

L'offre de formation de Booster Academy en centre d'entraînement intensif



Sommaire détaillé

Qui sommes-nous ?	p. 4
Notre pédagogie	p. 5
Parcours et modules de formation par domaine	p. 8
o Gestion de la relation client	p. 8
• <i>Comportement individuel</i>	p. 10
• <i>Relations interpersonnelles</i>	p. 11
o Vente Retail	p. 13
• <i>Proactivité et multi-clients dans le Retail</i>	p. 14
• <i>Découverte des besoins et argumentation dans le Retail</i>	p. 16
• <i>Vente complémentaire et closing dans le Retail</i>	p. 18
o Vente Conseil	p. 20
• <i>Valeur de l'offre et posture</i>	p. 21
• <i>Découverte</i>	p. 23
• <i>Argumentation, objections et closing</i>	p. 25
• <i>Vente comportementale</i>	p. 27
• <i>Prospection</i>	p. 29
• <i>Négociation</i>	p. 31
• <i>Proposition commerciale et soutenance</i>	p. 33
• <i>Vente complexe</i>	p. 35
• <i>Plan de compte</i>	p. 37
• <i>Relation partenariale</i>	p. 39
o Coach Commercial	p. 41
• <i>Coach Commercial Pilote</i>	p. 42
• <i>Coach Commercial Entraîneur</i>	p. 44
• <i>Coach Commercial Développeur</i>	p. 46
o Management opérationnel	p. 48
• <i>Manager</i>	p. 49
• <i>Motiver</i>	p. 51
• <i>Piloter</i>	p. 53
• <i>Animer</i>	p. 55
• <i>S'adapter</i>	p. 57
o Accompagnements individuels personnalisés	p. 59
• <i>Accompagnement à l'élaboration du plan de vente</i>	p. 60
• <i>Accompagnement à un rendez-commercial</i>	p. 61
• <i>Préparation à un entretien collaborateur</i>	p. 62
• <i>Préparation à l'animation d'une réunion</i>	p. 63
o Accompagnements collectifs	p. 64
• <i>Ateliers Reboost de mise en pratique</i>	p. 65
• <i>Reboost Prospection</i>	p. 66
• <i>Reboost Découverte</i>	p. 67
• <i>Reboost Closing</i>	p. 68

- *Reboost Réseautage*

p. 70

Grille tarifaire 2023

p. 71

Nos centres d'entraînement

p. 72

Qui sommes-nous ?

Booster Academy est né du postulat « qu'on ne naît pas vendeur ou manager, mais qu'on le devient par la pratique intensive et en appliquant des méthodes éprouvées ».

Aujourd'hui, Booster Academy accompagne les entreprises de tous secteurs d'activité (distribution, services, industrie...) de toutes tailles (auto-entrepreneurs, artisans, professions libérales, TPE, PME, ETI, grands groupes) sur la montée en compétences des équipes en vente, management et relation client.

L'accompagnement de Booster Academy porte sur 3 axes majeurs :

- La création et la co-animation d'école des ventes et de management au sein des entreprises afin qu'elles soient autonomes et performantes sur la formation de leurs équipes.
- La formation des collaborateurs et des managers en entreprise avec la création d'entraînements intensifs sur mesure (inspirés du sport de haut niveau) qui répondent aux objectifs et enjeux de leur entreprise.
- Les parcours de montée en compétences dispensés dans nos centres d'entraînements intensifs à la vente et au management :

Parcours Management composé de 10 niveaux, comprenant un Parcours Manager coach commercial (3 niveaux) et un Parcours Manager Opérationnel (7 niveaux)



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

Parcours Vente composé de 10 niveaux



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

Les formations dans nos centres s'adressent aux particuliers comme aux entreprises ayant besoin d'un accompagnement personnalisé et individuel.

Depuis 2008, plus de vingt centres en France et au Maroc accompagnent les clients sur leur montée en compétences en efficacité commerciale et managériale.

Les entraînements sont dispensés en présentiel et en distanciel.

Certains parcours sont certifiants et finançables par le CPF.

Booster Academy est certifié Qualiopi et est membre des Acteurs de la compétence (anciennement FFP, Fédération de la Formation Professionnelle) tout en accélérant l'intégration d'une véritable approche RSE (économique, environnementale et social) au sein de ses pratiques professionnelles.

Notre pédagogie

La pédagogie de Booster Academy est inspirée du sport de haut niveau et est constituée d'entraînements intensifs.

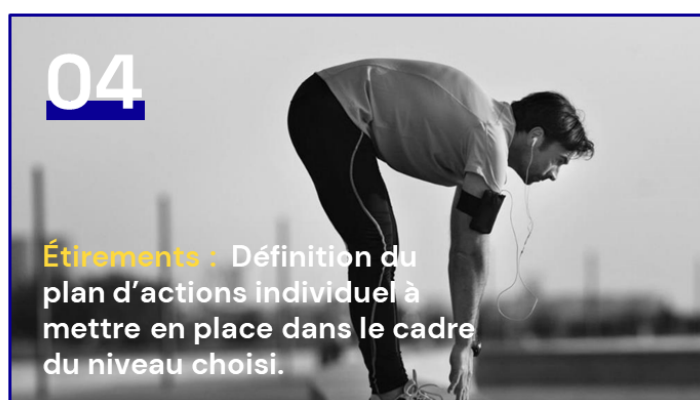
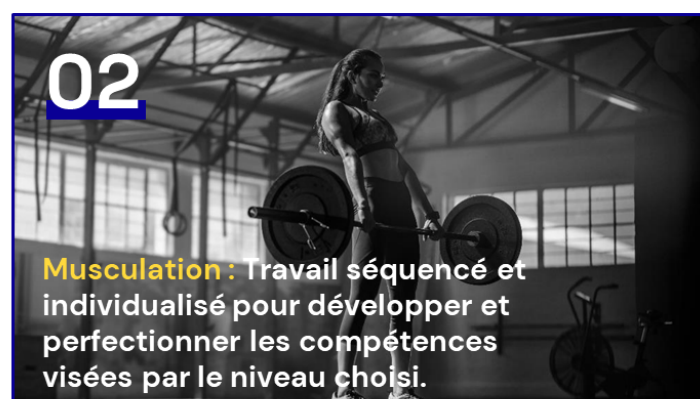
Un entraînement est séquencé en 4 temps forts :

L'échauffement : pour initier les prises de conscience des participants sur les pratiques clés à maîtriser, réactiver les connaissances et inviter au partage des bonnes pratiques.

La musculation : le participant construit sa "boîte à outils" 100% personnalisée et opérationnelle, qu'il pourra mettre en œuvre immédiatement après l'entraînement.

L'entraînement : pour tester, éprouver la boîte à outils créée en séquence musculation. Grâce à l'entraînement intensif, le participant intègre les savoir-être et savoir-faire requis et développe les bons automatismes.

L'étirement : pour formaliser le plan d'action et obtenir l'engagement du participant sur la poursuite de son entraînement de retour en entreprise.



Comment fonctionne une formation dans nos centres d'entraînements intensifs ?

Nous avons à cœur d'accompagner chaque stagiaire "académicien" sur la durée et en fonction de ses besoins.

Dès votre entrée dans l'un de nos centres d'entraînements intensifs vous serez pris en charge et vous vivrez 6 étapes cruciales et vectrices de votre réussite :

	Préparation	Entraînement A	Intersession	Entraînement B	Mise en pratique
Durée	4 heures (asynch. indiv.)	4 heures (synch. collectif)	≈ 15 jours	4 heures (synch. collectif)	≈ 15 jours
Définition	<p>Selon les niveaux, vous suivez les modules e-learning, lisez les ouvrages et réalisez les exercices préconisés, à votre rythme et en toute autonomie</p>	<p>En sous-groupes de maximum 8 personnes, vous travaillez concrètement sur votre offre et développez vos compétences progressivement, grâce à nos méthodes pédagogiques inspirées de l'entraînement sportif</p>	<p>Vous profitez de chaque rendez-vous, de chaque occasion, pour mettre en application votre plan d'action et poursuivre votre montée en Compétences</p>	<p>En sous-groupes de maximum 8 personnes, vous travaillez concrètement sur votre offre et développez vos compétences progressivement, grâce à nos méthodes pédagogiques inspirées de l'entraînement sportif</p>	<p>Vous profitez de chaque rendez-vous, de chaque occasion, pour mettre en application votre plan d'action et poursuivre votre montée en compétences</p>
<p>Suivi des acquis et évaluation post-entraînement Tout au long du parcours, nous répondons à vos questions et proposons des solutions</p>					

Étape 1 : l'évaluation de votre potentiel de vente ou de management, sur l'échelle de niveaux

Ce diagnostic est effectué par un expert en efficacité commerciale ou managériale et permet d'identifier précisément votre potentiel en vente ou en management et les niveaux dont vous avez réellement besoin.

Chaque niveau comprend 2 sessions d'entraînements intensifs de 4 heures chacune, précédées d'une séance de travaux préparatoires d'environ 4 heures également.

Étape 2 : la préparation aux entraînements

Pour chaque niveau, vous effectuez les travaux préparatoires qui peuvent prendre des formes variées : suivi de modules e-learning, lecture d'articles ou d'ouvrages, réalisation d'exercices... à votre rythme, en toute autonomie.

Étape 3 : l'entraînement intensif – session 1

En groupe de 6 personnes maximum, vous travaillez concrètement sur votre offre, vos enjeux et vous développez vos compétences progressivement. L'entraînement dure 4 heures.

Étape 4 : le suivi en intersession

L'entraîneur fixe un rendez-vous de suivi avec vous afin de suivre la mise en œuvre de votre plan d'action, d'identifier vos succès et vos éventuelles difficultés, ce qui vous permettra d'ajuster votre plan d'action.

Étape 5 : L'entraînement intensif – session 2

L'entraîneur fait le bilan de vos retours d'expérience avec pour objectif d'identifier les réussites et mesurer la performance atteinte. En groupe de 6 personnes maximum, vous continuez de travailler concrètement sur votre offre et vos enjeux. La session 2 est plus complexe que la session 1 afin de renforcer votre progression et garantir votre montée en compétences.

Étape 6 : La validation des acquis et le suivi post entraînement

À la fin de votre 2ème session d'entraînement, l'entraîneur mesure et valide votre progression avant de vous permettre de passer au prochain niveau.

Et après ?

Votre entraîneur vous accompagne dans la durée. Il répond à vos questions et vous propose des solutions pour résoudre vos difficultés et réussir à mettre en application les méthodes et les techniques travaillées en entraînement ; si besoin, des offres d'accompagnement complémentaires vous sont proposées pour revenir sur les points clés le nécessitant.

Votre outil durant votre parcours :

Le Boost Book de l'académicien vous sera remis à chaque niveau. Ce support vous aidera à préparer et vivre vos sessions dans les meilleures conditions. Une fois le parcours terminé, ce support constituera un aide-mémoire précieux pour revenir sur les points clés abordés durant les entraînements ou mieux encore, sur vos engagements.

Nos entraîneurs sont tous certifiés par Booster Academy pour leur capacité à délivrer les parcours d'entraînement intensifs dans le strict respect de notre pédagogie.

Bon entraînement avec Booster Academy !

Gestion de la relation client



Comportement individuel

À l'issue de l'entraînement, vous possédez 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

Objectifs :

- o Maîtriser son image et impacter positivement son environnement
- o Avoir confiance en soi et connaître ses capacités
- o Connaître les rouages et le fonctionnement de l'entreprise
- o Savoir s'adapter à l'entreprise et faire preuve de professionnalisme en toutes circonstances

Programme :

- o Communiquer efficacement, transmettre de l'information
- o Se faire comprendre
- o Être impactant tant sur le plan verbal, para verbal, que non verbal
- o Être congruent dans sa communication
- o Développer sa confiance en soi et inspirer la confiance
- o Développer son leadership
- o Connaître sa valeur
- o Identifier un moment de réussite pour capitaliser et renforcer sa confiance en soi
- o Identifier un moment d'échec pour le transformer en réussite
- o Définir l'état d'esprit à adopter dans la vente et les qualités de service aujourd'hui
- o Caractériser le vendeur moderne
- o Identifier les relations acheteur / vendeur
- o Prendre conscience des comportements à adopter dans le cadre de l'entreprise

Méthodes pédagogiques :

Apports e-learning, apports formateur, mises en situation, analyse de cas pratiques, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur le savoir vivre et le sens du client

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientés savoir-être et savoir-faire

Durée : 12 heures

Relations interpersonnelles

À l'issue de l'entraînement, vous maîtrisez 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

Objectifs :

- o Connaitre les mécanismes de la communication
- o Développer son sens de l'écoute
- o Posséder les techniques de base de la communication par téléphone et en face à face
- o Être capable de représenter son entreprise en toutes circonstances
- o Gérer l'accueil de tous les clients, même les plus difficiles

Programme :

La communication interpersonnelle et les enjeux d'un savoir-être pertinent

- o Les règles de la communication
- o Les obstacles à la communication
- o Les relations conscient/non conscientes dans la communication
- o Les conditions d'une relation de confiance

Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils de moi, de mon entreprise ?

- o Identifier les profils de clients
- o Comprendre leurs familles de besoins à chaque étape de la relation
- o Ma valeur ajoutée pour le client et pour l'entreprise
- o Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients

Optimiser la relation client par téléphone

- o Écouter activement et sécuriser le client en toutes circonstances
- o Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes
- o Savoir expliquer en utilisant un discours positif et "non technique"

Traiter les situations difficiles avec les comportements relationnels qui marquent favorablement le client

- o Faire preuve d'empathie et de solidarité avec le client
- o Personnaliser la relation et le traitement apporté à la réclamation
- o Rendre "digeste" un message "indigeste" avec la méthode du sandwich

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions collective et individuelle, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les bases de la communication, la découverte du téléphone, la gestion des clients difficiles

Production académicien : la structure de la prise en charge du client, la méthode ART (gérer les réclamations), la méthode du sandwich

Évaluations : Diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée savoir-faire et savoir-être

Durée : 12 heures



Vente Retail



Proactivité et multi-clients dans le Retail

À 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, GSM etc.

Prérequis : Vous maîtrisez les relations interpersonnelles en contexte professionnel

Objectifs :

- o Connaître les étapes de la vente Retail et l'impact sur la relation client
- o Être prêt à accueillir les clients : préparer le point de vente avec l'exigence "d'un hôte pour sa maison"
- o Impacter positivement le client dès l'accueil : maîtriser la 1ère impression et accueillir le client "comme un invité"
- o Reconnaître chaque typologie de client et personnaliser sa prise de contact
- o Gérer le flux client et donner envie à chacun de patienter

Programme :

- o Le client du 21ème siècle : ses attentes vis-à-vis du vendeur, de l'entreprise, des concurrents
- o La mission et la valeur ajoutée du conseiller dans un contexte omni canal
- o Trouver du plaisir dans la vente (ce qui est difficile pour moi dans ma mission)
- o La pyramide de la vente : le conseiller de vente, grand bâtisseur de la satisfaction client
- o La préparation du point de vente, les points de contrôles à adopter
- o Les étapes clés lors de l'arrivée du client ; les attitudes à adopter, les « indices » à détecter ; la première impression à maîtriser (l'écoute dès les 1ers moments, la communication non verbale)
- o La prise de contact : les différents profils de clients (butineur, indépendant, demandeur)
- o L'adaptation au profil des clients pour mieux prendre contact avec eux
- o L'attitude et la technique à développer pour éviter le « est-ce que je peux vous aider ? »
- o La gestion multi-clients : s'adapter au flux Clients ; implantation et respect du zoning

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, jeux décontextualisés, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les étapes de la vente, les règles d'or de chaque étape

Production académicien : check-list de la préparation du point de vente, la préparation mentale, la bibliothèque d'accroches personnalisées pour briser la glace, les formulations positives pour donner envie au client de patienter, le plan d'action individuel

Évaluations : diagnostic individuel, diagnostic posture (non verbal, para-verbal), quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée « savoir-faire »

Durée : 12 heures

Découverte des besoins et argumentation dans le Retail

À 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 clients "butineurs" pour déclencher le coup de cœur.

Public concerné : Toute personne amenée à vendre en point de vente, GSM et par téléphone

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

Objectifs :

- o Maîtriser les techniques de questionnement pour comprendre son client efficacement
- o Renforcer le relationnel client et la confiance, faire preuve d'empathie
- o Élargir le champ de sa découverte pour identifier les opportunités de vente complémentaire et additionnelle
- o Identifier rapidement la proposition la plus adaptée pour le client
- o Rendre le client propriétaire et déclencher l'envie d'acheter

Programme :

Les enjeux d'une bonne découverte :

- o Etape 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
- o La méthode de l'entonnoir pour questionner efficacement et identifier la meilleure proposition, solution pour le client (thème à aborder, les typologies de questions)

Convaincre, faire craquer le client :

- o Faire le lien entre les besoins du client, son rêve d'achat et la proposition idéale (découverte versus argumentaire)
- o La reformulation pour valider et impliquer le client, la technique des 5 sens pour aider à la projection et rendre propriétaire
- o L'argumentaire : écriture et prise en main d'argumentaires orientés bénéfiques client (BAC)
- o Présenter son prix positivement

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, jeux décontextualisés, mises en situation, cas pratiques, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les règles d'or de la découverte et de l'argumentaire, 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

Production académicien : construction de la bibliothèque de questions par contexte d'achat client, formalisation d'argumentaires orientés bénéfiques client, plan d'action individuel

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée « savoir-faire »

Durée : 12 heures

Vente complémentaire et closing dans le Retail

À 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, GSM, téléconseillers, etc.

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

Objectifs :

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

Programme :

Vendre plus : freins à la vente additionnelle et complémentaire

- o Les enjeux et la valeur ajoutée du vendeur à vendre plus
- o Les différents objectifs des ventes complémentaires et additionnelles
- o Les conditions d'une bonne proposition complémentaire (quand et comment la faire)
- o Anticiper les ventes additionnelles dès la phase de découverte ; utiliser les éléments de réponse clients à bon escient pour proposer plus

Traitement des objections : comprendre les raisons de l'objection, en mesurer le bien fondé, et les transformer en opportunités de vente

- o La méthode pour traiter les objections « à la racine » et poursuivre sa vente
- o Les techniques de parade aux objections
- o Zoom sur le traitement des objections prix : écriture et prise en main des réponses aux objections

Conclure : les moments clés pour réussir la conclusion

- o Détecter et provoquer les feux verts
- o Les techniques de conclusion
- o Les conseils de l'expert, les dernières recommandations
- o La prise de congé et maîtriser la dernière image

Entraînement sur l'intégralité des techniques de vente : accueil, prise de contact, découverte, argumentation, vendre plus, conclusion, prise de congé

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, jeux décontextualisés exercices, mises en situation, cas pratiques, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les informations à collecter pour vendre plus, le guide de traitement des objections, les techniques pour conclure

Production académicien : formalisation de la bibliothèque de trinômes de produits / services, construction d'argumentaires pour les ventes complémentaires et additionnelles, les réponses aux objections, la bibliothèque de phrases pour initier la conclusion et passer à l'encaissement, les trucs et astuces de l'expert, le plan d'action individuel

Évaluations : diagnostic individuel, quiz, validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée « savoir-faire », Boost Book Retail

Durée : 12 heures

Vente Conseil



Valeur de l'offre et posture

A l'issue de l'entraînement, vous savez vous 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

Objectifs :

- o Maîtriser la valeur de son offre et savoir la présenter de manière claire et synthétique
- o Connaitre la structure et la logique d'un entretien de vente réussi
- o Savoir préparer ses entretiens de vente
- o Faire systématiquement une bonne première impression

Programme :

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

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions collective et individuelle, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les étapes de la vente, les règles d'or de chaque étape de vente, l'analyse de la valeur ajoutée de l'offre

Production de l'académicien : le pitch par typologie d'interlocuteur, la structure de prise de contact en rendez-vous commercial, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, diagnostic Posture Conseil (non verbal, para-verbal), quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientés savoir-faire et savoir-être

Durée : 12 heures

Découverte

À l'issue de l'entraînement, vous maîtrisez les techniques qui vous permettent de découvrir les besoins de vos 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

Objectifs :

- o Maîtriser les techniques de questionnement
- o Structurer mon approche avec intérêt et empathie
- o Élargir le champ de ma découverte pour identifier les opportunités de vente complémentaire
- o Savoir mettre en tension mon interlocuteur

Programme :

Les enjeux de la phase de la découverte :

- o Les facteurs de décision des acheteurs : prix versus réponses aux enjeux et retour sur investissement
- o Facteurs clés de succès : aller au-delà des évidences, chercher à comprendre avant de persuader
- o La découverte des besoins, étape clé pour construire une proposition ajustée, sélectionner les bons arguments, détecter les opportunités de vente complémentaire, réduire le risque d'objections en fin de vente

L'analyse de la demande : à la recherche des enjeux, des attentes et des besoins :

- o Ce que j'ai à vendre, ce que j'ai besoin de savoir pour le vendre
- o La méthode de l'entonnoir, les différents types de questions (ouvertes, fermées, alternatives...)
- o L'interconnexion des enjeux dans l'entreprise et la méthode de questionnement « Grand Angle »
- o Le baromètre de la motivation et la construction de la bibliothèque de questions
- o Prise en main de la bibliothèque et des techniques de questionnement :
- o Le questionnement : grand angle et diagnostic
- o L'empathie et l'écoute active (posture, prise de notes)
- o La technique de la dernière goutte et la gestion des silences
- o La théorie du filtre, les dangers de l'interprétation

- o Le tiercé gagnant : reformuler, valider, faire hiérarchiser

Les tactiques de questionnement pour mettre en tension :

- o Pas de besoin ?! La méthode SPS (Situation / Problèmes/ Solutions) pour faire prendre conscience et susciter l'intérêt grâce au questionnement
- o La structuration de la bibliothèque de questionnement en mode SPS
- o La prise en main de la méthode et techniques de prises de notes

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, réflexion collective et individuelle, cas pratiques, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les règles d'or de la découverte et l'analyse de la demande

Production de l'académicien : le baromètre de la motivation, la bibliothèque de questionnement structurée SPS, le tiercé gagnant, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, évaluation des acquis orientée savoir-faire et savoir-être

Durée : 12 heures

Argumentation, objections et closing

A l'issue de l'entraînement, vous savez valoriser et défendre votre offre, vous optimisez les processus de décision grâce à la maîtrise des techniques de conclusion.

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)

Objectifs :

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

Programme :

Argumentation :

- o Les techniques d'argumentation (CAB-BAC)
- o L'écriture et la prise en main d'argumentaires types
- o Faire le lien entre la découverte et l'argumentation : exercices de reformulation
- o Présenter son prix positivement

Traitement des objections :

- o Comprendre les raisons de l'objection, en mesurer le bien fondé et les transformer en opportunités de vente
- o Méthode pour traiter les objections « à la racine » et poursuivre sa vente
- o Les techniques de parade aux objections (contrepois, boomerang, déplacement, renversement)
- o Zoom sur le traitement des objections de prix
- o Écriture et prise en main des réponses aux objections

Conclure

- o Les enjeux de la phase de conclusion : optimiser les processus de décision
- o Les moments clés pour réussir la conclusion
- o Conclure : signer, ou faire un pas de plus vers la vente
- o Méthode des médailles : définir les différents niveaux de conclusion à chaque étape de mon cycle de vente (or, argent, bronze)
- o Techniques de conclusion (alternative, approche directe, confortation, synthèse des oui)

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions collectives et individuelles, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos argumentation, traitement des objections et conclusion.

Production académicien : bibliothèque d'argumentaires orientés bénéfiques clients, guide de traitement des objections, médailles fixées sur un cas client concret (*objectifs que je veux atteindre à la fin du rendez-vous*), plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, entraînement sur l'intégralité des techniques de vente avec l'évaluation finale des acquis (prise de contact, découverte, argumentation, conclusion)

Durée : 12 heures

Vente comportementale

A l'issue de l'entraînement, vous adaptez votre approche en fonction du profil comportemental de votre interlocuteur, vous facilitez 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

Objectifs :

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

Programme :

Les fondamentaux de la communication interpersonnelle et enjeux d'un savoir-être pertinent :

- o Les règles de la communication
- o Les obstacles à la communication
- o L'impact de la communication non verbale
- o Les relations conscient /non conscient dans la communication

Les différents profils comportementaux :

- o Leurs modes de fonctionnement
- o Leur rapport au temps
- o Leur relation aux autres
- o Leur mode de décision

Interaction entre les différents profils :

- o Les relations toxiques
- o Les comportements défensifs

Diagnostic personnalisé :

- o Identifier son profil comportemental
- o Identifier le profil de ses interlocuteurs

L'adaptabilité, facteur clé de succès pour des relations agréables, constructives et efficaces :

- o Appréhender ses points forts et ses axes d'amélioration face à chaque profil comportemental
- o Les composantes de l'adaptabilité : ouverture d'esprit, empathie, feed-back
- o Plan d'action pour développer son adaptabilité avec les interlocuteurs

La méthode de vente personnalisée :

- o Déclinaison de chaque étape de la vente (bris de glace, découverte, argumentation, conclusion) aux 4 profils comportementaux
- o Entraînement à la vente comportemental sur les profils perçus comme les plus difficiles pour développer aisance et plaisir

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions collectives et individuelles, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos profils et la matrice du Profiloscope (©)

Production de l'académicien : construction d'un plan d'action par profil (points forts en termes d'adaptabilité vis-à-vis de chaque profil et axes de travail), plan d'action sur la méthode de vente personnalisée

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, quiz sur le mode de fonctionnement de chaque profil et de ses attentes en termes de communication, diagnostic de son profil comportemental, évaluation des acquis orientés savoir-faire et savoir-être

Durée : 12 heures

Prospection

A l'issue de l'entraînement, vous optimisez le développement de votre portefeuille et vous augmentez le nombre de vos 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

Objectifs :

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

Programme :

Les enjeux de l'optimisation du portefeuille clients :

- o Contour des missions : Prospecter, Développer, Fidéliser
- o Le cycle de vie du client
- o De la nécessité de devenir créatif pour développer son business : exploiter toutes les opportunités

Etat des lieux du portefeuille et gestion des priorités :

- o Segmentation du portefeuille (suspect, prospect, client à potentiel, client sans potentiel)
- o Pour chaque typologie, temps à consacrer, nature et fréquence des actions à mettre en œuvre
- o Identification des 20 comptes prioritaires et plans d'action

Pilotage de l'activité :

- o Déclinaison des actions à mener par jour, semaine, mois, trimestre pour atteindre ses objectifs (nombre de contrats, de propositions, de rendez-vous, d'appels passés)
- o Mise en perspective avec les encours et définition d'un plan d'action

Optimisation des actions de prospection :

- o Hiérarchisation des cibles
- o Étude du pipeline
- o État des lieux des sources de prospection et analyse des résultats obtenus
- o Recherche de nouvelles sources de prospection (fichiers, réseaux, événements, recommandations, parrainages, etc.)

Exploitation des réseaux réels et virtuels :

- o Les réseaux réels et virtuels, calcul du capital social initial et plan d'actions pour le développer
- o Règles d'or pour les utiliser pour rentrer en contact avec quelqu'un
- o Recommandations et parrainage

Réussir sa prise de rendez-vous par téléphone :

- o L'organisation (préparation, outils, rythme, relances)
- o Préparer son script : accroche, passage de barrages, traitement des objections, concrétisation

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos développer son portefeuille, préparer sa prise de rendez-vous téléphonique

Production de l'académicien : l'état des lieux du portefeuille d'affaires, le tableau de pilotage de l'activité commerciale (déclinaison des actions à mener par jour, semaine, mois, trimestre), calcul du capital social (cartographie des réseaux, réels et virtuels), la bibliothèque d'accroches personnalisées par typologie d'interlocuteurs, le guide de traitement des objections à la prise de rendez-vous, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, mises en situation, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Négociation

À l'issue de l'entraînement, vous savez sortir des négociations prix, vous abordez vos négociations avec assurance et obtenez des accords équitables.

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

Prérequis : Maîtrise des techniques de vente

Objectifs :

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

- o Pour le vendeur, pour le fournisseur, pour le client

Prérequis nécessaires pour effectuer une bonne négociation à l'aide de la matrice ICEO :

- o À partir de quand y a-t-il négociation ?
- o Les vraies raisons de négocier, celles que l'on peut éviter
- o Les informations à collecter pour être armé
- o Les questions clés du processus de vente qui limitent les risques de négociation

La préparation de la négociation

- o Analyse des éléments négociables et priorisation en fonction de leur impact sur la marge, zone d'accord possible et issues de négociation (exigence initiale, objectif, plancher), identification des concessions et contreparties
- o La matrice de concession par paliers et les médailles associées
- o Stratégie d'argumentation au regard de la concurrence
- o Prise en main des outils de préparation d'une négociation

La Méthode de négociation REC (©) : Résister, Engager, Conclure

- o Toujours commencer par une exigence élevée

- o Face à toute demande de concession, répondre d'abord par un argument
- o Accorder une concession uniquement moyennant une contrepartie tangible
- o S'il faut reculer, le faire à petit pas
- o Conduire le client vers la conclusion

Techniques d'achat et stratégies de réponse :

- o Enjeux de pouvoir : les identifier et les équilibrer pour mieux négocier
- o Déjouer les techniques d'acheteur
- o Technique de contrôle des émotions

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions individuelle et collective, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec la matrice ICEO, la Méthode REC (©), les paliers de négociation

Production de l'académicien : les issues de négociation, les paliers de négociation avec mes médailles, le guide de réponse aux tactiques d'acheteurs, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée savoir-faire et savoir-être

Durée : 12 heures

Proposition commerciale et soutenance

A l'issue de l'entraînement, vous maîtrisez l'élaboration de vos propositions commerciales et vous savez les défendre devant vos 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

Objectifs :

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

Programme :

Les facteurs clés de succès d'une proposition commerciale pertinente différenciante gagnante :

- o Les étapes clés, les différentes situations, l'anticipation
- o Les questions que l'acheteur se pose
- o Le process interne Go/ No Go : choisir ses clients
- o Devis ou proposition commerciale ?

Renforcer l'impact de ses propositions commerciales :

- o La table des matières : schéma d'architecture de réponse (fond, forme)
- o Le contenu de l'appel d'offres
- o Le contexte et les enjeux : apporter une vraie valeur ajoutée
- o Les bénéfices client
- o La différenciation par rapport aux concurrents tout en respectant le cahier des charges
- o Le résumé exécutif (« executive summary »)

Réussir ses soutenances :

- o Se préparer
- o Conduire son exposé, optimiser sa minute de pouvoir, utiliser les différents outils et son espace d'intervention
- o Gérer un groupe : son jury
- o Optimiser la gestion de son stress
- o Les questions clés pour faire un pas de plus vers la vente

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions individuelle et collective, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec le Go / No Go pour formaliser une proposition commerciale, l'outil de préparation des soutenances

Production de l'académicien : référentiel d'évaluation objective de ses propositions commerciales, le plan d'action d'optimisation de ses propositions commerciales, le plan d'action

Évaluation : diagnostic individuel, le diagnostic individuel de prise de parole en public, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Vente complexe

À l'issue de l'entraînement, vous savez 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

Objectifs :

- o Identifier les points d'appui et les risques sur ses affaires
- o Avoir une vision objective de sa position sur l'affaire, au regard du cycle d'achat du client et de sa position concurrentielle
- o 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 :

- o Etoile de qualification : les informations incontournables ?
- o Analyse des dernières affaires remportées/perdus : bilan des informations

Travail sur une affaire en cours, recherche et consolidation des informations incontournables et nécessaires :

- o Sur le compte, l'affaire, les concurrents, les processus de décision, les risques
- o Définition des critères du Go / No Go / Go If
- o Plan d'actions pour aller chercher les informations manquantes

Objectiver sa position sur l'affaire :

- o Mise en parallèle de mon cycle de vente et du cycle d'achat du client
- o Analyse concurrentielle (mes principaux concurrents, ancienneté, qualité de la relation, niveau de satisfaction, connaissance stratégie du client, la valeur d'affaires)

Adapter sa stratégie en fonction de la maturité du projet chez le client et de sa position concurrentielle sur l'affaire :

- o Les différentes approches stratégiques
- o Le choix de mon approche au regard de ma position sur l'affaire
- o L'identification des points d'appui chez le client pour mettre en œuvre ma stratégie : le maillage de mon compte (organigramme, sociogramme, jeux de pouvoir)

- o L'identification des fonctions les plus prometteuses du compte pour remporter l'affaire
- o Déclinaison de la stratégie en plan d'action relationnel

Créer un prétexte de valeur à très haut niveau pour accélérer les prises de décision :

- o Atteindre mes interlocuteurs : le bon niveau de discours et d'échanges en fonction de mon interlocuteur
- o Définition et prise en main du prétexte de valeur pour obtenir un rendez-vous et créer la relation

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions collective et individuelle, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book, étoile de qualification, cycle d'achat

Production académicien : l'analyse concurrentielle, les critères et processus de décision, le plan d'action pour objectiver sa position sur l'affaire, la définition de la stratégie et du plan d'actions relationnel

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis

Durée : 12 heures

Plan de compte

À l'issue de l'entraînement, vous maîtrisez 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

Objectifs :

- o Mettre en place une équipe et organisation interne efficiente au regard des projets et stratégies du grand compte
- o Donner une vision claire, partagée, responsable et durable à l'ensemble des acteurs internes et direction
- o 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 :

- o Faire savoir clairement les enjeux, objectifs, attentes, contraintes pour vous et pour le client : donner le bon niveau de vision aux ressources internes
- o Décliner les actions, le planning, les rôles, objectifs, missions et ressources internes nécessaires
- o Anticiper les évolutions pouvant exercer une influence
- o Définir les moyens de communication et d'échange : fréquence, format, durée, rapporteur, retro-planning

Vendre le plan de compte aux acteurs impliqués, développer sa crédibilité et obtenir l'adhésion :

- o Situer son rôle de manager transversal : bâtir sa crédibilité et fédérer autour d'une image commune Créer un climat de confiance
- o 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

Management transversal : agir sur les leviers d'influence des acteurs internes sans lien hiérarchique :

- o Assurer la coordination et la stratégie d'influence transversales

- o Identifier clairement les éléments impactant pour chaque ressource
- o Adapter son management au profil comportemental de chaque ressource (Profioscope (©)) pour obtenir le meilleur de chacun

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions individuelle et collective, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec le plan de compte, l'outil de pilotage de l'équipe, la matrice Profioscope (©)

Production de l'académicien : l'organisation de l'équipe compte, le plan de communication interne, mon profil comportemental et celui de chacune de mes ressources, le plan d'action pour développer mon leadership en tant que manager transversal, mon plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée savoir-être

Durée : 12 heures

Relation partenariale

À l'issue de l'entraînement, vous savez développer une relation partenariale forte pour positionner durablement votre 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

Objectifs :

- o Evaluer objectivement son niveau de partenariat et se fixer des objectifs de consolidation
- o 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
- o Anticiper la passation de compte

Programme :

La relation partenariale :

- o Développer le partenariat comme axe central d'appui et de développement de valeur
- o Les règles du partenariat : ses objectifs, ses caractéristiques, ses éléments incontournables, ses risques
- o 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 :

- o Point sur ma relation partenariale : évaluation objective du niveau de coopération avec son compte (basique, coopératif, interdépendant, partenarial)
- o Définir mes prochaines étapes de coopération

La fidélisation du grand compte :

- o Satisfaire pour mieux fidéliser : connaître les facteurs de satisfaction ou d'insatisfaction
- o Les techniques de fidélisation
- o Les facteurs d'influence, types de relation, personnalisation de la relation, enjeux et résultats

Développer la confiance structurelle et inscrire la relation dans la durée :

- o 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 :

- o Les enjeux, les interlocuteurs et les méthodes

Méthodes pédagogiques : apports e-learning, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions individuelles et collectives, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec l'outil d'évaluation objectif du niveau de partenariat, les leviers de la confiance structurelle, méthodes et les outils de la passation de compte

Production de l'académicien : plan d'action de renforcement du niveau de partenariat, préparation à la passation de compte, plan d'action

Évaluation : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis

Durée : 12 heures

Coach Commercial



Coach Commercial Pilote

A l'issue de l'entraînement, vous savez intégrer dans votre quotidien une démarche de manager coach et vous savez 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

Objectifs :

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

Programme :

Poser les enjeux :

- o Rappeler les rôles et les missions du manager commercial
- o Rappeler les objectifs de résultats, indicateurs d'activité et compétences commerciales : interactions et moyens d'actions
- o Établir le diagnostic des compétences commerciales, base indispensable à la mise en place d'une démarche de « Manager Coach »

S'approprier et partager le référentiel des compétences commerciales :

- o Comment est-il conçu ? (Progressivité)
- o Comment et quand l'utiliser ?
- o Prendre en main des référentiels : lien avec votre activité

Clarifier la posture de Manager Coach :

- o Se repositionner comme Manager Coach auprès de son équipe
- o Préparer individuellement le collaborateur à l'accompagnement du manager en entretien commercial

Diagnostiquer les compétences commerciales :

- o Réaliser l'accompagnement commercial : expliquer son rôle au client, observer le collaborateur en entretien de vente pour repérer les compétences mises en pratique

- o Réaliser le débriefing de l'observation de l'entretien de vente
- o Finaliser le diagnostic du collaborateur

Planifier :

- o Prioriser les collaborateurs et les situations de vente que je veux diagnostiquer
- o Intégrer la démarche dans mon quotidien et dans celui de mes équipes

Méthode pédagogique : apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexions collective et individuelle, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur la méthode PAC / CAP et la grille d'observation commerciale

Production de l'académicien : diagnostic du niveau d'Activité et de Performance, la planification des observations, le diagnostic des Compétences via le référentiel Booster Academy, l'entretien de pré-diagnostic, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orienté savoir-faire

Durée : 12 heures

Coach Commercial Entraîneur

A l'issue de l'entraînement, vous savez définir le prochain CAP à franchir pour permettre à votre 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 »

Objectifs :

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

Programme :

Réaliser le retour d'expériences de la formation Manager Pilote :

- o Partager les bonnes pratiques dans les démarches de diagnostics des compétences commerciales Traiter les difficultés rencontrées : communication, diagnostic, débriefing

Définir le plan de développement des compétences :

- o Analyser les diagnostics finalisés en lien avec les résultats et les KPI de chaque collaborateur
- o Repérer les compétences maîtrisées et celles qui sont à développer pour améliorer les résultats Prioriser ses accompagnements
- o Déterminer un objectif SMART pour chacun
- o Sélectionner les moyens d'atteindre l'objectif : durée, fréquence et nature des accompagnements

Engager dans l'action :

- o Obtenir l'adhésion des collaborateurs aux objectifs et plan de développement de compétences Préparer les entretiens individuels
- o Mener les entretiens
- o Agir sur les compétences des collaborateurs
- o Observer les réalisations terrain et débriefing
- o Prendre appui sur les formations internes / externes
- o Entraîner aux techniques de vente

S'organiser et suivre l'impact des accompagnements :

- o Programmer les actions et les moyens définis pour réaliser et valider la montée des compétences (diagnostics, formations, réunions, relevé des KPI...)
- o Gérer les priorités pour tenir ses engagements

Méthodes pédagogiques : exercices, apports formateur, mises en situation, cas pratiques, réflexion individuelle et collective, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec la méthode de débriefing (« sandwich »), les techniques de l'entretien de fixation d'objectifs

Production de l'académicien : la construction du plan de développement des compétences des collaborateurs, la fixation objectifs CAP (Compétences, Activités, Performance) / SMART, la structure de l'entretien de présentation du plan de développement du collaborateur et des objectifs à atteindre, la prise en main de l'animation d'entraînements individuels, collectifs et délégués, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Coach Commercial Développeur

A l'issue de l'entraînement, vous savez adapter votre 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 »

Objectifs :

- o Connaître le niveau d'autonomie et le profil de communication préféré de tous ses collaborateurs
- o Identifier le profil de communication préféré de tous ses collaborateurs
- o Connaître son type de management favori et son profil de communication privilégié
- o 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 :

- o Partager les bonnes pratiques dans la mise en œuvre des plans de développement individuels
- o 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 :

- o Identifier les leviers de motivation
- o Identifier les niveaux d'autonomie et besoins associés
- o Identifier les différents profils de communication de chaque collaborateur
- o Identifier le style de management et de communication favori de chaque collaborateur
- o Identifier les relations toxiques et comportements défensifs inhérents à l'équipe
- o Appréhender ses points forts et ses axes d'amélioration face à chaque collaborateur
- o 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 :

- o Faire adhérer
- o Motiver
- o Recadrer

Méthodes pédagogiques : apports formateur, exercices, mises en situation, cas pratiques, réflexions collectives et individuelles, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les leviers de motivation, le bilan de parcours des collaborateurs, les styles de coaching, la matrice du Profiloscope (©)

Production de l'académicien : le mapping des collaborateurs, l'identification des facteurs de motivation par profil, entraînement à l'adaptation au profil le plus difficile (pour moi manager) en termes de communication (de la posture, de l'entretien de lancement, du coaching de vente, du débriefing), ajustement du plan de coaching des collaborateurs, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz, de validation des connaissances, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Manager opérationnel



Manager

À l'issue de l'entraînement, vous maîtrisez les clés d'un management réussi en prenant appui sur vos forces tout en limitant l'impact de vos faiblesses. Vous incarnez votre rôle de manager de proximité et vous optimisez la maîtrise de votre temps.

Public concerné : Tout manager d'équipe

Prérequis : Maîtrise des fondamentaux de la relation interpersonnelle

Objectifs :

- o Améliorer sa capacité à gérer les différentes situations individuelles avec une posture et une méthodologie adaptées.
- o Renforcer son « autorité managériale » et développer son leadership
- o Optimiser son organisation pour répartir les rôles d'expert « terrain », de manager et de stratège.
- o Gagner du temps pour l'investir en priorité sur des missions à forte valeur ajoutée en lien direct avec la stratégie de l'entreprise.

Programme :

Les postures et méthodes pour asseoir son autorité managériale

- o Prendre de la hauteur sur ses pratiques managériales
- o Intégrer les différents styles de management et reconnaître son propre style
- o Identifier les attentes des collaborateurs
- o Développer les attitudes clés pour manager : leadership, exemplarité, exigence
- o S'approprier la méthode de management individuel pour gérer toute situation et tout profil de collaborateur
- o Adapter son niveau d'exigence et fixer les objectifs en fonction du profil du collaborateur
- o Recadrer un collaborateur

La maîtrise du temps et des priorités, un des leviers essentiels pour renforcer son leadership et son exemplarité auprès de son équipe

- o Gestion du temps : savoir dire non
- o Prendre conscience de l'importance de planifier ses actions
- o Identifier les priorités et optimiser son agenda
- o Faire respecter son temps de manager

Méthodes pédagogiques : mises en situation, exercices, étude de cas, réflexions individuelles et collectives, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur les 4 styles de management, l'application de chaque style de management au degré d'autonomie des collaborateurs, les 3 grands pôles de l'autorité, Les 5 talents du leader, la méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure), les 7 lois du temps, la matrice d'Eisenhower

Production de l'académicien : la définition des règles du jeu de mon entreprise, la trame de conduite d'un entretien de recadrage, la trame de conduite d'un entretien de fixation d'objectif, la planification de ma disponibilité, l'optimisation de mon agenda en intégrant mes priorités de manager, mon plan d'action

Évaluations : test de positionnement, diagnostic management, diagnostic style de management, diagnostic gestion du temps, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Motiver

À l'issue de l'entraînement, vous installez un cadre sécurisant et motivant pour vos collaborateurs. Vous les faites adhérer à la vision et aux valeurs de l'entreprise et les règles de vie sont claires.

Public concerné : Tout manager d'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)

Objectifs :

- o Définir les éléments constitutifs de sa stratégie d'entreprise (Mission, Vision, Valeurs)
- o Intégrer une méthode de réunion pour mobiliser et favoriser le travail d'équipe
- o Se préparer à partager sa vision avec l'équipe et à décliner avec elle les règles de vie, base du management au quotidien
- o Définir et s'approprier comment donner du sens à l'action pour favoriser l'engagement de ses collaborateurs sur ses décisions au quotidien

Programme :

Les postures et méthodes pour bâtir sa vision de dirigeant, faire adhérer et donner du sens en collectif

- o Expression de la Mission, déclinaison en Vision et en Valeurs
- o Exemplarité du dirigeant : formalisation des valeurs dans les pratiques au quotidien, vis-à-vis des collaborateurs, des clients, des partenaires
- o 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

- o Donner du sens à l'action avec la méthode NBS (Nécessité, Bénéfices, Succès)
- o Remobiliser un collaborateur en entretien individuel grâce à la méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure)

Méthodes pédagogiques : exercices, analyse de cas, apports formateur, réflexion individuelle et collective, mises en situation, entraînement Stop & Go

Outils pédagogiques personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur donner du sens, rédiger sa note de sens avec la méthode NBS, préparer le TOP de sa réunion de lancement, donner du feedback

Production de l'académicien : la définition de ma MVV (Mission, Vision, Valeur), la structure de réunion TOP (Thème, Objectifs, Plan d'action) pour la présentation de ma MVV, la structure de réunion pour donner du sens sur une action d'équipe, la préparation d'un entretien de remobilisation pour un collaborateur, la préparation de l'entretien de recrutement, mon plan d'action

Évaluations: diagnostic individuel, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Piloter

À l'issue de l'entraînement, vous savez mettre en adéquation les ressources et missions nécessaires pour atteindre vos objectifs et vous savez organiser et piloter l'activité de vos collaborateurs. Le cap est clair, chacun sait où et comment il est attendu.

Public concerné : Tout manager d'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)

Objectifs :

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

Programme :

Les postures et méthodes pour organiser et piloter l'activité de son entreprise, de son équipe

- o Réaliser le diagnostic individuel sur l'organisation et le pilotage de l'entreprise
- o Prendre de la hauteur sur le système de pilotage actuel (ce qui existe, ce qui manque, ce qui doit être changé)
- o Formaliser les processus de l'entreprise en partant du parcours clients et des moments de vérité pour le client
- o Identifier les indicateurs clés pour piloter la performance à chaque moment de vérité
- o Associer les processus du parcours client aux indicateurs clés de pilotage

Les bonnes pratiques de management individuel pour faire adhérer aux missions et objectifs confiés

- o Intégrer les objectifs opérationnels « PAC » (Production, Activité, Compétence) dans la fiche de poste pour clarifier les attendus et donner du sens
- o Préparer son entretien de délégation grâce à la méthode 5C (Contextualiser, Constaté, Comprendre, Corriger, Conclure)

Méthodes pédagogiques : exercices, réflexion individuelle et collective, apports formateur, mises en situation, étude de cas, entraînement Stop & Go

Outils personnalisés et opérationnels : Boost Book pour les exercices, fiches pratiques sur : fixer les objectifs SMART ; savoir déléguer et fixer les indicateurs clés pour les moments de vérité (le parcours client)

Production de l'académicien : la définition des moments de vérité de mon entreprise (le parcours client) et les KPI associés, la trame pour mener une réunion de présentation des KPI à l'équipe, la trame pour présenter une mission à un nouveau collaborateur (5C), la rédaction d'une fiche de poste, la trame d'un entretien de délégation (5C), mon plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

Animer

À l'issue de l'entraînement, vous savez animer vos collaborateurs autour de leurs objectifs, de façon collective et individuelle. Chacun est accompagné, encouragé, reconnu, valorisé, écouté afin de favoriser son engagement.

Public concerné : Tout manager d'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 Piloter (les clés d'une organisation et d'un pilotage de l'activité de ses collaborateurs.rices efficaces)

Objectifs :

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

Programme :

Les postures et méthodes pour animer et mobiliser son équipe autour d'objectifs communs

- o Les rituels de management collectif à mettre en place
- o Les différentes réunions (performance, projet, solution) à mettre en œuvre grâce à la méthode METRO
- o L'animation via la technique des post-it pour faciliter l'expression individuelle et collective
- o Les comportements managériaux à adopter en fonction du niveau d'autonomie de son collaborateur : l'équation $A=MC^2$
- o La méthode des 5C (Contextualiser, Constater, Comprendre, Corriger, Conclure) appliquée à l'entretien de suivi

Méthodes pédagogiques : exercices, réflexion individuelle et collective, mises en situations, analyse de cas, production individuelle, entraînement Stop & Go,

Outils personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos les 3 types de réunion, les modalités d'animation de réunion, les styles de management, travailler en équipe, le management participatif.

Production de l'académicien : la préparation d'animation de réunion, la trame de présentation d'une mission à un nouveau collaborateur, la réalisation du mapping du degré d'autonomie de mon équipe, la trame de préparation à l'entretien individuel de suivi, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, évaluation des acquis orientée savoir-faire

Durée : 12 heures

S'adapter

À l'issue de l'entraînement, vous adaptez votre style managérial en fonction du profil comportemental de vos collaborateurs et des situations rencontrées. Vous managez comme vos collaborateurs souhaitent être managés.

Public concerné : Tout manager d'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) du niveau Piloter (les clés d'une organisation et d'un pilotage de l'activité de ses collaborateurs. rices efficaces) et du niveau Animer (l'animation collective et individuelle autour des objectifs communs)

Objectifs :

- o Identifier son profil comportemental et ceux de ses collaborateurs
- o Comprendre les comportements bénéfiques et toxiques dans la relation manager/collaborateur (l'image renvoyée et les modes de fonctionnement associés)
- o Adapter sa communication aux 4 profils comportementaux à l'oral et à l'écrit (en individuel comme en collectif)
- o Identifier comment tirer parti des complémentarités au sein de l'équipe

Programme :

- o Les bénéfices de l'adaptation dans les relations interpersonnelles
- o Les 4 profils de communication et la réalisation de son autodiagnostic
- o Les clés pour présenter un objectif en collectif et impacter les 4 profils à la fois
- o L'animation de réunion adaptée au 4 profils
- o La réalisation du mapping des profils de son équipe, les forces et axes d'adaptation
- o L'entretien individuel adapté au profil du collaborateur le plus difficile (dans la communication) pour le manager

Méthodes pédagogiques : réflexion individuelle et collective, apports formateur, analyse de cas, production individuelle, mises en situations, entraînement Stop & Go

Outils personnalisés et opérationnels : Boost Book avec mémos sur la matrice du Profiloscope (©), les modalités d'animation de réunion, le NBS de présentation d'objectif

Production de l'académicien : le mapping des profils de l'équipe, ses forces et axes d'adaptation, la préparation de la réunion Metro adaptée aux 4 profils, la trame d'un entretien individuel adaptée au profil le plus difficile pour moi, le plan d'action

Évaluations : diagnostic individuel, quiz Profiloscope (©), test d'adaptabilité, évaluation des acquis orientée savoir-faire et savoir-être

Durée : 12 heures

Accompagnements individuels personnalisés



Accompagnement à l'élaboration de votre plan de vente 100% personnalisé

Objectif : Consolidez votre plan de vente à l'aide des éléments construits pendant vos entraînements afin d'obtenir un plan de vente 100% personnalisé et opérationnel immédiatement.

Le programme de l'atelier :

- o Le positionnement de votre offre au regard de votre marché et de vos cibles
- o Les étapes de votre processus de vente
- o Vos prises de rendez-vous par téléphone : construction de vos accroches par cible
- o La fixation de vos objectifs par rendez-vous et personnalisation de la structure de chaque rendez-vous
- o Les clés de la posture et du positionnement conseil en démarrage d'entretien (Pitch)
- o La bibliothèque de questionnement (questions Grand Angle et leviers de mise en tension SPS)
- o Les argumentaires sur vos offres phares
- o Le guide de traitement des objections
- o Les principaux leviers pour le closing

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

Prérequis : avoir suivi les niveaux « Posture et valeur de l'offre », « Découverte », « Argumentation, traitement des objection et closing » et « Prospection » du parcours Vente Conseil

Durée : 4 heures

Accompagnement à un rendez-vous commercial

Objectif : Bénéficiez du regard de votre entraîneur en situation réelle de rendez-vous prospect/client afin d'identifier rapidement ce qui vous permettra de gagner en efficacité et en performance commerciale.

Programme de l'atelier :

- o Le cadrage de l'accompagnement (en visioconférence ou par téléphone) en amont du rendez-vous
- o L'analyse du contexte vis-à-vis de votre prospect/client
- o La définition de vos enjeux
- o La fixation de vos objectifs pour ce rendez-vous
- o La préparation du rendez-vous avec pour objectif d'optimiser votre cycle de vente
- o L'observation du rendez-vous chez votre prospect/client
- o L'évaluation des automatismes acquis (référentiel de compétences)
- o L'identification des leviers d'efficacité commerciale complémentaire
- o Le débriefing complet du rendez-vous
- o L'identification et le déblocage des derniers freins
- o L'apport de pistes et de méthodes pour continuer votre entraînement et vous perfectionner
- o La formalisation de votre plan d'actions

Livrable : Évaluation des compétences maîtrisées et des axes de travail prioritaires, plan d'actions

Prérequis : avoir suivi les niveaux « Posture et valeur de l'offre », « Découverte » et « Argumentation, traitement des objection et closing » du parcours Vente Conseil

Durée : 4 heures

Préparation à un entretien collaborateur à fort enjeu pour vous, manager

Objectif : Être prêt et serein pour mener à bien un entretien à fort enjeu avec mon(a) collaborateur(rice).

Programme de l'atelier :

- o L'analyse du contexte de l'entretien
- o L'identification des enjeux pour votre collaborateur(rice) et vous-même, manager
- o La fixation des objectifs à atteindre à l'issue de l'entretien
- o La préparation de l'entretien : les 10 principales questions à vous poser
- o La structuration de l'entretien à l'aide de la méthode 5C (contextualiser, constater, comprendre, corriger, conclure)
- o La sélection des éléments factuels à transmettre et/ou communiquer à votre collaborateur(rice)
- o La formalisation de chaque étape de l'entretien
- o La préparation de votre communication non verbale, para verbale et verbale
- o L'identification des potentielles réactions/demandes de votre collaborateur(rice), comment réagir et les réponses à lui(elle) apporter
- o L'entraînement Stop & Go avec l'identification des forces et axes de travail sur la réalisation de l'entretien
- o L'identification des actions à mener post entretien

Livrable : la structure de l'entretien, la sélection des éléments clés et factuels à communiquer, le plan d'action post entretien

Prérequis : avoir suivi le niveau « Manager » du parcours Manager Opérationnel

Durée : 4 heures

Préparation à l'animation d'une réunion d'équipe à fort enjeu pour vous, manager

Objectif : prenez de la hauteur grâce à votre entraîneur afin de préparer votre réunion pour qu'elle soit percutante et impactante pour votre équipe et optimisez l'intégration des techniques managériales travaillées durant vos entraînements.

Programme de l'atelier :

- o L'analyse du contexte de la réunion d'équipe
- o L'identification de vos enjeux pour cette réunion
- o La fixation des objectifs à atteindre pendant et à l'issue de la réunion
- o La préparation de la réunion, les questions à se poser :
 - o L'organisation et la logistique
 - o Le TOP de la réunion (thème, objectif, plan d'actions)
 - o La note de sens de la réunion (nécessité, bénéfices, succès)
 - o L'animation : les modalités, les outils à utiliser, le rythme à adopter, l'ambiance souhaitée
 - o Le suivi à mettre en place (quoi, pourquoi, quand, qui...)
- o La structuration du discours à l'aide de la méthode TOP (thème, objectifs et plan d'actions)
- o La préparation des outils et visuels de présentation (à présenter et/ou à remettre aux collaborateurs)
- o L'entraînement Stop & Go à l'animation de la réunion avec identification de vos forces et axes de travail
- o La formalisation de votre plan d'actions

Livrables : la structure TOP pour préparer la réunion, le NBS pour donner du sens et obtenir l'adhésion, les visuels de présentation, le plan d'actions

Prérequis : Avoir suivi les niveaux « Manager » et « Motiver » du parcours Manager Opérationnel

Durée : 4 heures

Accompagnements collectifs

Ateliers Reboost de mise en pratique

Format :

- o Entraînement collectif d'une durée de 3h30
- o Groupe de 6 personnes maximum
- o Présentiel ou distanciel

De quoi s'agit-il ?

- o Un atelier 'action' en petits groupes (6 participants maximum) sur un geste précis
- o Atelier tourné exclusivement autour de mises en situation sur des cas concrets
- o Le formateur prend la posture d'entraîneur à 100%, débriefant, augmentant au fur et à mesure le niveau de difficulté : répétition du geste jusqu'à assimilation totale

Objectifs principaux :

- o Partager les bonnes pratiques et traiter les difficultés rencontrées sur le terrain
- o Développer ses automatismes pour optimiser sa performance
- o Se retrouver sous tension au plus proche de la réalité terrain

Déroulé classique d'un atelier Reboost :

- o Un enchaînement de séquences rythmées :
- o Tour de table & Retour d'expérience
- o Présentation du déroulé de l'atelier & rappels des techniques fondamentales
- o Mises en situation sur scénarios coécrits ou mise en application directe avec de vrais cas clients en live (fonction du thème de l'atelier).
- o Débriefing collectif et plans d'actions individuel

Livrables :

- o Les participantes repartent avec un nouveau plan d'actions
- o Leur technique et maîtrise ont été testées et mises à l'épreuve

Ateliers Reboost proposés (cf. détail dans les pages suivantes) :

- o Reboost Prospection
- o Reboost Découverte
- o Reboost Closing
- o Reboost Réseautage

Reboost Prospection

Objectifs : Prendre des rendez-vous, téléphoner ! Développer les automatismes de la prise de rendez-vous par téléphone et débloquer les derniers freins.

Programme :

- o Briefing vestiaire (30 minutes)
 - o Tour de table : réussites & points de blocage rencontrés
 - o Rappel des fondamentaux nécessaires : accroches, objections
 - o Validation du script de prise de rendez-vous téléphonique : vérifier que les prétexte d'appels sont bons, rappeler l'important d'enchaîner avec une alternative, entraînement flash au traitement des objections et au passage des barrages téléphoniques (Si je te dis « ... » tu me réponds quoi ?)
- o Application terrain (2h45)
 - o Un appel à tour de rôle en haut-parleur (Si répondeur, 2^{ème} appel) enregistré pour réécoute et débriefing en fin d'atelier
 - o Débriefing rapide après chaque appel
 - o Si c'était à refaire, tu changerais quoi ?
 - o Pointage des bons réflexes et annonce des points d'amélioration
 - o Passage minimum de 3 appels par personne
- o Retour au vestiaire : debriefing collectif (15 minutes)
 - o Plan d'actions individuel pour poursuivre le développement des automatismes : combien d'appels, quand, quels résultats attendus

Enjeux :

- o Augmenter significativement le taux de réussite sur la prise de rendez-vous par téléphone, et donc, augmenter significativement le nombre de rendez-vous réels pris en direct dans l'agenda

Prérequis :

- o Venir avec un fichier qualifié (interlocuteur, fonction, téléphone) d'au moins 15 contacts
- o Avoir suivi le niveau « Prospection » du parcours Vente Conseil

Livrables :

- o De vrais rendez-vous dans l'agenda
- o Des méthodes et techniques affutées

Durée : 4 heures

Reboost Découverte

Objectifs : Affiner et aiguïser sa stratégie de questionnement grâce aux questions grand angle et la tactique du SPS, développer les automatismes et débloquent les derniers freins.

Programme :

- o Briefing vestiaire (30 minutes)
 - o Tour de table : réussites & points de blocage rencontrés
 - o Annonce des règles du Stop & Go : les rôles de client, vendeur et observateur + objectif / plan d'actions
 - o Rappel des fondamentaux nécessaires
 - o Constitution des sous-groupes, distribution des rôles et annonce des scénarios de mises en situation
- o Application terrain (2h45)
 - o Stop & Go : 3 mises en situation pour que chacun joue le rôle du client, du vendeur et de l'observateur
 - o Préparation (5 minutes) : le vendeur explique au client le cas sur lequel il souhaite s'entraîner (client, interlocuteur, secteur, contexte de l'entretien)
 - o Jeu de rôle (45 minutes)
 - o Débriefing et plan d'action (10 minutes) : prise d'appui sur l'observateur
- o Retour au vestiaire : débriefing collectif (15 minutes)
 - o Tour de table des bénéfices de la séance (s'assurer que chacun est en mesure de poursuivre les progrès de retour sur le terrain) et rappel des règles d'or

Enjeux :

- o Incarner la posture conseil et conserver le lead pendant tout l'entretien
- o Élever le degré de motivation du prospect et optimiser le rendez-vous de découverte
- o Détecter le potentiel d'affaires supplémentaire
- o Obtenir les propres arguments du prospect pour les injecter dans la proposition commerciale
- o Réduire les étapes et/ou la durée du cycle de vente

Prérequis :

- o 3 cas prospects concrets (positionnés sur la boussole : sud-ouest + sud-est + nord-ouest) en cours ou à venir, envoyés à l'avance pour préparation du coach
- o Bibliothèque de questionnement en lien avec les cas clients préparé en amont*
- o Avoir suivi le niveau « Découverte » du parcours Vente Conseil

Livrable : Bibliothèque affinée sur les 3 typologies de prospects, stratégie de questionnement pour chaque degré de motivation du prospect

Durée : 4 heures

Reboost Closing

Objectifs : Prendre en main ses argumentaires et la méthode de closing, développer les automatismes et débloquer les derniers freins.

Programme :

- o Briefing vestiaire (30 minutes)
 - o Tour de table : Vos réussites & points de blocage rencontrés
 - o Annonce des règles du Stop & Go : Les rôles de client, vendeur et observateur + objectif Plan d'actions
 - o Rappel des fondamentaux nécessaires
 - o Constitution des sous-groupes, distribution des rôles et annonces des scénarios de mises en situation
- o Application terrain (2h45)
 - o Stop & Go : 3 mises en situation pour que chacun joue le rôle du client, du vendeur et de l'observateur
 - o Préparation (5 minutes) : le vendeur explique au client le cas sur lequel il souhaite s'entraîner (client, interlocuteur, secteur, contexte, enjeux, objectifs)
 - o Jeu de rôle (45 minutes)
 - o Débriefing et plan d'action (10 minutes) : prise d'appui sur l'observateur
- o Retour au vestiaire : debriefing collectif (15 minutes)
 - o Tour de table des bénéfices de la séance (s'assurer que chacun est en mesure de poursuivre les progrès de retour sur le terrain) et rappel des règles d'Or

Enjeux :

- o Améliorer significativement la qualité des rendez-vous et renforcer leur posture conseil
- o Augmenter le nombre et la valeur des propositions commerciales en sortie de rendez-vous
- o Réduire les étapes et/ou la durée des processus de décision
- o Avoir suivi le niveau « Argumentation, traitement des objections et closing » du parcours Vente Conseil

Prérequis :

- o 2 à 3 cas clients concrets, en cours ou à venir, envoyés à l'avance pour préparation du coach
- o Argumentaire BAC en lien avec les cas clients préparé en amont

Livrable : Plan de closing pour leurs rendez-vous à venir et/ou à fort potentiels

Durée : 4 heures

Reboost Réseautage

Objectifs : S'entraîner à faire du réseau, développer les automatismes de la prise de contact en réseau physique et débloquer les derniers freins.

Programme :

- o Briefing vestiaire (30 minutes)
 - o Tour de table : Vos réussites & points de blocage rencontrés
 - o Rappel des objectifs d'un salon : Donner ET prendre des cartes de visite.
 - o Rappel des fondamentaux nécessaires : accroches, objections, environnement
 - o Les questions importantes / Flash Back : Que faire quand on arrive seul ? Comment prendre contact ? Qui se présente en premier et pourquoi ? Comment passer à un autre interlocuteur sans vexer le premier ? Comment se débarrasser d'un « pot de colle » ? Comment se fixer des objectifs en amont des salons, soirées... ?
- o Application terrain (2h45)
 - o Prendre contact et s'intéresser sincèrement à la personne jusqu'à ce qu'elle demande spontanément en retour « Et vous ? »
 - o Pitcher son interlocuteur + Silence
 - o Echanger les cartes ou prendre rendez-vous directement avec smartphone (pourquoi attendre ?)
- o Retour au vestiaire : debriefing collectif (15 minutes)
 - o Plan d'actions individuel pour poursuivre le développement des automatismes : combien de cartes distribuées ? Récoltées ? Choisir ses salons et s'y inscrire

Enjeux :

- o Augmenter significativement le nombre de contacts pris par événement réseau
- o Augmenter significativement le nombre de rendez-vous dans les agendas

Prérequis :

- o Avoir préparé sa bibliothèque de questions « bris de glace » en amont
- o Avoir un pitch solide, sexy, punchy et concis !
- o Avoir suivi le niveau « Prospection » du parcours Vente Conseil

Livrable :

- o Bibliothèque de questions « bris de glace » renforcée
- o Pitch « salon » perfectionné

Durée : 4 heures

Grille tarifaire 2023

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

FORFAIT	TARIFS HT	TARIFS TTC
1 NIVEAU	1 360,00 €	1 632,00 €
2 NIVEAUX	2 430,00 €	2 916,00 €
3 NIVEAUX	3 290,00 €	3 948,00 €
4 NIVEAUX	4 075,00 €	4 890,00 €
5 NIVEAUX	4 925,00 €	5 910,00 €
6 NIVEAUX	5 900,00 €	7 080,00 €
7 NIVEAUX	6 860,00 €	8 232,00 €
8 NIVEAUX	7 830,00 €	9 396,00 €
9 NIVEAUX	8 800,00 €	10 560,00 €
10 NIVEAUX	9 770,00 €	11 724,00 €

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

VIP	TARIFS HT	TARIFS TTC
1 NIVEAU	2 540,00 €	3 048,00 €
2 NIVEAUX	4 665,00 €	5 598,00 €
3 NIVEAUX	6 730,00 €	8 076,00 €
4 NIVEAUX	8 570,00 €	10 284,00 €
5 NIVEAUX	10 480,00 €	12 576,00 €
6 NIVEAUX	11 510,00 €	13 812,00 €
7 NIVEAUX	12 570,00 €	15 084,00 €
8 NIVEAUX	13 780,00 €	16 536,00 €

Prix des offres complémentaires

OFFRES COMPLEMENTAIRES	TARIFS HT	TARIFS TTC
Diagnostic	530,00 €	636,00 €
Préparation à une certification	530,00 €	636,00 €
Passage d'une certification	530,00 €	636,00 €
Accompagnement au plan de vente	1 220,00 €	1 464,00 €
Accompagnement en RDV	1 220,00 €	1 464,00 €
Préparation à un entretien collaborateur	530,00 €	636,00 €
Préparation à l'animation d'une réunion	530,00 €	636,00 €
Atelier Reboost	530,00 €	636,00 €

Nos centres d'entraînement

Centre d'Aix-en-Provence

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

Centre d'Amiens

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

Centre de Biarritz

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

Centre de Bordeaux

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

Centre de Charenton-le-Pont

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

Centre d'Issy-les-Moulineaux

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

Centre du Mans

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

Centre de Lille

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

Centre de Lyon Ouest

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

Centre de Marne-la-Vallée

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

Centre du Maroc

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

Centre de Marseille

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

Centre de Massy-Saclay

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

Centre de Montpellier

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

Centre de Mulhouse

- o 4 All. de la Hardt, 68440 Schlierbach
- o Christophe Goret, 07 87 83 29 87, c.goret@booster-academy.com

Centre de Nantes

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

Centre d'Orléans

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

Centre de Paris

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

Centre de Reims

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

Centre de Rennes

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

Centre de Saint-Germain-en-Laye

- o Yann Buytendorp, 01 72 28 35 84, y.buytendorp@booster-academy.com

Centre de Toulouse Nord

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

Centre de Vannes

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