



Provence-Alpes-Côte d'Azur

# CATALOGUE DE FORMATIONS 2011 - 2012

Se former  
Pour progresser



[cjd-paca-formation.net](http://cjd-paca-formation.net)



# EDITO

Cher JD, Chère JDette,

Enfin ! C'est la rentrée au CJD et nous devons déjà penser à nous inscrire aux forums de formation. Cette année encore, tu vas vivre ou revivre des moments forts en formation sur des sites d'exception comme au Jardins de Sainte Maxime (Forum JD1 les 17 et 18 novembre 2011) ou encore au Dolce Frégate Provence (Forum JD2 les 12 et 13 avril 2012).

Toute l'équipe de RFS (Responsable Formation Section) de nos 6 sections, notre RER (Relais Etape Région) et moi-même avons organisé ces forums suivant des choix orientés par les envies des JDs. De plus, nous avons souhaité changer au moins 30% des formations ....

Tu trouveras plein de nouveautés dans ce catalogue avec des formateurs de grande qualité !

Tu es entré au CJD pour faire un parcours en tant que « dirigeant-entrepreneur ». Le CJD est une véritable « Ecole » pour te professionnaliser à travers ses formations et son parcours « Copernic ». Diriger et entreprendre : cela s'apprend !!! Il est indispensable de se former tout au long de la vie professionnelle pour « progresser ».

Alors n'hésites pas et inscris-toi rapidement au forum de formation!

Feuilletes les pages de ce nouveau catalogue afin de choisir au moins une formation pour cette nouvelle année 2011/2012.

Inscris-toi vite afin de bénéficier des tarifs préférentiels. Je compte sur toi !

N'oublies pas que ton RFS est à ta disposition pour t'écouter, t'accompagner dans tes choix de formation et te suivre personnellement dans ton parcours.

A bientôt dans les forums pour des moments de rencontres et d'échanges dans la convivialité!

Toute l'Equipe de Formation Région te souhaite une très bonne année JD.

**Patrice BENDAHAN**  
**RFR Région PACA**





## TARIF PREFERENTIEL !

Cher JD, Chère JDette,

Bénéficiez d'un tarif préférentiel pour toute inscription avant le **21 octobre pour le forum de Novembre** et avant le **28 février pour le forum d'avril!**

**720 euros HT au lieu de 810 euros HT!**

**860 euros TTC au lieu de 970 euros TTC!**

Forum formation 2jours / 1 nuit en all inclusive



# LES FORMATIONS

## FORUM DE NOVEMBRE 2011

### Formations techniques

[Pilotez efficacement vos projets](#)

**NEW !**

[Mettre en place sa force de vente](#)

**NEW !**

[Anticiper et sécuriser ses recrutements](#)

[Élaborer une stratégie Marketing gagnante](#)

**NEW !**

[Gestion financière 1](#)

### Formations Développement Personnel

[Techniques de créativité appliquée](#)

**NEW !**

[Coaching technique vocale, persuasion commerciale par l'outil de la voix.](#)

[Être acteur de sa communication ou Être acteur de son management](#)

[Des masques et vous ! Optimiser sa négociation commerciale et son management](#)

[Les pouvoirs du cerveau Niv2](#)

# LIEUX DU FORUM DE NOVEMBRE

## Les jardins de Sainte Maxime

Secrètement blotti sur le littoral méditerranéen, dans le Golfe de Saint-Tropez, le village de Sainte-Maxime préserve dans sa générosité féminine légendaire, un lieu d'exception, LES JARDINS DE SAINTE-MAXIME\*\*\*.

A quelques pas d'une belle plage de sable fin, à quelques minutes de Sainte-Maxime et face à Saint-Tropez, l'hôtel jouit d'une situation remarquable.

Au cœur d'un jardin botanique aux allures tropicales, l'hôtel bénéficie d'un environnement naturel idyllique.





# LES FORMATIONS

## FORUM D'AVRIL 2012

### Formations techniques

- [E Marketing](#)
- [Ecoute de marché pour les TPE PME](#)
- [Objectif : vendre](#)
- [Optimiser vos prises de décision](#)
- [Diriger & motiver au quotidien](#)

**NEW !**

**NEW !**

### Formations Développement Personnel

- [Prise de parole en public](#)
- [Les pouvoirs du cerveau - Niveau 1](#)
- [Prendre de la hauteur dans son management stratégique à partir du jeu de GO.](#)
- [Analyse Transactionnelle, améliorer ses relations professionnelles](#)
- [Développez votre intelligence relationnelle et émotionnelle](#)

**NEW !**



## LIEUX DU FORUM D'AVRIL

### Dolce Frégate Provence

Niché au cœur du vignoble de Bandol, avec la mer Méditerranée en toile de fond, cet élégant complexe hôtelier vous accueille dans des chambres et des suites à la décoration élégante. Il abrite notamment un centre de remise en forme et un salon de beauté.

L'hôtel Dolce Frégate Provence a été aménagé dans un style provençal typique. Toutes les chambres offrent un confort incomparable et une vue magnifique sur la mer Méditerranée.

Outre le centre de remise en forme et le salon de beauté, le Dolce Frégate possède 2 piscines extérieures, 1 piscine intérieure, des courts de tennis, 2 saunas et un jacuzzi.

Il met à votre disposition un parcours de golf 18 trous et un parcours 9 trous. Ces 2 terrains de golf ont été conçus par l'architecte américain Ronald Fream.



# COMMENT S'INSCRIRE ?

Allez sur le site : <http://migal.cjd.net> ou via l'intranet du CJD onglet « FORMATION »



**IDENTIFICATION**

Merci de bien vouloir vous identifier afin d'accéder à votre espace réservé.

Utilisateur

Mot de passe

[Mot de passe ou compte oublié ?](#)

Entrez vos mots de passe et id CJD. Si vous les avez oubliés ou s'ils ne fonctionnent pas, contacter Coumba au 01 53 23 92 52 ou [ccamara@cjd.net](mailto:ccamara@cjd.net). Une fois que vous êtes connecté, cliquez sur agenda. Vous avez accès uniquement aux formations de votre région ainsi qu'à celles du forum national (région = « toutes »). Sélectionner la formation de votre choix en cliquant dessus puis sur inscription pour l'ajouter dans le panier

## POUR INSCRIRE UN COLLABORATEUR, RENTRER SON NOM DANS LA PARTIE PARTICIPANT

**accueil formations agenda panier nous contacter**

### Votre panier de formations

**1. VOS COORDONNÉES :**

raison sociale : LANCEUR D'ETOILES tél : \* 0472820769

---

**2. CHOIX DE LA SESSION / PRODUIT :**

Récapitulatif des inscriptions

**F4-06 - DES MASQUES ET VOUS NIVEAU 1** du 02/06/2011 au 11/06/2011 FUTUROSCOPE 0 participant(s) 0 €

---

**3. DÉTAILS DE L'INSCRIPTION :**

**Nom du JD :**

nom \*  e-mail \*  fonction

tél  fax

---

**Participant(s) :**

Nom \*  Prénom \*  e-mail \*

---

Merci de nous faire part de votre 2ème vœu de formation en cas d'inscription impossible à votre 1er choix

Modifier les informations si nécessaire et n'oubliez pas de renseigner votre 2<sup>ème</sup> vœu de formation.

Ensuite **enregistrer et valider**



### Dernière étape avant inscription

Session	Nb Stagiaire	Prix HT	
F2-01 - GESTION FINANCIERE Session n° A10032A du 24/11/10 au 01/02/11	1	880.00 €	<b>détail</b>
		<b>Total HT</b>	<b>880.00 €</b>
		<b>TVA à 19.6 %</b>	<b>172.48 €</b>
		<b>Total TTC</b>	<b>1 052.48 €</b>
		<b>Acompte à verser</b>	<b>1 052.48 €</b>

Choisissez votre moyen de paiement ci-dessous :



**Quand l'inscription est terminée vous recevez une confirmation par mail.**

### **Conditions d'annulation :**

- Néant si le désistement intervient plus de 20 jours calendaires avant la formation.
- 50 % si le désistement intervient entre 20 et 7 jours calendaires avant la formation.
- 100 % si le désistement intervient moins de 7 jours calendaires avant la formation.



# PRISE EN CHARGE FINANCIERE

## 1. Tu es salarié de ton entreprise

Toutes les entreprises versent une participation à la formation continue auprès d'un OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé). Dans ce cadre, une prise en charge financière partielle ou totale des formations proposées par le CJD est possible.

Sur les conditions de prise en charge, se renseigner auprès de ton OPCA.

Sur ta demande de prise en charge, tu devras noter le nom et le numéro d'agrément de l'organisme de formation : SARL ETAPE - n°11753691875.

Prends contact avec ton OPCA préalablement à ton inscription pour connaître les modalités de prise en charge.

## 2. Tu es dirigeant non salarié

*A/Pour l'AGEFICE (OPCA des Travailleurs non-salariés)*

<http://www.agefice.fr/priseencharge.html>

Prendre contact avec le point d'accueil Agefice du département où se situe le siège social de l'entreprise.

Documents à fournir : imprimé fourni par le point d'accueil, attestation URSSAF ou RSI de l'année au cours de laquelle se déroule l'action, programme et convention de formation.

*B/Pour le FIF PL (OPCA des professions Libérales)*

<http://www.fifpl.fr/pages/obtenir.php>

Vous pouvez obtenir un formulaire de demande de prise en charge et même la remplir en ligne.

Il appartient à l'entreprise du JD de se faire rembourser par son OPCA.

Formateur : **Pierre BULTEL**

### 1- Personnes concernées :

Décideurs dans l'entreprise : DG, Gérant, DC...

### 2- Objectifs :

L'objectif de cette formation est de permettre à chaque participant de :

- Faire un diagnostic de ses atouts et marges de progression en matière de gestion des recrutements.
- S'approprier des concepts, outils et méthodes, simples, pragmatiques, directement exploitables de retour dans l'entreprise

### 3-Programme

- **Les enjeux du recrutement...**
- **Le recrutement, une affaire de méthode...**
- **Définir son besoin...**
- **Générer des candidatures...**
- Les différents niveaux de sélection...
- **Conduire l'entretien de recrutement...**
- **Exploiter l'entretien...**
- **Sécuriser sa sélection...**
- **Préparer l'intégration...**
- **Valider la période d'essai...**

### 4- Approche pédagogique

- L'approche pédagogique repose sur l'implication et la participation active des stagiaires. A cette fin, un questionnaire préparatoire leur sera adressé une quinzaine de jours avant la formation.
- Par ailleurs, il faut noter :
  - La réalisation d'un autodiagnostic en début de séminaire.
  - Le partage d'expériences et analyse des pratiques.
  - La réalisation d'exercices de découverte puis de mise en application

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## LES POUVOIRS DU CERVEAU NIV II AUGMENTER SON ADAPTABILITE DANS UN CONTEXTE PROFESSIONNEL

Formateur : **Dr OLIVOT**

### 1- Personnes concernées :

Cette formation supérieure est ouverte à toute personne ayant déjà participé **au stage de base "Les pouvoirs du cerveau" et qui désire être initiée aux "techniques avancées de Dynamique Mentale"**.

... Celles qui font gagner les sportifs de haut niveau, réussir les managers et connaître l'excellence à tout un chacun dans la réalisation de sa vie ...

### 2- Programme :

#### 1. A la découverte de l'homme dans sa quatrième dimension :

» Ultime dimension dans la connaissance de soi, son enseignement, longtemps réservé à la tradition initiatique, est devenu depuis quelques années une réalité neuroscientifique.

#### 2. De la maîtrise à la dynamique mentale :

L'apprentissage des techniques avancées de dynamique mentale vous permettra de mieux piloter votre cerveau, de mieux gérer vos émotions et de créer les conditions optimales de l'excellence, dans le plus pur respect de votre propre style.

#### 3. Comment écrire sa propre légende de vie et inventer son lendemain... Pour devenir ce que vous êtes capable de devenir...

« Ainsi demain sera nouveau et dépendra de vous c'est en cela qu'il est beaucoup plus à inventer qu'à découvrir. » (René Char)

### 3- Méthode et techniques :

Il s'agit d'une **méthode scientifique** qui est une synthèse de l'enseignement des **Ecoles psychologiques modernes les plus performantes** (PNL, Hypnose Eriksonienne, Psychologie Cognitive, Psychologie Transpersonnelle, Psychologie du bonheur, etc.) et de **Techniques initiatiques** anciennes parfois inédites.

Cette formation accorde une place **particulièrement importante aux Exercices Pratiques** (individuels et en groupe) afin que tout un chacun dispose d'une base directement opérationnelle dès la fin du stage.

### 4- Note :

En début de stage, la totalité de l'enseignement est fournie sous forme de deux manuels (théorique et pratique), un CD d'entraînement pratique et un masque de relaxation. Ceci permet à chaque participant de suivre agréablement

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## **COACHING TECHNIQUE VOCALE, PERSUASION COMMERCIALE PAR L'OUTIL DE LA VOIX.**

Formateur : **Stéphane DETREZ**

"Communiquer est un don naturel, cultivons le..."

### **1- Personnes concernées :**

Cadres dirigeants.

### **2- Objectif :**

Nous allons :

- Vous donner confiance en vos capacités d'expression et de communication
- développer votre besoin de challenge personnel et votre motivation
- Vous faire prendre conscience de votre capacité de séduction
- Vous réveiller à la compétition
- Vous aider à dépouiller vos automatismes et vos inhibitions
- Vous amener à affirmer votre singularité, à vous engager dans vos propos
- Vous montrer comment être réactifs et capables d'adaptabilité
- Vous donner des outils pour vous synchroniser et vous réorganiser plus efficacement.

### **3-Contenu du stage :**

Premier jour :

-Aptitude à l'expression, techniques de prises de parole en public, gestion du stress.

Deuxième jour :

-Gestion de réunions, équilibre émetteur-récepteur, synchronisation et adaptation.

### **4- Méthode pédagogique :**

La pédagogie sera active et participative, assistés par un spécialiste de la voix expérimenté, les stagiaires travaillerons tant sur la forme communicative (placement vocal, tessiture, propulsion sonore, imposition du silence, etc...) que sur le fond (analyse des sujets de communication, place du langage, expressivité, etc...) Ce stage s'appuie sur des exercices et des méthodes de coaching modernes, utilisés dans les plus grands studios d'enregistrement.

### **Remise d'un support de stage.**

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

**ELABORER UNE STRATEGIE MARKETING GAGNANTE** **NEW !**

Formateur : **Julie DUCRET**

**1- Personnes concernées :**

Décideurs dans l'entreprise : DG, Gérant, DC...

**2- Objectifs :**

A l'issue de la formation, le stagiaire devra être capable de ...

- Savoir analyser le marché et ses forces en présence
- Savoir segmenter ses produits/marchés
- Identifier les avantages compétitifs de son portefeuille
- Elaborer son positionnement final source de valeur
- Construire et présenter son plan marketing ( 4P) issu des diagnostics de ces 2 jours

**3- Programme :**

JOURNEE 1 :

- **Vue globale du marketing stratégique**
- **De l'analyse du marché à la segmentation (en domaines d'activités stratégiques : les DAS)**
- **De la segmentation aux choix stratégiques :**

JOURNEE 2 :

- **L'élaboration d'un positionnement source de valeur**
- **Construire un plan marketing gagnant pour l'entreprise?**

**4- Moyens et méthodes pédagogiques (Focus sur vos problématiques/cas société)**

Cette action de formation s'appuiera sur une méthode participative, cas concrets, associant des échanges pratiques et théoriques .Elle sera ponctuée d'exercices pratiques sur vos problématiques société.

Un livret sera remis à la fin de la formation à chaque participant reprenant tous les thèmes abordés

**5-Descriptions du dispositif permettant de suivre les résultats**

L'évaluation de la qualité de formation se fera tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique liés directement aux différents thèmes abordés durant la formation ainsi qu'à la fin de la formation au travers de deux questionnaires (Stagiaires et Formateur) renseignés à l'issue de la formation par les participants.

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## ETRE ACTEUR DE SA COMMUNICATION ETRE ACTEUR DE SON MANAGEMENT

Formateur : **Arnaud RIOU**

### 1- Personnes concernées :

Décideurs dans l'entreprise : DG, Gérant, DC...

### 2- Objectifs :

- Comprendre les rôles du management au quotidien.
- Apprendre à écouter puis influencer positivement ses collaborateurs.
- S'adresser à un individu ou un groupe d'individus.
- Conduire et animer une réunion/ entretien
- Elaboration et pratique d'un outil mnémotechnique duplicable (RECETTE) en toutes situations de communication.

### 3- Programme :

#### Fonction et rôle du Manager

- Fonction: ce que l'on a à faire
- Rôle: ce que les autres attendent de nous

#### Définition de la motivation

- Les besoins essentiels des personnes au travail, donner du sens
- Comment y répondre en situation opérationnelle

#### La communication et ses prés requis:

- prendre conscience des différentes perceptions de la réalité et de la complexité de la communication
- comment communiquer en phase avec son interlocuteur
- savoir écouter, favoriser la communication, valoriser celui qui parle

#### Animer son équipe/ Aptitudes et attitudes requises:

- faire le point sur son style personnel:
- la zone d'équilibre et d'excellence

#### Les étapes d'une rencontre réussie

- Elaboration d'un outil mnémotechnique de la structure d'un **entretien motivant** :
- La RECETTE

#### La communication au cours des différentes rencontres avec son équipe en utilisant la RECETTE

- savoir conduire une réunion
- Savoir conduire un entretien: méthodologie et entraînement
- La prise de parole en public

#### Manager au quotidien

- valoriser les personnes,
- savoir exprimer une critique
- déléguer, informer, faire remonter l'information,
- transférer et former.

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## **GESTION FINANCIERE**

Formateur: **Bruno PASCAL**

### **1- Personnes concernées :**

La gestion financière vue par un chef d'entreprise pour un chef d'entreprise ou un manager opérationnel. La vision économique d'un bilan et d'un compte de résultat.

### **2- Objectifs**

**Acquérir les outils d'analyse, de réflexion, de compréhension, de logique d'exploitation, de gestion et de stratégie sans connaître la comptabilité**

### **3- Programme :**

#### **Réflexion sur le fonctionnement de l'entreprise**

Mise à niveau des termes utilisés en gestion financière  
L'entreprise et son environnement  
Quels sont les partenaires indispensables de l'entreprise

#### **Le document d'analyse et de décision financière : le bilan**

Comment y inter-agissent les partenaires de l'entreprise  
Comment lire un bilan - Comment l'exploiter

#### **Fonds de roulement, Besoin en fonds de roulement, Trésorerie**

Le dirigeant est-il seul décisionnaire de l'évolution de son bilan  
Comment remédier au déséquilibre d'un bilan

#### **Le document d'exploitation : le compte de résultat**

Que représente-t-il ? - De quoi est-il constitué ?  
Quel est le seuil de rentabilité d'une activité  
Comment cerner et surveiller rapidement l'évolution des différentes familles de charges  
Quelle est la capacité d'autofinancement de l'entreprise  
Comment mettre en place ses propres tableaux de bord

#### **Application**

Application aux entreprises des participants

#### **Le budget prévisionnel**

La notion de charges fixes et charges variables  
La relation avec le compte de résultat  
Les composantes d'un budget prévisionnel

**4- NOTA :** Les participants apportent leurs bilans et un ordinateur portable.  
Des fichiers Excel sont envoyés avant la formation et permettent aux stagiaires de travailler directement au cours de la formation sur les cas concrets de leurs entreprises avec leurs ordinateurs.

## DES MASQUES ET VOUS ! OPTIMISER SA NEGOCIATION COMMERCIALE ET SON MANAGEMENT

Formateur : **Hervé Suzanne**

### 1- Public concerné.

Toute personne ayant des responsabilités de direction d'entreprise, de management et/ou en relation avec de la clientèle.

### 2- Objectifs

**Mieux se connaître et mieux connaître l'autre pour mieux vendre, manager, communiquer, coacher.**

- Mieux se connaître et comprendre son fonctionnement au travers des masques de la méthode Persona,
- Apprendre à reconnaître l'autre avec ses différences, ses complémentarités, sa diversité et sa richesse et à sortir du jugement «a priori»,

### 3- Contenu.

- S'exercer à observer : Quoi, comment ?
- Découverte des fondements de la méthode Persona,
- Explications de chaque type de personnalité,
- Apprentissage d'une méthode pour reconnaître ses interlocuteurs : quelle stratégie à mettre en place?
- Quelles applications possibles ? Vente, management, ...
- Training sur les difficultés rencontrées avec certains types de personnalités.

### 4- Bénéfices.

- Les effets de cette formation sont nombreux :
- Identifier ses masques, ses forces, ses faiblesses, ses ressources, ses manques, ses pistes d'évolution,
- Comprendre le fonctionnement des autres,
- Comprendre les «bonnes raisons» de certains comportements,
- Apprendre de nouvelles stratégies de communication.

### 5 – Méthode pédagogique

- 80 % d'activité sous forme de jeux de rôle, de training et de coaching, 20% d'apports théoriques.
- Pédagogie très active, dynamique, en interaction permanente avec le groupe, la créativité, le jeu.

**Durée** : 2 jours. Du vendredi 9h au vendredi 18h.

Formateur : **Robin MEYER**

### 1- Personnes concernées :

Décideurs dans l'entreprise : DG, Gérant, DC...

### 2- Objectifs :

A l'issue de la formation, le stagiaire devra être capable de ...

- Apprendre à décrire l'environnement d'un projet en élaborant sa cartographie
- Comprendre et adopter les concepts universels relatifs au management de Projet
- Aborder un projet comme un système, en prenant en compte les aspects techniques, organisationnels, financiers et humains
- Savoir créer les conditions favorables à une dynamique de projet, en interne comme avec des partenaires

### 3- Programme :

- **Passer de l'idée au projet**
  - La logique de réflexion pour aborder un projet
  - L'exploration et la structuration de l'idée initiale
  - L'appréhension des enjeux et la gestion des risques
  - La recherche de solutions créatives
  - L'évaluation et la décision
  - L'organisation de la suite à donner
- **Comprendre l'organisation générale d'un Projet**
  - Les phases
  - Les principes de base
  - L'organisation des activités
  - L'organisation des acteurs
  - Les rôles de chef de projet
- **Les outils pour :**
  - Organiser le projet
  - Gérer le projet
  - Animer le projet
- **Fonctionner en équipe**
  - Mettre en place une représentation commune
  - Exposer une problématique spécifique, animer un groupe de travail et optimiser sa recherche de solutions
  - Utiliser le raisonnement de projet dans l'accompagnement de son équipe et de ses collaborateurs
  - Être autonome, impliqué, coopératif, responsable

### 4- Méthodes et points fort de ce module

Le contenu de ce module s'articule autour d'atelier d'analyse et de mise en œuvre de définition, d'organisation d'un projet.

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

Formateur : **Lionel DELAVEAU**

### 1- Personnes concernées :

- Cadres ou dirigeants d'entreprise motivés par le sujet.
- Session limitée à 8 personnes maximum pour ménager un temps suffisant aux exercices personnels.

### 2- Objectifs :

- Acquérir un processus et des outils pratiques pour produire des idées et pour les mettre en application.
- Favoriser la créativité personnelle et celle des équipes de travail.

### 3- Programme :

- Les schémas de pensée, les carcans « créaticides », et les moyens de développer une pensée créative.
- Les principes de base du fonctionnement du cerveau.
- Les grandes étapes du processus créatif : « Sortir du Cadre, Explorer ».
- Les outils pour « Sortir du cadre et pour Explorer ».
- Exemples d'application de la Pensée Créative.
- Exercices complet de mise en œuvre du processus créatif.

### 4- Moyens et méthodes pédagogiques (Focus sur vos problématiques/cas société)

- Cette formation se veut très interactive. 70% du temps est consacré à la mise en application pratique.
- Pour chaque outil une courte présentation du principe est suivie d'une mise en pratique par des exercices individuels et en groupes.
- Déroulement du processus complet sur des exemples et sur des cas réels
- permettant de manier et de se familiariser avec l'ensemble des outils.
- Application aux cas individuels proposés par les participants.
- Evaluation de la formation à chaque demi-journée.

### 5-Pré-requis

Les participants à la formation doivent effectuer un travail préparatoire pour identifier un sujet ou un thème sur lequel ils souhaitent produire des idées nouvelles.

Durée du Stage : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## METTRE EN PLACE SA FORCE DE VENTE

Formateur : **Jean-Michel FAIVRE**

### 1- Personnes concernées :

Cette formation s'adresse à des JD responsables d'une équipe de vente et désireux d'en optimiser l'efficacité commerciale, ou sur le point de la créer.

### 2- Objectifs :

- C'est créer les conditions pour créer une équipe de commerciaux en vue de d'amener à réaliser les objectifs de l'entreprise. Cela suppose que ces objectifs soient connus, partagés, et obtiennent l'adhésion des vendeurs qu'ils concernent.
- Le processus de création, puis d'accompagnement d'une équipe n'est ni scientifique, ni systématique, mais efficace ou non selon la situation.
- Ainsi, en nous appuyant sur le mode de fonctionnement d'une personne, nous développons une approche pédagogique, basée sur l'évaluation des résultats obtenus.

### 3- Grande ligne du programme :

#### 1. PREPARER Créer les conditions de réussite.

- Les pré-requis à la création d'une force de vente.
- Définir sa Vision et les Missions à réaliser ainsi que les Valeurs à partager.
- Valider les cibles et typologies de clients.
- Les personnalités qui composent l'équipe.

#### 2. LANCER L'ÉQUIPE

- Comment fixer des objectifs motivants,
- Les Missions, Valeurs et Critères à faire partager pour donner du sens à son management.

#### 3. ANIMER & MOTIVER,

- Adapter son style de management à chaque commercial, à chaque type de personnalité et de « fonctionnement ».
- Faire la « carte des compétences » de son équipe.
- Travailler en équipe : caractéristiques d'une équipe efficace
- Élaborer un plan d'action.

#### 4. RECADRER ou ENCOURAGER : féliciter ou recadrer

- Savoir évaluer et sanctionner: « on ne traite pas de la même manière un commercial qui atteint son objectif ou celui qui échoue » : la sanction minute : positive ou négative.
- Savoir valoriser à bon escient pour renforcer la motivation.

### 4- Méthodologie

La formation se déroulera sous forme d'apports théoriques en alternance avec des exercices pratiques et l'analyse des situations apportées par les participants.

Un dossier pédagogique complet, sous forme de « Livret », incluant les concepts et outils présentés en formation, sera remis à chaque stagiaire.

Durée : 2 jours – jeudi 9h à vendredi 18h

## ANALYSE TRANSACTIONELLE

Formatrice: **Sylvie Gerbault**

### 1- Objectifs :

- Mieux communiquer avec soi et avec les autres.
- Dév. sa palette de comportements et sa compréhension des situations, résoudre les conflits personnels et professionnels, connaître et savoir utiliser des outils et une méthode pratique dans sa vie professionnelle.
- Découvrir et apprendre à utiliser une grille d'analyse de la communication.
- Comprendre comment nous induisons et créons nous-mêmes notre système d'échange et de relation.
- Être capable, en fonction de la situation et de ses collaborateurs, de choisir la réaction appropriée afin d'augmenter l'efficacité de la relation.
- Développer l'affirmation de soi dans le respect fondamental des autres, de soi-même et l'environnement.

### 2- Grande ligne du programme :

- Les 3 états du Moi (parent, adulte, enfant).
- Votre personnalité P.A.E. : l'égogramme.
- Les différentes transactions et leurs conséquences sur la relation (conflit, entente, malaise...).
- Les positions de vie ou comment bâtir des relations gagnant-gagnant.
- La structuration du temps.
- Les jeux psycho. : identifier ses jeux préférés et son rôle de prédilection.
- Les signes de reconnaissance : savoir faire des critiques constructives et des félicitations, savoir aussi les recevoir.
- La communication : nos comportements et leurs effets en retour.
- Les transactions complémentaires, croisées, cachées, bloquantes : être ou ne pas être sur la même longueur d'onde.
- Les petits jeux de la vie quotidienne dans lesquels nous nous sentons piégés : comment ne pas y entrer ou comment en sortir.
- L'encadrement : notre position de vie et ses effets sur le style de management et nos relations de travail.
- La motivation et les besoins fondamentaux de l'individu : connaître les signes de reconnaissance et leurs effets en retour.

### 3- Méthode pédagogique

- La méthode pédagogique est basée sur un processus d'intégration des outils par une démarche active en interaction avec les autres, alternant avec des mises en situation, des exercices et des études de cas.
- Remise de documents écrits, passations de questionnaires individuels spécifiques à chaque exposé, travail individualisé à partir de situations vécues ou proposées par les participants.

**Durée: 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h**

## DIRIGER ET MOTIVER AU QUOTIDIEN

Formateur : **Christian Barde**

### 1- Objectifs

- Acquérir des techniques et des outils concrets de management, capables de développer l'implication, la motivation et le professionnalisme des partenaires.

### 2- Apports aux stagiaires

- Mieux se situer face aux différentes fonctions du management. Prendre conscience de leur impact permanent sur les performances de leurs partenaires.
- Mieux connaître les mécanismes mis en jeu, dans le cadre spécifique du management et de la mise en énergie des partenaires.
- Comprendre et utiliser les méthodes pour accroître la mobilisation et la motivation de leurs partenaires.

### 3- Apports à l'entreprise

Favoriser une culture managériale capable de :

- Générer une communication directe et efficace
- Stimuler la participation et l'engagement de tous
- Professionnaliser les comportements
- Renforcer la mobilisation et le savoir-faire de chaque collaborateur

### 4- Contenu

- Les mécanismes de la motivation – des opinions, des sentiments, des faits – le tableau des signes de démotivation – les outils concrets de motivation  
– remercier et valoriser le travail au quotidien – critiquer positivement – réaliser une assistance opérationnelle – traiter une erreur – faire une reprise d'autorité.

### 5- Pédagogie

- La prise de conscience, l'analyse et l'amélioration des différents facteurs qui contribuent à la mobilisation, la motivation et l'implication de chaque collaborateur au sein d'une structure.
- La mise en évidence des implications, au quotidien, des évolutions et des changements souhaités par des applications concrètes sous forme d'études de cas s'appuyant sur l'expérience des participants.

**Durée** : 2 jours du jeudi 9h au vendredi 18h

Formateur : **Didier Cohas**

### 1- Personnes concernées :

Décideurs dans l'entreprise : DG, directeur marketing, responsable marketing

### 2- objectifs de formation

La performance de l'entreprise passe par l'amélioration de son système d'écoute client et d'écoute du marché. Cette démarche est une composante essentielle du système de management de l'entreprise et sous-tend l'idée d'un processus d'amélioration et de création de valeur ajoutée pour assurer la satisfaction durable du client et permettre ainsi sa fidélisation. Elle met en jeu le positionnement des produits, des services, l'évolution de l'offre, la performance par rapport aux concurrents...

Satisfaction et fidélisation des clients, les clefs de la pérennité de l'entreprise : Le marketing client permet de mieux communiquer avec ses clients, d'intégrer les exigences des clients au sein même des équipes et des collaborateurs afin d'améliorer ses services ou ses produits.

C'est enfin une démarche de marketing précise et « légère » totalement adaptée aux moyens des TPE ET PME

Cette méthode est reconnue par les institutions de renom tant françaises qu'internationales (Mouvement Français pour la Qualité, Centre de Recherche Qualité et Management de Poitiers, MIT Marketing Center Canada, MIT USA... ) pour ses qualités de recueil et d'analyse de grande proximité les plus actuelles du marketing (hyper-ségmentation/analyse terrain/modification sans test et vente directe)

### 3- Programme

- Présentation et comparatif de la méthode et des méthodes classiques d'étude.
- Définir les finalités d'une écoute de marché et situer l'entreprise dans l'évolution de la qualité.
- Le concept marketing de l'orientation client.
- La primauté client et le management interne.
- La caractérisation des attentes des clients.
- Les approches ouvertes, outils et méthodes pour les PME PMI et TPE: observations, entretien, processus de recueil, enquête, questionnaire, administration.

### 4- Méthode et outils

- Recueillir les voix des clients et des partenaires : un nombre limité de recueils, l'organisation du recueil, les méthodes de recueils.
- Transformer les voix des clients en attentes clients : méthodes de traduction, sélection des attentes significatives, structuré les attentes.
- Analyser qualitativement les attentes clients : La technique du KANO et la catégorisation des attentes, la fabrication d'un questionnaire, l'administration du questionnaire, définir les mesures et les indicateurs pour les attentes, construction d'une arborescence des attentes.
- Définir la stratégie produit/service : construire une table qualité, focalisation sur les attentes stratégiques, formuler la stratégie.
- Préciser le concept produit service : décomposition et découplage, des idées aux solutions, choix de la solution.

**Durée** : 2 jours du jeudi 9h au vendredi 18h

## E-MARKETING

Formateur : **Vincent KRIEFF**

### 1- objectifs de formation

Cette formation sur deux jours permettra aux participants non seulement d'appréhender les outils médiatiques mais aussi de se confronter de manière pragmatique à leur utilisation.

### 2- Programme formation Web Marketing

Programme réalisé pour une formation sur deux jours. Ce programme nécessitera un ordinateur connecté par participant. Il s'agira de fournir une formation avant tout pratique, proche des questionnements et des situations des participants, donc sur les deux jours de la formation seule une demi-journée sera consacrée à la « théorie » afin de clarifier les concepts et les outils.

#### 1<sup>e</sup> demi-journée : concepts et lexique

Définition du web marketing en appréhendant les outils: du site vitrine à la gestion de communautés. Les apports possibles du web marketing sur le fonctionnement d'une PME: extension de la zone de chalandise, vente des invendus... (ex. tiré de la conférence E1 à Toulon, accessoires voitures) Définir ses besoins: tout le monde a besoin d'une présence sur le web mais laquelle?

#### 2<sup>e</sup> demi-journée : Atelier d'intelligence informationnelle

Aller chercher l'information : intérêt de Twitter, de Facebook et des outils de recherche automatique. Identifier les outils de recherche et les sites intéressants pour mon activité (travailler en entonnoir, agréger des flux RSS ...). Utiliser ces mêmes outils pour aller rechercher les informations les plus pertinentes et les plus récentes (ex. vente de voitures : trouver les dernières réglementations européennes, identifier les aides fournies par le gouvernement, etc. afin de pouvoir identifier les potentielles évolutions d'achat des clients).

#### 3<sup>e</sup> demi-journée : Atelier pratique sur les réseaux sociaux

Prise en main des outils de connexion ainsi que mise en place des premiers outils professionnels individualisés et utiles à chacun: Twitter, Facebook, Viadeo...  
Twitter : Mise en place de recherches des personnes à suivre sur ainsi que se créer une visibilité (être un relais d'information...). Utiliser Facebook de manière professionnelle : faire du Brand-naming (travailler sa réputation personnelle), réaliser une page Fan et créer des quizz.

#### 4<sup>e</sup> demi-journée : Test de mise en pratique (cas personnel)

Cet atelier lie à la fois consulting et formation, en proposant un atelier individualisé et pratique. Chacun des intervenants passera cette dernière demi-journée à travailler sur ses besoins personnels, en proposant une stratégie générale allant de la campagne de recherche d'informations jusqu'à la campagne de communication utilisant les réseaux sociaux. Puis nous confronterons celle-ci au regard des autres participants.

**Durée** : 2 jours du jeudi 9h au vendredi 18h

## LES POUVOIRS DU CERVEAU Niv I

Formateur : **Dr Jean OLIVOT**

"C'est la manière avec laquelle nous percevons nos aptitudes qui les influence et détermine nos performances personnelles et professionnelles."

### 1-Objectifs

Les études scientifiques ont démontré que "pour réussir sa vie, le quotient intellectuel intervient pour 20% seulement alors que le quotient émotionnel intervient pour au moins 80%". Durant ce séminaire, vous apprendrez à gérer vos émotions, à les transformer en intelligence et à les cultiver pour vous épanouir au niveau personnel et professionnel.

- Définition de l'Intelligence Emotionnelle (IE)
- L'explication neuroscientifique de l'IE
- L'aptitude à gérer ses émotions : un atout essentiel dans un univers en perpétuel changement.
- Derrière votre histoire, on retrouve les habitudes psychologiques qui gouvernent votre vie.
- Le réapprentissage émotionnel.
- Transformez vos émotions en intelligence et découvrez qu'on ne manage bien qu'avec le cœur.
- L'Intelligence Emotionnelle appliquée.

### 2-Exercices pratiques

- Prise de conscience des mécanismes comportementaux
- Transformer sa puissance émotionnelle en Intelligence créatrice
- Les états élargis de conscience et la méditation de l'attention.
- Les illusions d'optique mentale ou comment maîtriser ses pulsions destructrices
- La conscience de l'habitude ou comment rompre avec les mauvaises habitudes cognitives
- Le management émotionnel.

"C'est la manière avec laquelle nous percevons nos aptitudes qui les influence et détermine nos performances personnelles et professionnelles."

### 3-Remarques

Cette méthode ne nécessite aucune connaissance et aucun «don» particulier.

Elle a été conçue pour tous, quel que soit le niveau de formation.

La curiosité intellectuelle et le seul désir de vouloir accéder à ses propres ressources suffisent.

**Durée** : 2 jours du jeudi 9h au vendredi 18h

## OBJECTIF VENDRE

Formateur : **Jean-Michel FAIVRE**

### 1-Objectifs

Le dirigeant JD est souvent le commercial N°1 de son entreprise. Cette formation a pour objectif d'améliorer l'efficacité et les performances commerciales du JD. Il s'agit d'acquérir les bases théoriques fondamentales, les outils et les comportements pratiques, issus de la PNL, afin de mieux gérer ses relations clients.

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir un objectif précis à chaque entretien,
- Se préparer mentalement pour réussir le premier contact,
- Conduire efficacement leurs entretiens commerciaux,
- Argumenter et vendre les avantages des produits et services de l'entreprise,
- Négocier les conditions commerciales et conclure la vente.

### 2-Programme

#### 1. SE PRÉPARER

- Comment choisir les orientations de son action commerciale, cibler et sélectionner ses prospects, ou les clients à relancer.
- Prendre un rendez-vous par téléphone : les formules « facilitantes » et les mots à éviter.
- Définir précisément l'objectif de son entretien.

#### 2. REUSSIR LE PREMIER CONTACT

- Créer rapidement un climat de confiance, favorable à l'échange
- Réussir une présentation complète de l'entreprise,

#### 3. CONNAITRE : Découvrir le client et ses motivations

- Savoir conduire un entretien structuré, écouter et poser les "bonnes" questions.
- Recueillir des informations précises et les critères de motivation d'achat du client.
- Communiquer "sur la même longueur d'onde" que le client,

#### 4. CONVAINCRE : La vente des avantages

- Argumenter dans le système dominant de son client, selon ses critères de motivations.
- Mettre en valeur les avantages de son offre, selon les motivations de son client, en passant de sa propre logique à celle du client.
- Traiter les objections : identifier les vraies et les fausses objections, puis utiliser l'objection de son client à son avantage.

#### 5. CONCLURE :

- Savoir négocier les prix, avec la contrepartie, pour faciliter la décision.
- Faciliter le passage à la conclusion, pour conduire à la décision avec élégance.

**Durée du Stage** : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

Formateur : **Gilles Jurine**

### 1- Personnes concernées :

Décideurs dans l'entreprise : DG, DRH...

### 2- Objectifs :

A l'issue de la formation, le stagiaire devra être capable de ...

- Comprendre les modes de prise de décision chez l'homme ainsi que ses travers et les risques inhérents.
- Appréhender une problématique de façon logique au travers du prisme OST (objectif, stratégie, tactique).
- Optimiser les risques et anticiper les situations complexes : piloter une activité

### 3- Programme :

#### Première partie : LA DECISION HUMAINE CAPACITES ET LIMITES

- Qu'est-ce que décider, pourquoi une date ?
- Les limites humaines, les biais de décision
- S'entraîner à décider : mises en situations dans un contexte simple.

#### Deuxième partie : LE système OST

- Qu'est-ce que la définition d'un objectif ?
- Définir une stratégie, l'art de déléguer la tactique.
- Mises en application des concepts :

1) Le contrôle aérien ou l'art de décider sous stress : les stagiaires sont mis en situation de gérer une situation dynamique (version papier et informatique du jeu) de plus en plus complexe.

2) L'art de la guerre : les stagiaires participent à des ateliers "wargames". Ils affrontent soit une intelligence artificielle, soit d'autres humains dans des versions papier et informatique.

#### Troisième partie : L'APPLICATION DES CONCEPTS A MON CONTEXTE

Chaque stagiaire est invité à présenter une synthèse des éléments travaillés et la méthode qu'il compte mettre en place pour transférer ses connaissances dans le fonctionnement de son entreprise.

### 4- Moyens et méthodes pédagogiques

Cette action de formation s'appuiera sur une méthode participative, associant des échanges pratiques et théoriques. Elle sera ponctuée d'exercices pratiques.

Un livret sera remis à la fin de la formation à chaque participant reprenant tous les thèmes abordés.

### 5-Descriptions du dispositif permettant de suivre les résultats

L'évaluation de la qualité de formation se fera tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique liés directement aux différents thèmes abordés durant la formation ainsi qu'à la fin de la formation au travers de deux questionnaires (Stagiaires et Formateur) renseignés à l'issue de la formation par les participants.

**Durée du Stage** : 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

Formateur : **Michel FARCY**

### 1-Programme

• Mettre en pratique à travers des exercices variés (présentations, improvisations, lectures, discours spontanés ou préparés):

- ✓ Les techniques d'expression orale et les différentes formes de prise de parole
- ✓ Les techniques d'écoute avec une approche corporelle basée sur:
  - la respiration,
  - la gestion du trac,
  - la cohésion du groupe

### 2- Bénéfice pour les participants

- J'améliore l'efficacité de mes présentations
- Je construis mieux mes messages
- J'utilise mes atouts: voix, regard, implication et je suis confiant
- Je gère mon impact personnel, j'harmonise mes énergies
- Je retiens l'attention de l'auditoire, je fais passer mon message avec sérénité.

### 3- Pourquoi?

- Maîtriser les techniques de l'expression qui permettent d'avoir le maximum d'impact sur son auditoire
- Découvrir ses points forts et les points à améliorer
- Se libérer des tensions physiques et des inhibitions psychologiques qui gênent la communication
- S'impliquer dans une relation positive avec les autres

### 4- Comment ?

- Exposés préparés ou improvisés
- Enregistrement au magnétoscope,
- Observation et analyse sur forme et fond,
- Apports théoriques.
- Les exercices d'entraînement sont enregistrés sur cassettes, remises à chacun à la fin du séminaire.

**Durée** : 2 jours du jeudi 9h au vendredi 18h

## DEVELOPPEZ VOTRE INTELLIGENCE EMOTIONNELLE

Formateur : **Muriel Tabaracci**

Diriger une entreprise, manager des collaborateurs n'est pas seulement une affaire de techniques, de finances. C'est aussi l'art de gérer les relations interpersonnelles, savoir écouter, s'affirmer, combiner des personnalités et des intérêts différents vers un but commun.

### 1-Ce que cette formation vous apporte

Les moyens opérationnels pour développer votre compétence émotionnelle et décupler votre efficacité, grâce à une meilleure connaissance de soi et des autres.

La capacité de vivre un meilleur équilibre dans votre vie professionnelle et personnelle, en évaluant mieux vos besoins dans votre activité professionnelle, mais aussi en tant qu'homme ou femme.

L'opportunité de résoudre des situations relationnelles difficiles dans votre vie personnelle ou professionnelle.

Développer la confiance en vous et votre impact relationnel

### 2- Les plus de la formation

Formation en Développement Personnel appliquée au Management.

La double expertise de la formatrice : une expérience de 12 ans en management et en développement

La formation est centrée sur le vécu professionnel et personnel des participants, elle est avant tout pratique et permet des résolutions de cas problématiques.

Une pédagogie innovante, basée sur l'intégration des 4 dimensions fondamentales de l'être humain : l'action, les émotions, la réflexion et le sens.

Le temps de formation intègre des exercices corporels et de gestion du stress : utilisation de la respiration, travail de centration, relaxation, ainsi que des jeux de rôle et des échanges sur des cas vécus.

La dynamique des échanges en groupe est associée à un accompagnement personnalisé de chaque participant.

Ce stage nécessite l'implication active des participants et l'envie de mieux se connaître et développer son potentiel.

### 3- Programme

1. Comprendre le fonctionnement des émotions
2. Développer sa conscience émotionnelle
3. S'entraîner à vivre et gérer ses émotions
4. Développer la confiance en soi et son impact relationnel.

### Déroulement du stage

**Durée:** 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

AVRIL

## PRENDRE DE LA HAUTEUR DANS SON MANAGEMENT STRATEGIQUE à partir du jeu de GO. **NEW !**

Formateur : **Bruno PASCAL**

### 1- Personnes concernées :

Chefs d'entreprise, dirigeants de TPE/TPI en forte croissance, direction bicéphale  
Responsables de départements internes d'au moins 10 personnes

### 2- Objectifs :

Résoudre une problématique professionnelle à partir

- D'un nouveau regard, d'une autre vision du monde, de l'autre
- Du concept d'un jeu millénaire fortement empreint de pensée asiatique et de réflexion stratégique
- D'une ouverture au lâcher prise, à la créativité à l'intuition

### 3-Programme

- Historique du go : histoire, philosophie, état d'esprit
- Acquérir les règles de base pour pouvoir jouer simplement et s'amuser
- « Au go, on joue comme l'on est » : analyser de son mode de fonctionnement
- Exposer une problématique, en faire une représentation spatiale
- Découvrir différentes approches du GO : le manager joueur de go, huit stratégies, les règles d'or du weiki
- Construire sa nouvelle stratégie, utilisation des contes pour activer la créativité
- Privilégier les liens sociaux, avoir des valeurs partagées
- Savoir abandonner les causes perdues et garder l'initiative
- Prendre de la hauteur, se ménager des degrés de libertés en toutes circonstances

### 4-Pédagogie

- Approche pédagogique ludique, basée sur la mise en situation et la pratique du jeu de go
- Application sur une situation concrète que chaque participant présente et choisit de faire évoluer en partant d'une représentation spatiale sur le goban selon les règles de base du jeu.

Cette formation ne nécessite pas la connaissance préalable des règles du jeu de go mais peut devenir un moyen d'avoir envie d'y jouer ensuite.

### Déroulement du stage

**Durée:** 2 jours, du jeudi 9h au vendredi 18h

## VOS RFS

Nom	Section	Fonction	Email	Téléphone
Patrice Bendahan	Marseille	RFR	patrice.bendahan@esphi.fr	06 19 80 27 50
Audrey Gérard	PACA	RER	rer@cjd-paca.net	04 91 79 21 78
Jean-Paul Falduto	Aix	RFS	jean-paul@falduto.fr	06 10 82 38 45
Laurence Bernard	Cannes	RFS	laurence@c-d-a.fr	06 13 14 37 00
Nadine Cordet	Marseille	RFS	cordet.nad@voila.fr	06 09 55 78 07
Alexandra Pellegrin	Nice	RFS	alexandra.tas@orange.fr	06 12 17 69 81
Vincent Défossez	Marseille	RFS	aquadomia@yahoo.fr	06 80 67 58 05
Thierry Sana	PEB	RFS	asintervention@aol.com	06 14 75 09 94
Claire Jard	Toulon	RFS	claire.jard@hotmail.fr	07 61 30 38 16
Alexandre Moga	Vaucluse	RFS	alexandre.moga@gmail.com	06 04 59 30 94

### SARL ETAPE

**Coumba CAMARA** Tél 01.53.23.92.52 [ccamara@cjd.net](mailto:ccamara@cjd.net)  
19, avenue George V – 75008 Paris