles
- Atelier: Adapter son ton
- Atelier : Passer par-dessus ses opinions



## OBJECTIFS

- Identifier les éléments déclencheurs du stress
- Repérer ses propres sources de stress et définir les ressources de chacun
- Analyser ses émotions au travail pour mieux gérer les échanges professionnels
- Utiliser l'outil proposé pour sortir d'une émotion infructueuse
- Utiliser les outils pour faire face aux situations stressantes



**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.



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAÎNEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner
- Eprouver les méthodes.
- Réajuster les discours, les attitudes et les techniques sur la base d'exercices pratiques et ludiques.

## POINTS FORTS

- Progression pédagogique claire.
- Outils pratiques et applicables immédiatement.
- Focus sur le bien-être et la performance professionnelle.

TAUX DE SATISFACTION en 2022\*

95%

\*Formation non déployée en 2023/2024/2025



Durée : 2 jours

## ITINÉRAIRE

### 1. Reconnaître le stress dans son quotidien professionnel

- Différencier anxiété, angoisse, tension et stress
- Définir le stress
- Les symptômes et les effets
- Les profils psychologiques
- Les facteurs de 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. Gérer ses émotions

- Reconnaitre ses émotions : corrélation entre stress et émotions, les émotions positives/négatives,
- Les comportements refuges face aux conflits
- L'autosuggestion d'Emile Coué pour visualiser les changements à adopter
- Les trois stratégies de gestion des émotions pour faire redescendre les émotions et être apte à répondre

### 4. Réduire les sources de stress

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

### Pour aller plus loin



- Atelier : Adopter des phrases situationnelles
- Atelier : Adapter son ton



**L'accompagnement individuel** en situation de travail est à positionner, dans un **second temps**, après la formation théorique.

Les accompagnements sont proposés au poste de travail (en présentiel ou à distance) afin de s'assurer et de mesurer l'efficacité de la formation.

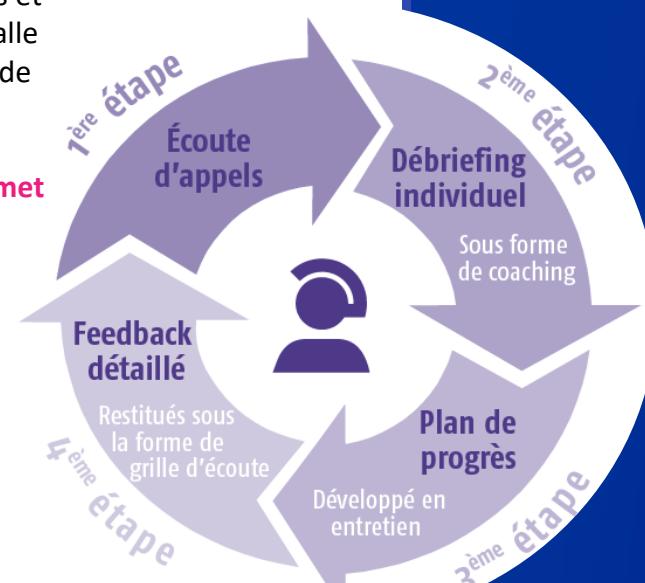
Le suivi des actions de formation est un moment clé du processus pédagogique. Il permet d'ancre les connaissances et d'éprouver les méthodes abordées durant la formation en salle par une approche pratico-pratique, dans le contexte propre de votre entreprise.

Cette méthode **utilise les situations réelles de travail et met à profit le vécu au poste.**

Ce type d'accompagnement intègre potentiellement les managers dans un format en trois temps : **observation/mise en pratique/plan de marche**

De ces accompagnements, découle une grille d'analyse remise à chacun des stagiaires.

Cette grille fait état **des points forts et fixe les axes d'amélioration.**



## ITINÉRAIRE

### 1. Préparation et écoute d'appels

- Sélection ciblée des appels : Choisir des appels représentatifs (points forts + axes d'amélioration).
- Déroulé de l'organisation des entretiens.
- Écoute active des appels avec le collaborateur.
- Prise de notes structurée : Forces, points à améliorer, exemples concrets.

### 2. Débriefing & Coaching collaboratif

- Co-construction de l'analyse : Impliquer le collaborateur pour favoriser l'adhésion.
- Identifier les points forts.
- Définir les axes de progrès.
- Élaborer un plan d'action.

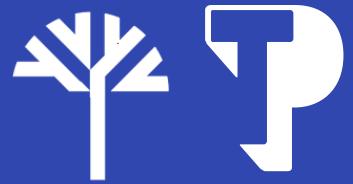
### 3. Plan de progrès

- Synthèse des forces du collaborateur.
- Définition des axes de progrès prioritaires.
- Mise en place de plans d'action réalisables à court terme

### 4. Feedback détaillé

- Formalisation dans une grille d'écoute pour assurer la traçabilité.
- Feedback constructif : Positif + correctif, orienté solutions.

Durée : 3h30 jour



Le Management  
de proximité

2





Nous sommes ravis de vous annoncer que, dans le cadre de nos programmes de formation, vous aurez désormais accès à une sélection de programme "Pour aller plus loin", conçus pour approfondir les thématiques abordées et renforcer vos compétences de manière ciblée.

Ces ateliers viennent compléter nos parcours de formation en vous offrant la possibilité de perfectionner vos connaissances sur des sujets spécifiques, pour aller au-delà des bases et explorer des aspects plus avancés et spécialisés.

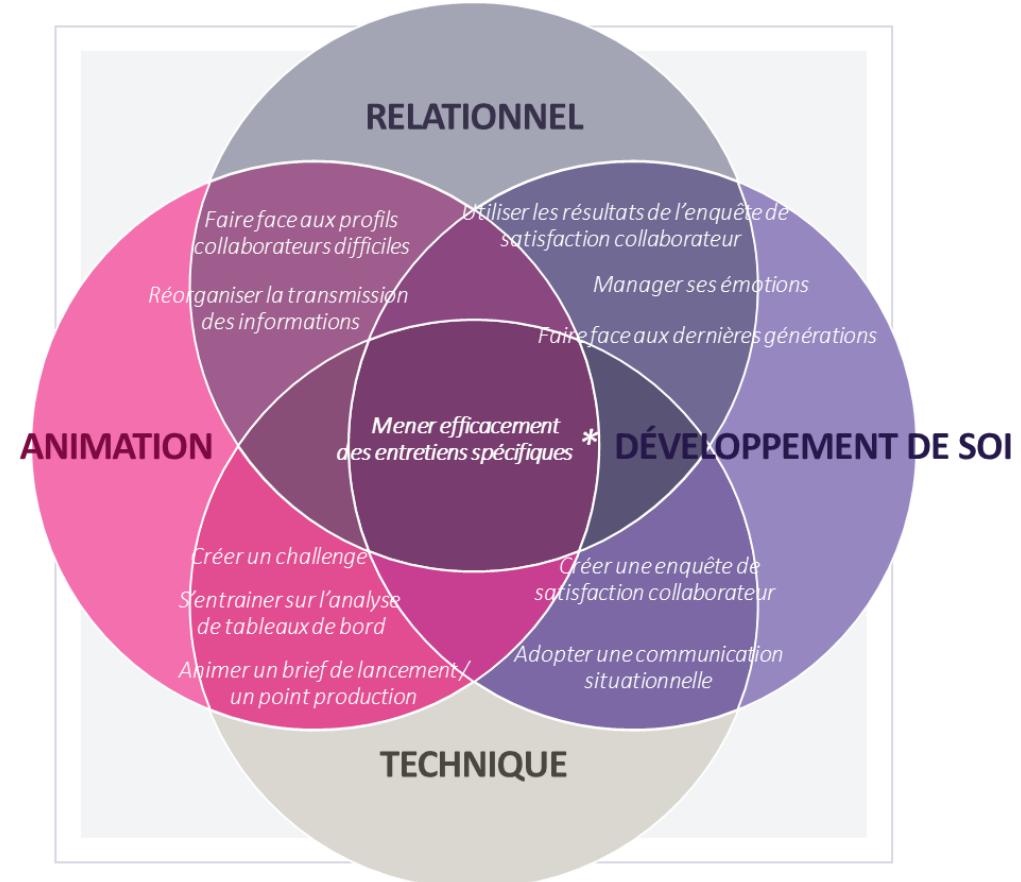
Grâce à des sessions courtes mais intenses, ces programmes vous permettent de développer vos connaissances de manière pratique et appliquée.

## Pourquoi choisir un programme *Atelier express* ?



- Approfondissement ciblé : Chaque atelier est centré sur un sujet spécifique, pour une approche vraiment pointue.
- Format flexible : Principalement en distanciel, mais entièrement adaptable en présentiel selon vos besoins.
- Perfectionnement rapide : Des sessions condensées qui permettent d'acquérir des compétences avancées en un temps réduit.
- Interaction et échanges : Des moments d'échange privilégiés avec des experts pour enrichir vos connaissances et pratiques.

**14 Programmes Pour aller plus loin disponibles**



\*

- Mener efficacement un débriefing d'écoute
- Mener efficacement un entretien de découverte
- Mener efficacement un entretien de recadrage
- Mener efficacement un entretien de motivation



Durée : 2 jours



## OBJECTIFS

- Identifier les conditions d'efficacité du management d'équipe
- Mettre en oeuvre 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

TAUX DE SATISFACTION en 2024\*

96%

\*Formation non déployée en 2025



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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

- 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.

## 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

### Pour aller plus loin



- Atelier : Adopter une communication situationnelle
- Atelier: Faire face aux dernières générations



Durée : 2 jours



## OBJECTIFS

- Identifier tous les critères d'évaluation des compétences et connaissances de la relation client à distance
- Choisir les techniques adéquates pour optimiser ses accompagnements
- Repérer les axes les forces et les faiblesses d'une communication à distance
- Adapter et appliquer les différents feedbacks selon les situations et le contexte
- Identifier les KPI et les indicateurs secondaires pour proposer des actions correctives en lien ces KPI



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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

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

## ITINÉRAIRE

### 1. Evaluer les compétences

- Identifier tous les items d'évaluation du métier de conseiller à distance : attitudes, discours, techniques de communication à distance
- Connaitre 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 audiotthèque 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

*Pour aller plus loin*



*Atelier: Mener efficacement des entretiens spécifiques ( découverte, débriefing, motivation etc.)*



⌚ Durée : 2 jours



## OBJECTIFS

- Associer les missions et responsabilités au poste de Responsable d'équipe
- Nommer les critères de connaissances et compétences des collaborateurs
- Adapter sa communication à l'individu et au groupe
- Transmettre toute information ascendante et descendante
- S'assurer de la bonne transmission des informations



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAÎNEMENT

- 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.

## POINTS FORTS

- Une organisation de sa communication établit dès le départ
- Une gestion de l'information cadrée
- La création du sens à transmettre à l'équipe

## ITINÉRAIRE

### 1. Rôles et missions du manager de proximité

- Le champ d'action du manager de proximité
- Identifier précisément son rôle: Un poste à 360°
- Les différents savoirs du conseiller client
- La relation client au téléphone : les tendances client d'aujourd'hui, les nouvelles attentes qui en découlent, la qualité de service en lien avec l'enchantement client et les outils de communication.

### 2. Optimiser sa communication

- Connaître son style de management
- Le principe de l'échange et les pièges de la communication en face à face.
- La PAE: Parent/Adulte/Enfant/ les différents Etats (comportements) utilisés qui conditionnent ceux des autres
- La communication asynchrone
- Les codes de la communication par mail en management
- Les codes de la communication par chat

### 3. Gérer les informations en présentiel ou hybride si besoin

- La gestion de l'information
- Les informations : pourquoi informer, comment organiser sa communication selon les personnes et les informations à transmettre.
- Organiser les informations selon les canaux
- Communiquer les informations : briefing, entretien organisationnel

*Pour aller plus loin*



Atelier: Créer une enquête de satisfaction collaborateur

Atelier : Utiliser les résultats de l'enquête de satisfaction collaborateur



Durée : 1 jour



## OBJECTIFS

- Choisir et appliquer les méthodes pour motiver l'individu et l'équipe
- Effectuer une analyse statistique pertinente
- Maîtriser le pilotage des indicateurs
- Faire naître et entretenir la « Dynamique terrain » en animant autour des résultats



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



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



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Déchiffrer un tableau de bord, et prioriser ses actions de management.
- 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.

## 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

## ITINÉRAIRE

### 1. Motiver son équipe

- Les leviers de motivations en entreprise
- Technique pour détecter les leviers de chacun
- Motiver l'individu:
  - Les leviers de motivation
  - Donner des « Stroke » (des signes de reconnaissances)
  - Entretien de motivation individuelle
  - Mettre en place des entretiens relationnels
- Motiver le groupe: Créer une cohésion d'équipe
- Entretien de motivation collectif

### 2. Acquérir une culture de performance commerciale

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

### 3. Maîtriser le pilotage des indicateurs

- Analyser les résultats de son équipe
- Lire son tableau de bord, une Scorecard, une carte de chaleur, des reportings; et en tirer les bonnes conclusions pour des actions ciblées et pertinentes.
- Identifier les KPI de votre activité et les indicateurs secondaires
- Fixer des objectifs SMART :
- Les TCD : Adapter notre management en focussant sur les typologies les plus récurrentes
- La recherche de cause première, Analyse Iceberg, méthode des « 5 pourquoi », management par quartiles.
- Repérer les points forts et les axes de progression de son équipe
- Accompagner la progression collective et individuelle
- Offrir un feedback collectif constructif

### 4. Animer les résultats

- Communiquer les résultats
- Réviser les objectifs
- Utiliser les techniques d'animation efficaces et valorisantes
- Fédérer l'équipe, bonifier l'émulation collective, motiver
- Animation à distance: Animer une équipe en télétravail ou hybride.

*Pour aller plus loin*



- Atelier: S'entraîner sur l'analyse de tableaux de bord  
Atelier : Créer un challenge



Durée : 2 jours



## 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 prémisses d'une situation délicate et utiliser les techniques pour faire face aux questions délicates



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAÎNEMENT

- 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.

## 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

## 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

### 7. Se préparer aux situations délicates survenues dans le changement

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

### Pour aller plus loin



Atelier: Faire face aux profils collaborateurs difficiles

Atelier : Manager ses émotions



⌚ Durée : 1 jour



## OBJECTIFS

- Diagnostiquer l'état de fonctionnement de l'activité
- Communiquer la nouvelle organisation à l'équipe
- Gérer ses émotions en situation de crise
- Appliquer les techniques du management situationnel



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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.

## POINTS FORTS

- Combine organisation stratégique, gestion émotionnelle et adaptation managériale.
- Prépare à anticiper et gérer les crises tout en maintenant la performance et la cohésion.
- Met l'accent sur l'humain et la communication claire, deux piliers essentiels en période de changement.

## ITINÉRAIRE

### 1. L'organisation de mon activité :

- Evaluer les pertes de compétences face au changement
- Redispatcher les missions sans surcharger les autres
- Anticiper le dispatch des compétences pour assurer la pérennité du service.
- Adapter les KPI (réorienter les objectifs demandés pendant un temps donné)
- Plus de temps relationnel pour pallier la crise et rester performant.
- Réorganiser le transfert des communications (fréquence, canal etc)
- Mettre en place des entretiens de réorganisation individuel /Collectif

### 2. Manager ses émotions : Être prêt à faire face aux changements émotionnels constants

- Relever les émotions qui nous font avancer de celles qui nous paralysent.
- Relever le comportement refuge que j'adopte quand je suis déstabilisé par les émotions des autres
- Gérer ses émotions face aux exigences collaborateurs
- Utiliser la méthode qui me permet de prendre du recul pour me préparer à répondre.
- Gérer les comportements collaborateurs émotionnellement difficiles à gérer

### 3. Synchronisation managériale : adapter son management à la situation

- Le style de management adapté à une situation de crise
- La communication claire : travailler sur les messages de communication pour qu'ils soient les plus factuels et clairs possible
- Les outils et les techniques : Doubler les entretiens relationnels à mettre en place

*Pour aller plus loin*



Atelier: Adopter une communication situationnelle

Atelier : Mener efficacement des entretiens spécifiques



## OBJECTIFS

- Evaluer la transmission de ses messages
- Construire l'organisation de communication idéale à distance/présentiel.
- Maintenir une communication constante et sereine
- Conjuguer la motivation en présentiel et à distance



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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.

## POINTS FORTS

- Allie analyse stratégique et mise en pratique.
- Traite à la fois les aspects techniques (canaux, organisation) et humains (émotions, motivation).
- Prépare aux nouveaux modes de communication tout en renforçant la polyvalence des managers.

Durée : 1 jour



## ITINÉRAIRE

### 1. Le changement de mode de communication

- Le changement
- Etats des lieux : actions gagnantes/perdantes, roadmap.
- 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

*Pour aller plus loin*



Atelier: Créer une enquête de satisfaction collaborateur

Atelier : Utiliser les résultats de l'enquête de satisfaction collaborateur

Durée : 1 jour



## OBJECTIFS

- Repérer les missions acquises et les missions non développées
- Diagnostiquer si le management que j'utilise est adapté
- Evaluer ma posture de communication
- Mettre en place les styles de management nouveaux
- Utiliser les techniques de coaching comme force dans ses entretiens
- Perfectionner sa bienveillance en management



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



**PRÉREQUIS :** Avoir déjà de l'expérience en tant que manager ou avoir fait un parcours de formation en manager junior



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Calibrage et débriefing revisité
- Evaluer une écoute d'appels argumentés
- Restituer son analyse avec bienveillance en utilisant la méthode GROW

## POINTS FORTS

- Une approche centrée sur l'humain (communication, relationnel, personnalités).
- Mise à jour des compétences managériales pour s'adapter aux évolutions (coaching, nouvelles générations).
- Des outils pratiques pour renforcer leadership, cohésion et efficacité.

## ITINÉRAIRE

### 1. Arrêt sur ses pratiques managériales

- Analyse du management mis en place
- Satisfaction collaborateurs:
  - ❖ Optimiser l'asymétrie des attentions

### 2. Réactualiser sa communication managériale

- Réviser ses postures en communication managériale
- Relever ses freins avec l'expérience au poste

### 3. Se repositionner en tant que manager

- Leadership, management, coaching?  
Quelles sont les missions de chacune de ces postures managériales et leurs objectifs?
- Les styles de management : Connaitre son style dominant de management  
autodiagnostic des styles de management.

### 4. Le coaching : ses composantes et sa mise en œuvre

- Définition du rôle de manager et du rôle de coach
- Qu'est-ce que le Coaching?
- Être manager et coach, comprendre les différences pour choisir la posture adéquate
- Les techniques : connaitre les techniques de coaching qui permettent de créer l'adhésion de son équipe et gagner du temps.

Pour aller plus loin



Atelier: Créer une enquête de satisfaction collaborateur

Atelier : Utiliser les résultats de l'enquête de satisfaction collaborateur





## OBJECTIFS

- Analyser ses émotions au travail et gérer les échanges professionnels
- Utiliser les outils de gestion des émotions pour prendre du recul et adopter une communication managériale
- Utiliser les outils pour faire face aux situations difficiles en management



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



**PRÉREQUIS :** Avoir déjà de l'expérience en tant que manager ou avoir fait un parcours de formation en manager junior



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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.

## POINTS FORTS

- Dimension cognitive , comportementale , émotionnelle et relationnelle .
- .Approche progressive : du diagnostic à la solution.
- Centré sur l'humain : émotions, authenticité, communication positive.

⌚ Durée : 1 jour

## ITINÉRAIRE

### 1. La naissance d'une situation difficile

- Définition
- Les situations vécues comme difficiles
- Pourquoi c'est difficile de communiquer

### 2. Communiquer, une solution de départ

- P.A.E : Comprendre
- P.A.E: S'exercer
- P.A.E: Anticiper

### 3. Les outils de gestion des émotions

- Les émotions qui en découlent
- Les comportements refuges
- La méthode Emile Coué
- Le découpage d'Aron Beck

*Comment sortir une émotion qui vous envahit pour retrouver une communication objective et authentique.*

### 4. Les outils pour gérer les profils complexes/Situations difficiles

- Imposer sans imposer
- Les astuces
- Le D.E.S.C. : méthode qui permet de passer d'un réflexe défensif et/ou offensif à une réelle gestion du mécontentement

## Pour aller plus loin



Atelier: Adopter une communication situationnelle  
Atelier : Mener efficacement des entretiens spécifiques





# Le management bienveillant



## 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

Durée : 1 jour



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



**PRÉREQUIS :** Connaitre les fondamentaux du management



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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.

## POINTS FORTS

- Une approche holistique et personnalisée du management.
- Des outils concrets pour l'auto-évaluation et la prise de recul.
- Une dynamique créative et participative pour renforcer la motivation et l'engagement.

## ITINÉRAIRE

### 1. L'Expérience collaborateur

- Relever l'impact du bien être des collaborateurs sur les clients: Le concept de « Symétrie des attentions »
- Une approche du collaborateur systémique/holistique : connaître le collaborateur dans son ensemble.
- Identifier les types de personnalités que je manage : Connaissez-vous la personnalité de chacun de vos collaborateurs ?

### 2. Le début du changement: « Pouce! Stop! Pause »

- Suspendre ses biais cognitifs construit avec l'expérience au poste
- La posture adoptée : Quelle posture refuge j'adopte?
- Test d'identité : quel manager je suis?
- Être conscient de ce que pense mon équipe de mes méthodes : Enquête de satisfaction sur le management

### 3. La motivation pour tous

- La motivation versus implication versus satisfaction
- Les leviers individuels des personnes de mon équipe pour motiver en collectif
- Le changement sera managérial
- Atelier : « Construire ses propres boosters » : La programmation positive
- Atelier : « Inventer des moments différents »

### Pour aller plus loin



Atelier: Manager ses émotions

Atelier : Mener efficacement des entretiens spécifiques



Durée : 1 jour

## OBJECTIFS

- Réviser son mode de fonctionnement en communication
- Gérer ses émotions
- Proposer des entretiens nouveaux
- Gérer les situations difficiles



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



**PRÉREQUIS :** Connaitre les fondamentaux du management



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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.

## POINTS FORTS

- Une double approche humaine et organisationnelle (communication + émotions).
- Des outils concrets pour la bienveillance et la gestion des tensions.
- Une préparation à la résilience managériale

## ITINÉRAIRE

### 1. Réactualiser sa communication managériale

- Les freins en communication
- Les positionnements pièges
- Réorganiser le transfert des communications (fréquence, canal etc)

### 2. Manager ses émotions

- Relever les émotions qui nous font avancer de celles qui nous paralysent.
- Relever le comportement refuge que j'adopte quand je suis déstabilisé par les émotions des autres
- Gérer ses émotions face aux exigences collaborateurs
- Utiliser la méthode qui me permet de prendre du recul pour me préparer à répondre.
- Gérer les comportements collaborateurs émotionnellement difficiles à gérer

### 3. Les outils managériaux pour perfectionner sa bienveillance

- Mettre en place des entretiens de réorganisation individuel /Collectif
- Les techniques de coaching /La débriefing bienveillant / L'entretien relationnel de personnalité
- Mettre en place des entretiens de personnalité: Entretiens relationnels
- Recadrer les hors-jeux ( la bienveillance = porte ouverte= la parole est libérée= dépassemens des attentes.
- Adapter les KPI (réorienter les objectifs demandés pendant un temps donné)

### 4. Maintenir sa communication en situation difficile

- La prévention des tensions et des conflits :Repérer les signes de tensions et intervenir de manière préventive.
- Les situations difficiles en management
- Les réactions face aux situations difficiles
- Les outils pour gérer les profils complexes/Situations difficiles

*Pour aller plus loin*



Atelier: Adopter une communication situationnelle

Atelier : Mener efficacement des entretiens spécifiques





Durée : 1 jour



## OBJECTIFS

- Identifier les nouveaux codes des dernières générations
- Remettre en question son jugement
- Relever les mauvaises expériences
- Définir les attentes de cette dernière génération
- Repérer ce qu'il faut changer et garder
- Choisir la posture managériale
- Développer des pratiques managériales inclusives et innovantes.



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



**PRÉREQUIS :** Connaitre les fondamentaux du management



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## 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.

## POINTS FORTS

- Formation vivante qui varie les supports pédagogiques (vidéos, podcast, ateliers, mise en pratique)
- Progression logique : Compréhension → Fonctionnement → Adaptation
- Thèmes actuels : intégration du fun au travail, management situationnel, attentes situationnelles
- Développement personnel du manager : travailler sur ses propres postures.

## ITINÉRAIRE

### 1. Les nouvelles générations : qui sont-ils ?

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

### 2. Les fonctionnements des milléniaux

- Les outils utilisés par les 3 générations
- Les comportements adoptés par ces dernières générations
- Comment répondre à leurs attentes ?

### 3. Être prêt à leur faire face : Mise en pratique du management situationnel

- Les nouveaux styles de management
- Les actions pour adopter le nouveau management
- Solutions pour répondre à vos expériences dernière Génération
- Comment développer les postures contraires de ce que je suis?

## Pour aller plus loin



Atelier: Manager ses émotions

Atelier : Mener efficacement des entretiens spécifiques

## ITINÉRAIRE

### Accompagnement type des managers avec 2 collaborateurs

#### 1. Préparation avant les debriefs individuels

- Planifier avec le formateur Velsia Academy le déroulé de la journée.
- Échanger sur les deux collaborateurs sélectionnés.
- Valider les objectifs et l'organisation des entretiens.

#### 2. Débriefing des collaborateurs

- Les débriefings sont conduits par le manager, sous l'observation du formateur Velsia Academy.
- Objectif : analyser les points clés et favoriser la progression.

#### 3. Point post débriefing

À l'issue de chaque entretien, un échange de 30 minutes est réalisé pour :

- Identifier les points forts.
- Définir les axes de progrès.
- Élaborer un plan d'action pour améliorer la posture managériale.

#### 4. Retour d'accompagnement en fin de session

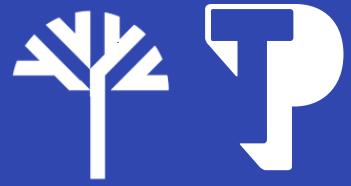
- Synthèse des forces du manager.
- Définition des axes de progrès prioritaires.
- Mise en place de plans d'action réalisable à court terme.

Durée : 3h30



TAUX DE SATISFACTION en 2024  
91%





La Formation de  
formateur

3



3

# Concevoir une action de formation



## 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

Durée : 2 jours



**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 :** Connaitre les fondamentaux du métier de formateur



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

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

## 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

## ITINÉRAIRE

### 1. 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

### 2. 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

### 3. 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

### 4. Elaborer des supports pédagogiques adaptés

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

### 5. Évaluer 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





## 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

Durée : 2 jours



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

- Des ateliers pour s'entraîner, pour éprouver les méthodes.
- Des entretiens en situation, une analyse et un diagnostic des animations
- 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

## 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

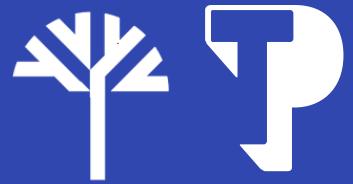
### 5. La gestion du temps

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

### 6. Outils et autres techniques

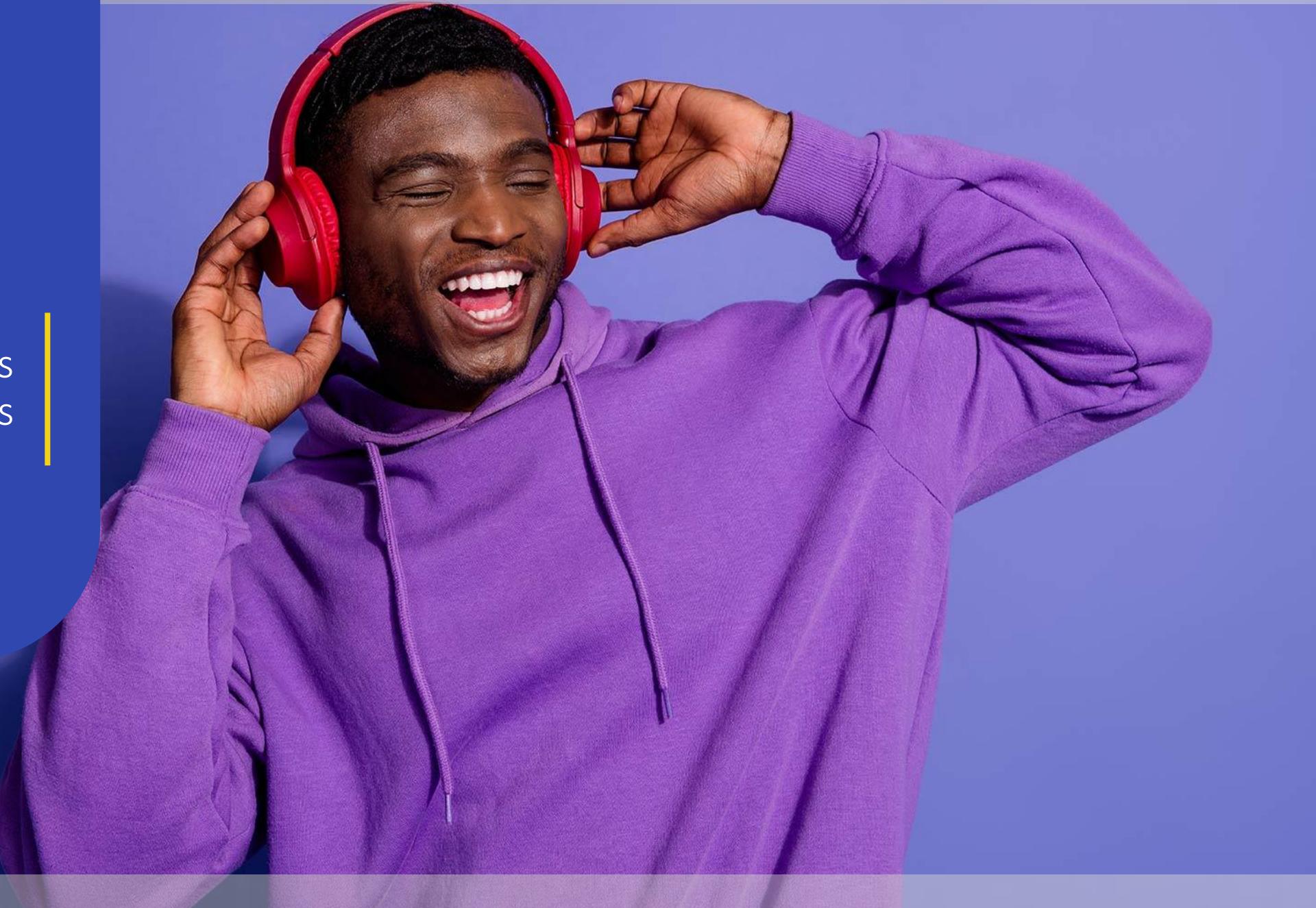
- Optimiser les supports visuels
- Configurer l'espace pour améliorer l'apprentissage et la concentration
- Mettre en pratique les apports théoriques





Les Formations  
Réglementaires

44





## 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



**DEBOUCHE :** 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 :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation intermédiaire et finale des compétences acquises par le biais d'un questionnaire.



## OBTENTION DE LA CAPACITÉ

Score Evaluation >=70%

## 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

Mode déploiement : Mixte / blended-learning

## 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

### 5. Les assurances 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



## 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



**DEBOUCHE :** 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 :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation intermédiaire et finale des compétences acquises par le biais d'un questionnaire.



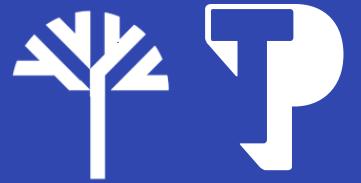
### OBTENTION DE LA CAPACITÉ

Score Evaluation >=50%

## 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

**Mode déploiement :** Mixte / blended-learning



Les canaux  
digitaux





## OBJECTIFS

- Comprendre les spécificités de l'e-mail en relation client.
- 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



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

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

## POINTS FORTS

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

⌚ Durée : 1 jour

## ITINÉRAIRE

### 1. Comprendre les enjeux de l'e-mail

- Comprendre le consommateur, ses attentes, ses comportements
- Connaitre 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.
- Connaitre 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

## OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du tchat dans la relation client digitale.
- Appliquer les fondamentaux de la rédaction en mode chat.
- Gérer efficacement les objections et réclamations via ce canal.
- Adopter une posture professionnelle et assertive en ligne.



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



**PRÉREQUIS :** Aucun



**EVALUATION :** Évaluation des compétences acquises par le biais d'un questionnaire inclus des mises en situation

## ENTRAINEMENT

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

## POINTS FORTS

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

## ITINÉRAIRE

### 1. Les nouvelles données de la relation client

- Comprendre les attentes et comportements des consommateurs en ligne: Évolution des comportements clients
- Identifier les règles clés de la relation client digitale
- Adopter la posture professionnelle adaptée au chat: Typologie des chats et traitement approprié

### 2. Communication écrite spécifique au chat

- Rédiger des messages clairs, concis et adaptés à la marque: Ton et styles (formel / semi-formel / conversationnel)
- Utiliser les emojis de manière pertinente
- Structurer une conversation pour fluidifier l'échange: Techniques de reformulation et messages positifs

### 3. Maîtrise des outils de chat (Indispensable pour être rapide et fiable)

- Naviguer efficacement dans l'interface des outils: Présentation des interfaces (screens)
- Personnaliser les macros sans perdre l'humain: Utilisation des réponses préenregistrées
- Gérer plusieurs conversations simultanément: Identifier les moments de bascule vers un autre canal

### 4. Gestion des situations complexes

- Gérer les clients mécontents ou agressifs: Techniques pour désamorcer les tensions
- Annoncer une mauvaise nouvelle avec diplomatie
- Identifier les limites de la communication écrite: Ce qui peut / ne peut pas être écrit





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