

MAUCLAIRAL

Cabinet de Conseil & Ressources Humaines

CATALOGUE de formation

19, rue Dufour – 31400 Toulouse - Tél. : 06.03.52.40.21 - aespez@mauclairal.com -
www.mauclairal.com

SARL au capital de 8000 euros – APE 7022Z - 449 481 993 RCS Toulouse - TVA
Intracommunautaire FR 06 449 481 993

Déclaration d'activité enregistrée sous le N° 73 31 04104 31 auprès du Préfet d'Occitanie.

Vol No.

18

Oct 2021

mauclairal

* CABINET DE CONSEIL & RESSOURCES HUMAINES

19, rue Dufour
31000 Toulouse

06 03 52 40 21

mauclairal.com

Associé /Gérant : Antoine ESPEZEL

Tel : 06 03 52 40 21

Mail : aespezel@mauclairal.com

Consultant Formateur : Régis PAUTHE

Tel : 06 03 13 43 85

Mail : rpauthe@mauclairal.com

Consultant Formateur : Renaldo GOURNIER

Tel : 06 31 29 60 91

Mail : rgournier@mauclairal.com



« Le plus grand bien que nous puissions
faire aux autres n'est pas de leur
communiquer notre richesse mais de leur
révéler la leur. »

Lavelle

Sommaire

MODULES DE FORMATION « MANAGEMENT »	05
Manager, Motiver et Gérer ses équipes efficacement	06
Mener un entretien professionnel et un entretien annuel d'évaluation.	08
Intégrer et travailler avec les nouvelles générations Y et Z	10
Comment recruter sans se tromper ?	12
Comment intégrer et garder ses nouveaux collaborateurs ?	14
Faire vivre, animer et valoriser ses réunions.	15
Comment mieux gérer les conflits ?	16
La gestion de crise	18
Oser déléguer et contrôler la délégation	19
Éviter le harcèlement moral et prévenir les risques psychosociaux	20
MODULES DE FORMATION « DEVELOPPEMENT PERSONNEL »	21
Comment devenir un coach efficace ?	22
Prendre la parole en public et passionner son auditoire	24
Mieux communiquer une affaire de survie	25
Comment mieux gérer son stress ?	26
Comment gérer son temps pour ne pas le perdre ?	28
MODULES DE FORMATION « COMMERCE »	30
Traitement des réclamations clients et Gestion des Situations Conflictuelles	31
Techniques de vente	33
L'accueil téléphonique	35
Accueil client (Certifications / Qualité)	37
Relation client (Comportement, Handicap S3A)	39
MODULES DE FORMATION « MARKETING & COMMUNICATION »	41
Marketing & Communication	42
<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Communication externe • Communication interne • Réseaux Sociaux 	
Approche Budgétaire	44

Modules de Formation "Management"



1

Management

Manager, motiver et gérer ses équipes efficacement

A l'issue de la formation les Responsables auront appris les outils et techniques de « bon sens », leur permettant de piloter leurs équipes et de gérer toutes les situations, des plus anodines aux plus délicates.

CONTENU

Socle pédagogique :

- Introduction et approche comportementale
- Les règles fondamentales du Management
- Les comportements de bon sens au service du management

Méthodologie et apports pédagogiques :

TEMPS 1 :

- Pour l'ensemble des techniques de management étudiées, les stagiaires préparent durant 10 minutes, en binômes, une situation qu'ils vivent au quotidien, la jouent devant la caméra, l'un jouant le rôle du manager, l'autre celui du collaborateur, puis nous effectuons un débriefing autour de l'ensemble des prestations filmées.

TEMPS 2 :

- Transmission d'une fiche technique qui est développée et expliquée à l'ensemble des participants, soit un guide opératoire des bonnes pratiques qui leur est transmis en fin de stage sous format informatique afin d'être utilisé rapidement.

Techniques individuelles :

- Technique N°1 : La mise en valeur du travail, des progrès et des résultats.
- Technique N°2 : Le traitement de l'erreur pour faire progresser le collaborateur.
- Technique N°3 : Le briefing/débriefing.
- Technique N°4 : L'intégration d'un nouveau collaborateur.

Techniques collectives :

- Technique N°5 : La conduite de réunion.

- Techniques N°6 et 7 : Les bilans collectifs de résultats positifs et négatifs.

Management des situations a risque :

- Technique N°8 : Comment mettre en place des Règles du Jeu fédératrices ?
- Technique N°9 : Comment remotiver un collaborateur ?
- Technique N°10 : Comment faire preuve d'autorité ?

Pré-requis :

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie, Public :

5 journées: Idéalement groupes de 6 à 8 participants.

Apports théoriques. Mises en situations pratiques. Échanges, trainings intensifs, utilisation de l'outil vidéo.

Ce stage de formation est destiné aux Dirigeants, Cadres et Agents de Maîtrise.

Comment mener un entretien professionnel et un entretien annuel d'évaluation ?

A l'issue de cette formation, les stagiaires auront appris à préparer et à mener deux entretiens stratégiques :

- Les techniques de mise en évidence des réussites de l'année écoulée, d'identification des axes de progrès pour l'année à venir, ainsi que des objectifs à atteindre.*
- Les bases d'un entretien professionnel ayant pour objectifs d'accompagner le salarié dans ses perspectives d'évolution professionnelle (changement de poste, promotion) et d'identifier ses besoins de formation.*

CONTENU

Rappel des objectifs des deux entretiens.

Méthodologie de construction d'une grille

- Les questions à poser ?
- Comment se projeter ?
- Comment définir ses priorités et souhaits professionnels ?

La préparation

- Comment préparer l'entretien afin de poser les bonnes questions, faire preuve d'écoute active et être force de propositions et ne pas subir des choix de formation ou de progression incohérents ?

Entretien et communication

- L'accueil du collaborateur
- La conduite de l'entretien et les engagements
- La mise en œuvre

La mesure et le suivi

- Comment formaliser les ambitions, souhaits de nos collaborateurs ?
- Comment mesurer et suivre les entretiens d'années en années ?

Pré-requis

Aucun pré-requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Duree, Pédagogie et Public

2 journées : Apports théoriques et méthodologique.

Groupe de 8 à 10 participants.

Cette formation s'adresse aux Directeurs, Cadres et Agents de Maîtrise.

Comment intégrer et travailler avec les nouvelles générations Y et Z

A l'issue de cette formation les participants seront dotés d'outils d'analyse et de réflexion, leur permettant de piloter leurs collaborateurs issus de la Génération Y et de la Génération Z afin de gérer toutes les situations, des plus anodines aux plus délicates.

CONTENU

Introduction :

- L'évolution de nos comportements et de nos modes de management...
- Qu'est-ce que la génération Y ? Qu'est-ce que la génération Z ? Comment fonctionnent-ils ?

Les générations Y et Z dans la vie de l'entreprise :

- Un rapport différent à l'entreprise et au travail.
- Un horizon de temps raccourci.
- Des réflexes de consommateurs avertis.
- Une confiance mesurée en l'avenir.

Compétences professionnelles visées

- Gérer avec sérénité et objectivité tout conflit intergénérationnel.
- Développer les capacités des stagiaires à faire preuve de recul, d'analyse lorsqu'ils s'adressent à des équipes multigénérationnelles.
- Quel management adopter face aux générations Y et Z ?

Objectifs pédagogiques

- Transmettre aux stagiaires les éléments clés visant à identifier les conflits potentiels au sein des équipes.
- Savoir utiliser le management individuel et collectif (entretiens ou réunions) avec les collaborateurs issus de la Génération Y et Z.

Compétences professionnelles visées

- Savoir maintenir la motivation de chaque collaborateur à un haut niveau lors de nos

entretiens face à face.

- Maîtriser les basiques d'une réunion réussie avec un public de collaborateurs « Y » et/ou de collaborateurs « Z »
- Réaliser des bilans collectifs qui donnent à chaque collaborateur l'envie de s'impliquer dans les objectifs à venir.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Duree, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, méthodologiques et échanges. Groupes de 8 à 10 participants. Cette formation s'adresse aux membres de l'encadrement de la structure.

Comment recruter sans se tromper ?

A l'issue de ce module de formation les stagiaires auront appris les outils et techniques permettant de faciliter la démarche de recrutement, de l'annonce à l'intégration du salarié. Nous apporterons aux participants les méthodes visant à mieux connaître les candidats et intégrer le collaborateur dont le profil est le plus en adéquation avec la culture de l'entreprise et le poste à pourvoir.

CONTENU

La préparation :

- amener le recruteur à avoir la vision la plus précise possible du profil collaborateur recherché.

La rédaction de l'annonce :

- donner envie au candidat potentiel de s'investir dans les exigences du poste et de l'Entreprise.

L'entretien individuel :

- identifier le profil motivationnel et les valeurs du candidat

Les réponses :

- Réponse positive : Montrer au candidat qu'il n'a passé qu'une étape du recrutement.
- Réponse négative : Amener le candidat à garder une image positive de l'Entreprise.

L'entretien d'embauche :

- amener le candidat à mesurer précisément les exigences qu'entraînent son entrée dans l'entreprise et les contreparties proposées.

L'accueil dans l'entreprise :

- montrer au candidat qu'il fait partie de l'Entreprise (il y avait avant, il y a après).

Le pilotage pendant la période d'essai : inscrire le nouveau collaborateur dans une dynamique de succès.

Pré-Requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Duree, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, méthodologiques et jeux de rôles vidéo.

Groupe de 8 à 10 participants.

1 journée hors site : Construction d'un « package d'outils de recrutement ».

Cette formation s'adresse aux Cadres et Agents de Maîtrise ayant une mission de recrutement au sein de leur service ou de leur entreprise.

Comment intégrer et garder ses nouveaux collaborateurs ?

A l'issue de cette formation les stagiaires auront appris à construire un protocole spécifique d'intégration à l'entreprise.

CONTENU

La préparation de l'accueil

- Pourquoi faciliter l'intégration dès l'arrivée de chaque nouveau collaborateur ?
- Comment développer l'attachement à la structure et l'implication du nouveau salarié ?

Réussir l'intégration d'un nouveau collaborateur

- Comment rassurer le nouveau salarié en lui montrant qu'il est « attendu » ?
- De quelle façon mettre en place une intégration vivante, dynamique et progressive ?

Les bases d'une intégration réussie

- L'animation et la communication. Quelles sont les qualités essentielles d'un bon coach / mentor ?

Conception du protocole d'intégration

- Les étapes et les acteurs de l'intégration : qui fait quoi ? La rédaction du discours d'accueil.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, réflexion collective et écriture du protocole.

Groupe de 10 participants maximum.

Dirigeants, managers et responsables ayant en charge l'accueil des nouveaux entrants.

Faire vivre, animer et valoriser ses réunions

« Une réunion peut-être à la fois le pire ou le meilleur outil d'animation des hommes »

A l'issu de cette formation les participants auront appris les méthodes de préparation et les techniques d'animation leur permettant de professionnaliser leurs réunions et les rendre plus efficaces afin de maintenir et renforcer systématiquement la motivation individuelle et collective.

CONTENU

La préparation de la réunion

- Les objectifs de la réunion. Critères pour un objectif cohérent. L'ordre du jour. Le plan.

La pédagogie

- Les 4 principes de base pour communiquer, motiver et convaincre.
- La salle et les outils pédagogiques.

La conduite de la réunion

- La synthèse de la réunion. Comment rédiger une synthèse succincte, explicite, représentant un véritable document de travail pour l'animateur de réunion et le groupe.

Pré-Requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Duree, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, mises en situation et jeux de rôles vidéo.

Groupes de 8 à 10 participants.

Cette formation est destinée aux Cadres ou Agents de Maîtrise.

Comment mieux gérer les conflits ?

A l'issue de cette formation les stagiaires auront appris à analyser et à comprendre les mécanismes d'émergence des conflits. Ils auront validé des méthodes concrètes et pratiques de prévention et de gestion des conflits.

CONTENU

La définition des conflits

- De la crise au conflit ; Les origines du conflit.

Stratégies individuelles de conflits

- Système de pertinence des individus ; Conflits interpersonnels.

Les conflits entre l'individu et le groupe

- Stratégies du groupe

Les conflits intergroupes

- Facteurs de conflits intergroupes.

Réguler les tensions

- Réguler et innover. Privilégier la communication orale. Responsabiliser les acteurs.

Stratégies de résolution des conflits

- Manager le conflit. Les outils. La communication, phénomène complexe.

PRE REQUIS

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

DUREE, PEDAGOGIE ET PUBLIC

2 journées : Apports théoriques, jeux de rôles et mises en situation.

Groupes de 8 participants maximum.

Cette formation s'adresse à un public de Directeurs, responsables du personnel, cadres, agents de maîtrise.

La gestion de crise

Nous proposerons une réflexion de fond indispensable à l'analyse et à la compréhension des mécanismes d'émergence des situations à risque. A l'issue de cette formation les participants auront appris des méthodes concrètes et pratiques de prévention et de gestion des moments de crises internes.

CONTENU

Analyser le management mis en pratique par les membres de l'encadrement lors de situations à risques :

- Identifier les points forts et les points de manque
- Évaluer et valider avec les membres de l'encadrement, les limites et donc les besoins par rapport à ces points de manque.

Mieux appréhender les situations imprévues

- Comment identifier les spécificités et particularités « humaines, managériales et comportementales » des situations à risques ?
- Comment comprendre autrui et comment se faire comprendre ?

Éviter les erreurs de management qui amplifient la crise

- La dramatisation, la culpabilisation, la pression sur le risque encouru, le stress, le management négatif, la banalisation et la « force de l'habitude » dans nos attitudes ...

Mise en place de solutions adaptées

- Formalisation d'une procédure, plan d'action à mettre en œuvre

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

2 journées :

1 demie journée : Direction (Cadres) de la structure.

1 journée et demie : Encadrement - Groupes de 10 à 12 participants.

Apports théoriques, jeux de rôles et mises en situation. Groupes de 8 participants maximum.

Oser déléguer et contrôler la délégation

A l'issue de la formation les stagiaires auront appris les techniques, les principes et les conditions d'une délégation réussie. Chaque participant disposera des éléments lui permettant d'élaborer le plan annuel de délégation adapté à ses objectifs.

CONTENU

Identification des métiers, missions essentielles et niveaux d'autonomie

- Appropriation personnelle de la délégation
- Analyse et classification des métiers et missions essentielles des participants
- Évaluation de leur niveau d'autonomie
- Élaboration des grands axes de la lettre de mission idéale des participants

Construction des plans individuels de délégation

- Analyse et classification des métiers et missions essentielles des collaborateurs
- Évaluation de leur niveau d'autonomie et de compétence
- Rappel des grands principes de pilotage (briefing / débriefing)
- Construction du pilotage individuel ou collectif à mettre en œuvre par chaque participant

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques et travail en atelier.

Groupe de 8 participants maximum.

Cette formation est destinée à un public Cadres ou Agents de Maîtrise.

Éviter le harcèlement moral et prévenir les risques psychosociaux

A l'issue de la formation les stagiaires auront appris à identifier et mieux comprendre les mécanismes des risques psychosociaux dans l'entreprise. Ils sauront mieux appréhender et gérer les situations de tensions ou conflits (internes ou externes) qu'ils rencontrent.

CONTENU

Introduction :

- Évolution des comportements dans notre société, les facteurs de stress dans notre quotidien.

Quelques définitions :

- Quels sont les signes caractéristiques du harcèlement moral et de la violence au travail ?

Comment identifier les phénomènes de harcèlement ?

- Description des comportements de « harcèlement moral »

Stratégies des victimes face au harcèlement moral

- Stratégie centrée sur l'émotion
- Stratégie centrée sur le problème

Conséquences de la violence au travail

- Impact sur la santé. Conséquences physiques. Conséquences psychologiques.

Pré-requis

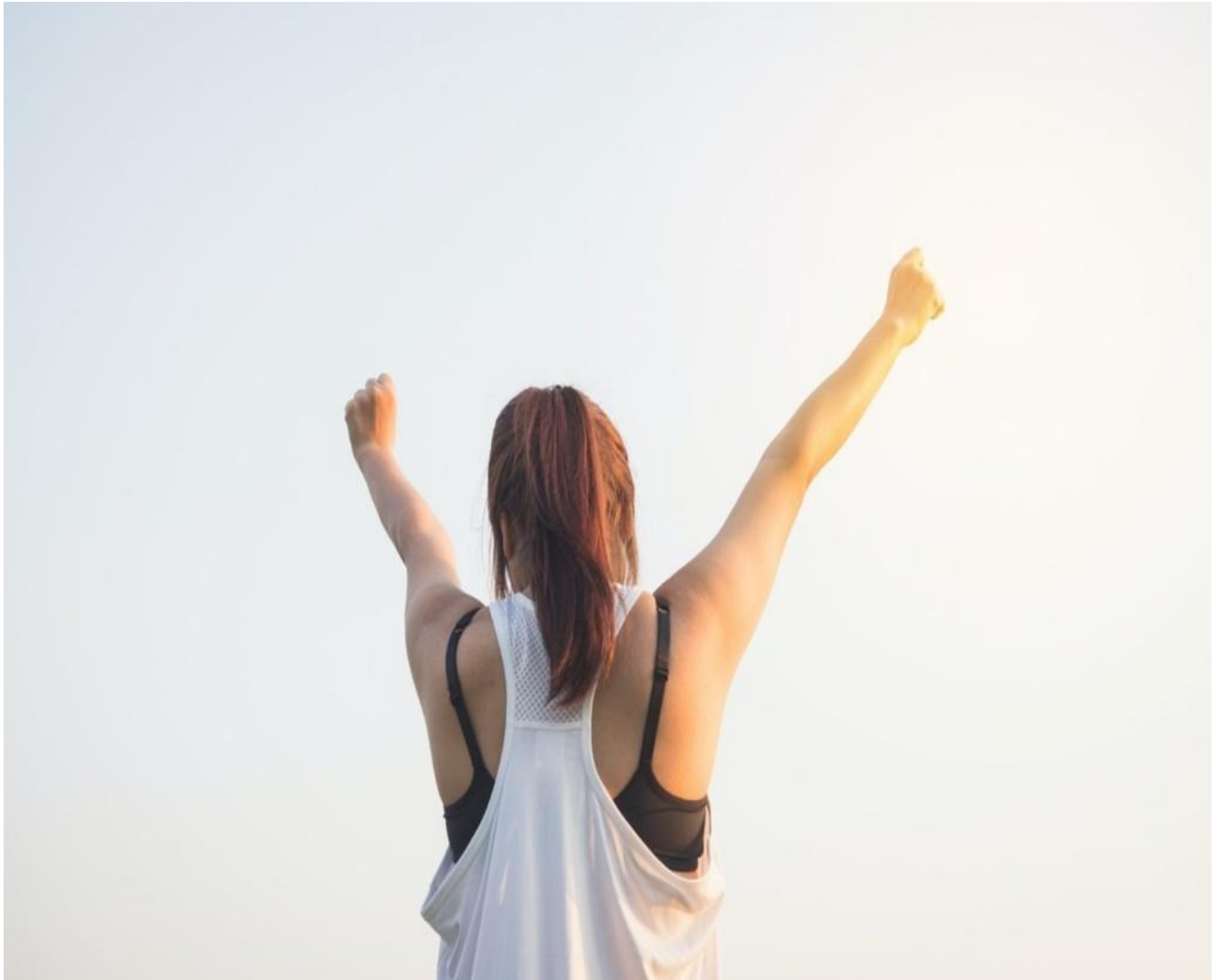
Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, et mises en situations pratiques. Cadres et Agents de Maîtrise de la structure.

Modules de Formation

“Développement Personnel”



2 Développement Personnel

Comment devenir un coach efficace ?

A l'issu de cette formation les stagiaires auront appris les comportements et méthodes permettant d'aider et accompagner une personne, dans l'élaboration et la mise en place d'actions, visant à la faire évoluer dans ses résultats, sa motivation, ses relations. Montrer que le plus redoutable adversaire est celui que l'on porte en soi.

CONTENU

Définition du Coaching

Le coaching effet de mode ou incontournable de management ?

Les différents types de coaching

- Centré sur la personne
- Centré sur la situation
- Le « jeune collaborateur » coaché par « l'ancien »
- Le coach « Professeur »
- Le coach « Conseil »

Sur quoi se fonde l'efficacité du coaching ?

- La prise de Recul.L'apport d'un éclairage extérieur neutre.
- La prise de conscience de certains modes de fonctionnement et de leurs effets.
- L'apport de connaissances, de méthodes et d'outils adaptés aux besoins.
- L'aide à la mise en œuvre des évolutions.

Les bases de la communication lors d'un échange

- L'art du questionnement.L'écoute. Les attitudes et signes de réceptivité.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée , pédagogie et Public

1 journée : Apports méthodologiques, échanges et mises en situations pratiques.
Cette formation s'adresse aux Cadres et Agents de Maîtrise de la structure.

Prendre la parole en public et passionner son auditoire

A l'issue de cette formation les participants auront appris les techniques de fond et de forme leur permettant de professionnaliser leurs interventions, devant tous les publics.

CONTENU

La préparation de l'intervention

- Quel thème ?
- Quel message ai-je à faire passer ?
- Quel objectif ? A quel résultat dois-je arriver, à la fin de mon discours ? Quel plan ? Comment faire passer ce message ?

La structure du discours (acte commercial)

- Les précautions oratoires. Durée, présentation, message d'humilité.
- L'introduction. Mise en énergie de l'auditoire : créer l'envie d'écouter.
- Les temps forts. Les idées forces du discours (méthode SORA). La conclusion

La préparation psychologique (gestion du stress)

- La veille : l'appropriation finale du discours.
- Le matin : la mise en confiance. Le zéro message négatif. Juste avant : la possession géographique des lieux.
- L'intervention
- Les premières secondes : la loi de la première impression.
- Les supports et autres accessoires pédagogiques : paper-board, rétroprojecteur...
- La forme du discours : la voix, la gestuelle...

Pré-requis

Aucun pré-requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports méthodologiques et jeux de rôles vidéo. Groupe de 10 participants. Cette formation s'adresse aux Cadres et Agents de Maitrise de la structure.

Mieux communiquer une affaire de survie

A l'issu de cette formation les stagiaires auront appris à repérer les attitudes et comportements qui favorisent une meilleure communication. Les participants auront une connaissance précise des mécanismes et des techniques de communication et de motivation individuelle. Les exercices pratiques auront permis aux participants d'avoir une meilleure confiance dans leur potentiel de réussite.

CONTENU

Les facteurs de motivation et de démotivation d'un individu

- Les mécanismes de la motivation individuelle.
- L'évaluation de son niveau actuel de motivation.

Les principes de la communication

- Langage verbal (mode digital) et non verbal (mode analogique)
- Les positions de vie.
- Le cadre de référence.

Les conditions pour s'auto manager

- Comment contribuer à construire un environnement motivant ?
- Comment utiliser chaque journée pour progresser avec son équipe ?
- Comment développer son énergie sur les enjeux quotidiens ?

Comment favoriser une meilleure communication ?

Les règles d'or de la communication. Les freins et obstacles, maîtrise de soi : Savoir maîtriser ses attitudes.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports méthodologiques et jeux de rôles. Groupes de 10 participants maximum. Cette formation s'adresse à tous au sein de la structure.

Comment mieux gérer son stress ?

A l'issue de cette formation les stagiaires auront appris à gérer l'ensemble des stimulations qu'ils reçoivent de leur environnement, qui mettent quelquefois en péril leur équilibre psychologique interne et que l'on appelle le « Stress ». Nous développerons avec les stagiaires différentes stratégies « Anti-stress » liées à leur hygiène de vie et à l'appréhension qu'ils ont de leur quotidien.

CONTENU

Introduction

- Évolution des comportements dans notre société, les facteurs de stress dans notre quotidien

Quelques définitions

- La peur, la phobie, l'angoisse, l'anxiété sont trop souvent assimilées au stress, quelles en sont les différences ?

La définition du Stress

- Origines et étymologie. Le stress en Entreprise.
- Les « manques » générateurs de stress dans notre univers professionnel.

Les trois phases du Stress

- Phase d'alarme
- Phase de résistance
- Phase d'épuisement

Les mécanismes de fonctionnement de l'individu qui le rendent sujet au stress

- L'enjeu du stress.
- Les bilans doute / confiance
- La dépendance vis-à-vis du regard de l'autre
- Les valeurs

Les conséquences du Stress

- Physiologiques : (fatigue, troubles digestifs, troubles cutanés, contractures musculaires...)
- Psychologiques : (anxiété, irritabilité, nervosité, troubles du sommeil).

Stratégies « Anti-stress » et Hygiène de vie

- **Le curatif immédiat :**
 - Hiérarchiser les causes potentielles de Stress, évaluer leur poids et mettre en œuvre les actions correctives
- **Le préventif :**
 - Identifier les situations qui sont le plus généralement source de stress pour moi et pour les personnes avec qui je suis en relation, les décrire, regrouper les situations d'insécurité physiques ou psychologiques similaires et traiter ces manifestations générant stress et danger potentiel (comment faire cesser ces situations ?).
- **Les notions essentielles d'Hygiène de vie, savoir se préserver...**
 - Comprendre les sollicitations physiques liées au poste occupé dans le magasin, dans la structure. Acquérir les bons réflexes et ainsi adopter des comportements de vie « sains ».

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, et mises en situations pratiques.
Groupes de 8 à 10 participants maximum

Cette formation est destinée à l'ensemble des salariés d'une structure.

Comment gérer son temps pour ne pas le perdre ?

A l'issue de cette formation les participants auront appris les techniques d'organisation de leur temps et la batterie de comportements visant à optimiser la gestion de leurs priorités, la qualité de leur travail et leur permettre de contrôler la pression et le stress.

CONTENU

Faire le point sur son activité et ses habitudes de travail

- De quoi les gens se plaignent-ils le plus souvent.
- Pourquoi avons-nous des problèmes de gestion du temps ?

Identifier ses points forts et ses points de faiblesse

- Les sources de perte de temps personnelles. Les sources de perte de temps professionnelles.

De la réactivité à la pro activité :

- Être aussi prompt à réagir qu'à remettre à plus tard. Réduire sa charge de travail en s'attelant de suite à sa tâche.

L'aménagement de son bureau ou de son espace de travail :

- Mettre de l'ordre et par là même gagner du temps.

Le pilotage automatique instantané :

- Organiser son emploi du temps et procéder par longues séquences. Structurer son travail en prévoyant le laps de temps nécessaire à consacrer à son courrier, à ses coups de téléphone etc.

La planification instantanée :

- Établir un planning efficace. Définir ce qui est important pour soi. Définir ses priorités. Programmer un moment pour examiner les projets en cours, pour s'organiser, pour planifier la semaine suivante.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports théoriques, méthodologiques et échanges.

Groupe de 8 à 10 participants.

Cette formation s'adresse aux Cadres ou Agents de Maîtrise de la structure.

Modules de Formation

“Commerce”



Traitement des réclamations clients et gestion des situations conflictuelles

A l'issue de cette formation les stagiaires auront appris à faire face à tous types de situations inhabituelles rencontrées au pôle accueil des entreprises. Permettre aux hôtes / Hôtesse d'accueil, d'identifier et comprendre les mécanismes des situations conflictuelles à l'accueil. Apprendre à gérer et mieux répondre aux réclamations des clients du magasin.

CONTENU

Connaître les points de vigilance

- Les différents types de problématiques possibles. La réponse, le traitement adapté aux objections. La bonne attitude au bon moment et avec la bonne personne.

Appliquer les 5 étapes primordiales

- Connaître - Comprendre - Prévenir - Agir - Suivre.

Repérer les freins éventuels (réflexion collective)

- Élaboration du plan d'action en s'appuyant sur la méthode en 5 étapes

Apprendre à gérer les situations conflictuelles par la parole

- Exercices sur le vocabulaire, les expressions et l'articulation.

Scénarisation des situations vécues au pôle accueil

- Les situations seront jouées puis débriefées en groupe.
- Les écarts seront mesurés collectivement.
- Grâce aux « suggestions », des mesures correctives peuvent être proposées à la direction formalisés sous forme de tableau simple remis a posteriori.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Groupes de 6 à 8 stagiaires. Apports méthodologiques, échanges entre participants et mises en situations (training).

Ce module s'adresse à tout le personnel en contact direct et permanent avec la clientèle.

Cette formation est également disponible au format eLearning et Blended Learning sur la plateforme [Treeangle](#)

Techniques de vente

A l'issue de la formation des stagiaires auront appris à utiliser des techniques de communication et de négociation leur permettant d'optimiser leurs performances commerciales, de répondre aux besoins de la clientèle et de renforcer « l'image » de l'entreprise.

CONTENU

Communication, écoute et compréhension du client

Clarté, précision et simplicité du langage. Précision des termes. Disponibilité, attitudes et comportements en fonction des différents types de clients.

L'entretien de vente

- Les types de questions, leur définition et le cadre de leur utilisation.

La connaissance du produit

- La réalité technique qui correspond à des caractéristiques techniques objectives. La réalité Marketing qui met en avant les avantages répondant aux besoins du client.

Les techniques de phase exploratoire

- La reformulation, l'écoute active, l'amplification, les comportements, les attitudes, les gestes et le vocabulaire.

La proposition et la négociation

- L'adéquation entre le produit et les besoins du client et le traitement des objections.

Les phases conclusion et prise de congés

- L'achat du produit, du rendez-vous ultérieur ou de l'image du vendeur.

Pré-requis

Aucun pré-requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

2 journées : Apports théoriques, méthodologiques et jeux de rôles.

Groupe de 6 à 8 participants.

Ce stage s'adresse à tous les conseillers commerciaux et vendeurs.

L'Accueil téléphonique

A l'issue de la formation, les stagiaires auront appris à faire de chaque prise de contact téléphonique, avec une personne extérieure à l'entreprise, une occasion de créer une relation positive et d'exporter une image valorisante de l'entreprise.

CONTENU

La communication générale

- La prise de contact. L'écoute
- La reformulation. L'amplification
- La négociation

La communication téléphonique

- Les places et rôles du téléphone dans l'entreprise.
- Les atouts et les limites du téléphone.

Les comportements

- L'attitude physique.
- Le sourire.
- L'empathie.
- Le vocabulaire.
- La voix, le débit, la hauteur...

Les mécanismes du client

- Le besoin de reconnaissance.
- Les portraits des interlocuteurs.
- La gestion des différents profils.

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et public

2 journées : Apports théoriques et jeux de rôles (vidéo). Groupe de 8 participants maximum. Benchmarking (appels vers d'autres entreprises pour mesurer, comparer et s'inspirer des comportements positifs).

Cette formation s'adresse aux personnels du standard et de l'accueil, assistant(e) s, commerciaux...

Cette formation est également disponible au format eLearning et Blended Learning sur la plateforme [Treeangle](#)

Accueil client (Certification/Qualité)

A l'issue de cette formation, les participants auront redécouvert l'ensemble des bases de l'accueil afin d'étendre un « esprit » solidaire et commerçant. Ils sauront repositionner la qualité de l'accueil clients grâce à des techniques comportementales pour « Satisfaire et Fidéliser ». Les stagiaires auront enfin appris des techniques simples leur permettant de réagir positivement à toutes les situations.

CONTENU

Les 3 missions principales du salarié dans le commerce

- Être le professionnel technique dans son métier.
- Être l'ambassadeur de l'entreprise.« Accompagner », « Aider » et « Auditer » le client.

Les principes à développer lors de l'accueil du client

- Adopter les bonnes attitudes pour fidéliser les clients.
- Comprendre l'importance du regard, du sourire, des gestes, de l'écoute et de la voix
- Expliquer et accompagner les clients dans les attentes : l'information et le conseil.

Comprendre ce qui fait l'efficacité de notre communication

- La voix et les mots à ne pas dire.
- L'écoute et la reformulation.La conclusion / solution.

Les règles de base de la communication, l'image attendue

- Le contrôle de soi dans la communication. De nos attitudes, émane la qualité du contact.
- L'état d'esprit et l'intention avec laquelle nous nous engageons.Nos comportements agissent sur la cohérence de l'échange.

Pré-requis

Aucun pré-requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports méthodologiques. Mises en situations pratiques.

Groupes de 6 à 8 personnes.

Cette formation s'adresse à tous les collaborateurs commerciaux d'une structure.

Cette formation est également disponible au format eLearning et Blended Learning sur la plateforme [Treeangle](#)

Relation client (Comportements, Handicap S3A)

A l'issue de cette formation les stagiaires posséderont une vision claire de sa mission technique et comportementale envers le client et de l'importance prépondérante de celle-ci pour le magasin. Ils auront appris à réagir positivement en toutes circonstances particulièrement dans les situations conflictuelles.

CONTENU

Rappel des fondamentaux de la relation client et des attitudes qui fidélisent

- Augmenter le relationnel afin d'être plus à l'aise en toutes situations.
- Donner la priorité au client, gérer l'espace du poste de travail.
- Expliquer et accompagner les clients dans les réclamations.

Les règles de base de la communication, l'image attendue

- Contrôle de soi permanent
- La qualité du contact dépend de nos attitudes.
- L'état d'esprit et l'intention avec laquelle nous nous engageons.

Apprendre à mieux gérer le stress généré par les clients

- Quels sont les motifs d'insatisfactions ?
- Quelles sont les nouvelles exigences et comment y répondre ?
- Comment réagir en cas de litige et redonner confiance aux clients déçus ?

Appréhender les situations délicates

- Les différents types de lutte contre le vol et articles défectueux en caisse
- Les réclamations des clients, les articles comptés deux fois, la casse, etc...

Pré-requis

Aucun pré requis n'est attendu pour participer à cette formation.

Durée, Pédagogie et Public

1 journée : Apports méthodologiques, mises en situations, scénarisation des situations vécues.

Groupes de 6 à 8 personnes.

Ce module est destiné à l'ensemble du personnel en contact avec les clients.

Cette formation est également disponible au format eLearning et Blended Learning sur la plateforme [Treeangle](#)

Modules de Formation

“Marketing & Communication”



Marketing & Communication

Cette formation marketing s'adresse aux collaborateurs ayant des responsabilités marketing et souhaitant développer ou mettre à jour ses compétences.

CONTENU

Proposer une réflexion de fond indispensable à l'analyse et à la compréhension des mécanismes et des déclencheurs de motivation. Permettre aux participants de concevoir des stratégies marketing et de créer des outils et des ressources de communication efficaces.

Soft Skills

- Pitch Training
- Psychosociologie et comportements du consommateur
- Analyser et comprendre la réputation de la marque et de l'entreprise
- Recherche d'un concept marketing
- Techniques rédactionnelles
- Construction d'argumentaire, d'annonces et de messages motivants

Communication, Marketing & Digital

- Introduction à la communication
- Le plan de communication
- Stratégie de communication et marketing cross-canal
- Marketing opérationnel, Marketing Digital
- Gestion de données CRM
- Media Planning & Études
- Community Management (Réseaux Sociaux)
- Stratégie Digitale et bonnes pratiques

Création & Planning Stratégique

- Analyse de la cible
- Elaboration d'une stratégie médias
- Planning Stratégique
- Création des visuels et des textes
- Création publicitaire multimédias
- Logiciels de création

- Réalisation des maquettes

Acquisition, conversion, fidélisation

- Cibler le consommateur
- Structurer et piloter ses actions
- Gérer l'e-reputation de la marque
- Consolidation ou amélioration de la marque employeur
- Générer du trafic sur le Web et mobile
- Augmenter le taux de conversion
- Utiliser les médias sociaux pour fidéliser
- Tracking, reporting et analyse des données (ROI)

Pre-requis

Aucun pré-requis technique n'est attendu lors de cette formation.

Durée, Moyens pédagogiques et Public visé

- 2 journées :Groupes de 6 à 8 participants maxi
- Apports théoriques, méthodologiques et mises en pratique
- Responsable et collaborateurs marketing et communication

Cette formation est également disponible au format eLearning et Blended Learning sur la plateforme [Treeangle](#)



APPROCHE BUDGÉTAIRE

Le montant hors taxes (TVA 20%) de la prestation de Mauclairal Conseil est de 1400,00 € par journée de formation.

Frais de déplacements et d'hébergement en sus.

Les accompagnements personnalisés par mail ou téléphone (selon les besoins exprimés) sont offerts.

mauclairal

* CABINET DE CONSEIL & RESSOURCES HUMAINES