

WE PROGRESS

FORMATION PROFESSIONELLE
DES DIRIGEANTS ET DES SALARIES



CONDITIONS DE REALISATION DE NOS FORMATIONS ET MODALITES



HORAIRES ET LIEU :

Généralement les horaires sont les suivants:

9h00- 13h30/ 14h30-17h00

(18h00 pour les journées de formation de 8h)

Nous nous déplaçons dans vos locaux ou nous nous chargerons de trouver un lieu de formation au plus près de l'adresse de votre entreprise.

Le café et les mignardises vous sont offerts.

Le repas du midi est à votre charge et non-prévu par l'organisme.

POLITIQUE HANDICAP



Nous mettons tout en oeuvre pour rendre accessible nos formations aux personnes en situation de handicap. Afin d'établir les modalités d'adaptation nécessaires, en terme d'accès et d'accès et de sécurisation du parcours de formation,

merci de nous contacter avant votre inscription au **06.61.56.50.37**.



METHODES PEDAGOGIQUES:

Chez WE PROGRESS nous sommes au plus près de vos besoins, et articulons nos offres de formations, en conséquence. Nous insistons sur une pédagogie interactive où il s'agit d'allier la théorie à votre réalité du terrain.

C'est pourquoi nous souhaitons:

- Travailler autour **des outils internes à l'entreprise (avec votre accord)**, afin que la ou les personne(s) formée(s) puisse(nt) être immédiatement opérationnelle(s).
- Mettre à disposition un drive Google avec toutes les ressources nécessaires à la formation.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET EVALUATIONS :

- Chaque apprenant recevra un **"livret de suivi "** avec les points importants abordés pendant la formation
- Ils seront évalués à travers **des mises en situations réelles, des jeux de rôle, des exercices d'application et**, en fin de formation réaliser **une évaluation globale de l'ensemble des points abordés sur smartphone ou sur papier.** (les modalités d'évaluation peuvent varier selon les formations)

A l'issue de la formation, l' ou les apprenants se verra/verront délivrer **une attestation de formation.**

EQUIPE PEDAGOGIQUE



INTERVENANTS INTERNES :



ROCHER Charline

Formatrice Relation Client, Management, Réseaux Sociaux et Outils Digitaux

10 ans d'expérience dans la vente, ancien Manager, Responsable de Magasin en Retail.

DAO Christophe

Formateur en Relation Client et Management.

20 ans d'expérience dans la vente, ancien Manager et Directeur Régional.



INTERVENANTS EXTERNES :



SILVIE Anais

Formatrice Français, Anglais, Portugais et Espagnol,

8 ans d'expérience dans l'enseignement.

LESCALLIER Arnaud

Formateur Gestion et Finance .

10 ans d'expérience dans l'enseignement



LECOMBLE Morgane

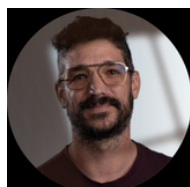
Formatrice Stratégie RSE

6 ans d'expérience dans le développement durable et le consulting

HEIDERIECH Jérémie

Formateur Bureautique et Pack Office .

6 ans d'expérience dans l'enseignement



ARDELIER Pierre

Relation Client dans la région Occitanie de façon occasionnelle

Plus de 10 ans d'expérience

LE FONCTIONNEMENT

"Chez We Progress la priorité c'est vous, le besoin de votre entreprise, le bien-être de vos salariés et vos contraintes "



UNE DEFINITION DES BESOINS

- **Prise de contact** : Première prise de contact en direct, par téléphone ou via notre site internet. Nous convenons d'un rendez-vous, que ce soit en personne ou par téléphone.
- **Écoute et analyse** : Lors de cet échange, nous prenons le temps de comprendre vos besoins ainsi que les éventuelles problématiques rencontrées.
- **Retour d'informations** : Nous vous demandons de nous fournir les informations essentielles sur votre société, mais aussi sur vous ou vos collaborateurs afin de mieux appréhender votre contexte et vos objectifs spécifiques.
- **Présentation de nos services** : Nous vous expliquons ensuite en détail ce que nous faisons et comment nous pouvons répondre à vos attentes, que ce soit pour vous personnellement ou pour vos salariés.
- **Conseil et financement** : Enfin, nous vous conseillons sur les différentes possibilités de financement qui pourraient être envisageables. ATTENTION il est préférable de prévoir un délais d'environ 1 mois avant le démarrage souhaitez de la formation, si vous êtes éligible à un financement OPCO.

UNE OFFRE SUR MESURE

- **Envoi d'une première proposition** : Grâce aux informations que vous nous aurez communiquées par mail, nous vous ferons parvenir une première proposition de programmes de formation, accompagnée d'un devis et des conditions de réalisation. À ce stade, nous collaborons étroitement avec vous pour construire ensemble la formation, tant sur le contenu que sur les délais, les dates, les moyens pédagogiques, etc., afin de répondre au mieux à vos besoins.
- **Adaptation de l'offre** : Nous ajustons ensuite notre offre dans la mesure de nos capacités et de ce qui est pédagogiquement réalisable. Nous échangeons avec vous en toute transparence pour garantir une proposition en parfaite adéquation avec vos attentes.
- **Validation et documents administratifs** : Une fois l'offre validée, il sera nécessaire de nous retourner tous les documents administratifs indispensables pour effectuer les demandes de financement auprès des différents organismes collecteurs. Si vous le souhaitez, nous pouvons également vous accompagner sur le plan administratif.

DEMARRAGE DE LA FORMATION

- **Validation du financement** : Dès que nous avons reçu l'accord de financement de votre opérateur de compétences (OPCO), nous pouvons lancer la formation aux dates convenues.
- **Communication aux apprenants** : Tous les apprenants recevront alors un mail d'invitation avec le programme de la formation ainsi que les conditions de réalisation. Ce mail inclura également tous les contacts nécessaires pour nous joindre en cas de besoin ou de réclamation. De plus, les apprenants (ou vous-même si vous êtes concerné) auront l'opportunité d'exprimer leurs besoins via un formulaire d'accueil sur Microsoft Forms. Selon les besoins ses informations pourront aussi être communiquer via un Drive Google.

PENDANT ET APRES LA FORMATION

- **Mise à disposition des ressources** : Des ressources en lien avec les sujets abordés pendant la formation sont mises à disposition, que ce soit pendant ou après celle-ci.
- **Évaluation des objectifs** : Nous évaluons si les objectifs définis en amont ont été atteints et nous vous fournissons des pistes pour continuer à les poursuivre après la formation.
- **Retour après la formation** : Si vous n'avez pas personnellement assisté à la formation, nous organiserons un entretien téléphonique pour vous faire un retour détaillé.
- **Suivi post-formation** : Six mois après la formation, nous reprendrons contact avec vous pour suivre l'évolution de votre situation et/ou celle de vos salariés.

L'ENGAGEMENT QUALITE



EN AMONT :

Nous récupérons :

- vos documents internes à l'entreprise qui nous permettront de vous présenter une formation sur mesure.

Les personnes formées recevront:

- un dossier d'accueil afin de nous permettre de mieux vous connaître et ainsi proposer un accompagnement pédagogique correspondant à vos attentes et à celles de vos collaborateurs formés.
- le règlement intérieur afin que la formation se passe dans les bonnes conditions.
- votre invitation par mail ou par téléphone avec toutes les informations sur formation à venir

LE JOUR J :

Les apprenants auront un dossier de suivi de la formation

- des tests et des mises en situation pour nous permettre de nous assurer de la bonne compréhension étape par étape (venir avec un smartphone, et ou PC)

APRES LA FORMATION :

Les personnes ayant suivi la formation recevront:

- une attestation de réalisation de la formation
- une enquête de satisfaction leur permettant de nous faire un retour sur leur expérience
- un suivi après 6 mois pour suivre leur évolution

Les représentants des entreprises recevront:

- une enquête de satisfaction client
- un retour l'expérience de la formation
- un suivi après 6 mois pour suivre votre évolution

TOUT AU LONG DE VOTRE ACCOMPAGNEMENT

- Vous pouvez par mail ou par téléphone nous joindre si vous rencontrer la moindre difficultés ou besoin de faire remonter une réclamation : 06.61.56.50.37 charlinerocher@weprogess.fr



NOS INDICATEURS DE PERFORMANCE



Comment ça marche?

Et bien c'est simple!

Pour chacune des actions de formation que nous menons, tous les acteurs de celles-ci répondent à une enquête de satisfaction avec des critères spécifiques notés de 0 à 5 étoiles , évaluant :

LES CLIENTS / ENTREPRISES:

- La réponse à leur besoin
- La prise en charge administrative et la communication avec l'équipe We Progress
- Les retours de leurs salariés
- Le retour de suivi à 6 mois sur l'utilité de la formation et sa mise en application sur le terrain

LES APPRENANTS:



- La réponse à leur besoin
- La qualité du contenu de la formation
- La prestation du formateur
- La satisfaction globale
- Le retour de suivi à 6 mois sur l'utilité de la formation et sa mise en application sur le terrain

L'EQUIPE PEAGOGIQUE :

- La bonne cohérence du sujet avec les attentes des apprenants
- La pertinence des outils pédagogiques par rapport aux sujets traités
- Le lieu de formation et les moyens mis à disposition

Où trouver ses indicateurs?

A la fin de chacun des programmes du catalogue, vous retrouverez:

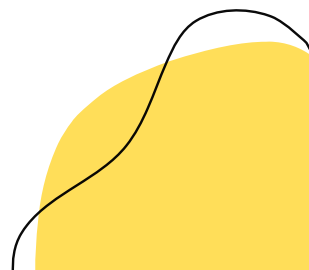
- La note obtenu pour **la prestation du formateur** 
- **la qualité du contenu** 

entre 2022 et 2024. (Sauf pour les nouvelles formations pas encore réalisées, ou celles sans réponses aux enquêtes de satisfaction)





LES FORMATIONS QUI ONT FAIT LEURS PREUVES



UP!ETRE MANAGER

DEVELOPPER LES VENTES ET LES COMPETENCES DES EQUIPES

PRESENTATION GLOBALE

Cette formation se réalise en 4 grandes Séquences:

Séquence 1 : «Booster les ventes »

Jour 1 et 2

Séquence 2 : « Analyser les ventes et le merchandising_

Jour 3 et 4

Séquence 3 :« Une organisation commerce pensée client »

Jour 5 et 6

Séquence 4 : « Gestion prévisionnelle des forces de ventes”

Jour 7 , 8, 9 et 10

Ci-dessous vous retrouverez le programme détaillé pour chacune de ces séquences ainsi que leur objectifs respectifs

OBJECTIFS GLOBAUX :

- Coacher les équipes sur la surface de vente
- Suivre les résultats d'un magasin
- Appliquer une méthodologie pour appliquer et faire appliquele marketing opérationnel
- Réaliser les plannings de l'équipe magasin afin de déployer les forces de vente sur les Pictime
- Organiser les fortes périodes de vente du magasin
- Recruter les nouvelles forces de vente
- Réaliser les entretiens annuels des forces de vente

PUBLIC :

- Vendeur en phase de devenir Manager
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régionaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 10 jours de 7h pour un total de 70 heures

RYTHME :

- Le rythme de la formation se cale selon vos disponibilités, cette formation peut être échelonnée sur toute une année
- Nous vous conseillez néanmoins d'un point de vue pédagogique de faire chaque séance sur 2 jours consécutifs.



5/5



5/5



UP!ETRE MANAGER

DEVELOPPER LES VENTES ET LES COMPETENCES DES EQUIPES

Séquence 1 et 2

PROGRAMME

Séquence 1 : «Booster les ventes »»

Jour 1

- Accueil
- Exprimer ses attentes et ses objectifs
- Créer une cohésion autour des objectifs de la formation
- Définir le rôle et missions d'un Manager
- Mieux se connaître pour bien accompagner son équipe sur les ventes

Jour 2

Le Coaching Vente

- Evaluation du rituel de lancement de journée
- Observation des ventes et interviews de clients
- Trainings de vente et diagnostic des forces et points de progrès Dynamiser les pics time
- Analyse des résultats, débriefing vitaminé, impulsion finale

Séquence 2 : « Analyser les ventes et le marketing opérationnel »

Jour 3

Booster les ventes

- Analyser les Indicateurs de Succès (TT, PM, Delta,KPI, Eurotrafic...)
Mobiliser son équipe autour des challenges
- Animer le cahier de performance tout au long de la journée
- Mener des plans d'actions

Jour 4:

Booster son marketing opérationnel

- Expliquer les fondamentaux du marketing opérationnel
- Analyser les performances chiffrées de ses actions marketing
- Construire un outil de débriefing
- Developepper l'autonomie des équipes

OBJECTIFS :

- Différencier missions et rôle du manager
- Identifier son profil "Etat du moi"
- Analyser les forces de vente sur le terrain
- Débriefing les ventes en suivant une méthodologie pour capitaliser les forces et relever les points d'amélioration
- Analyser les indicateurs KPI
- Mener des plans d'actions pour booster les ventes
- Suivre et appliquer une méthodologie pour mettre en place le marketing opérationnel du commerce

PUBLIC :

- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régionaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 4 jours de 7 heures
- 28 heures





FORMATION

UP!ETRE MANAGER DEVELOPPER LES VENTES ET LES COMPETENCES DES EQUIPES

Séquence 3 et 4

PROGRAMME

Séquence 3 : Organiser et Déléguer

Jour 5

L'organisation au service du commerce

- Mon rapport au temps
- Suis-je efficace?
- Définir la notion de productivité et son enjeu
- S'organiser/Planifier : la réglementation à respecter
- Organiser les grands évènements et déléguer
- Gérer l'imprévu/ses priorités

Jour 6:

Déléguer

- Comprendre les principes de la délégation efficace.
- Acquérir des compétences pour déléguer de manière stratégique.
- Apprendre à évaluer les tâches et les personnes pour une délégation réussie.
- Maîtriser les techniques de suivi et de soutien après la délégation.

Séquence 4 : « Gestion prévisionnelle des forces de ventes »

Jour 7 et 8

- Elaborer une cartographie de ses forces de ventes
- Mener un entretien de recrutement en fonction de ses besoins
- Identifier tous les outils de sourcing de CV
- Construire une stratégie de recrutement de stagiaires (missions locales, relation école,...)
- Synthétiser les points forts et les points de vigilance pour aider à la décision

Jour 9 et 10

- Qu'est ce c'est ?
- Pourquoi?
- Etre avertif(tive)
- Se préparer /Préparer le collaborateurs
- Fixer des objectifs SMART
- Avoir un plan d'action individualisé
- Organiser la période à venir et suivre le collaborateur

OBJECTIFS :

- Utiliser un outil Excel pour organiser les grands évènements et organiser son année
- Suivre la méthodologie EISENHOWER pour gérer les priorités
- Suivre une méthode pour former et déléguer efficacement
- Identifier ses besoins en recrutement
- Mener les entretiens téléphoniques et physiques
- Suivre et appliquer une méthodologie pour préparer a l'entretien annuel des forces de vente
- Créer un plan d'action individuel de formation en prenant en compte ses contraintes budgétaire et magasin.

DUREE :

- 6 jours de 7 heures
- 42 heures

PRE-REQUIS :

- Aucun





FORMATION

UP! DEVELOPPER LES VENTES ET LES ACTIONS MARKETING D'UN COMMERCE

PRESENTATION GLOBALE

Cette formation se réalise en 4 grandes Séquences:

Séquence 1 : «Booster les ventes »

Jour 1 et 2

Séquence 2 : « Analyser les ventes et le marketing opérationnel”

Jour 3 et 4

Séquence 3 :« L'anticipation et la gestion conflit »

Jour 5 et 6

Séquence 4 : « Gestion prévisionnelle des forces de ventes”

Jour 7 , 8, 9 et 10

Ci-dessous vous retrouverez le programme détaillé pour chacune de ces séquences ainsi que leur objectifs respectifs

OBJECTIFS GLOBAUX :

- Coacher les équipes sur la surface de vente
- Suivre les résultats d'un magasin
- Appliquer une méthodologie pour appliquer et faire appliquele marketing opérationnel
- Réaliser les plannings de l'équipe magasin afin de déployer les forces de vente sur les Pictime
- Organiser les fortes périodes de vente du magasin
- Recruter les nouvelles forces de vente
- Réaliser les entretiens annuels des forces de vente

PUBLIC :

- Vendeur en phase de devenir Manager
- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régionaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 10 jours de 7h pour un total de 70 heures

RYTHME :

- Le rythme de la formation se cale selon vos disponibilités, cette formation peut être échelonnée sur toute une année
- Nous vous conseillez néanmoins d'un point de vue pédagogique de faire chaque séance sur 2 jours consécutifs.



5/5



5/5

Doc mis à jour le 03/10/2024





FORMATION

UP! DEVELOPPER LES VENTES ET LES ACTIONS MARKETING D'UN COMMERCE

Séquence 1 et 2

PROGRAMME

Séquence 1 : «Booster les ventes »»

Jour 1

- Accueil
- Exprimer ses attentes et ses objectifs
- Créer une cohésion autour des objectifs de la formation
- Définir le rôle et missions d'un Manager
- Mieux se connaître pour bien accompagner son équipe sur les ventes

Jour 2

Le Coaching Vente

- Evaluation du rituel de lancement de journée
- Observation des ventes et interviews de clients
- Trainings de vente et diagnostic des forces et points de progrès Dynamiser les pics time
- Analyse des résultats, débriefing vitaminé, impulsion finale

Séquence 2 : « Analyser les ventes et le marketing opérationnel »

Jour 3

Booster les ventes

- Analyser les Indicateurs de Succès (TT, PM, Delta, KPI, Eurotrafic...)
Mobiliser son équipe autour des challenges
- Animer le cahier de performance tout au long de la journée
- Mener des plans d'actions

Jour 4:

Booster son marketing opérationnel

- Expliquer les fondamentaux du marketing opérationnel
- Analyser les performances chiffrées de ses actions marketing
- Construire un outil de débriefing
- Developepper l'autonomie des équipes

OBJECTIFS :

- Différencier missions et rôle du manager
- Identifier son profil "Etat du moi"
- Analyser les forces de vente sur le terrain
- Débriefing les ventes en suivant une méthodologie pour capitaliser les forces et relever les points d'amélioration
- Analyser les indicateurs KPI
- Mener des plans d'actions pour booster les ventes
- Suivre et appliquer une méthodologie pour mettre en place le marketing opérationnel du commerce

PUBLIC :

- Responsable adjoint/Assistant Manager
- Responsable/Manager
- Directeur Régionaux

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 4 jours de 7 heures
- 28 heures





UP! DEVELOPPER LES VENTES ET LES ACTIONS MARKETING D'UN COMMERCE

Séquence 3 et 4

PROGRAMME

Séquence 3 : L'anticipation et la gestion de conflit grâce à l'assertivité

Jour 5

Développer son Assertivité pour anticiper le conflit

- Comprendre le conflit
- Identifier son comportement réactif et les autres
- Définir le concept et son intérêt dans un cadre professionnel
- Comprendre son mode de fonctionnement et identifier ses croyances limitantes
- Formuler une critique constructive
- savoir y faire face
- Dire Non avec l'assertivité

Jour 6:

La gestion de conflit

- La méthode DESC
- Mise en application
- Quizz
- Ce qu'il faut retenir

Séquence 4 : « Gestion prévisionnelle des forces de ventes »

Jour 7 et 8

- Elaborer une cartographie de ses forces de ventes
- Mener un entretien de recrutement en fonction de ses besoins
- Identifier tous les outils de sourcing de CV
- Construire une stratégie de recrutement de stagiaires (missions locales, relation école,...)
- Synthétiser les points forts et les points de vigilance pour aider à la décision

Jour 9 et 10

- Qu'est que c'est ?
- Pourquoi?
- Etre avertif(tive)
- Se préparer /Préparer le collaborateurs
- Fixer des objectifs SMART
- Avoir un plan d'action individualisé
- Organiser la période à venir et suivre le collaborateur

OBJECTIFS :

- Utiliser un outil Excel pour organiser les grands évènements et organiser son année
- Identifier les différents comportements réactifs
- Mettre en place la méthode DESC
- Identifier ses besoins en recrutement
- Mener les entretiens téléphoniques et physiques
- Suivre et appliquer une méthodologie pour préparer a l'entretien annuel des forces de vente
- Créer un plan d'action individuel de formation en prenant en compte ses contraintes budgétaire et magasin.

DUREE :

- 6 jours de 7 heures
- 42 heures

PRE-REQUIS :

- Aucun



VENTE CONSEIL EMOTION

"Laisser un souvenir émotionnel à vos clients"

PROGRAMME

Introduction:

- Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette formation
- Vente et vente émotion quelle différence?
- Identifier l'enjeux de la vente conseil -émotion
- Les bases de la communication verbale et non verbale/les postures

Séquence 1 : Une approche client différenciante

- Se recentrer sur la priorité 100% client
- Personnalisé son accroche client
- Avoir une attitude chaleureuse et bienveillante
- S'intéresser véritablement au client

Séquence 2 :Démontrer sa culture produit

- Proposer une sélection juste de produit en adéquation avec les besoins du client
- Faire une différence par son professionnalisme et son attitude bienveillante
- Approfondir son argumentaire grâce à sa culture produit

Séquence 3 :Lever les freins

- Montrer une écoute active
- Utiliser les freins clients pour en faire des avantages

Séquence 4:" Bienveillance et émotion" les clefs de la fidélisation

- Ventes additionnelles, comment?
- Faire une différence par la bienveillance
- Faire en sorte que le client reparte avec un souvenir émotionnel

OBJECTIFS :

- Définir la vente conseil émotion et ses enjeux
- Intégrer l'importance de la communication verbale / non verbale.
- Identifier clairement les étapes de vente
- Pratiquer un accueil personnalisé et gérer ses priorités sur la surface de vente
- Approfondir sa recherche des besoins du client
- Appliquer la méthode CAP pour argumenter et enrichir son vocabulaire
- Identifier les moyens de cultiver sa connaissance produit
- Pratiquer la vente additionnelle de façon systématique
- Identifier les moyens de fidélisation durant la vente
- Finaliser l'entretien de client

PUBLIC :

- Responsable
- Vendeur/se

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures



5/5



5/5





FORMATION

TRANSFORMER UN CLIENT MECONTENT EN AMBASSADEUR

"Comment désamorcer et anticiper le conflit"

PROGRAMME

Séquence 1: Introduction

- Présentation des objectifs de la formation.
- Présentation du déroulement de la journée.
- Echange autour des objectifs de chacun autour du sujet

Séquence 2 Importance de Communiquer les CGV au Client

- Explication de l'importance des Conditions Générales de Vente (CGV) pour le client et l'entreprise.
- Techniques pour communiquer efficacement les CGV au client en magasin.
- Exemples de bonnes pratiques et de situations à éviter.
- Définir le conflit

Séquence 3: Découverte de la Méthode DESC

- Présentation de la méthode DESC : Décrire, Exprimer, Spécifier, Conclure.
- Différencier les faits/ opinions/ sentiments : Exercices

Séquence 4 ; Appliquer la méthode WE PROGRESS

- Explication des 4 premières étapes
- Exercices: les apprenants écrivent de "situations de conflit client "vécues ou redoutées
- Jeux de rôle : mise en application de 4 premières étapes autour des situations écrites
- Feed-back constructifs du formateur

Séquence 5 : Reconquérir ses Clients et en Faire des Ambassadeurs

- Proposer des solutions cohérentes en adéquation avec la situation les CGV et les valeurs de l'entreprise
- Renforcer la relation client

Séquence 6: Conclusion et évaluation

- Récapitulation des points clés de la formation, retour des apprenants et quiz

OBJECTIFS :

- Identifier les 3 types de réaction face au mécontentement client
- Définit la méthode DESC
- Suivre la méthodologie WE PROGRESS inspiré de la méthode DESC pour traiter les réclamations clients en magasin et par téléphone
- Pratiquer une écoute active et le questionnement
- Identifier et proposer les solutions cohérentes en adéquation avec la situation, les CGV du magasin et les valeurs de l'entreprise
- Reconquérir vos clients et les fidéliser

PUBLIC:

- Toute personne en contact avec la clientèle et potentiellement confrontée à des situations conflictuelles.

PRE-REQUIS:

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures





FORMATION

S'APPOPRIER LE MERCHANDISING ET DEVELOPPER L'AUTONOMIE

"Voyez les résultats de vos magasins décoller grâce à l'autonomie et la prise d'initiative de vos équipes!"

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Les bases du merchandising

- Rôle et importance du Merchandising
- Les fondamentaux de la marque

Séquence 2 - L'analyse et l'adaptation

- Analyser les outils de pilotage (hit parade, part de marché, % ventes, % stock, rotation...) Créer son outil de débriefing
- Adapter son merchandising en fonction des résultats (gérer les ruptures) et de la configuration magasin (plan de masse)

Séquence 3 - L'organisation

- Créer une méthodologie pour la mise en place d'une implantation et d'une vitrine

Séquence 4 - Développement de l'autonomie et de la prise d'initiative

- Intérêt du développement de l'autonomie, pour l'équipe, le responsable et l'entreprise.
- Dépasser ses craintes et encourager la prise d'initiative.
- Cadrer l'autonomie avec des outils de débriefing:
 - Créer un outil de débriefing
- Débriefing:
 - Définir des axes de progrès
 - Capitaliser sur les points forts.

OBJECTIFS :

- Identifier le rôle et l'importance du merchandising
- Faire des choix d'implantation de produits en fonction des résultats et de la structure de son magasin en réalisant un plan de masse
- Organiser une implantation vitrine et merchandising en suivant une méthodologie
- Créer un outil de débriefing
- Suivre une méthodologie pour débriefer son collaborateur

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Responsable adjoint(e)
- Vendeur(se)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 journée de 8 heures



5/5



5/5

Doc mis à jour le 03/10/2024





FORMATION

BOOSTER SON MERCHANDISING et SON MARKETING OPERATIONNEL

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Les bases du merchandising et du marketing opérationnel

- Rôle et importance du Marketing opérationnel
- Les fondamentaux de la marque

Séquence 2 - L'analyse et l'adaptation

- Analyser les outils de pilotage (hit parade, part de marché, % ventes, % stock, rotation...) Créer son outil de débriefing
- Adapter son merchandising en fonction des résultats (gérer les ruptures) et de la configuration magasin (plan de masse)

Séquence 3 - L'organisation

- Créer une méthodologie pour la mise en place d'une implantation et d'une vitrine

Séquence 4 - Développement de l'autonomie et de la prise d'initiative

- Intérêt du développement de l'autonomie, pour l'équipe, le responsable et l'entreprise.
- Dépasser ses craintes et encourager la prise d'initiative.
- Cadrer l'autonomie avec des outils de débriefing:

- Créer un outil de débriefing

- Débriefing:

- Définir des axes de progrès

- Capitaliser sur les points forts.

OBJECTIFS :

- Identifier le rôle et l'importance du merchandising
- Faire des choix d'implantation de produits en fonction des résultats et de la structure de son magasin en réalisant un plan de masse
- Organiser une implantation vitrine et merchandising en suivant une méthodologie
- Créer un outil de débriefing
- Suivre une méthodologie pour débriefing son collaborateur

PUBLIC :

- Responsable de Magasin/
- Manager
- Responsable adjoint(e)
- Vendeur(se) Pilier
- Vendeur(se)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures



5/5



5/5

Doc mis à jour le 03/10/2024



ANALYSER DES RÉSULTATS DE VENTE ET MENER DES PLANS D'ACTION



Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Analyser les résultats

- Redéfinir les différents indicateurs de ventes (Taux de Transformation, Panier Moyen, Indice de Vente, KPI etc..)
- Développer la capacité à analyser les résultats

Séquence 2 - Mener des Plans d'Action

- Définir un objectif (SMART)
- Y attribuer les moyens
- Suivre les résultats

Séquence 3 - Animation

- Comment suivre, et faire vivre un challenge
- Encourager au quotidien et pousser les équipes à l'atteinte des résultats
- Féliciter
- Recadrer et repositionner un collaborateur pour l'atteinte d'un objectif.

OBJECTIFS :

- Calculer les KPI ou Indicateurs de succès
- Suivre les résultats chiffre d'affaires et indicateurs de vente
- Analyser ses résultats
- Définir un objectif SMART
- Féliciter ou Re-Motiver les équipes sur l'atteinte des objectifs en suivant la méthodologie WE PROGRESS

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Chef d'équipe
- Responsable adjointe
- Vendeur(se) Pilier

PRE-REQUIS :

- Aucuns

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures





FORMATION

CRÉATION D'UN MAGASIN MULTI-MARQUES ET GESTION FINANCIÈRE

JOUR 1

Introduction à la Création d'un Magasin Multimarkes (4 heures)

- Analyse de marché et identification des opportunités.
- Choix du concept et des marques à proposer.
- Étude de la concurrence et positionnement sur le marché.

Atelier pratique:

- Élaboration d'une première ébauche du concept du magasin.
- Choix du lieu et aménagement de l'espace.
- Sélection des marques partenaires.
- Gestion des relations avec les fournisseurs.

Atelier pratique:

- Planification de l'aménagement de l'espace.

Gestion de Trésorerie pour un Magasin

- Introduction à la gestion de trésorerie.
- Établissement d'un budget prévisionnel.
- Suivi des entrées et sorties d'argent.

Atelier pratique:

- Création d'un budget prévisionnel pour le magasin.

JOUR 2

Optimisation de la Marge

- Compréhension des principes de la marge.
- Stratégies d'achat et négociation avec les fournisseurs.
- Détermination des prix de vente.

Atelier pratique:

- Calcul de la marge pour différents produits.
- Promotion des ventes et gestion des stocks.
- Techniques de fidélisation de la clientèle.

Atelier pratique:

- Élaboration d'une stratégie de promotion pour le magasin.

Planification Financière et Bilan

- Planification financière à moyen et long terme.
- Établissement d'un bilan financier.
- Analyse des indicateurs de performance.

Atelier pratique:

- Élaboration d'un plan financier à moyen terme pour le magasin.

OBJECTIFS :

- Identifier les étapes clés de la création d'un magasin multi-marques.
- Elaborer une première ébauche du concept du magasin.
- Calculer la marge
- Négocier avec les fournisseurs.
- Déterminer des prix de vente.
- Planifier et à optimiser les finances d'un magasin.
- Élaboration d'un plan financier à moyen terme pour le magasin.

PUBLIC :

- Dirigeant

PRE-REQUIS :

- Etre équipé d'un PC

DUREE :

- 2 journées
- 16 heures



5/5



5/5

Doc mis à jour le 03/10/2024





FORMATION

MENER LES ENTRETIENS INDIVIDUELS D'EVALUATION

""Être un acteur du développement de ses collaborateurs""

PROGRAMME

Introduction:

Présentations mutuelles et engagement sur l'objectif de cette journée.

Séquence 1 - Préparer efficacement l'entretien annuel

- Intégrer l'importance de cet entretien
- Se préparer
- Préparer le collaborateur (donner du sens)
- Faire le point sur les supports d'évaluation

Séquence 2 - Réaliser un entretien productif

- Construire un plan de développement efficace
- Conduire un entretien de façon positive
- Savoir dire et faire dire
- Formuler des remarques positives et constructives
- Traiter les objections

Séquence 3 - Définir des Objectifs Motivants

En prenant en compte:

- Les capacités de son collaborateur
- Son ambition
- Les objectifs du magasin

Séquence 4 - Mettre en place des actions pour capitaliser sur l'entretien

- Emmener son collaborateur à s'engager
- Formaliser ses engagements et leurs attribuer une date de réalisation
- Exprimer clairement le bilan de l'entretien.

OBJECTIFS :

- Utiliser les outils d'entretien interne à l'entreprise
- Mener les entretiens étape par étape grâce aux outils internes à l'entreprise et au livret We Progress
- Construire un plan de développement des compétences des collaborateurs
- Identifier l'importance de la communication verbale et non verbale dans la posture de Manager
- Analyser les macro-compétences

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Chef d'équipe
- Responsable adjoint(e)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 2 journées de 7 heures
- Total 14 heures



INSCRIRE SON ENTREPRISE DANS UNE DEMARCHE RSE

PROGRAMME

JOUR 1 : Introduction à la RSE et Analyse des Enjeux

1. Analyse des parties prenantes :
 - Identification des parties prenantes internes et externes (clients, employés, fournisseurs, communautés, etc.).
 - Compréhension des attentes et des besoins spécifiques des parties prenantes.
2. Atelier pratique :
 - Identification des parties prenantes propres à l'entreprise.
 - Analyse des enjeux RSE liés à ces parties prenantes et hiérarchisation de ces enjeux.

JOUR 2 : Normes, Référentiels et Stratégie RSE

1. Les normes et référentiels RSE :
 - Présentation des principales normes : ISO 26000, GRI, Global Compact, etc.
 - Comment adapter ces référentiels aux spécificités de son secteur d'activité.
2. Intégration de la RSE dans la stratégie d'entreprise :
 - Processus d'intégration des objectifs RSE dans la stratégie de l'entreprise.
 - Gouvernance de la RSE : rôle des dirigeants, des équipes et des parties prenantes.
3. Atelier pratique :
 - Définition des objectifs RSE alignés sur la stratégie globale de l'entreprise.
 - Identification des priorités à court, moyen et long terme, et leur intégration dans la planification stratégique.

JOUR 3 : Élaboration et communication du Plan d'Action RSE

- Contenu :
1. Élaboration d'un plan d'action RSE :
 - Identification des actions clés à mettre en œuvre pour répondre aux enjeux identifiés.
 - Priorisation des actions et élaboration d'un calendrier de mise en œuvre.
 2. Communication interne et externe :
 - Sensibilisation des employés à l'accise RSE.
 - Stratégies pour communiquer les engagements et les résultats RSE aux parties prenantes externes (clients, fournisseurs, partenaires).
 3. Atelier pratique :
 - Élaboration d'un plan d'action RSE spécifique à l'entreprise.
 - Rédaction d'un message de communication interne présentant l'accde RSE à l'ensemble des collaborateurs.

JOUR 4 : Suivi, Évaluation et Certification

- Contenu :
1. Suivi et évaluation de la démarche RSE :
 - Choix des indicateurs de suivi pertinents (KPI) pour évaluer l'impact des actions RSE.
 - Mise en place d'un système de suivi régulier et de reporting pour mesurer les résultats obtenus.
 2. Retour d'expérience et bonnes pratiques :
 - Analyse de cas d'entreprises ayant intégré la RSE avec succès.
 - Discussion sur les défis rencontrés et les solutions mises en œuvre.
 3. Atelier pratique :
 - Création d'indicateurs de suivi RSE adaptés aux enjeux et objectifs de l'entreprise.
 - Échange d'expériences entre les participants sur les meilleures pratiques de mise en œuvre et de suivi des actions RSE.

OBJECTIFS :

- ComprendreLes principes fondamentaux de la RSE.
- Identifier et analyser les attentes des parties prenantes.
- Intégrer la RSE dans la stratégie de l'entreprise.
- Élaborer un plan d'action RSE concret.
- Communiquerefficacement sur les initiatives RSE.
- Mettre en placedes outils de suivi et d'évaluation RSE.
- Appliquer les normes et référentiels RSE.
- Partager des bonnes pratiques et des retours d'expérience.

PUBLIC :

- Dirigeant(e)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 4 journées
- 28 heures



5/5



5/5



ANTICIPER et GERER LE CONFLIT

PROGRAMME

- Présentation des participants et des objectifs de la formation.
- Contextualisation du lien entre la gestion des conflits et le développement d'une nouvelle activité.

Séquence 1: Compréhension des Conflits en Milieu Professionnel

- Identification des sources de conflits.
- Compréhension des dynamiques de groupe.
- Analyse des conséquences des conflits sur le développement d'une activité.

Atelier pratique:

- Étude de cas sur des situations de conflit dans le contexte professionnel.

Séquence 2: Stratégies de Prévention des Conflits

Théorie et Démonstration:

- Communication proactive pour éviter les malentendus.
- Mise en place de processus de feedback constructif.
- Création d'un environnement de travail propice à la collaboration.

Atelier pratique:

- Exercices de communication préventive.
- Élaboration de scénarios pour anticiper les conflits.

Séquence 3: Résolution de Conflits en Milieu Professionnel

Théorie et Démonstration:

- Approches de résolution de conflits.
- Techniques de médiation et négociation.
- Gestion des émotions dans les situations conflictuelles.

Atelier pratique:

- Jeux de rôle pour mettre en pratique les techniques de résolution de conflits.
- Simulation de situations de médiation.

Séquence 4: Développement de Compétences en Communication

Théorie et Discussion:

- Amélioration de la communication interpersonnelle.
- Écoute active et empathie.
- Utilisation de la communication non violente.

Atelier pratique:

- Exercices de renforcement des compétences en communication.
- Mises en situation pour développer l'empathie.

OBJECTIFS :

- Acquérir des compétences en gestion des conflits pour faciliter le développement d'une nouvelle activité.
- Comprendre les sources de conflits dans le contexte professionnel.
- Appliquer des stratégies efficaces de résolution de conflits.
- Développer des compétences en communication pour prévenir et résoudre les conflits.
- Identifier les sources et conséquences des conflits.
- Appliquer des méthodologies de médiationur
- Construire un plan d'action de "crise"
- Repérer les signaux d'alerte verbaux et non verbaux chez un collaborateur.

PUBLIC :

- Responsable /Manager
- Directeur Régionaux/RH/DG

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures



5/5



5/5





FORMATION

Vendre et négocier

jour 1

PROGRAMME

MAITRISER LES TECHNIQUES DE VENTE

1 - Cerner les attentes clients et le parcours client

- Intégrer les différentes étapes du processus de vente.

Mise en situation "vos clients sont dans la salle".

2 - Contacter pour enclencher le dialogue

- Donner envie par une prise de contact positive et motivante.
- Susciter l'intérêt par une accroche vendeuse.

Mise en situation: "Entraînement sur la prise de contact"

3 - Connaître les besoins du client pour adapter son offre

- Tout découvrir de la situation, des besoins du client.
- Déterminer les motivations réelles.
- Questionner le client : techniques et bonnes pratiques.

Mise en situation: "Entraînement sur le questionnement"

4 - Convaincre des bénéfices de l'offre pour persuader d'acheter

- Construire et présenter des arguments percutants.
- Valoriser son prix.
- Répondre en souplesse aux objections du client.

Mise en situation : Entraînement sur l'argumentation et les objections.

5 - Conclure la vente pour emporter la commande

- Saisir le bon moment pour conclure
- Engager le client à l'achat.
- Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels.

6 -Consolider la relation pour mieux fidéliser le client

- Poursuivre l'expérience client après la vente.
- Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre.

Mise en situation : Entraînement sur les étapes de conclusion et fidélisation

OBJECTIFS :

- Identifier les étapes de la vente
- Identifier les éléments clés de la communication verbale et non-verbale dans le dialogue
- Identifier les motivations réelles de votre client
- Pratiquer le questionnement et l'écoute active
- Construire un argumentaire percutant en accord avec les besoins du client.
- Identifier les signaux verbaux et non verbaux chez son client pendant l'argumentaire et la conclusion de vente
- Planifier des prises de contact régulières avec vos clients pour rester dans son paysage

PUBLIC :

- Tout commercial B to B en prise de fonction ou souhaitant acquérir les techniques de vente.
- Toute personne souhaitant s'orienter vers un métier commercial.

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures



5/5



5/5





FORMATION

Recruter plus efficacement

PROGRAMME

Jour 1

Avoir une stratégie de recrutement efficace

- Introduction à la GPEC
- Faire un diagnostic des compétences savoir-faire et savoir-être de vos équipes
- Déterminer clairement le/les profils recherchés
- Définir une stratégie de recrutement à court et à long terme
- Actionner les nouveaux levier de recrutement

Les entretiens de recrutement

- Mener des entretiens téléphoniques efficaces
- Préparer l'entretien de recrutement

Jour 2

Mener les entretiens de recrutement

- Posture et attitude à adopter
- Comportements à observer (les gestes qui trahissent)
- Appliquer une méthodologie pour mener l'entretien efficacement
- Poser des questions pertinentes afin d'évaluer le candidat sur son savoir être
- Approfondir les zones d'ombre (parcours et personnalité du candidat)
- Séduire le candidat

Intégrer un nouveau collaborateur

- Le rôle du Responsable de Magasin dans l'intégration du nouveau collaborateur
- Mettre en place un programme de formation pour le nouveau collaborateur avec le RM

OBJECTIFS :

- Définir la GPEC
- Evaluer les compétences savoir-faire et savoir être de ses équipes grâce à une grille d'évaluation construite sur vos propres critères.
- Créer la fiche détaillé du profil recherché
- Identifier les moyens de recrutements à court et à long terme
- Mener les entretiens de recrutement en appliquant une méthodologie claire
- Poser des questions permettant d'évaluer les candidat sur des critères précis de savoir -être
- Organiser l'intégration d'un nouveau collaborateur.

PUBLIC :

- Toute personne ayant la responsabilité du recrutement.

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 2 jours
- 16 heures



5/5



5/5



Communiquer sur les réseaux sociaux et créer du contenu innovant



PROGRAMME

JOUR 1 : Créer sa page google et son compte réseaux sociaux

- Identifier clairement ses clients , sa cible
- Identifier l'importance du canal Google et réseaux sociaux dans sa communication avec ses clients et dans le recutement de nouveau client
- Définir son image
- Créer sa page Google
- Identifier les points importants de sa page google et les bases du référencement
- les différents réseaux sociaux, leur fonctionnalité et leur intérêts. (Instagram, Facebook)
- Choisir le réseau social le plus pertinent par rapport à votre objectif et à votre cible
- Explorer le réseau social choisi
- Utiliser les fonctionnalités de base, maitriser le vocabulaire
- Créer sa page
- Conquérir de nouveaux abonnés , l'importance du visuels, les #,les erreurs à éviter
- Programmer des posts
- Les campagnes publicitaires
- Ecrire un stratgègie de recrutement de nouveaux clients sur 1 an

OBJECTIFS :

- Définir votre identité sur les réseaux sociaux en fonction de votre cible client
- Choisir le réseau social le plus pertinent en fonction de votre stratégie
- Utiliser les fonctionnalités de base du réseau social choisi(Facebook ou Instagram)
- Identifier les méthodes pour conquèrer de nouveaux abonnés et clients
- Identifier les différents outils de création de contenu
- Programmer vos posts
- Ecrire votre stratégie de recrutement client sur 1 an

PUBLIC :

- Chef d'entreprise artisan

PRE-REQUIS :

- Etre équipé d'un PC ou Smartphone avec une connexion internet

DUREE :

- 2 journée de 8 heures
- Total 16 heures



Communiquer sur les réseaux sociaux et créer du contenu innovant

PROGRAMME

JOUR 2 : Créer du contenu de qualité

Cette formation porte soit sur du contenu Photo

- Différencier l'objectif d'un contenu photo et d'un contenu- vidéo
- Définir une identité visuelle et esthétique
- Respecter les formats
- les erreurs à éviter
- trouver des sites d'inspiration
- Identifier les différents outils de création (Canva, Inshot, Cupcut, VM, Ligthroom, Layout, photogrid, VM, mojostory)
- Les bases de la mise en valeur produit
- Identifier pourquoi l'un ou l'autre réponde au mieux à votre objectif préalablement écrit.
- Identifier et utiliser les fonctionnalité gratuites de bases des applications Lightroom ou VN pour le contenu Photo

- Mettre en valeurs vos produits : porté ou non porté, en intérieur ou en extérieur
- Créer des photos ou des vidéos de qualité
- Distinguer un contenu photo ou vidéo de qualité d'un contenu de qualité moindre
- Identifier les points d'amélioration d'une vidéo ou d'une photo
- Corriger les points d'amélioration

OBJECTIFS :

- Identifier l'importance de la qualité de son contenu dans sa stratégie de recrutement de nouveaux clients
- Ecrire votre stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Différencier l'objectif d'un contenu vidéo d'un contenu photo
- Utiliser les fonctionnalités gratuites de bases des applications Lightroom ou VN pour la photo et Cupcut pour la vidéo.
- Prendre des photos de vos produits portés et non portés, en intérieur et en extérieur avec un smartphone
- Identifier les points d'amélioration de vos contenus et les corriger



Manager formateur

"bien plus que la maîtrise des connaissances,
la capacité de les transmettre "

PROGRAMME

JOUR 1- SE PREPARER et IDENTIFIER SON RÔLE

Accueil, présentation et objectif de la formation

1- Préparer l'arrivée du collaborateur

- Préparer des conditions d'accueil optimales
- Responsabiliser les membres de votre équipe dans leur participation à l'intégration

2-Plannifier le parcours d'apprentissage

A partir de la fiche de poste du futur collaborateur:

- Etablir la liste des missions à traiter
- Dissocier les tâches par catégorie(administrative/logistique/humaines)
- Attribuer pour chacune des tâches une partie théorique et pratique
- Créer un retroplanning du parcours d'apprentissage en accord avec le planning magasin et les objectifs de la marque

3- Manager-Formateur

- Définir ce qu'est un "Manager Formateur" son rôle et sa posture
- L'importance de la communication Verbale et Non Verbale
- Insuffler l'énergie et la confiance
- les 3 questions à se poser avant de former le collaborateur sur une tâche
- Comprendre et mettre ne place le curcus d'apprentissage

PUBLIC :

- Managers ou Responsbales de magasin en charge de la formation de nouveaux collaborateurs notamment de nouveaux responsables de magasin

OBJECTIFS JOUR 1 :

- Préparer des conditions d'accueil optimale pour le nouveau collaborateur en formation
- Créer un outil de planification pour orgniser le parcours d'apprentissage du formé
- Etablir une liste claire des missions à traiter
- Définir le rôle de "Manager-Formateur"
- Identifier sa posture
- Identifier l'importance de la communication Verbale et Non-Verbale

PRé-REQUIS :

- Aucun



Manager formateur

"bien plus que la maîtrise des connaissances,
la capacité de les transmettre "

PROGRAMME

JOUR 2- TRANSMETTRE ET ACCOMPAGNER

Point rapide sur la journée de la veille et présentation des objectifs de cette deuxième journée de formation

4-Intégrer le collaborateur

- Donner une première bonne impression
- Se présenter et présenter l'entreprise et ses valeurs
- Définir ensemble le rôle de chacun
- Déterminer ses objectifs et ses attentes
- Présenter le planning de formation à venir
- Sensibiliser le collaborateur sur le savoir-être attendu (avec vous comme avec les équipes)

5-Transmettre et débrief

- Expliquer clairement une tâche et donner du sens
- Définir des objectifs SMART
- Débrief et évaluer le collaborateur pour définir des points de progression et capitaliser sur les points forts
- Développer la confiance en soi et la prise d'initiative du collaborateur
- Etablir un lien de confiance entre le formateur et le formé

5-Le bilan de sa formation

- Faire le bilan de sa formation
- Formaliser et remonter les informations à la hiérarchie
- Rassurer et encourager
- Garder le contact avec le collaborateur

OBJECTIFS JOUR 2 :

- Intégrer le collaborateur et définir les objectifs de celui-ci dans sa période d'apprentissage
- Identifier le rôle du "formé" et le rôle du "formateur "
- Expliquer une tâche en établissant un objectif SMART
- Evaluer et débrief le collaborateur sur la réalisation d'une tâche
- Capitaliser sur les points forts du collaborateur pour développer la confiance
- Lister les axes de progrès et formaliser
- Ecrire un bilan précis des points acquis et non acquis et transmettre l'information à sa hiérarchie

DUREE :

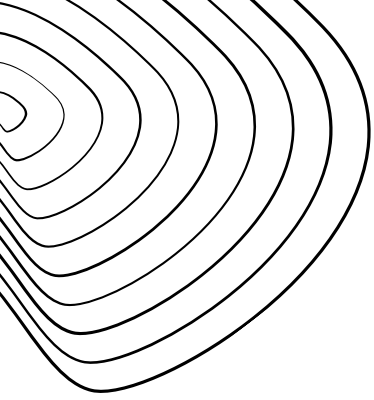
- 2 journée de 8heures
- Total 16 heures



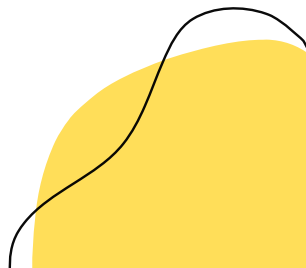
4,8/5



5/5



LES NOUVEAUTES !



CANVA : Maîtrise et Créativité

PROGRAMME

OBJECTIFS :

- Acquérir une maîtrise avancée des fonctionnalités de Canva.
- Développer des compétences créatives pour la conception de designs impactants.
- Comprendre les différents formats de créations (réseaux sociaux, présentations, affiches, etc.).
- Appliquer les connaissances à travers des ateliers pratiques et des exercices.

PUBLIC :

- Dirigeant(e)

PRE-REQUIS :

- Aucun

DUREE :

- 2 journées
- 16 heures

PRIX :

- 800€ Net de Taxe par apprenant



JOUR 1

Session 1: Prise en Main de Canva

- Introduction à l'interface de Canva.
- Création et gestion de compte.
- Exploration des outils de base.

Atelier pratique:

- Création d'une première composition simple.
- Utilisation avancée des éléments graphiques.
- Mise en page et organisation des compositions.

Atelier pratique:

- Conception d'un visuel de réseaux sociaux.

Session 2: Approfondissement des Fonctionnalités

- Utilisation de modèles préconçus.
- Importation d'images et d'éléments externes.
- Animation et interactivité.

Atelier pratique:

- Création d'une présentation professionnelle.

JOUR 2

Session 3: Conception pour les Réseaux Sociaux

- Formats et dimensions spécifiques pour les réseaux sociaux.
- Stratégies de design pour les publications.

Atelier pratique:

- Création d'une série de publications pour les réseaux sociaux.
- Création d'infographies et de documents interactifs.
- Collaboration et partage de projets.

Atelier pratique:

- Conception d'une infographie interactive.

Session 4: Projet Final et Retour sur Expérience

- Projet final : Conception d'un document complet.
- Échanges et partage des réalisations des participants.

Évaluation et Certification

- Évaluation des acquis par des exercices pratiques et des questions.
- Feedback des participants.
- Remise de certificats de participation.
- Session de questions-réponses et clôture de la formation.



FORMATION

DÉVELOPPEMENT DE NOUVELLE ACTIVITÉ ET ASSERTIVITÉ

- Présentation des participants et des objectifs de la formation.
- Contextualisation du lien entre assertivité et développement d'une nouvelle activité.

Session 1: Fondements de l'Assertivité

Théorie et Démonstration:

- Définition de l'assertivité.
- Principes de communication assertive.

Atelier pratique:

- Exercices de communication assertive

Session 2: Application de l'Assertivité dans le Développement d'une Nouvelle Activité

Théorie et Démonstration:

- Comment l'assertivité impacte la prise de décision et la gestion des relations professionnelles.
- Techniques assertives pour la présentation d'idées et la négociation.

Atelier pratique:

- Simulation de situations liées au développement de nouvelle activité.
- Mise en pratique des techniques assertives.

Session 3: Stratégies Assertives pour la Gestion de Projet (2 heures)

Théorie et Démonstration:

- Application de l'assertivité dans la gestion de projet.
- Gestion des conflits de manière assertive.
- Communication assertive dans un contexte professionnel.

Atelier pratique:

- Exercices de résolution de conflits.
- Développement de scénarios assertifs liés à la gestion de projet.

Session 4: Planification et Mise en Œuvre de Stratégies Assertives

Théorie et Discussion:

- Élaboration d'une stratégie assertive pour le développement de la nouvelle activité.
- Planification des actions concrètes.

Atelier pratique:

- Élaboration d'un plan assertif pour un projet spécifique.

OBJECTIFS :

- Acquérir des compétences en assertivité pour faciliter le développement d'une nouvelle activité.
- Identifier les principes de communication assertive.
- Appliquer l'assertivité dans des situations professionnelles spécifiques liées au développement d'une nouvelle activité.
- Développer une stratégie assertive pour la réussite du projet.

PUBLIC :

- Responsable de Magasin
- Manager
- Chef d'équipe

PRE-REQUIS :

- Aucuns

DUREE :

- 1 journée
- 8 heures





EXCEL : BASES ET TABLEAUX CROISÉS

JOUR 1

Introduction à Excel et Bases

- Présentation de l'interface Excel.
- Saisie et mise en forme de données.
- Formules de base (somme, moyenne, etc.).

Atelier pratique:

- Création et mise en forme d'un tableau de données simple.
- Utilisation des formules basiques.

- Fonctions avancées (recherche, conditionnelles).
- Gestion des feuilles de calcul et des classeurs.

Atelier pratique:

- Utilisation de fonctions avancées pour l'analyse des données.
- Organisation de plusieurs feuilles dans un classeur.

JOUR 2

Tableaux Croisés Dynamiques

- Introduction aux tableaux croisés dynamiques.
- Création et personnalisation des tableaux croisés dynamiques.

Atelier pratique:

- Création d'un tableau croisé dynamique à partir de données brutes.
- Personnalisation des champs et des valeurs.
- Utilisation avancée des tableaux croisés dynamiques.
- Graphiques dynamiques basés sur les tableaux croisés dynamiques.

Atelier pratique:

- Analyse de données à travers des tableaux croisés dynamiques avancés.
- Création de graphiques dynamiques liés aux tableaux croisés.

Évaluation et Certification

- Évaluation des acquis par des exercices pratiques et des questions.
- Feedback des participants.
- Remise de certificats de participation.
- Session de questions-réponses et clôture de la formation.

Ce programme de formation sur deux jours combine la présentation des bases d'Excel avec une exploration approfondie des tableaux croisés dynamiques.

OBJECTIFS :

- Saisir, formater, imprimer des données et effectuer des calculs simples à avancés
- Utiliser des fonctionnalités avancées comme les fonctions, la création de listes et l'insertion de graphiques
- régroupier et analyser des données à l'aide des tableaux croisés dynamique

PUBLIC :

- Toutes personnes utilisant l'outil Excel.

PRE-REQUIS :

- Aucuns

DUREE :

- 2 journées
- 14 heures





FORMATION

Maitrise de Wix pour la création de site Web

PROGRAMME

JOUR 1

Session 1: Introduction à Wix et Création de Site Basique

- Présentation de l'interface de Wix.
- Création et gestion de compte.
- Exploration des fonctionnalités de base.

Atelier pratique:

- Création d'un site web basique.
- Personnalisation du design.
- Gestion des pages et de la navigation.

Atelier pratique:

- Personnalisation du design d'un site web.

Session 2: Fonctionnalités Avancées

- Ajout de fonctionnalités interactives (formulaires, galeries, etc.).
- Intégration de médias (images, vidéos).

Atelier pratique:

- Intégration de fonctionnalités interactives dans le site web.

JOUR 2

Session 3: SEO et Optimisation pour les Moteurs de Recherche

- Compréhension des principes de base du SEO.
- Optimisation des pages pour les moteurs de recherche.

Atelier pratique:

- Optimisation d'un site web pour le SEO.
- Gestion des membres et des autorisations.
- Création d'un blog ou d'une boutique en ligne.

Atelier pratique:

- Ajout d'un blog ou d'une boutique en ligne au site web.

Session 4: Maintenance et Gestion du Site Web

- Sauvegarde et restauration.
- Gestion des mises à jour et des commentaires.

Atelier pratique:

- Mise en pratique des tâches de maintenance.

Évaluation et Certification

- Évaluation des acquis par des exercices pratiques et des questions.
- Feedback des participants
- Remise de certificats de participation.
- Session de questions-réponses et clôture de la formation.

OBJECTIFS :

- Acquérir une maîtrise avancée des fonctionnalités de Wix.
- Développer des compétences dans la conception et la gestion de sites web.
- Comprendre les différents aspects du design et de la fonctionnalité sur Wix.
- Appliquer les connaissances à travers des ateliers pratiques et des exercices.

PUBLIC :

- Dirigeant(e)

PRE-REQUIS :

- Etre équipé d'un PC avec de la connexion

DUREE :

- 2 journées
- 16 heures





FORMATION

CAP CUT : Montage Vidéo Professionnel

PROGRAMME

JOUR 1

Session 1: Introduction à Cap Cut et Importation des Médias

- Présentation de l'interface de Cap Cut.
- Création et gestion de projet.
- Importation et organisation des médias.

Atelier pratique:

- Importation et organisation de clips vidéo.
- Compréhension des différents types de médias supportés.
- Utilisation des bibliothèques de médias.
- Organisation des médias dans les bibliothèques.

Session 2: Montage de Base

- Principes de montage.
- Coupe, suppression, et ajout de clips.
- Ajout de transitions basiques.

Atelier pratique:

- Montage d'une séquence vidéo simple.

JOUR 2

Session 3: Effets et Transition Avancés (4 heures)

- Utilisation d'effets spéciaux.
- Création de transitions avancées.
- Animation et ajustement des effets.

Atelier pratique:

- Application d'effets et de transitions sur une séquence vidéo.
- Montage de plusieurs sources audio et gestion du son.
- Utilisation de titres et d'annotations.

Atelier pratique:

- Ajout de titres et de bande son à une vidéo.

Session 4: Exportation et Partage

- Réglages d'exportation.
- Formats et résolutions.
- Partage sur différentes plateformes.

Atelier pratique:

- Exportation d'un projet final et partage en ligne.

Évaluation et Certification (

- Évaluation des acquis par des exercices pratiques et des questions.
- Feedback des participants.
- Remise de certificats de participation.
- Session de questions-réponses et clôture de la formation.

OBJECTIFS :

- Acquérir une maîtrise avancée des fonctionnalités de Cap Cut
- Développer des compétences en montage vidéo professionnel.
- Comprendre les différentes étapes du processus de montage.
- Appliquer les connaissances à travers des ateliers pratiques et des exercices.

PUBLIC :

- Dirigeant(e)

PRE-REQUIS :

- Etre équipé d'un PC ou Smartphone avec de la connexion

DUREE :

- 2 journées
- 16 heures





FORMATION

Communication digitale

JOUR 1 et 2

PROGRAMME

JOUR 1:

Introduction à Instagram et élaboration de la stratégie marketing

Matinée

- 09h00 - 10h30 : Introduction à Instagram : histoire, évolution et importance pour les entreprises.
- 10h30 - 10h45 : Pause café.
- 10h45 - 12h30 : Comprendre les algorithmes et les tendances actuelles sur Instagram.

Après-midi

- 13h30 - 15h00 : Analyse de cas de succès sur Instagram : étude de différentes marques et stratégies.
- 15h00 - 15h15 : Pause café.
- 15h15 - 17h00 : Élaboration d'une stratégie marketing pour Instagram : objectifs, public cible, message clé, tonalité, etc.
- 17h00 - 17h30 : Session de questions et réponses.

JOUR 2:

Création de la charte graphique et gestion du compte professionnel

Matinée

- 09h00 - 10h30 : Importance de la charte graphique sur Instagram.
- 10h30 - 10h45 : Pause café.
- 10h45 - 12h30 : Création d'une charte graphique pour Instagram : choix des couleurs, des polices, du style visuel, etc.

Après-midi

- 13h30 - 15h00 : Paramétrage d'un compte professionnel sur Instagram.
- 15h00 - 15h15 : Pause café.
- 15h15 - 17h00 : Utilisation des fonctionnalités avancées d'un compte professionnel (statistiques, contact, etc.).
- 17h00 - 17h30 : Session de questions et réponses.

OBJECTIFS :

Journée 1: Introduction à Instagram et élaboration de la stratégie marketing

- Maîtriser les bases des fonctionnalités d'Instagram et des tendances actuelles.

Journée 2: Création de la charte graphique et gestion du compte professionnel

- Créer une charte graphique complète pour le compte Instagram du restaurant.

PUBLIC :

- Dirigeant
- Manager

PRE-REQUIS :

- Être équipé d'un PC, smartphone et d'une connexion internet

DUREE TOTAL :

- 6 journées de 8 heures pour un total de 16 heures
- Total 48 heures





FORMATION

Communication digitale

JOUR 3 et 4

PROGRAMME

OBJECTIFS :

Journée 3: Utilisation de Beta Business Suite et création de contenu photo de qualité

Journée 3: Utilisation de Beta Business Suite et création de contenu photo de qualité

Matinée

- 09h00 - 10h30 : Présentation de Beta Business Suite et de ses fonctionnalités avancées.
- 10h30 - 10h45 : Pause café.
- 10h45 - 12h30 : Techniques pour créer des photos de qualité pour Instagram : composition, éclairage, utilisation de l'équipement, etc.

- Être capable d'utiliser les fonctionnalités avancées de Beta Business Suite pour gérer efficacement le compte professionnel.

Après-midi

- 13h30 - 15h00 : Atelier pratique : prise de photos en intérieur et en extérieur.
- 15h00 - 15h15 : Pause café.
- 15h15 - 17h00 : Introduction à Lightroom : retouche photo avancée pour Instagram.
- 17h00 - 17h30 : Session de questions et réponses.

- Produire des photos de qualité conforme à la charte graphique établie.

Journée 4: Création de contenu vidéo de qualité et utilisation de Cap Cut

Journée 4: Création de contenu vidéo de qualité et utilisation de Cap Cut

Matinée

- 09h00 - 10h30 : Importance de la vidéo sur Instagram.
- 10h30 - 10h45 : Pause café.
- 10h45 - 12h30 : Techniques de création de vidéos de qualité pour Instagram : tournage, montage, utilisation de l'équipement, etc.

- Produire une vidéo de qualité conforme à la charte graphique établie.

Après-midi

- 13h30 - 15h00 : Atelier pratique : tournage et montage de vidéos.
- 15h00 - 15h15 : Pause café.
- 15h15 - 17h00 : Présentation de l'outil Cap Cutter pour la création et l'édition de vidéos sur Instagram.
- 17h00 - 17h30 : Session de questions et réponses

- Maîtriser l'utilisation de l'outil Cap Cutter pour l'édition de vidéos.
d'exercices pratiques pour





FORMATION

Communication digitale

JOUR 5 et 6

PROGRAMME

OBJECTIFS :

Journée 5: Optimisation de la présence et engagement

Matinée

- 09h00 - 10h30 : Utilisation avancée des Stories, des Reels et des IGTV.
- 10h30 - 10h45 : Pause café.
- 10h45 - 12h30 : Stratégies d'engagement pour augmenter la visibilité et l'interaction avec les abonnés.

Après-midi

- 13h30 - 15h00 : Analyse des statistiques et ajustements de la stratégie en fonction des résultats.
- 15h00 - 15h15 : Pause café.
- 15h15 - 17h00 : Atelier pratique : analyse des statistiques d'un compte et mise en place d'ajustements.
- 17h00 - 17h30 : Session de questions et réponses.

Journée 6: Bonnes pratiques pour gagner des followers

Matinée

- 09h00 - 10h30 : Techniques pour augmenter le nombre de followers de manière organique.
- 10h30 - 10h45 : Pause café.
- 10h45 - 12h30 : Utilisation des hashtags de manière stratégique et collaboration avec d'autres comptes et influenceurs.

Après-midi

- 13h30 - 15h00 : Méthodes de publicité payante sur Instagram et optimisation de la portée.
- 15h00 - 15h15 : Pause café.
- 15h15 - 17h00 : Éthique et conformité sur Instagram : bonnes pratiques et éviter les pièges courants.
- 17h00 - 17h30 : Conclusion et remise des certificats de formation.

Journée 5: Optimisation de la présence et engagement

- Utiliser efficacement les fonctionnalités avancées d'Instagram (Stories, Reels, IGTV) pour augmenter l'engagement.

Journée 6: Bonnes pratiques pour gagner des followers

- Augmenter le nombre de followers de manière organique.
- Utiliser les hashtags de manière stratégique pour accroître la visibilité.



Outils Collaboratifs

JOUR 1 : Google Meet et Google Drive

PROGRAMME

- Présentation des participants et des objectifs de la formation.
- Contextualisation des outils Google Meet et Google Drive dans le monde professionnel.

Session 1: Introduction à Google Meet (1 heure)

Théorie et Démonstration:

- Création et paramétrage d'une réunion.
- Fonctionnalités de base de Google Meet (audio, vidéo, partage d'écran).

Atelier pratique:

- Création d'une réunion fictive.
- Participation à une réunion simulée pour tester les fonctionnalités.

Session 2: Utilisation Avancée de Google Meet (1 heure)

Théorie et Démonstration:

- Gestion des participants et des autorisations.
- Utilisation des fonctionnalités avancées (salles d'attente, sondages).

Atelier pratique:

- Animation d'une réunion interactive avec les participants.
- Gestion des paramètres de réunion.

Session 3: Introduction à Google Drive (1 heure)

Théorie et Démonstration:

- Création et organisation de dossiers.
- Importation de fichiers dans Google Drive.
- Partage de fichiers et paramètres de confidentialité.

Atelier pratique:

- Création d'un dossier et ajout de fichiers.
- Partage de documents avec d'autres participants.

Session 4: Fonctionnalités Avancées de Google Drive (2 heures)

Théorie et Démonstration:

- Collaboration en temps réel sur Google Docs, Sheets et Slides.
- Gestion des versions et commentaires.
- Intégration de Google Drive avec d'autres applications Google.

Atelier pratique:

- Édition collaborative d'un document.
- Création d'une feuille de calcul partagée.

Session 5: Intégration et Bonnes Pratiques (1 heure)

Théorie et Discussion:

- Intégration de Google Meet et Google Drive dans un flux de travail quotidien.
- Bonnes pratiques pour une utilisation efficace.
- Astuces pour résoudre les problèmes courants.

Atelier pratique:

- Scénarios d'utilisation intégrée des deux outils.
- Réponses aux questions des participants.

OBJECTIFS

- Acquérir des compétences de base dans l'utilisation de Google Meet et Google Drive.
- Organiser des réunions virtuelles efficaces avec Google Meet.
- Maîtriser la gestion et le partage de fichiers avec Google Drive.
- Intégrer les outils Google dans un contexte professionnel.

PUBLIC :

- Dirigeant
- Manager
- Entrepreneur

PRE-REQUIS

- Etre équipé d'un PC et d'une connexion internet

DUREE :

- 2 journées de 8 heures pour un total de 16 heures



Outils Collaboratifs

JOUR 2 : Microsoft Teams

PROGRAMME

- Présentation des participants et des objectifs de la formation.
- Contextualisation de Microsoft Teams dans le contexte professionnel.

Session 1: Découverte de Microsoft Teams (1 heure)

Théorie et Démonstration:

- Présentation de l'interface de Microsoft Teams.
- Création et paramétrage d'une équipe.

Atelier pratique:

- Création d'une équipe fictive.
- Familiarisation avec l'interface.

Session 2: Gestion des Conversations et des Fichiers (1 heure)

Théorie et Démonstration:

- Utilisation du fil de discussion.
- Partage et gestion de fichiers.

Atelier pratique:

- Création de messages et partage de fichiers.
- Organisation des fichiers au sein de l'équipe.

Session 3: Réunions Virtuelles avec Microsoft Teams (1 heure)

Théorie et Démonstration:

- Création d'une réunion virtuelle.
- Fonctionnalités de base pour la tenue de réunions.

Atelier pratique:

- Planification et lancement d'une réunion.
- Utilisation des outils de communication pendant la réunion.

Session 4: Collaboration en Temps Réel (2 heures)

Théorie et Démonstration:

- Collaboration sur des documents en temps réel avec Microsoft 365.
- Utilisation des applications intégrées.

Atelier pratique:

- Collaboration en temps réel sur un document Word ou Excel.
- Création d'un tableau Kanban avec l'application Planner.

Session 5: Personnalisation et Bonnes Pratiques (1 heure)

Théorie et Discussion:

- Personnalisation de l'espace de travail.
- Bonnes pratiques pour une utilisation efficace.
- Astuces pour résoudre les problèmes courants.

Atelier pratique:

- Personnalisation des paramètres individuels.
- Application des bonnes pratiques dans des scénarios pratiques.

OBJECTIFS

- Acquérir des compétences fondamentales dans l'utilisation de Microsoft Teams.
- Comprendre comment organiser des réunions virtuelles et collaborer efficacement.
- Maîtriser les fonctionnalités principales pour une utilisation professionnelle.
- Intégrer Microsoft Teams dans le cadre de travail quotidien.

PUBLIC :

- Dirigeant
- Manager
- Entrepreneur

PRE-REQUIS

- Etre équipé d'un PC et d'une connexion internet et de l'outil Teams

DUREE :

- 1 jour
- 8 heures



NOUS CONTACTER



06.61.56.50.37

charlinerocher@weprogess.fr

www.weprogess.fr

