

**BOOSTER
ACADEMY**

**CATALOGUE
DES FORMATIONS
EN CENTRE
D'ENTRAÎNEMENT**



Bonjour,

Vous envisagez de rejoindre nos centres d'entraînement intensif Booster Academy et nous vous en félicitons.

Vous l'avez compris, notre vocation est de vous accompagner à développer votre chiffre d'affaires. Toute une équipe se mobilisera pour vous offrir véritablement les conditions de la réussite :

- **Des entraînements dynamiques** en petit comité.
- **Des points réguliers** sur vos avancées.
- **Un lieu d'échanges** autour de vos problématiques de développement commercial.

Vous en tirerez tout le bénéfice en respectant les règles du jeu.

1 - Préparation

En amont des entraînements, validez la théorie (avec le e-learning, les lectures, les exercices selon les niveaux) pour vous donner ensuite les moyens de consacrer le plus de temps possible à vous entraîner... et non à vous informer.

3 - Mise en application

Sans attendre, dès votre sortie du centre, éprouvez, testez, pratiquez pour transformer l'essai.

2 - Implication

Pendant les entraînements, participez activement pour capitaliser sur ces moments uniques de prise de recul et d'appropriation des techniques et méthodes.

4 - Partage

De retour dans le centre, remontez vos réussites, vos difficultés pour nous permettre de mieux vous accompagner.

Nous restons bien sûr à votre entière disposition en attendant d'avoir le plaisir de vous accueillir dans l'un de nos centres d'entraînement.

Sommaire



Qui sommes-nous ?

Ambition et conviction

Nos valeurs

Les chiffres clés

La pédagogie Booster Academy

3 facteurs clés de succès chez Booster Academy

Moyens pédagogiques et techniques

L'encadrement

Positionnements et évaluations

L'offre globale

« Les niveaux » chez Booster Academy

Les parcours Booster Academy

Niveaux « Relation Client et retail » : programmes détaillés

Niveaux « Commercial » : programmes détaillés

Niveaux « Manager Coach » : programmes détaillés

Accompagnements : programmes détaillés

La grille tarifaire des niveaux Booster Academy

Les Centres Booster Academy

Qui sommes-nous ?

Ambition et conviction

Booster Academy est un cabinet de conseil et de formation en efficacité commerciale et managériale. Booster Academy intervient depuis plus de 18 ans pour :

- Des particuliers et des entreprises de toute taille (auto-entrepreneurs, artisans, professions libérales, TPE, PME, ETI, Grands Comptes)
- De tous secteurs (services, industrie, distribution...)

Nos valeurs

- La passion pour les métiers de la vente, du management et de la relation client
- L'ambition d'agir concrètement sur l'efficacité commerciale et managériale de nos clients
- La transmission de notre savoir innovant pour vous faire grandir
- Une conviction forte : on ne naît pas vendeur, on le devient !

Chiffres clés



18 ans d'expérience



≥ 10 000 stagiaires formés par an*



5 300 entreprises clients*



70 experts formateurs



≥ 99% de clients satisfaits



La pédagogie Booster Academy

3 facteurs clé de succès



1 - MANAGER : Signataire de la convention

Ce temps de préparation est capital pour vous permettre de tirer tout le bénéfice des séances d'entraînement : donnez-vous le temps de digérer les messages.

Quelques jours après avoir suivi le module e-learning, nous vous recommandons de faire l'exercice écrit correspondant pour vérifier que les messages clés sont bien ancrés dans votre esprit et commencer à vous projeter dans l'entraînement.



2 - ENTRAÎNEUR : formateur de l'académicien

Les modules d'e-learning ne manqueront pas de vous interpeller sur vos propres pratiques : notez les messages clés, vos interrogations, etc. au fur et à mesure.

Dans ce cahier, vous retrouverez un espace de prise de notes, les exercices écrits, et un mémo par module avec les messages clés



3 - ACADÉMICIEN : bénéficiaire de la formation

Vous rencontrerez parfois quelques lenteurs, liées à la qualité de la connexion internet. Le module se déroule sans intervention de votre part, sauf mise à contribution annoncée auquel cas, un seul clic suffit !

Moyens pédagogiques et techniques



Moyens pédagogiques de montée en compétences

Diagnostic individuel, apports pédagogiques sur la plate-forme technologique dédiée et apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book par niveau de compétence.

Moyens pédagogiques d'évaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », éventuellement, Certification.



Moyens techniques

Dans le cadre de formation en présentiel : locaux, vidéoprojecteur, autres outils d'animation. Si la situation sanitaire le nécessite de réaliser la formation en distanciel : supports pédagogiques disponibles sur la plateforme de travail en ligne, liens vers les accès aux classes virtuelles durant lesquelles des présentations pédagogiques seront travaillées, échanges mails avec les entraîneurs pour suivi pédagogique.

L'encadrement



L'encadrement de la formation est exercé par des entraîneurs. Les entraîneurs des centres Booster Academy ont une expérience opérationnelle de la vente et/ou du management, et sont formés aux techniques d'entraînement.

Ils disposent d'une attestation de formation permettant de garantir leurs compétences techniques, professionnelles et pédagogiques.

Le suivi de l'action et l'appréciation des résultats

Le suivi de l'action, pour chaque formation

- L'entraîneur et le stagiaire émargent une feuille de présence par demi-journée
- Chaque Stagiaire bénéficie d'un suivi à mi-parcours et fin de parcours

L'appréciation des résultats

A la fin de chaque niveau et pour chaque stagiaire, l'entraîneur valide (via des mises en situation) si les objectifs et les compétences à acquérir du niveau sont atteints :

- Si ce n'est pas le cas, le Stagiaire reste dans le niveau en cours et bénéficie d'Accompagnements Complémentaires
- Si les objectifs sont atteints, le Stagiaire poursuit son parcours de formation et passe au niveau suivant





Positionnements et évaluations

1- Positionnement des salariés

Nous effectuons un diagnostic initial de placement sur les niveaux de compétences commerciales et managériales : cet échange est indispensable avant tout démarrage

1- 45 minutes d'échange en tête à tête avec un membre de notre équipe	2 - Possible mise en situation pour évaluer les automatismes lors d'un échange commercial	3 - Feedback de l'entretien	4. - Nous définissons ensemble quels sont les niveaux dont vous avez besoin, en fonction de vos objectifs professionnels et/ou personnels
--	--	--------------------------------	--

2 - Evaluation

A l'issue de chaque séance de formation, une évaluation est réalisée sous la forme d'une mise en situation permettant aux académiciens de mettre en pratique les compétences acquises pendant la séance. Notre entraîneur évalue le nouveau niveau atteint sur la base d'une grille de compétences pour valider le passage au niveau suivant.

3 -Suivi et accompagnement de la formation

Lors de chaque séance de formation, l'entraîneur ajuste son accompagnement selon le contexte professionnel, les acquis initiaux et les productions des salariés. Après chaque séance, espacée de 15 jours de la suivante, les salariés mettront en application sur le terrain les nouvelles compétences acquises. Leur entraîneur restera à leur disposition pour les accompagner en cas de besoin. Par ailleurs, leur responsable direct recevra, après chaque séance, un rapport indiquant ce qui aura été travaillé et le plan d'action attendu de mise en application terrain pour lui permettre d'accompagner la montée en compétences de ses salariés.w

Aussi, en début de chaque séance, les académiciens et l'entraîneur font un état des lieux de ce qui a été mis en place, des bénéfices obtenus, des difficultés rencontrées afin d'ajuster la séance en conséquence.

Enfin des points formels de suivis sont organisés en milieu et fin de parcours.

En cas de difficultés particulières qui empêcheraient la poursuite du parcours sur le niveau de compétences supérieur, le formateur mettra en place une séance « Reboost » pour permettre à les salariés de finaliser l'acquisition de la compétences, requis minimum pour passer d'un niveau à l'autre.

L'offre globale Booster Academy

Les « niveaux » chez Booster Academy

4 heures de travail préparatoire + 2 demi-journées en petits groupes de 2 à 6 personnes, espacées idéalement de 15 jours



Un temps de préparation avant vos entraînements

Selon les niveaux, vous suivez les modules d'e-learning, lisez les ouvrages et réalisez les exercices préconisés, à votre rythme et en toute autonomie.
Votre engagement : (ré)activer les connaissances et les prises de conscience indispensables pour tirer tout le bénéfice des séances d'entraînement.



2 demi-journées d'entraînement

En sous-groupes de maximum 6 personnes, vous travaillez concrètement pour atteindre les objectifs du niveau et développez vos compétences progressivement, grâce à nos méthodes pédagogiques inspirées de l'entraînement sportif :
Notre responsabilité : vous donner les moyens de poursuivre les efforts au quotidien
La capacité à vous auto-évaluer, pendant et après l'entraînement
Votre propre boîte à outils, personnalisée et opérationnelle
Une vision claire de votre plan d'actions pour progresser de retour sur le terrain : quoi, quand, comment, et avec quels objectifs de résultats ?



Une mise en pratique intensive entre chaque séance d'entraînement

Vous profitez de chaque rendez-vous, de chaque occasion, pour mettre en application les techniques et les méthodes travaillées en entraînement et poursuivre votre montée en compétences. Ce n'est qu'à cette condition que vous obtiendrez rapidement un impact sur votre efficacité commerciale.
Votre responsabilité : mettre en œuvre le plan d'actions défini avec l'entraîneur et lui faire part de vos réussites, difficultés éventuelles, questions...



Notre accompagnement dans la durée

Nous répondons à vos questions et vous proposons des solutions personnalisées pour résoudre vos difficultés à mettre en application les méthodes et les techniques travaillées en entraînement.
Notre engagement : vous aider à tirer tout le bénéfice des entraînements.



Les Objectifs d'un niveau

L'échauffement

Prise de conscience nécessaire à l'entraînement

La situation de référence

1ère mise en situation pour évaluer la marche à faire franchir à chacun

Les gammes et la musculation

Travail individuel séquencé pour construire et prendre en main ses outils

Le match et les étirements

Mise en application globale, contextualisée, et définition du plan d'actions



Les parcours Booster Academy

Le diagnostic en amont de la formation permettra de valider, avec vous, les niveaux dont vous avez besoin en fonction de vos objectifs personnels et professionnels.

Le format de nos formations permet de créer un parcours de formation sur mesure.

Voici les parcours que nous pouvons vous proposer :

Parcours relation client (2 niveaux) :

- Le comportement individuel
- Les relations interpersonnelles

Parcours techniques de vente (4 niveaux) :

- La prise de contact
- La découverte
- Le traitement des objections
- La vente comportementale

Parcours prospection (2 niveaux) :

- La prise de contact
- La prospection

Parcours techniques de vente et négociation (5 niveaux) :

- La prise de contact
- La découverte
- Le traitement des objections
- La vente comportementale
- La négociation

Parcours réponses aux appels d'offres (3 niveaux) :

- La découverte
- Proposition commerciale et soutenance
- La vente complexe

Parcours gestion des grands comptes (2 niveaux) :

- Le plan de compte
- La relation partenariale

Parcours techniques commerciales pour mieux vendre (5 niveaux) :

- La prise de contact
- La découverte
- Le traitement des objections
- La vente comportementale
- La négociation

Parcours de préparation au bloc de compétence 2 de la certification RNCP 35760 « Négociateur technico-commercial » Cliquez ici pour en trouver le détail (5 niveaux) :

- La prise de contact
- La découverte
- Le traitement des objections
- La prospection
- La négociation



12h



Le comportement individuel

A l'issue de l'entraînement, je possède les bonnes attitudes pour intégrer le monde de l'entreprise

Prérequis

Toute personne étant confronté au client : vendeurs en magasin, téléconseillers, réceptionnistes, etc. et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours

Prérequis

Aucun prérequis nécessaire pour cette formation

Méthode & outils :

Validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances

Objectifs

- Maîtriser son image et impacter positivement son environnement
- Avoir confiance en soi et connaître ses capacités

Programme

- Construire son projet
- Connaître les rouages et le fonctionnement de l'entreprise
- Savoir s'adapter à l'entreprise et faire preuve de professionnalisme en toutes circonstances
- Travail sur son image et sa confiance en soi pour aborder le monde de l'entreprise avec professionnalisme
- Amélioration de ses compétences en communication pour accéder au monde de l'entreprise
- La motivation pour développer ses compétences commerciales
- L'image de soi
- Les relations dans l'entreprise

RELATION CLIENT ET RETAIL

Programmes détaillés





Les relations interpersonnelles



12h

A l'issue de l'entraînement, je maîtrise les relations interpersonnelles en contexte professionnel

Prérequis

Toute personne étant confronté au client : vendeurs en magasin, téléconseillers, réceptionnistes, etc. et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours

Prérequis

Aucun prérequis nécessaire pour cette formation

Méthode & outils :

Validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances

Objectifs

- Je connais les mécanismes de la communication
- J'ai développé mon sens de l'écoute
- Je possède les techniques de base de la communication par téléphone et en face à face
- Je suis capable de représenter mon entreprise en toutes circonstances
- Je gère l'accueil de tous les clients, même les plus difficiles

Programme

- La communication interpersonnelle et les enjeux d'un savoir-être pertinent
- Les règles de la communication
- Les obstacles à la communication
- Les relations : conscient/non conscient dans la communication
- Les conditions d'une relation de confiance
- Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils de moi, de mon entreprise ?
- Identifier les profils de clients
- Comprendre leurs familles de besoins à chaque étape de la relation
- Ma valeur ajoutée pour le client et pour l'entreprise
- Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients
- Optimiser la relation client par téléphone
- Ecouter activement et sécuriser le client en toutes circonstances
- Traiter les situations difficiles avec les comportements relationnels qui marquent favorablement le client

LE PARCOURS RETAIL :

Programmes détaillés





La prise de contact en magasin



12h

A l'issue de l'entraînement, vous naviguez avec aisance et professionnalisme sur le point de vente et vous prenez contact avec tous les clients.

Public

Toute personne étant amenée à vendre à des particuliers : vendeurs point de vente, téléconseillers, etc.

Prérequis

Vous maîtrisez les relations interpersonnelles en contexte professionnel

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, livret pédagogique, Mémo sur les règles d'or de la découverte et l'analyse de la demande, Bibliothèque de questionnement structurée en mode SPS, Plan d'actions individuel

Objectifs

- Gérer l'espace de vente de façon active
- Impacter positivement le client et optimiser sa communication
- Faire bonne impression
- Connaître les étapes clés de la vente
- Prendre contact avec tous les clients de manière pertinente et efficace

Programme

- **Le client du 21ème siècle** : Les attentes du client, vis-à-vis du vendeur, de l'entreprise, des concurrents ; La mission et la valeur ajoutée du conseiller dans un contexte multicanal ; Trouver du plaisir dans la vente : ce qui est difficile pour moi dans ma mission, mise en lumière des clés pour transformer un tabou en challenge : zoom sur le savoir, savoir-faire, savoir-être et savoir-oser
- **La pyramide de la vente** : Le conseiller de vente : grand bâtisseur de la satisfaction client ; Parallèle avec la pyramide : les 3 D de la vente
- **La prise de contact** : Les différents profils de clients : butineur, indépendant, demandeur ; Les étapes clés lors de l'arrivée du client : attitudes à adopter, les « indices » à détecter ; La première impression : l'écoute dès les 1ers moments, la communication non verbale ; S'adapter au profil des clients pour mieux prendre contact avec eux ; Attitude et technique à développer pour éviter le « Puis-je vous aider ? » : le « trépied » ou les 3 axes de la prise de contact ; Ecriture de phrases d'accroches
- **La gestion multi-clients** : S'adapter au flux Clients ; Implantation et respect du



La découverte en magasin



12h

A l'issue de l'entraînement, vous maîtrisez les techniques qui permettent de découvrir les besoins des clients, de détecter les opportunités de ventes complémentaires et de susciter l'intérêt des interlocuteurs les plus passifs.

Public

Toute personne étant amenée à vendre à des particuliers : vendeurs point de vente, téléconseillers, etc.

Prérequis

Vous maîtrisez les relations interpersonnelles en contexte professionnel

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, livret pédagogique, Mémo sur les règles d'or de la découverte et l'analyse de la demande, Bibliothèque de questionnement structurée en mode SPS, Plan d'actions individuel

Objectifs

- Maîtriser les techniques de questionnement
- Structurer son approche avec intérêt et empathie
- Élargir le champ de sa découverte pour identifier les opportunités de vente complémentaire
- Savoir mettre en tension son interlocuteur lorsqu'il ne se sent pas concerné par l'offre

Programme

- **Les enjeux de la phase de la découverte** : La découverte des besoins, étape clé pour faire une proposition adaptée, sélectionner les bons arguments, détecter les opportunités de vente complémentaire, réduire le risque d'objections en fin de vente ; Facteur clé de succès : aller au-delà des évidences, chercher à comprendre avant de persuader
- **Comprendre** : Ce que j'ai à vendre, ce que j'ai besoin de savoir pour le vendre ; La méthode de l'entonnoir, les 3 C, les différents types de questions ; Le questionnement : quantité, qualité, et typologies des questions ; Empathie et écoute active ; La technique de la dernière goutte et la gestion des silences ; La théorie du filtre, les dangers de l'interprétation
- **Convaincre** : Faire le lien entre la découverte et l'argumentation : exercices de reformulation avec le Tiercé Gagnant ; Les techniques pour faire craquer les clients : L'argumentaire ; Ecriture et prise en main d'argumentaires types ; Présenter son prix positivement



Le traitement des objections en magasin



A l'issue de l'entraînement, vous prenez l'initiative de la conclusion et vous optimisez toutes vos ventes.

Public

Toute personne étant amenée à vendre à des particuliers : vendeurs point de vente, téléconseillers, etc.

Prérequis

Vous maîtrisez la valeur ajoutée de l'offre et les techniques de questionnement (découverte et mise en tension)

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book Retail niveau, Argumentaires de vente des principales prestations en Bénéfices, Avantages, Caractéristiques, Guide de traitement des objections, Méthode des médailles, Plan d'actions individuel

Objectifs

- Savoir vendre plus que ce que le client est venu chercher
- Déterminer les racines de l'objection et les traiter
- Détecter le bon moment pour conclure
- Rassurer le client et l'accompagner dans la prise de décision
- Utiliser les techniques de conclusion pour amener le client à acheter

Programme

- **Vendre plus** : Freins à la vente additionnelle et complémentaire ; Enjeux et valeur ajoutée du vendeur à vendre plus ; Différents objectifs de la vente additionnelle ; Anticiper les ventes additionnelles dès la phase de découverte ; Utiliser les éléments de réponse clients à bon escient pour proposer plus ; Conditions d'une bonne proposition complémentaire : quand et comment la faire
- **Traitement des objections** : Comprendre les raisons de l'objection, en mesurer le bien fondé, et en faire des opportunités de vente ; Méthode pour traiter les objections « à la racine » et poursuivre sa vente ; Les techniques de parade aux objections ; Zoom sur le traitement des objections prix ; Écriture et prise en main des réponses aux objections
- **Conclure** : Les moments clés pour réussir la conclusion ; Détecter et provoquer les feux verts ; Techniques de conclusion
- **Entraînement sur l'intégralité des techniques de vente** : prise de contact, découverte, argumentation, conclusion

COMMERCIAL :

Programmes détaillés
 Parcours pouvant préparer au bloc de compétence
 BC.02 de la certification RNCP 34079
[Cliquez ici pour en trouver le détail](#)



La prise de contact



12h

A l'issue de l'entraînement, je sais me préparer à la vente BtoB sur des processus de décision simples

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours .

Méthode

Apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances

Prérequis

Maîtrise des relations interpersonnelles en contexte professionnel

Outils :

- Mémo sur les étapes de la vente, les règles d'or de chaque étape
- Analyse de la valeur ajoutée de l'offre
- Pitch par typologie d'interlocuteur
- Structure de prise en main du rendez-vous commercial

Objectifs

- Je maîtrise la valeur de mon offre
- Je sais préparer mes entretiens de vente
- Je fais bonne impression
- Je connais la structure et la logique d'un entretien de vente réussi.

Programme

- Les processus d'achat et de vente directe/indirecte
- La logique d'un entretien de vente réussi
- Maîtriser les premières minutes de l'entretien de vente
- Les étapes clés lors de l'arrivée chez le client
- La structure des premières minutes
- Identification des forces et faiblesses de chaque offre et travail autour des enjeux du client
- Analyse de la concurrence et identification des atouts concurrentiels
- Sélection des mots clés et écriture d'un pitch sexy, punchy, concis
- Les règles d'or de la communication
- Les facteurs révélateurs d'une approche conseil (vente de solutions)
- Travail de la posture « conseil » : posture, codes vestimentaires
- Travail de renforcement de l'impact du pitch : mise en lumière des mots clés par la maîtrise de l'intonation

La découverte



12h

A l'issue de l'entraînement, je maîtrise les techniques qui me permettent de découvrir les besoins de mes clients, de détecter les opportunités de ventes complémentaires et de susciter l'intérêt des plus passifs.

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, commerciaux, etc. et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours.

Prérequis

Maîtrise de la structure des entretiens de vente et de la valeur ajoutée de son offre

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, Mémo sur les règles d'or de la Découverte et l'Analyse de la demande ; Bibliothèque de questionnement structurée en mode SPS

Objectifs

- Maîtriser les techniques de questionnement
- Structurer mon approche
- Elargir le champ de ma découverte pour identifier les opportunités de vente complémentaire
- Savoir mettre en tension mon interlocuteur

Programme

- **Les enjeux de la phase de la découverte** : Les facteurs de décision des acheteurs ; La découverte des besoins pour réduire le risque d'objections en fin de vente ;
- **L'analyse de la demande** : à la recherche des enjeux, des attentes et des besoins ; La méthode de l'entonnoir, les 3 C, les types de questions ; Les enjeux, l'interconnexion des enjeux dans l'entreprise et la méthode de questionnement « Grand Angle » ; La construction de la bibliothèque de questionnement
- **Prise en main du questionnement** : Le questionnement ; L'empathie et l'écoute active ; La technique de la dernière goutte et la gestion des silences ; La théorie du filtre, les dangers de l'interprétation ; Le tiercé gagnant
- **Les tactiques de mise en tension** : La méthode SPS pour faire prendre conscience et susciter l'intérêt grâce au questionnement ; La structuration de la bibliothèque de questionnement ; techniques de prises de notes



Le traitement des objections



12h

A l'issue de l'entraînement, je sais valoriser et défendre mon offre, j'optimise les processus de décision grâce à la maîtrise des techniques de closing.

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, commerciaux, etc. et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours

Prérequis

Maîtrise de la valeur ajoutée de son offre et des techniques de questionnement (découverte et mise en tension)

Objectifs

- Présenter mon offre en valorisant les bénéfices attendus
- Faire de chaque objection une opportunité de vente
- Engager le client dans la conclusion au bon moment
- Utiliser des techniques de conclusion pour faciliter la prise de décision, garder la main et optimiser les processus d'achat.

Programme

- **Argumentation** : Les techniques d'argumentation ; L'écriture et la prise en main d'argumentaires types ; Faire le lien entre la découverte et l'argumentation : exercices de reformulation ; Présenter son prix positivement
- **Traitement des objections** : Comprendre les raisons de l'objection, en mesurer le bien fondé et en faire des opportunités de vente ; Méthode pour traiter les objections « à la racine » et poursuivre sa vente ; Les techniques de parade aux objections (contrepois, boomerang, déplacement, renversement) ; Zoom sur le traitement des objections de prix ; Ecriture et prise en main des réponses aux objections
- **Conclure** : Les moments clés pour réussir la conclusion ; Conclure : signer, ou faire un pas de plus vers la vente ; Les enjeux de la phase de conclusion : optimiser les processus de décision ; Méthode des médailles : définir les différents niveaux de conclusion à chaque étape de mon cycle de vente ; Techniques de conclusion
- **Prise en main des techniques de conclusion** : Entraînement sur l'intégralité des techniques de vente : prise de contact, découverte, argumentation, conclusion



La vente comportementale



12h

A l'issue de l'entraînement, j'adapte mon approche en fonction du profil de mon interlocuteur, je facilite la prise de décision de tous les clients, même les plus difficiles

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, commerciaux, etc. et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. Matrice des profils ; Quiz sur le mode de fonctionnement de chaque profil ; Les étapes de la vente personnalisées à chaque profil ; Plan d'actions sur la méthode de vente personnalisée

Objectifs

- J'identifie mon profil comportemental et celui de mon interlocuteur.
- J'adapte ma communication et mon approche sur chacune des étapes de la vente en fonction du profil de mon interlocuteur.
- J'appréhende et gère les comportements défensifs de chaque profil.

Programme

- **Fondamentaux de la communication** : règles de la communication ; obstacles à la communication ; impact de la communication non verbale ; relations conscient /non conscient dans la communication ;
- **Différents profils comportementaux** : modes de fonctionnement ; rapport au temps ; relation aux autres ; mode de décision
- **Interaction entre les différents profils** : relations toxiques ; comportements défensifs
- **Diagnostic personnalisé** : son profil / celui de ses interlocuteurs
- **Adaptabilité** : Appréhender ses points forts et ses axes d'amélioration face à chaque profil
- **Méthode de vente personnalisée** : Entraînement à la vente comportementale sur les profils perçus comme les plus « difficiles » pour développer aisance et plaisir
- **Prise en main du questionnement** : Le questionnement ; L'empathie et l'écoute active ; La technique de la dernière goutte et la gestion des silences ; La théorie du filtre, les dangers de l'interprétation ; Le tiercé gagnant
- **Les tactiques de mise en tension** : La méthode SPS pour faire prendre conscience et susciter l'intérêt grâce au questionnement ; La structuration de la bibliothèque de questionnement ; techniques de prises de notes comportemental ; composantes de l'adaptabilité ; Plan d'action pour développer son adaptabilité avec les interlocuteurs du moment

La prospection

12h

A l'issue de l'entraînement, j'optimise le développement de mon portefeuille et augmente le nombre de mes rendez-vous à fort potentiel.

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, commerciaux, etc.

Prérequis

Maîtrise de la valeur ajoutée de son offre

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. Etat des lieux de mon portefeuille d'affaires ; Tableau pilotage de l'activité commerciale ; Calcul du capital social ; Accroches personnalisés par typologie d'interlocuteurs ; Guide de traitement des objections à la prise de rendez-vous

Objectifs

- Faire un état des lieux de mon portefeuille client et détecte les potentiels de business sous-exploités
- Prioriser mes tâches et optimiser mon temps
- exploiter les réseaux physiques et virtuels pour varier mes sources de prospection
- Maîtriser les techniques de prise de rendez-vous par téléphone

Programme

- **L'optimisation du portefeuille clients** : Contour des missions ; Le cycle de vie du client ; savoir exploiter toutes les opportunités
- **Etat des lieux du portefeuille et gestion des priorités** : Segmentation du portefeuille ; Pour chaque typologie, temps à consacrer, nature et fréquence des actions à mettre en œuvre ; Identification des 20 comptes prioritaires et plans d'action
- **Pilotage de l'activité** : Déclinaison des actions à mener par jour, semaine, mois, trimestre pour atteindre ses objectifs ; Mise en perspective avec les encours et définition d'un plan d'action
- **Optimisation des actions de prospection** : Hiérarchisation des cibles ; Etude du pipe ; Etat des lieux des sources de prospection et analyse des résultats obtenus ; Recherche de nouvelles sources de prospection
- **Exploitation des réseaux réels et virtuels** : Les réseaux réels et virtuels, calcul du capital social initial et plan d'actions pour le développer ; Règles d'or : les utiliser pour entrer en contact avec quelqu'un ; Recommandations et parrainage ;
- **Réussir sa prise de rendez-vous par téléphone** : L'organisation ; Travail sur les argumentaires

La négociation

12h

A l'issue de l'entraînement, je sais sortir des négociations prix, j'aborde mes négociations avec assurance et obtiens des accords gagnant/gagnant.

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, commerciaux, etc.

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. Issues de négociation ; Tableau d'analyse concurrentielle et stratégie d'argumentation associée ; Guide de réponse aux tactiques d'acheteurs ; Plan d'actions personnalisé pour mettre en œuvre les 5 règles d'or

Objectifs

- Identifier les éléments négociables de mon offre et les prioriser selon ma marge
- Anticiper la négociation
- Oser demander des contreparties à mon client lorsque j'accorde une concession
- Maîtriser les techniques de négociation et savoir déjouer les stratégies des acheteurs

Programme

- **Les enjeux de la négociation** et de la préservation de la marge
- **Prérequis d'une bonne négociation** : A partir de quand ? Les vraies raisons de négocier ; informations à collecter pour être armé ; questions clés du processus de vente qui limitent les risques de négociation
- **Préparation de la négociation** : Analyse des éléments négociables et priorisation en fonction de leur impact sur la marge ; Zone d'accord possible et issues de négociation ; Identification des concessions et contreparties ; Analyse de la concurrence présente chez le client et analyse SWOT ; Stratégie d'argumentation au regard de la concurrence ; Prise en main des outils de préparation d'une négociation
- **Règles d'or de la négociation** : exigence élevée ; répondre par un argument ; une contrepartie tangible ; savoir reculer à petit pas ; Conduire le client vers la conclusion
- **Techniques d'achat et stratégies de réponse** : Enjeux de pouvoir ; Déjouer les techniques d'acheteur ; contrôle des émotions



La proposition commerciale et la soutenance



12h

A l'issue de l'entraînement, je maîtrise l'élaboration de mes propositions commerciales et je sais les défendre devant mes clients.

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, KAM, commerciaux, etc.

Prérequis

Maîtrise de la valeur ajoutée de son offre

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. GO / NO GO pour formaliser une proposition commerciale ; Référentiel d'évaluation objective de vos propositions commerciales ; Plan d'actions d'optimisation de vos propositions commerciales ; Diagnostic individuel de prise de parole en public ; Outil de préparation des soutenances

Objectifs

- Identifier et je maîtrise les critères du Go/No Go
- Savoir rédiger une proposition commerciale structurée, différenciante et impactante
- Savoir optimiser la préparation de mes soutenances
- Gérer mes soutenances avec efficacité et sérénité

Programme

- **Les facteurs clés de succès d'une proposition commerciale pertinente différenciante gagnante** : Les étapes clés, les différentes situations, l'anticipation ; Les questions que l'acheteur se pose ; Le process interne Go/ No Go ; Devis ou proposition commerciale ?
- **Renforcer l'impact de ses propositions commerciales** : La table des matières ; Le contenu de l'appel d'offre ; Le contexte et les enjeux : apporter une vraie valeur ajoutée ; Les bénéfices client- ; La différenciation par rapport à ses concurrents tout en respectant le cahier des charges ; L'exécutive summary
- **Réussir ses soutenances** : Se préparer ; Conduire son exposé, optimiser sa minute de pouvoir, utiliser les différents outils et son espace d'intervention ; Gérer un groupe : son jury ; Optimiser la gestion de son stress ; Les questions clés pour faire un pas de plus vers la vente



La vente complexe



12h

A l'issue de l'entraînement, je sais définir et mettre en œuvre une stratégie de vente performante pour remporter des affaires en environnement complexe.

Public

Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) : entrepreneurs, dirigeants, commerciaux, etc.

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. Etoile de qualification ; Cycle d'achat, analyse concurrentielle, critères et processus de décision ; Plan d'actions pour objectiver sa position sur l'affaire ; Définition de la stratégie et du plan d'actions relationnel

Objectifs

- Identifier les points d'appui et les risques sur mes affaires
- Avoir une vision objective de ma position sur l'affaire, au regard du cycle d'achat du client et de ma position concurrentielle
- Choisir et mettre en œuvre une stratégie de vente, adaptée au niveau de maturité du projet et à ma position concurrentielle, pour remporter l'affaire

Programme

- **Les enjeux de la qualification du compte, de l'affaire** : les informations incontournables ; Analyse des dernières affaires remportées/perdus
- **Travail sur une affaire en cours** : Sur le compte, l'affaire, les concurrents, les processus de décision, les risques ; Définition des critères du Go / no Go / Go If ; Plan d'actions pour aller chercher les informations manquantes
- **Objectiver ma position sur l'affaire** : Mise en parallèle de mon cycle de vente et du cycle d'achat du client ; Analyse concurrentielle
- **Adapter sa stratégie** en fonction de la maturité du projet chez le client et de sa position concurrentielle sur l'affaire : Les différentes approches stratégiques ; Choix de mon approche au regard de ma position sur l'affaire ; Identification des points d'appui chez le client pour mettre en œuvre ma stratégie ; Identification des fonctions les plus prometteuses du compte pour remporter l'affaire ; Déclinaison de la stratégie en plan d'action relationnel
- **Créer un prétexte de valeur** à très haut niveau pour accélérer les prises de décision : Atteindre mes interlocuteurs ; Définition et prise en main du prétexte de valeur pour obtenir un RDV et créer la relation

Le plan de compte



12h

A l'issue de l'entraînement, je maîtrise le management de projet au service du développement du compte.

Public

Toute personne amenée à vendre en environnement complexe : entrepreneurs, dirigeants, responsables grands comptes, etc.

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente et négociation

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. Plan de compte ; Organisation de l'équipe compte ; Plan de communication interne ; Outil de pilotage de l'équipe ; Profiloscope ; Plan d'actions pour développer son leadership en tant que manager transversal

Objectifs

- Mettre en place une équipe et organisation interne efficiente au regard des projets et stratégies du grand compte
- Donner une vision claire, partagée, responsable et durable à l'ensemble des acteurs internes et direction
- Piloter et mobiliser les ressources internes de façon positive et transversale afin d'atteindre les objectifs stratégiques, de créer de la valeur et de garantir la satisfaction client

Programme

- **Consolider le plan de compte, comme un outil de communication et de pilotage** : Faire savoir clairement les enjeux, objectifs, attentes, contraintes pour vous et pour le Client ; Décliner les actions, le planning, les rôles, objectifs, missions et ressources internes nécessaires ; Anticiper les évolutions pouvant avoir une influence ; Définir les moyens de communication et d'échange : fréquence, format, durée, rapporteur, rétroplanning
- **"Vendre" le plan de compte aux acteurs impliqués** : Situer son rôle de manager transversal ; Créer un climat de confiance ; Présentation de mon plan de compte pour chacune de mes ressources avec le bon niveau de valeur : obtenir l'adhésion et communiquer ses attentes avec leadership
- **Management transversal** : Assurer la coordination et la stratégie d'influence transversales ; Identifier clairement les éléments impactant pour chaque ressource ; Adapter son management au profil comportemental de chaque ressource

Les relations partenariales



12h

A l'issue de l'entraînement, je sais développer une relation partenariale forte pour positionner durablement ma présence dans le compte.

Public

Toute personne amenée à vendre en environnement complexe : entrepreneurs, dirigeants, responsables grands comptes, etc.

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente et négociation

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances.

Objectifs

- Evaluer objectivement mon niveau de partenariat et me fixe des objectifs de consolidation
- Développer la confiance structurelle et mets en place une relation de coopération, associant les notions de dépendance, de solidarité et de création de valeur mutuelle avec mon compte
- Anticiper la passation de compte

Programme

- **Fondamentaux de la communication** : règles de la communication ; obstacles à la communication ; de satisfaction ou d'insatisfaction ; Les techniques de fidélisation : facteurs d'influence, types de relation, personnalisation de la relation, enjeux et résultats
- **La relation partenariale** : Développer le partenariat comme axe central d'appui et de développement de valeur ; Les règles du partenariat ; La notion de confiance : les faits rationnels et les différentes variables de la confiance
- **Les étapes du développement d'une relation partenariale** : Point sur ma relation partenariale : évaluation objective du niveau de coopération avec son compte ; Définir mes prochaines étapes de coopération
- **La fidélisation du grand compte** : Satisfaire pour mieux fidéliser : connaître les facteurs
- **Développer la confiance structurelle et inscrire la relation dans la durée** : La création de valeur ; Déterminer ce qui a de la valeur chez mon client, manager la création de valeur ; Faire des changements et évolutions structurelles des points d'appui et de différenciation par rapport à la concurrence ; Utiliser les changements internes du grand compte
- **Anticiper et préparer la passation de comptes** : enjeux, interlocuteurs et les méthodes



Manager Pilote



12h

Public

Tout manager amené à développer les compétences de son équipe

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente, prospection et négociation

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances. Méthode PAC/ CAP ; Diagnostic du niveau d'Activité et de Performance ; Planification des observations nécessaires au diagnostic du niveau de Compétences ; Diagnostic des Compétences via le référentiel Booster Academy ; Entretien de pré-diagnostic

Objectifs

- Prendre de la hauteur sur son rôle et ses missions et dégager du temps pour développer les compétences de ses équipes
- Identifier les compétences commerciales qui permettent d'agir sur ses indicateurs de performance prioritaires
- Maîtriser les techniques et la posture qui permettent de diagnostiquer les compétences commerciales de chacun

Programme

- **Les enjeux** : Les rôles et les missions du manager commercial ; Objectifs de résultats, indicateurs d'activité et compétences commerciales : interactions et moyens d'actions ; Le diagnostic des compétences commerciales, base indispensable à la mise en place d'une démarche de « Manager Coach »
- **Le référentiel des compétences commerciales** : Comment est-il conçu ; Comment et quand l'utiliser ; Prise en main des référentiels : lien avec votre activité
- **La posture Manager Coach** : Se positionner comme Manager Coach auprès de son équipe ; Préparer individuellement le collaborateur à l'accompagnement du manager en entretien commercial
- **Le diagnostic des compétences commerciales** : Réaliser l'accompagnement commercial ; Réaliser le débriefing de l'observation de l'entretien de vente ; Finaliser le diagnostic du collaborateur
- **La planification** : Prioriser les collaborateurs et les situations de vente que je veux diagnostiquer ; Intégrer la démarche dans mon quotidien et dans celui de mes équipes

MANAGER COACH :

Programmes détaillés



Manager Entraîneur



12h

Manager Développeur



12h

Public

Tout manager amené à développer les compétences de son équipe

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente, prospection et négociation + avoir effectué le niveau « Manager Pilote »

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances.

Public

Tout manager amené à développer les compétences de son équipe

Prérequis

Maîtrise des techniques de vente, prospection et négociation + avoir effectué le niveau « Manager Pilote » et « Manager Entraîneur »

Méthode & outils :

Diagnostic individuel, validation des connaissances, apports formateur, rédaction d'outils personnalisés et opérationnels, mises en situations, cas pratiques, évaluation des savoir-faire et de l'impact sur les performances.

Objectifs

- **Elaborer le plan de développement des compétences commerciales de mes collaborateurs**
- **Maîtriser les techniques de l'entretien de fixation d'objectifs**
- **Accompagner chaque collaborateur dans sa montée en compétences et en performances**

Objectifs

- **Connaître le niveau d'autonomie et le profil de communication préféré de tous ses collaborateurs**
- **Connaître son type de management favori et son profil de communication privilégié**
- **Ajuster ses entretiens individuels aux profils de ses collaborateurs pour en obtenir le meilleur**

Programme

- **Retour d'expériences Manager Pilote** : Partage des bonnes pratiques dans les démarches de diagnostic des compétences commerciales ; Traitement des difficultés rencontrées
- **Définir le plan de développement des compétences** : Analyser les diagnostics finalisés en lien avec les résultats et les KPI de chaque collaborateur ; Repérer les compétences maîtrisées et celles qui sont à développer pour améliorer les résultats ; Prioriser ses accompagnements ; Déterminer un objectif SMART pour chacun ; Sélectionner les moyens d'atteindre l'objectif : durée, fréquence et nature des accompagnements
- **Engager dans l'action** : Obtenir l'adhésion des collaborateurs aux objectifs et plan de développement de compétences ; Préparer les entretiens individuels ; Mener les entretiens
- **Agir sur les compétences des collaborateurs** : Observations terrain et débriefing ; Prise d'appui sur les formations internes / externes ; Entraînement aux techniques de vente
- **S'organiser et suivre l'impact des accompagnements** : Programmer les actions et les moyens définis pour réaliser et valider la montée des compétences ; Gérer les priorités pour tenir ses engagements

Programme

- **Retour d'expériences Manager Entraîneur** : Partage des bonnes pratiques dans la mise en œuvre des plans de développement individuels ; Traitement des difficultés rencontrées : entretien de fixation d'objectifs, accompagnements terrain, débriefing, impact sur les performances
- **Identifier les facteurs comportementaux facilitant ou ralentissant le développement des compétences** : Les leviers de motivation ; Niveaux d'autonomie et besoins associés ; Les différents profils de communication de chaque collaborateur ; Identification du style de management et de communication favori ; Relations toxiques et comportements défensifs inhérents à l'équipe ; Appréhender ses points forts et ses axes d'amélioration face à chaque collaborateur ; L'adaptabilité, facteur clé de succès de relations agréables, constructives et efficaces : ouverture d'esprit, empathie, feed-back
- **Développer sa capacité à adapter son style** de management et son type de communication aux collaborateurs perçus comme « difficiles » : Faire adhérer ; Motiver ; Recadrer



4h



Accompagnement à l'élaboration de votre plan de vente



Objectifs

Consolider dans un plan de vente les éléments construits
entraînement après entraînement

Contenu :

- Positionnement de votre offre au regard de votre marché et de vos cibles
- Étapes de votre processus de vente
- Prise de rendez-vous par téléphone : les accroches par cible
- Objectifs et structure des rendez-vous
- Posture et positionnement
Conseil en démarrage d'entretien
- (Pitch)
- Bibliothèque de questionnement (questions Grand Angle et leviers de mise en tension SPS)
- Argumentaires sur vos offres phares
- Guide de traitement des objections
- Leviers de closing

Livrable :

Votre plan de vente consolidé et mis en forme à vos couleurs

ACCOMPAGNEMENTS

Programmes détaillés





Accompagnement au rendez-vous



4h



Objectifs

Bénéficier du regard de votre entraîneur
en situation réelle

Contenu :

- Echange téléphonique en amont du rendez-vous
 - Enjeux, contexte, et objectifs
 - Plan d'optimisation de la préparation du rendez-vous
 - Observation de votre rendez-vous
 - Evaluation des automatismes (référentiel de compétences)
 - Identification des leviers d'efficacité commerciale complémentaire
 - Débriefing et entraînement
 - Formalisation des compétences acquises
 - Déblocage des derniers freins
 - Apport de pistes et de méthodes
- Définition de votre plan d'actions

Livrable :

Observation d'un rendez-vous client, débriefing et plan d'actions



Reboost Découverte : atelier de mise en pratique



4h



Objectifs

Prendre en main sa bibliothèque de questionnement Grand Angle et la tactique de questionnement SPS.



Contenu

Prendre en main sa bibliothèque de questionnement Grand Angle et la tactique de questionnement SPS.

Programme

1. Rappels et échanges sur les points de vue en 4A et 4B : Pourquoi la phase de découverte est-elle si importante ? Quelles en sont les règles d'or ? Quelles sont les techniques ? Et le SPS ? Quand l'utiliser ? Quels en sont les principes ?
2. Validation des bibliothèques de questionnement : Partager les bonnes questions ; Répondre aux questions ; Remettre la grille d'observation
3. Chacun joue le vendeur à tour de rôle. L'entraîneur passe d'un groupe à l'autre.
4. Tour de table des bénéfices de la séance

Acquis :

- Je sais mesurer la motivation de mon Prospect, agir sur son degré de motivation
- Je sais identifier le potentiel d'affaires présent et futur.





Reboost Découverte : atelier de mise en pratique

4h



Descriptifs

Prendre en main ses argumentaires BAC et la méthode de closing.

Contenu

Prendre en main ses argumentaires BAC et la méthode de closing

Programme

1. Rappels et échanges sur les points vus en 5A et 5B

2. Validation des argumentaires et des médailles

- Partager les bonnes pratiques
- Répondre aux questions
- Remettre la grille d'observation

3. En sous-groupes de 3, un vendeur, un client, un observateur. Chacun joue le vendeur à tour de rôle. L'entraîneur passe d'un groupe à l'autre.

■ Constitution des groupes en fonction de la capacité de chacun à jouer le rôle du client pour l'autre. Le vendeur explique au client le cas sur lequel il souhaite s'entraîner

■ Rappel du cadre de l'entraînement :

- > Tiercé Gagnant
- > Argumentaire BAC
- > Traitement d'une objection
- > Médaille d'or
- > Objection de dernière minute
- > Double médaille d'or

4. Débriefing rapide après chaque simulation en mode Stop & Go, pour écriture du plan d'action.

Acquis :

■ Je sais mesurer la motivation de mon Prospect, agir sur son degré de motivation

■ Je sais identifier le potentiel d'affaires présent et futur.



La grille tarifaire 2022

1 niveau	1 290 €	1 548 €
2 niveaux	2 290 €	2 748 €
3 niveaux	3 100 €	3 720 €
4 niveaux	4 645 €	4 614 €
5 niveaux	5 570 €	5 574 €
6 niveaux	5 570 €	6 684 €
7 niveaux	6 470 €	7 764 €
8 niveaux	7 285 €	8 864 €
9 niveaux	8 300 €	9 960 €
10 niveaux	9 215 €	11 058 €
Modules complémentaires	Tarifs HT	Tarifs TTC
Atelier Reboost	500 €	600 €
Accompagnement en RDV	500 €	600 €
Accompagnement au plan de vente	500 €	600 €
Préparation à une certification	500 €	600 €
Passage d'une certification	500 €	600 €
VIP	Tarifs HT	Tarifs TTC
1 niveau	2 395 €	2 875 €
2 niveaux	4 400 €	5 280 €
3 niveaux	6 350 €	7 620 €
4 niveaux	8 085 €	9 702 €
5 niveaux	9 890 €	11 868 €
6 niveaux	10 860 €	13 032 €
7 niveaux	11 855 €	14 226 €
8 niveaux	13 000 €	15 600 €

Les centres Booster Academy

L'accueil de personnes en situation de handicap : nous sommes aptes à vous aider et à vous accueillir si vous êtes en situation de handicap, quel qu'il soit, nous avons des solutions : contactez-nous !



Aix en Provence

Marc Tavernier
 07 52 23 35 72
 31 Parc du Golf, 13080 Aix-en-Provence



Amlens

Philippe Crespin
 06 81 71 48 99
 4 Rue des Indes Noires, 80400 Boves



Blarritz

Laurent Porteil
 06 62 57 13 75
 Business Innovation Center d'Olatu Leku, 100 avenue de l'Adour, 64600 Anglet



Bordeaux

Ingrid Rigeade
 06 59 73 77 80
 30 All. de Tourny, 33000 Bordeaux



Massy-Saclay

Caroline Avot
 06 72 88 38 19
 WIPSE Orsay Campus, 21, rue Jean Rostand, 91400 Orsay



Montpellier

Laurent Serre
 06 14 94 40 60
 97 Rue du Comté de Melgueil, 34000 Montpellier



Nantes

Frédéric Frouin
 06 58 15 66 82
 8 Av. des Thébaudières, 44800, Saint-Herblain



Orléans

Alain Guittet
 06 95 33 46 69
 264 Rue des Sables de Sary, 45770 Saran



Charenton-le-Pont

Jean-René GUILLAUMET
 06 81 49 63 35
 5 Rue de Conflans, 94220 Charenton-le-Pont



Issy-les-Moulineaux

Sylvie Diat
 06 86 92 39 40
 43 Rue Camille Desmoulins, 92130 Issy-les-Moulineaux



Le Mans

Corinne Coutant
 06 76 56 70 87
 28 rue Xavier Bichat, 72000, Le Mans



Lille

Sophie Huret
 06 74 63 86 74
 36 Rue de Tournai, 59000, Lille



Paris

Annie-Paule ABIHSSIRA
 01 72 28 35 84
 4 rue de Rome, 75008 Paris



Reims

Fabien Leblond
 0674739236
 15 Hameau de Montbayen, 51530 Saint Martin d'Abluis



Rennes

Frédéric Frouin
 06 58 15 66 82
 22 rue du Bas Village 35510, Cesson-Sévigné



Saint-Germain-en-Laye

Stéphane Perriat
 06 42 14 74 96
 10 rue des Gaudines 78100 Saint Germain en Laye



Lyon Ouest

Sophie Sizeun
 06 76 95 22 15
 7 chemin du Dodin, 69570 DARDILLY



Marne-la-Vallée

Christophe Roux
 06 69 51 44 45
 14 Av. de l'Europe, 77144 Montévrain



Maroc

Rabie Errahaoui
 00 212 6 64 77 69 88
 36 boulevard d'Anfa Rés ANAFE immeuble B, N° 41 - Casablanca 20370, Maroc



Marseille - Aubagne

Philippe Monlauzeur
 06 15 33 81 11
 Centre de vie Agora Bât A 1er étage ZI Les, Av. des Paluds, 13400 Aubagne



Toulouse Nord

Christophe Vilain
 06 49 52 59 73
 15 Chemin de la crabe, 31 300 Toulouse



Toulouse Sud

Luce Marcon Desforges
 06 38 50 80 80
 Le Village by CA, 31, Allée Jules Guesde, 31400 Toulouse



Vannes

Xavier Tranvaux
 06 27 69 53 42
 Centre des affaires, 10 Rue Dr Joseph Audic, 56000 Vannes

Les centres Booster Academy



BOOSTER ACADEMY

Des questions?

contact@booster-academy.com



01 72 28 35 89
www.booster-academy.fr