

Nos formations et parcours en centre d'entraînement intensif



Sommaire détaillé

Qui sommes-nous ?	p. 3
Notre pédagogie	p. 4
Parcours et modules de formation par domaine	p. 7
○ Gestion de la relation client	p. 7
• <i>Comportement individuel</i>	p. 8
• <i>Relations interpersonnelles</i>	p. 9
○ Vente Retail	p. 10
• <i>Proactivité et multi-clients dans le Retail</i>	p. 11
• <i>Découverte des besoins et argumentation dans le Retail</i>	p. 12
• <i>Vente complémentaire et closing dans le Retail</i>	p. 13
○ Vente Conseil	p. 15
• <i>Valeur de l'offre et posture</i>	p. 16
• <i>Découverte</i>	p. 17
• <i>Argumentation, objections et closing</i>	p. 18
• <i>Vente comportementale</i>	p. 19
• <i>Prospection</i>	p. 21
• <i>Négociation</i>	p. 22
• <i>Proposition commerciale et soutenance</i>	p. 24
• <i>Vente complexe</i>	p. 25
• <i>Plan de compte</i>	p. 27
• <i>Relation partenariale</i>	p. 28
○ Coach Commercial	p. 30
• <i>Coach Commercial Pilote</i>	p. 31
• <i>Coach Commercial Entraîneur</i>	p. 32
• <i>Coach Commercial Développeur</i>	p. 33
○ Management opérationnel	p. 35
• <i>Manager</i>	p. 36
• <i>Motiver</i>	p. 37
• <i>Organiser</i>	p. 38
• <i>Animer</i>	p. 39
Grille tarifaire 2022	p. 41
Nos centres d'entraînement	p. 42

Qui sommes-nous ?

Booster Academy a été créé en 2004 autour d'une conviction forte : « On ne naît pas vendeur ou manager, mais on le devient par la pratique intensive, et en appliquant des méthodes éprouvées ».

Aujourd'hui, Booster Academy intervient auprès d'entreprises de tous secteurs d'activité (distribution, services, industrie...) de toutes tailles (auto-entrepreneurs, artisans, professions libérales, TPE, PME, ETI, grands groupes) en proposant des prestations de conseil et de formation visant à améliorer leur efficacité commerciale et managériale basées sur la pratique et la mise en situation.

Les activités de conseil portent notamment sur la mise en œuvre d'école des ventes ou d'école de management ou sur des travaux de conception pédagogique. Les activités de formation, quant à elles, concernent aussi bien des réalisations en intra-entreprise qu'en inter-entreprises.

Depuis 2008, Booster Academy a déployé son expertise de montée en compétences par la pratique et la mise en situation, dans des centres d'entraînement intensif. Il en existe actuellement plus d'une vingtaine en France et au Maroc, et les entraînements peuvent être dispensés dans ces centres tant en présentiel qu'en distanciel.

Cette offre de formation est composée de niveaux élémentaire, regroupés au sein de parcours. Certains de ces parcours sont certifiants et finançables par le CPF.

Pour conclure, Booster Academy possède le label Qualiopi, est membre des Acteurs de la compétence (anciennement FFP, Fédération de la Formation Professionnelle) et cherche à intégrer une approche RSE (caractérisée par les piliers économique, environnemental et social) au sein de ses pratiques professionnelles.

Notre pédagogie

La pédagogie de Booster Academy, commune aux formations dispensées en entreprise et en centre d'entraînement intensif, assure une personnalisation et une progression dans la durée.

Elle s'appuie sur des parcours de montées en compétences et en performances, sélectionnés et ajustés en fonction de la situation de départ des apprenants (les « académiciens ») et de la cible à atteindre. Chaque parcours est composé de plusieurs niveaux. Chaque niveau est structuré en séquences inspirées de la pratique du sport de haut niveau. Nos entraîneurs sont tous certifiés par Booster Academy pour leur capacité à délivrer les parcours de formation selon notre pédagogie.

Les parcours individualisés sont basés sur une échelle de niveaux. Il en existe deux : une pour le domaine Vente et une pour le domaine Management.

Echelle du domaine Vente



Développez les bons gestes pour accélérer vos ventes et augmenter votre chiffre d'affaires avec des formations commerciales adaptées à vos enjeux business.

Echelle du domaine Management



Développez les performances de vos collaborateurs, accompagnez-les et stimulez leur motivation avec des formations management sur mesure.

La pédagogie innovante de Booster Academy intègre le synchrone et l'asynchrone, l'individuel et le collectif. Chaque niveau de ces échelles est structuré autour de 3 temps forts :

- Des travaux préparatoires, d'une durée d'environ 4 heures, réalisés en asynchrone / individuel pour permettre à l'académicien d'acquérir (ou se réapproprier) les quelques notions nécessaires à la montée en compétences ;
- Deux sessions d'une demi-journée chacune, réalisées en synchrone / collectif sous la responsabilité d'un entraîneur, pour commencer à mettre en application, et donc, commencer à monter en compétences ;
- Un temps d'intersession (ou de post-session), pour permettre à l'académicien de mettre en pratique et d'ancrer dans son quotidien, les compétences développées durant les sessions.

Les sessions, quant à elles, sont inspirées du sport de haut niveau et se composent :

- D'un échauffement permettant un retour, soit sur les notions abordées durant les travaux préparatoires, soit sur le plan d'actions individuel (réalisations, difficultés rencontrées...);
- De la musculation, permettant des mises en situation opérationnelles et le développement des compétences visées ;
- D'un entraînement, correspondant à la mise en situation contextualisée, évaluée par l'entraîneur ;
- D'un étirement, permettant à chaque académicien de définir ses propres plans d'actions.

En synthèse, un académicien chez Booster Academy, c'est 6 points clés :

- Une évaluation du potentiel de vente ou de management, sur une échelle de niveaux : ce diagnostic est effectué par un expert en efficacité commerciale ou managériale et permet d'identifier précisément le potentiel en vente ou de management de l'académicien, et d'identifier les niveaux dont il a réellement besoin ;
- Une préparation aux entraînements : selon les niveaux, l'académicien suit les modules d'e-learning, lit les ouvrages et réalise les exercices préconisés, à son rythme, en toute autonomie ;
- Un entraînement intensif et de la mise en pratique : en sous-groupes de maximum 6 personnes, l'académicien travaille concrètement sur son offre et ses enjeux et développe ses compétences progressivement, grâce à nos méthodes pédagogiques inspirées de l'entraînement sportif de haut niveau ;
- Un Boost Book pour chacun des niveaux suivis : ce support de formation est systématiquement remis à l'académicien afin de l'aider à préparer et vivre sa formation dans les meilleures conditions ; une fois la formation terminée, ce support constituera ensuite un aide-mémoire précieux pour revenir sur les points clés abordés durant la formation ou mieux encore, sur les engagements pris par l'académicien ;
- Une validation des acquis avant de passer au niveau suivant : à la fin de l'entraînement, l'entraîneur s'assure du bon déroulement de la progression de l'académicien avant de lui permettre de passer au prochain niveau ;
- Un accompagnement dans la durée : une fois sur le terrain, les entraîneurs de Booster Academy répondent aux questions des académiciens et leur proposent des solutions personnalisées pour résoudre les difficultés et réussir à mettre en application les méthodes et les techniques travaillées en entraînement ; si besoin, des offres d'accompagnement complémentaires sont proposées pour revenir sur les points clés le nécessitant.

Bon entraînement avec Booster Academy !

Gestion de la relation client



Comportement individuel

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

Public concerné : Toute personne confrontée au client : vendeurs en magasin, téléconseillers, réceptionnistes... dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours

Prérequis : Aucun prérequis nécessaire pour cette formation

Méthodes & outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

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

Durée : 12 heures

Relations interpersonnelles

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

Public concerné : Toute personne en contact client et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours

Prérequis : Aucun prérequis nécessaire pour cette formation

Méthodes & outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Connaitre les mécanismes de la communication
- Avoir développé son sens de l'écoute
- Posséder les techniques de base de la communication par téléphone et en face à face
- Être capable de représenter son entreprise en toutes circonstances
- Gérer 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

Durée : 12 heures

Vente Retail



Proactivité et multi-clients dans le Retail

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

Prérequis : Vous maîtrisez les relations interpersonnelles en contexte professionnel

Méthode et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : mémo sur les étapes de la vente, les règles d'or de chaque étape, diagnostic posture (non verbal, para-verbal), bibliothèque d'accroches personnalisées pour briser la glace, formulations positives pour donner envie au client de patienter (gestion multi-clients), plan d'actions individuel
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Gérer l'espace de vente de façon active
- Impacter positivement le client et optimiser sa communication
- Faire systématiquement 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-osser)
- 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 ; les attitudes à adopter, les « indices » à détecter ; la première impression (l'écoute dès les 1ers moments, la communication non verbale) ; l'adaptation au profil des clients pour mieux prendre contact avec eux ; l'attitude et la technique à développer pour éviter le « Puis-je vous aider ? » ; le « trépied » ou les 3 axes de la prise de contact ; l'écriture de phrases d'accroches

- La gestion multi-clients : s'adapter au flux Clients ; implantation et respect du zoning

Durée : 12 heures

Découverte des besoins et argumentation dans le Retail

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

Prérequis : Vous maîtrisez la proactivité et le multi-clients dans le Retail

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : mémo sur les règles d'or de la découverte et de l'argumentaire, construction de la bibliothèque de questions par contexte d'achat client, formalisation d'argumentaires orientés bénéfiques client, plan d'actions individuel
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

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 ; un 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 3C, 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 ; écriture et prise en main d'argumentaires types ; présenter son prix positivement

Durée : 12 heures

Vente complémentaire et closing dans le Retail

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

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

Prérequis : Vous maîtrisez la découverte des besoins et l'argumentation dans le Retail

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : formalisation de la bibliothèque de trinômes de produits / services, identification des informations à collecter en amont (découverte), construction d'argumentaires pour les ventes complémentaires et additionnelles (Bénéfices, Avantages, Caractéristiques), guide de traitement des objections, bibliothèque de phrases pour initier la conclusion et passer à l'encaissement, plan d'actions individuel
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book Retail

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 ; les 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

Durée : 12 heures

Vente Conseil



Valeur de l'offre et posture

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

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

Prérequis : Maîtrise des relations interpersonnelles en contexte professionnel

Méthode et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : 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, diagnostic Posture Conseil (non verbal, para-verbal), plan d'actions individuel
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Maîtriser la valeur de son offre
- Savoir préparer ses entretiens de vente
- Faire systématiquement une bonne première impression
- Connaître 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

Durée : 12 heures

Découverte

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 concerné : 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 l'offre et de la posture

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : 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
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

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 3C, 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 ; les techniques de prises de notes

Durée : 12 heures

Argumentation, objections et closing

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 concerné : 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 l'offre et des techniques de questionnement (découverte et mise en tension)

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : argumentaires de vente des principales prestations en Bénéfices, Avantages, Caractéristiques, guide de traitement des objections, méthode des médailles (définition des objectifs en amont des rendez-vous), plan d'actions individuel
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Présenter mon offre en valorisant les bénéfices attendus
- Transformer 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 :

- Argumenter : 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
- Traiter les 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 ; écriture 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
- Prendre en main les techniques de conclusion : entraînement sur l'intégralité des techniques de vente : prise de contact, découverte, argumentation, conclusion

Durée : 12 heures

Vente comportementale

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

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

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Profiloscope (©) (4 profils comportementaux), quiz sur le mode de fonctionnement de chaque profil et de ses attentes en termes de communication, diagnostic de son profil comportemental, construction d'un plan d'action par profil : points forts en termes d'adaptabilité vis-à-vis de chaque profil et axes de travail, les étapes de la vente personnalisées à chaque profil (accueil, bris de glace, questionnement, argumentaires, ventes complémentaires, techniques de conclusion, confortation), plan d'actions sur la méthode de vente personnalisée
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Identifier son profil comportemental et celui de son interlocuteur
- Adapter sa communication et son approche sur chacune des étapes de la vente en fonction du profil de son interlocuteur
- Appréhender et gérer les comportements défensifs de chaque profil

Programme :

- Fondamentaux de la communication interpersonnelle et enjeux d'un savoir-être pertinent : les règles de la communication, les obstacles à la communication, l'impact de la communication non verbale, les relations conscient / non conscient dans la communication
- Les différents profils comportementaux : leurs modes de fonctionnement, leur rapport au temps, leur relation aux autres, leur mode de décision
- Interaction entre les différents profils : les relations toxiques, les comportements défensifs
- Diagnostic personnalisé : identifier son profil comportemental, identifier le profil de ses interlocuteurs
- L'adaptabilité, facteur clé de succès pour des relations agréables, constructives et efficaces : appréhender ses points forts et ses axes d'amélioration face à chaque profil comportemental, les composantes de l'adaptabilité : ouverture d'esprit, empathie, feed-back, plan d'action pour développer son adaptabilité avec les interlocuteurs du moment : collaborateurs, clients, prospects
- La méthode de vente personnalisée : déclinaison de chaque étape de la vente (bris de glace, découverte, argumentation, conclusion) aux 4 profils comportementaux, entraînement à la vente comportemental sur les profils perçus comme les plus difficiles pour développer aisance et plaisir

Durée : 12 heures

Prospection

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

Prérequis : Maîtrise de la valeur ajoutée de l'offre

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : état des lieux de mon portefeuille d'affaires, tableau pilotage de l'activité commerciale (déclinaison des actions à mener par jour, semaine, mois, trimestre pour atteindre ses objectifs), calcul du capital social (cartographie des réseaux, réels et virtuels), accroches personnalisées par typologie d'interlocuteurs, guide de traitement des objections à la prise de rendez-vous
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Etablir un état des lieux de son portefeuille client et détecte les potentiels de business sous-exploités
- Prioriser ses tâches et optimiser son temps
- Exploiter les réseaux physiques et virtuels pour varier ses 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 ; étude du pipe ; état 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

Durée : 12 heures

Négociation

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

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : issues de négociation, Concessions / Contreparties, 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
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Identifier les éléments négociables de son offre et les prioriser selon sa marge
- Anticiper la négociation
- Oser demander des contreparties à son client lorsqu'une concession est accordée
- 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 : à 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

Durée : 12 heures

Proposition commerciale et soutenance

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

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

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente et négociation

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Go / No Go pour formaliser une proposition commerciale, référentiel d'évaluation objective de ses propositions commerciales, plan d'actions d'optimisation de ses propositions commerciales, diagnostic individuel de prise de parole en public, outil de préparation des soutenances
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

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

Programme :

- Les facteurs clés de succès d'une proposition commerciale pertinente différenciante et gagnante : les étapes clés, les différentes situations, l'anticipation ; les questions que l'acheteur se pose ; le processus 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'offres ; 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, un jury ; optimiser la gestion de son stress ; les questions clés pour faire un pas de plus vers la vente

Durée : 12 heures

Vente complexe

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

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente et négociation

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : étoile 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
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Identifier les points d'appui et les risques sur ses affaires
- Avoir une vision objective de sa position sur l'affaire, au regard du cycle d'achat du client et de sa position concurrentielle
- Choisir et mettre en œuvre une stratégie de vente, adaptée au niveau de maturité du projet et à sa 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 sa position sur l'affaire : mise en parallèle de son 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 l'approche au regard de sa position sur l'affaire ; identification des points d'appui chez le client pour mettre en œuvre sa 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 rendez-vous et créer la relation

Durée : 12 heures

Plan de compte

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

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

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente et négociation

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : plan de compte, organisation de l'équipe compte, plan de communication interne, outil de pilotage de l'équipe, Profiloscope (©) : mon profil comportemental et celui de chacune de mes ressources, plan d'actions pour développer son leadership en tant que manager transversal
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire »

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 et l'utiliser comme un outil de communication et de pilotage : faire connaître clairement les enjeux, objectifs, attentes, contraintes pour soi 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 ; présenter son plan de compte pour chacune de mes ressources avec le bon niveau de valeur ; obtenir l'adhésion et communiquer ses attentes avec leadership
- Manager de façon transversale : 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

Durée : 12 heures

Relation partenariale

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

Public concerné : Toute personne amenée à vendre (une offre, un projet) en environnement complexe : entrepreneurs, dirigeants, Key Account Manager (KAM), commerciaux, etc.

Prérequis : Maîtrise du plan de compte

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports e-learning, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : outil d'évaluation objectif du niveau de partenariat, leviers de la confiance structurelle, plan d'actions de renforcement du niveau de partenariat, méthodes et outils de la passation de compte
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire »

Objectifs :

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

Programme :

- La relation partenariale : développer le partenariat comme axe central d'appui et de développement de valeur ; les règles du partenariat : ses objectifs, ses caractéristiques, ses éléments incontournables, ses éléments incontournables, ses risques ; la notion de confiance : les faits rationnels et les différentes variables de la confiance (relationnelle et structurelle)
- Travail sur un compte, les étapes du développement d'une relation partenariale : point sur ma relation partenariale : évaluation objective du niveau de coopération avec son compte (basique, coopératif, interdépendant, partenarial) ; définir mes prochaines étapes de coopération
- La fidélisation du grand compte : satisfaire pour mieux fidéliser : connaître les facteurs de satisfaction ou d'insatisfaction ; les techniques de fidélisation : facteurs d'influence, types de relation, personnalisation de la relation, enjeux et résultats
- Développer la confiance structurelle et inscrire la relation dans la durée : la création de valeur : rechercher mes leviers de création de valeur chez le client, 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

Durée : 12 heures

Coach Commercial



Coach Commercial Pilote

A l'issue de l'entraînement, je sais intégrer dans mon quotidien une démarche de manager coach et je sais diagnostiquer de manière objective le potentiel de vente de chaque collaborateur

Public concerné : Tout manager amené à développer les compétences de son équipe

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente, prospection et négociation

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : 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
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

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 l'on souhaite diagnostiquer ; intégrer la démarche dans son quotidien et dans celui de ses équipes

Durée : 12 heures

Coach Commercial Entraîneur

A l'issue de l'entraînement, je sais définir le prochain CAP à franchir pour permettre à mon collaborateur d'être rapidement plus performant, et accompagner sa progression dans la durée

Public concerné : Tout manager amené à développer les compétences de son équipe

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente, prospection et négociation + avoir effectué le niveau « Coach Commercial Pilote »

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : méthode de débriefing (« sandwich »), Stop & Go, techniques de l'entretien de fixation d'objectifs
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book

Objectifs :

- Elaborer le plan de développement des compétences commerciales de ses collaborateurs
- Maîtriser les techniques de l'entretien de fixation d'objectifs

- Accompagner chaque collaborateur dans sa montée en compétences et en performances

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

Durée : 12 heures

Coach Commercial Développeur

A l'issue de l'entraînement, je sais adapter mon coaching au profil de chaque collaborateur et inscrire sa force de vente dans une logique de perfectionnement continu des compétences et performances commerciales

Public concerné : Tout manager amené à développer les compétences de son équipe

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente, prospection et négociation + avoir effectué les niveaux « Coach Commercial Pilote » et « Coach Commercial Entraîneur »

Méthodes et outils :

- Montée en compétences : diagnostic individuel, apports formateur, jeux de rôles, mises en situation, cas pratiques, Boost Book
- Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : leviers de motivation, mapping des collaborateurs, adaptation au profil du collaborateur (de la posture, de l'entretien de lancement, du coaching de vente, du débriefing)
- Evaluation : exercices, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book Manager

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 :

- Réaliser le retour d'expériences de la formation Manager Entraîneur : partager les bonnes pratiques dans la mise en œuvre des plans de développement individuels, traiter les 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 : identifier les leviers de motivation, identifier les niveaux d'autonomie et besoins associés, identifier les différents profils de communication de chaque collaborateur, identifier le style de management et de communication favori de chaque collaborateur, identifier les relations toxiques et comportements défensifs inhérents à l'équipe, appréhender ses points forts et ses axes d'amélioration face à chaque collaborateur, comprendre 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

Durée : 12 heures

Manager opérationnel



Manager

A l'issue de l'entraînement, je maîtrise les clés d'un management réussi en prenant appui sur mes forces tout en limitant l'impact de mes faiblesses pour mieux manager mes équipes

Public concerné : Tout manager amené à manager une équipe

Prérequis : Maîtrise des fondamentaux de la relation interpersonnelle

Outils pédagogiques : Diagnostic individuel, test de positionnement, réflexion individuelle et collective, mise en situation sur des jeux de rôle, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », plan d'actions, Boost Book

Objectifs :

- Prendre de la hauteur sur ses pratiques de management
- Définir ses engagements pour développer les attitudes clés
- S'approprier une technique de management individuel pour gérer toute situation et tout profil de collaborateur
- Optimiser la maîtrise de son temps pour préserver sa dimension de leader (préoccupation vs occupation)

Programme :

- Les postures et méthodes pour asseoir son autorité managériale
 - Leadership, exemplarité, autorité
 - Les 4 styles de management : manager et mobiliser chaque type de collaborateur selon son niveau de maturité (autonomie/motivation)
 - La méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure) appliquée au management pour mener ses entretiens individuels : féliciter, recadrer, contrôler/suivre, fixer des objectifs...
 - La corrélation entre niveau d'exigence et niveau d'engagement pour ajuster son management
- La maîtrise du temps et des priorités : un des leviers essentiels pour renforcer son leadership et son exemplarité auprès de son équipe
 - Les grandes lois de la gestion du temps
 - Les trucs et astuces pour se concentrer sur l'essentiel et se considérer le management comme une tâche essentielle et incontournable

Durée : 12 heures

Motiver

A l'issue de l'entraînement, je embarquer mes équipes dans la stratégie de l'entreprise et donner du sens dans mes actions au quotidien

Public concerné : Tout manager amené à manager une équipe

Prérequis : Maîtriser les fondamentaux de la relation interpersonnelle et les points clés du niveau « Manager » (les bases du management et de la gestion du temps)

Outils pédagogiques : Diagnostic individuel, test de positionnement, réflexion individuelle et collective, mise en situation sur des jeux de rôle, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », plan d'actions, Boost Book

Objectifs :

- Définir les éléments constitutifs de sa stratégie d'entreprise (mission, vision, valeurs)
- Intégrer une méthode de réunion pour mobiliser et favoriser le travail d'équipe
- Se préparer à partager sa vision avec l'équipe et à décliner avec elle les règles de vie, base du management au quotidien
- Définir et s'approprier comment donner du sens à l'action pour favoriser l'engagement de ses collaborateurs sur ses décisions au quotidien
- Être capable de recadrer en cas de non-respect des règles de vie

Programme :

- Les postures et méthodes pour bâtir sa vision de dirigeant et faire adhérer et donner du sens en collectif
 - Expression de la Mission, déclinaison en Vision et en Valeurs
 - Exemplarité du dirigeant : formalisation des valeurs dans les pratiques au quotidien, vis-à-vis des collaborateurs, des clients, des partenaires
 - La réunion de lancement pour partager, embarquer et décliner l'ADN de l'entreprise sur chaque métier : les clés de réussite de l'animation de réunion (préparation, TOP)
- Les bonnes pratiques de management individuel et collectif pour mobiliser, responsabiliser et engager ses collaborateurs
 - La méthode NBS (Nécessité, Bénéfices, Succès) pour donner du sens à l'action
 - La méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure) appliquée à l'entretien de recadrage

Durée : 12 heures

Organiser

A l'issue de l'entraînement, je sais mettre en adéquation les ressources et missions nécessaires pour atteindre ses objectifs et je sais organiser et piloter l'activité de ses collaborateurs

Public concerné : Tout manager amené à manager une équipe

Prérequis : Maîtriser les fondamentaux de la relation interpersonnelle et les points clés du niveau « Manager » (les bases du management et de la gestion du temps) et du niveau « Motiver » (les bonnes pratiques de management pour mobiliser, responsabiliser et engager ses collaborateurs.rices)

Outils pédagogiques : Diagnostic individuel, test de positionnement, réflexion individuelle et collective, mise en situation sur des jeux de rôle, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », plan d'actions, Boost Book

Objectifs :

- Définir les processus clés de son entreprise en partant du parcours clients et des moments de vérité
- Définir les indicateurs (quantitatifs et qualitatifs) associés à chaque moment clé et piloter son équipe
- Définir les compétences cibles
- Décliner les objectifs au niveau individuel
- Faire adhérer aux missions et objectifs confiés

Programme :

- Les postures et méthodes pour organiser et piloter l'activité de son entreprise, de son équipe
 - Les processus clés à définir en corrélation avec le parcours clients et les moments de vérité et les indicateurs associés (qualitatifs, quantitatifs)
 - L'animation du parcours clients et des indicateurs au quotidien auprès de ses équipes : la réunion de pilotage
- Les bonnes pratiques de management individuel pour faire adhérer aux missions et objectifs confiés, responsabiliser

- L'intégration des objectifs opérationnels « PAC » (Production, Activité, Compétence) dans la fiche de poste pour clarifier les attendus et donner du sens
- La méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure) appliquée à l'entretien de délégation

Durée : 12 heures

Animer

A l'issue de l'entraînement, je sais mobiliser efficacement ses collaborateurs à travers les actes de management individuel et collectif

Public concerné : Tout manager amené à manager une équipe

Prérequis : Maîtriser les fondamentaux de la relation interpersonnelle et les points clés du niveau Manager (les bases du management et de la gestion du temps), du niveau Motiver (les bonnes pratiques du management pour donner du sens, embarquer et mobiliser un collectif et/ou un individu) et du niveau Organiser (les clés d'une organisation et d'un pilotage de l'activité de ses collaborateurs.rices efficaces)

Outils pédagogiques : Diagnostic individuel, test de positionnement, réflexion individuelle et collective, mise en situation sur des jeux de rôle, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », plan d'actions, Boost Book

Objectifs :

- Identifier les bonnes pratiques de l'animation collective
- Planifier ses rituels collectifs
- Animer une réunion collective de suivi des objectifs
- Adapter son animation en fonction du niveau d'autonomie de ses collaborateurs
- Animer un entretien de remobilisation

Programme :

- Les postures et méthodes pour animer et mobiliser son équipe autour d'objectifs communs
- Les différents types de réunion : analyse de la performance, résolution de problème, suivi de projet
- La réunion de suivi : la méthode « Métro » pour animer des réunions de suivi efficaces
- Les bonnes pratiques de management individuel pour animer et mobiliser chaque collaborateur.rice autour de ses objectifs
 - Les leviers de mobilisation des collaborateurs sur leurs objectifs
 - Les comportements managériaux à adopter en fonction du niveau d'autonomie de son collaborateur : l'équation $A=MC^2$
 - La méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure) appliquée à l'entretien de remobilisation

Durée : 12 heures

Grille tarifaire 2022

Prix des niveaux en Centre (6 académiciens maximum par entraînement)

Nb de niveaux	Prix HT	Prix TTC
1	1 290 €	1 548 €
2	2 290 €	2 748 €
3	3 100 €	3 720 €
4	3 845 €	4 614 €
5	4 645 €	5 574 €
6	5 570 €	6 684 €
7	6 470 €	7 764 €
8	7 385 €	8 862 €
9	8 300 €	9 960 €
10	9 215 €	11 058 €

Prix des niveaux en Centre pour un entraînement VIP (entraîneur dédié)

VIP	Prix HT	Prix TTC
1	2 395 €	2 874 €
2	4 400 €	5 280 €
3	6 350 €	7 620 €
4	8 085 €	9 702 €
5	9 890 €	11 868 €
6	10 860 €	13 032 €
7	11 855 €	14 226 €
8	13 000 €	15 600 €

Nos centres d'entraînement

Centre d'Aix-en-Provence

- 31 Parc du Golf, 13080, Aix-en-Provence
- Marc Tavernier, 07 52 23 35 72, m.tavernier@booster-academy.com

Centre d'Amiens

- 4 Rue des Indes Noires, 80400, Boves
- Philippe Crespin, 06 81 71 48 99, p.crespin@booster-academy.com

Centre de Biarritz

- Business Innovation Center d'Olatu Leku, 100 avenue de l'Adour, 64600, Anglet
- Laurent Porteil, 06 62 57 13 75, l.porteil@booster-academy.com

Centre de Bordeaux

- 30 allées de Tourny, 33000, Bordeaux
- Ingrid Rigeade, 06 59 73 77 80, i.rigeade@booster-academy.com

Centre de Charenton-le-Pont

- 5 Rue de Conflans, 94220, Charenton-le-Pont
- Jean-René Guillaumet, 06 81 49 63 35, jr.guillaumet@booster-academy.com

Centre d'Issy-les-Moulineaux

- 43 Rue Camille Desmoulins, 92130, Issy-les-Moulineaux
- Sylvie Diat, 06 86 92 39 40, s.diat@booster-academy.com

Centre du Mans

- 28 rue Xavier Bichat, 72000, Le Mans
- Corinne Coutant, 06 76 56 70 87, c.coutant@booster-academy.com

Centre de Lille

- 36 Rue de Tournai, 59000, Lille
- Sophie Huret, 06 74 63 86 74, s.huret@booster-academy.com

Centre de Lyon Ouest

- 7 chemin du Dodin, 69570, Dardilly
- Sophie Sizeun, 06 76 95 22 15, s.sizeun@booster-academy.com

Centre de Marne-la-Vallée

- 14 Av. de l'Europe, 77144, Montévrain
- Christophe Roux, 06 76 95 22 15, c.roux@booster-academy.com

Centre du Maroc

- 36 boulevard d'Anfa Rés ANAFE immeuble B, N° 41, 20370, Casablanca
- Rabie Errahaoui, 00 212 6 64 77 69 88, r.errahaoui@booster-academy.com

Centre de Marseille

- Centre de vie Agora Bât A 1er étage ZI Les, Av. des Paluds, 13400, Aubagne
- Philippe Monlauzeur, 06 15 33 81 11, p.monlauzeur@booster-academy.com

Centre de Massy-Saclay

- WIPSE Orsay Campus, 21, rue Jean Rostand, 91400, Orsay
- Caroline Avot, 06 72 88 38 19, c.avot@booster-academy.com

Centre de Montpellier

- 97 Rue du Comté de Melgueil, 34000, Montpellier
- Laurent Serre, 06 14 94 40 60, l.serre@booster-academy.com

Centre de Nantes

- 8 Av. des Thébaudières, 44800, Saint-Herblain
- Frédéric Frouin, 06 58 15 66 82, f.frouin@booster-academy.com

Centre d'Orléans

- 264 Rue des Sables de Sary, 45770, Saran
- Alain Guittet, 06 95 33 46 69, a.guittet@booster-academy.com

Centre de Paris

- 4 rue de Rome, 75008, Paris
- Yann Buytendorp, 01 72 28 35 84, y.buytendorp@booster-academy.com

Centre de Reims

- 15 Hameau de Montbayen, 51530, Saint Martin d'Ablais
- Fabien Leblond, 06 74 73 92 36, f.leblond@booster-academy.com

Centre de Rennes

- 22 rue du Bas Village, 35510, Cesson-Sévigné
- Frédéric Frouin, 06 58 15 66 82, f.frouin@booster-academy.com

Centre de Saint-Germain-en-Laye

- 10 rue des Gaudines, 78100, Saint-Germain-en-Laye
- Stéphane Perriat, 06 42 14 74 96, s.perriat@booster-academy.com

Centre de Toulouse Nord

- 15 chemin de la Crabe, 31300, Toulouse
- Christophe Vilain, 06 49 52 59 73, c.vilain@booster-academy.com

Centre de Toulouse Sud

- Le Village by CA, 31, Allée Jules Guesde, 31400, Toulouse
- Luce Marcon Desforges, 06 38 50 80 80, l.desforges@booster-academy.com

Centre de Vannes

- Centre des affaires, 10 Rue Dr Joseph Audic, 56000, Vannes
- Xavier Tranvaux, 06 27 69 53 42, x.tranvaux@booster-academy.com