

- Objectif Général de la formation et but à atteindre
- Avec l'évolution à la fois des comportements des clients et la montée en puissance du Digital dans le quotidien et dans l'entreprise, il est indispensable que l'entrepreneur peu coutumier de ces sujets progresse dans la communication.
- A l'issue de la formation, le stagiaire devra être à même de revoir sa démarche de communication globale, à la fois sur la dimension commerciale pure dans la remise de devis par exemple, ainsi que dans sa communication plus traditionnelle (Publicité)
- Éléments de Programme/Contenu
 - Les bases de la communication
 - Évolution de la communication traditionnelle
 - Connaitre tous les supports gratuits et payants au service de mon activité
 - Les **visuels** : Véhicules /Bâtiments-Bureaux / Vêtements
 - Les **médias** : Presse quotidienne régionale / Gratuits Locaux / Revues communales
 - **L'intermédiation** : les sites de mise en relation
 - Les nouveaux outils digitaux de communication
 - Développer mon image sur les supports digitaux
 - Site ou page internet, réseaux sociaux professionnels et personnels
 - Le Smartphone : outil indispensable pour mon métier = les applis à avoir
 - Les partenaires et organismes qui impactent mon image et ma communication
 - Les organismes publics
 - Rencontrer les décideurs locaux pour se présenter (Mairie...)
 - Être connu des organismes de la profession concernée

▪ Méthodes Pédagogiques

- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'actions ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

▪ Modalités

- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «Optimiser ma communication dans ma TPME ou PME» sera de une journée
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

- Objectif Général de la formation et but à atteindre

- A l'issue de la formation les participants devront s'approprier des outils digitaux utiles à leur quotidien en entreprise
- L'objectif est de gagner en productivité et en efficacité
- Les participants, en fonction de leur métier, auront une vision plus complète des différents services digitaux

- Éléments de Programme/Contenu
 - Les différents outils digitaux
 - Les Applis qui améliorent la productivité
 - Les réseaux sociaux professionnels
 - L'agenda électronique
 - La potentialité à utiliser un cloud
 - *Atelier : Améliorer ma productivité avec un agenda digital*

 - Le digital au service de mon activité :
 - La prise de renseignements sur les divers supports
 - Savoir trouver rapidement les informations utiles
 - Organiser mon poste de travail (Classement Mails/Dossiers/Fichiers communs)
 - Les divers formats de fichiers
 - *Atelier : Préparer un fichier PDF d'une page sur un thème choisi*

▪ Méthodes Pédagogiques

- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'actions ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

▪ Modalités

- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «S'approprier les bases du digital pour améliorer son efficacité» sera d'une journée
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

- Objectif Général de la formation et but à atteindre
- A l'issue de la formation les participants devront se sentir à l'aise pour intervenir devant tout type de public, ainsi que maîtriser les outils et les attitudes à adopter pour être efficace dans leurs interventions.
- Faire monter en compétence sur les domaines de la prise de parole, l'utilisation des outils,
- Développer l'adoption des bonnes pratiques lors des diverses rencontres et points organisés dans l'entreprise
- Les stagiaires devront à l'issue de la formation pouvoir :
 - Animer des réunions dynamiques
 - Savoir utiliser des outils digitaux pour cette animation
- Éléments de Programme/Contenu
- 1^{ère} journée :
 - État des lieux de l'existant
 - Les réunions à quoi ça sert ?
 - Les différents types de réunions (en présentiel / à distance)
 - Les objectifs des réunions
 - Atelier : Échanges d'expériences avec des supports concrets amenés par les participants à la formation
 - Cultiver les bons réflexes :
 - L'encouragement à la participation de tous
 - Les attitudes corporelles
 - Les phrases et mots clés à utiliser et ceux à proscrire
 - Atelier : Reprendre de A à Z une réunion passée en intégrant les nouvelles techniques
- 2^{ème} journée :
 - Zoom sur les réunions présentielles
 - L'importance de l'environnement , le lieu

- Les outils à disposition
- Le matériel indispensable
- *Atelier : Réunion Hebdomadaire*
- La réunion à distance
 - La réunion téléphonique
 - La Web Conférence ou Webinar
- *Atelier : Animer la présentation d'une opération via une Web Conférence*

- **Méthodes Pédagogiques**
- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'actions ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

- **Modalités**
- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- **Durée** : La durée totale de la formation «Animer une réunion, améliorer sa prise de parole en public» sera de deux journées
- **Lieu** : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- **Outils** : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- **Méthode** : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

▪ Objectif Général de la formation et but à atteindre

- Durant ces deux jours, seront abordés à la fois la partie recrutement essentielle à la réussite d'un parcours professionnel, ainsi que l'accompagnement du salarié surtout dans sa première année d'intégration.
- L'objectif est donc de mieux appréhender les parcours d'intégration et de fidélisation des équipes ainsi que de planifier plus justement les moments consacrés à cette mission.

▪ Éléments de Programme/Contenu

▪ 1^{ère} journée :

- Évolution des comportements au travail au 21^{ème} siècle
 - Historique du lien au travail depuis le 20^{ème} siècle
 - Les nouvelles générations
 - Les nouveaux modèles
 - La digitalisation au cœur de la relation
- Partage des expériences de chacun :
 - Les parcours réussis
 - Les raisons du succès
 - Les échecs
 - Pistes d'explications
- Synthèse sur les règles de management
 - Les salariés clients de votre service RH !
 - Équilibre vie privée / vie pro
 - Développer le management participatif
 - Théorie du ballon
 - Lean Coffee
 - Donner des avantages
 - Intéressement
 - Conditions de travail (EPI et vêtements de travail / Double écran et casques audios / Véhicules adaptés...)

- 2ème journée :
 - Atelier échanges avec Jean-François Martin Expert Eyes :
 - Le recrutement, un échange essentiel
 - Le partage des valeurs
 - L'équipe, le groupe
 - Le respect des règles
 - Qui peut aider à la réussite ? La pierre angulaire du succès.
 - Les échanges
- **Méthodes Pédagogiques**
- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de réaliser des mises en situation.
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'action ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.
- **Modalités**
- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «Manager et fidéliser des équipes nouvellement intégrées» sera de deux journées
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point et Klaxoon de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

▪ Objectif Général de la formation et but à atteindre

- A l'issue de la formation les participants devront se sentir à l'aise pour manager leurs équipes et posséder certaines techniques de management.
- Durant ces deux jours, les participants sont amenés à se questionner sur leurs façons de faire habituelles, le manager participant doit après la formation décider de faire évoluer certaines de ses méthodes.
- Sont concernés les managers qui souhaitent dynamiser leur management et s'ouvrir à de nouvelles façons d'animer leurs équipes.
- Quelques points clés individuels doivent être décidés dans le cadre de plan d'actions précis rédigés à l'issue des deux jours. Une troisième journée est souhaitable pour mesurer la mise en application de ces actions.

▪ Éléments de Programme/Contenu

▪ 1^{ère} journée :

- Les différents styles de management
 - Les quatre styles de management (Rensis Likert)
 - Les compétences clés
 - Les missions principales inhérentes à tout manager
 - *Atelier : Quel manager êtes-vous ?*
- Cultiver les bons réflexes :
 - Les attitudes à cultiver et les outils du manager
 - La fixation d'objectifs adaptés aux équipes
 - Trouver des alliés, s'appuyer sur les « gentils »
 - *Atelier : Animer un brainstorming avec son équipe*

▪ 2^{ème} journée :

- Échanges et sensibilisation autour de l'évolution des comportements
 - Caractérologie des individus
 - Notions de PNL
 - Un mental gagnant au cœur de la réussite

- *Atelier échanges avec un intervenant du monde sportif (Coach)*
 - Le manager – coach
 - Le management participatif
 - Les relations au sein de l'équipe
 - L'importance du débriefing

- **Méthodes Pédagogiques**
- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'action ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

- **Modalités**
- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «Manager une équipe en insufflant un esprit gagnant et de la cohésion» sera de deux journées
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

- *Objectif Général de la formation et but à atteindre*
- L'Efficacité Énergétique est un vrai levier au commerce et la maîtrise des bases de ce domaine de compétence est essentielle à la transformation des affaires dans le milieu du bâtiment.
- A l'issue de la formation les participants auront donc acquis ou conforté les connaissances de base en matière d'Efficacité Énergétique, ce socle sera la base de l'amélioration de la vente de solutions EE à plus forte valeur ajoutée.
- Développer la « réflexologie » Efficacité Énergétique dans son commerce au quotidien.

- *Éléments de Programme/Contenu*
 - Les bases de l'Efficacité Énergétique
 - La connaissance des bases de la réglementation thermique (RT 2012 / RT Réno 2007 / Perspectives RT 2020)
 - Présentation et définitions des différents organismes
 - Présentation des dispositifs encourageant l'Efficacité Énergétique
 - *Les notions de base de la formation Feebat dédiée à la rénovation*
 - *Atelier : La pratique des différents simulateurs de primes/aides (CEE/CITE...)*

 - L'Efficacité Énergétique, outil concret d'aide à la vente :
 - L'intérêt EE pour le client (Professionnel ou Particulier)
 - Choisir les outils/supports utiles au développement des ventes
 - Trouver des partenaires dans le domaine de l'EE pour co-développer le commerce

 - *Atelier : Entretien de vente de solutions EE*

▪ Méthodes Pédagogiques

- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'actions ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

▪ Modalités

- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «Utiliser le levier de l'Efficacité Énergétique (EE) pour le commerce» sera de une journée
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

- Objectif Général de la formation et but à atteindre
- Développer A l'issue de ce module les apprenants seront capables :
 - Être capable de préparer une campagne d'appel.
 - Être capable d'avoir une présentation professionnelle.
 - Être capable d'assurer une prise de RDV efficace.
 - Savoir argumenter et traiter les objections.
- Éléments de Programme/Contenu
- 1^{ère} journée :
 - Préparer sa prospection téléphonique.
 - Comprendre le contexte et les objectifs d'une campagne de prospection.
 - Identifier ses cibles et les interlocuteurs pertinents.
 - Adopter la bonne attitude.
 - Déterminer ses objectifs.
 - La recherche d'informations sur les clients avec l'aide du Digital
 - Les règles de communication pour mieux influencer au téléphone - Les fondamentaux de la téléprospection.
 - Les spécificités de la communication téléphonique.
 - Le vocabulaire.
 - Les tournures de phrase à éviter.
 - L'importance de la voix (débit, ton...).
 - Définir en amont ses arguments.
 - Les arguments pour intéresser un prospect à nous rencontrer.
 - La notion de bénéfices produits appliquée au rendez-vous.
 - L'adéquation des arguments avec les motivations d'achat type des clients

- 2ème journée :
 - Le commerce
 - Cultiver les bons réflexes
 - Bonifier l'accueil téléphonique avec les méthodes du SBAM (Sourire Bonjour Au Revoir Merci)
 - L'effet miroir avec le client
 - La prise d'information, la découverte avec un guide d'entretien
 - Les phrases et mots clés à utiliser et ceux à proscrire
 - Développer le commerce
 - Organiser des appels « sortants » avec des offres commerciales
 - Planifier des RDV « commerce » récurrents avec les interlocuteurs, style « offre du mois » par exemple
 - Trouver d'autres formes de contact que le téléphone ou le mail, promouvoir l'accès au site avec le profil Pro s'il existe, communiquer en « chat », utiliser les réseaux sociaux
 - Connaître mieux ses interlocuteurs afin de sélectionner le meilleur moyen de communiquer

- Méthodes Pédagogiques
 - Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
 - L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
 - La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
 - La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'actions ...)
 - Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

- Modalités
- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «Développer les compétences commerciales au téléphone» sera de deux jours
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées

- Objectif Général de la formation et but à atteindre
- A l'issue de ce module les apprenants seront capables :
 - Être capable de préparer une campagne d'appel.
 - Être capable d'avoir une présentation professionnelle.
 - Être capable d'assurer une prise de RDV efficace.
 - Savoir argumenter et traiter les objections.
- Éléments de Programme/Contenu
- 1^{ère} journée :
 - Préparer sa prospection téléphonique.
 - Comprendre le contexte et les objectifs d'une campagne de prospection.
 - Identifier ses cibles et les interlocuteurs pertinents.
 - Adopter la bonne attitude.
 - Déterminer ses objectifs.
 - La recherche d'informations sur les clients avec l'aide du Digital
 - Les règles de communication pour mieux influencer au téléphone - Les fondamentaux de la téléprospection.
 - Les spécificités de la communication téléphonique.
 - Le vocabulaire.
 - Les tournures de phrase à éviter.
 - L'importance de la voix (débit, ton...).
 - Définir en amont ses arguments.
 - Les arguments pour intéresser un prospect à nous rencontrer.
 - La notion de bénéfices produits appliquée au rendez-vous.
 - L'adéquation des arguments avec les motivations d'achat type des clients

- 2ème journée :
 - Structurer sa prise de rendez-vous.
 - Le plan d'une prise de rendez-vous : l'importance du guide d'entretien.
 - Franchir les différents barrages.
 - Se présenter au standard de façon claire et concise.
 - Présenter l'objectif de son appel.
 - Donner envie et attirer l'attention – Méthode AIDA.
 - Les techniques de réfutation des objections du barrage standard.
 - Mener la prise de rendez-vous.
 - Capturer l'attention de son interlocuteur cible par une accroche efficace.
 - Donner envie d'en savoir plus.
 - La bonne alternance entre questions ouvertes et questions fermées.
 - Engager vers la prise du rendez-vous : Le bon moment pour qualifier le prospect.
 - Traiter les objections.
 - Renforcer l'envie du prospect.
 - Finaliser son appel
 - Synthétiser et formaliser les informations obtenues sur le prospect.
 - Programmer les relances.
 - Suivre ses résultats.

▪ Méthodes Pédagogiques

- Il sera privilégié une démarche pédagogique interactive et conviviale basée sur la pratique au quotidien
- L'échange basé sur des exemples concrets permet d'illustrer et de mettre en situation
- La répartition pédagogique : 80 % de pratique, 20 % d'apports théoriques et de connaissances.
- La participation active et l'expérimentation des participants sont largement privilégiées (exercices pratiques, outils d'analyse, plan d'actions ...)
- Les apports méthodologiques et les outils simples et applicables sur le terrain au retour de la formation.

▪ Modalités

- Modalités d'évaluation :
 - Les participants seront informés des enjeux de la formation au préalable
 - Les objectifs de chacun seront déterminés au début de la première session
 - Une fiche d'évaluation individuelle sera complétée par chacun des participants (QCM)
 - Un compte rendu complet sera préparé par le formateur afin de rentrer dans une démarche de progrès continu pour la performance
- Durée : La durée totale de la formation «Techniques de Prospection Commerciale» sera de deux jours
- Lieu : La formation se déroulera dans les locaux de l'entreprise concernée
- Outils : Les supports Power Point de la formation seront projetés dans la salle de réunion
- Méthode : Chaque participant à la formation devra intervenir lors des mises en situation proposées