

## ❶ Organisation de la formation

Pour le Centre de Formation Continue (CFC) La Salle Dole – Pasteur Mont-Roland, la formation en intra est une formation à la date de votre choix, au sein de votre établissement, et pour plusieurs de vos collaborateurs.

Afin d'assurer au mieux la qualité de la formation, nous vous proposons une formation en trois temps :

1 – prendre connaissance des besoins : Cette étape se déroule soit sous la forme d'un questionnaire envoyé en amont, soit sous la forme d'un entretien selon les objectifs et les enjeux de la formation. Cette étape est essentielle afin d'organiser la formation au plus près des attentes de nos clients.

2 – assurer la formation : Nous nous chargeons d'élaborer et de transmettre la documentation liée à la formation soit sous format numérique soit sous format papier.

3 – proposer un suivi de la formation : à la suite de la formation, nous assurons un suivi en structure afin d'apporter un retour concret sur la mobilisation des compétences acquises sur la formation sur une période de trois mois après la fin de formation, à la demande du client.

Nos forfaits intra comprennent :

- Formation en groupe
- Animation par un formateur habilité
- Validation des objectifs et contextualisation
- Documentation numérique
- Impression et envoi de la documentation
- Frais de déplacement et de restauration du formateur

## ❷ Méthode pédagogique

### ▪ Modules

Développer les compétences à travers différents modules, soit :

- par une démarche de présentation et d'appropriation ( apport d'une documentation, d'outils ) ,
- soit par une démarche d'expérimentation et de conceptualisation (études de cas, jeux de rôles)

### ▪ Evaluation formative

Permettre à chacun de se situer avant l'évaluation finale pour pouvoir revoir, compléter, renforcer ses acquis en groupe. Cette évaluation se réalise sous la forme d'un jeux.

### ▪ Evaluation normative

Evaluer les acquis en fin de formation, par rapport à une norme qui peut être les objectifs fixés au préalable.

### ▪ Accompagnement

Apporter les remédiations ou approfondir ses acquis en structure pour un maximum de chances de réussite.

### ▪ Amélioration

A la fin de la formation, chacun peut proposer des améliorations de celle-ci ou des suggestions pour les formations suivantes.

### ▪ Equipe de formateurs

Tous nos formateurs sont des professionnels expérimentés par leur expérience du terrain et de la formation pour adultes.

Dole, le 22/06/2017

M. Pierre VAN CASSEL  
Directeur du CFC La Salle Dole  
Pasteur Mont Roland

## MIEUX SE CONNAITRE POUR MIEUX NEGOCIER

<b>OBJECTIFS</b>	<p>Se comprendre dans son fonctionnement et ses relations avec les autres          S'auto-évaluer afin d'approprier les compétences à améliorer          Diagnostiquer ses freins à la négociation          Adapter son comportement en fonction des situations pour gagner en aisance et en assurance          Se positionner dans sa communication vis-à-vis de ses clients          Identifier des techniques pour être performant</p>
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>Bilan de sa communication interpersonnelle :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pourquoi mieux se connaître ? enjeux et conséquences</li> <li>- comment je communique ?</li> <li>- les éléments clés de ma personnalité</li> </ul> <p><b>Quel type de négociateur êtes-vous ?</b>          Mise en situation concrète face à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un client demandeur</li> <li>- un client fidèle</li> <li>- un client non demandeur</li> </ul> <p><b>Comment analyser les étapes traditionnelles d'un entretien de vente au regard de mes pratiques ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendre connaissance des étapes d'un entretien de vente</li> <li>- Identifier les leviers à la négociation</li> <li>- Identifier les freins à la négociation</li> </ul> <p><b>Synthèse et bilan de cette première étape</b></p> <p><b>Comment développer ses aptitudes à la négociation ?</b>          Analyse de son développement personnel par des mises en situations réelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- savoir prendre contact</li> <li>- savoir convaincre</li> <li>- savoir négocier</li> <li>- savoir argumenter</li> <li>- savoir conclure</li> </ul> <p><b>Synthèse et bilan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse des situations vécues.</li> <li>- Identifier ce qui bloque.</li> <li>- Identifier les solutions</li> </ul>
<b>DUREE</b>	20 heures
<b>EFFECTIFS</b>	8 personnes maxi
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Commerciaux et /ou technico-commerciaux, Ingénieurs, chargés d'affaires n'ayant pas reçu de formation commerciale à proprement parlé
<b>PREREQUIS</b>	Aucun pré requis
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	Maryline CHEVIET Centre de formation Mont-Roland Dole 03 84 79 66 00 <a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a>

# LES TECHNIQUES DE VENTE

<b>OBJECTIFS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- S'adapter aux attentes des clients</li> <li>- Acquérir les techniques et outils de la vente</li> <li>- Maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente</li> </ul>
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>Organiser sa prospection</b></p> <p>1 - Définir ses cibles et connaître son client ou prospect pour obtenir un rendez-vous commercial utile</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fixer son objectif</li> <li>- Collecter toutes les informations utiles avant le rendez-vous</li> </ul> <p>2 - Réussir le premier contact</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Susciter l'intérêt par une accroche vendeuse.</li> <li>- Créer l'interaction avec le client</li> </ul> <p>→ <b>Mise en situation sur la prise de contact</b></p> <p><b>Organiser la phase de découverte</b></p> <p>Mener une découverte complète de la situation, des besoins du client.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer les motivations réelles</li> <li>- Questionner le client</li> <li>- Écoute active</li> <li>- Reformulation, prise de notes</li> </ul> <p>→ <b>Mise en situation sur le questionnement</b></p> <p><b>Convaincre</b></p> <p>Construire et présenter des arguments percutants.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- S'appuyer sur les motivations pour remporter l'adhésion.</li> <li>- Valoriser son prix</li> <li>- Répondre aux objections</li> </ul> <p>→ <b>Mise en situation sur l'argumentation et le traitement des objections</b></p> <p><b>Conclure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saisir le bon moment pour conclure</li> <li>- Engager le client à l'achat</li> <li>- Prévoir la suite à donner</li> </ul> <p>→ <b>Mise en situation sur le processus global de la vente</b></p>
<b>DUREE</b>	20 heures
<b>EFFECTIFS</b>	8 personnes maxi
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Commerciaux et /ou technico-commerciaux, Ingénieurs, chargés d'affaires n'ayant pas reçu de formation commerciale à proprement parlé
<b>PREREQUIS</b>	Aucun pré requis
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	<p>Maryline CHEVIET</p> <p>Centre de formation Mont-Roland Dole</p> <p>03 84 79 66 00</p> <p><a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a></p>

# TRANSFORMEZ VOTRE SAVOIR-FAIRE TECHNIQUE EN SAVOIR-FAIRE COMMERCIAL

<b>OBJECTIFS</b>	
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>Les bases de la gestion d'affaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir lire un bilan et un compte de résultat</li> <li>- Amortissements et provisions</li> </ul> <p><b>La gestion comme outil de négociation commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calculer un coût complet et déterminer son seuil de rentabilité</li> <li>- L'établissement des Devis et des factures</li> <li>- Le suivi de clientèle</li> <li>- Emprunts financiers et crédit-bail</li> </ul> <p><b>Le marketing comme outil de promotion commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comment trouver de nouveaux clients ?</li> <li>- Comment fidéliser l'actuelle clientèle ?</li> </ul>
<b>DUREE</b>	20 heures
<b>EFFECTIFS</b>	8 personnes maxi
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Artisans Chefs d'entreprise de TPE
<b>PREREQUIS</b>	Aucun pré requis
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	Maryline CHEVIET Centre de formation Mont-Roland Dole 03 84 79 66 00 <a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a>



# CONDUITE DE REUNION

<b>OBJECTIFS</b>	<p>Préparer une réunion avec méthode et efficacité</p> <p>Soigner sa communication et son aisance relationnelle</p> <p>Gérer les comportements et situations difficiles en réunion</p>
<b>PUBLIC</b>	
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>Pourquoi faire une réunion ?</b></p> <p>Représentations : pourquoi se réunir ? pour quel(s) objectif(s) ?</p> <p>Savoir discerner le type de réunion</p> <p>Piloter une réunion et adopter un rôle d'animateur en fonction</p> <p><b>Comment préparer ses réunions ?</b></p> <p>Définir l'objectif de la réunion</p> <p>Préparer un ordre du jour</p> <p>Définir sa posture d'animateur selon le couple objectif/participants</p> <p><b>Comment animer ses réunions ?</b></p> <p>Gérer sa communication : diaporama/ introduction</p> <p>Gérer les différents acteurs et leur personnalité : traitement des objections ; gestion des conflits</p> <p>Cadrer la réunion pour éviter les débordements</p> <p>Favoriser l'implication et l'engagement des acteurs</p> <p><b>Comment évaluer ses réunions ?</b></p> <p>Evaluation à chaud de la réunion</p> <p>Le compte rendu de réunion : comment ? quand ?</p> <p>La gestion des suites à donner : planification, retours, délai</p>
<b>DUREE</b>	14 heures
<b>EFFECTIFS</b>	10 personnes maxi
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Toute personne qui anime une réunion
<b>PREREQUIS</b>	Aucun pré requis
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	<p>Maryline CHEVIET</p> <p>Centre de formation Mont-Roland Dole</p> <p>03 84 79 66 00</p> <p><a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a></p>



# CONDUITE DE PROJET (Niveau 1)

<b>OBJECTIFS</b>	<p>Situer la conduite de projet dans son ensemble</p> <p>Structurer sa démarche projet (mise en place d'une méthodologie)</p> <p>Acquérir une vision des outils essentiels à la conduite de projet</p>
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>Phase 1 : phase de gestation : Qu'est-ce que la gestion de projet ?</b></p> <p>De la gestation à l'évaluation : les différentes phases d'un projet</p> <p>Du besoin au cahier des charges : analyser les attentes du demandeur et construire un cahier des charges</p> <p>Savoir présenter le cahier des charges pour validation</p> <p><b>Phase 2 : phase d'opérationnalisation : Comment organiser la logistique d'un projet ?</b></p> <p>Définir finalités, buts et objectifs</p> <p>Construire l'organigramme du projet : tâches, méthodes, mobilisation des ressources, échéancier, évaluation</p> <p><b>Phase 3 : Mise en œuvre et régulation : Comment animer une équipe autour d'un projet ?</b></p> <p>Définir les rôles et missions des membres de l'équipe</p> <p>Mettre en place des réunions d'avancement efficaces</p> <p>Gestion des conflits et des différends</p> <p><b>Phase 4 : Evaluation</b></p> <p>Evaluation à chaque étape et ajustements</p> <p>Evaluation finale et perspectives</p>
<b>DUREE</b>	20 heures

<b>EFFECTIFS</b>	<b>10 personnes maxi</b>
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Responsables de projet débutants
<b>PREREQUIS</b>	Aucun pré requis
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	<p>Maryline CHEVIET</p> <p>Centre de formation Mont-Roland Dole</p> <p>03 84 79 66 00</p> <p><a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a></p>



## CONDUITE DE PROJET (Niveau 2)

<b>OBJECTIFS</b>	Formaliser de nouveau les objectifs et les attentes des différents acteurs. Analyser l'avancement du projet en tenant compte des différentes parties prenantes concernées : - acteurs influents ; - acteurs compétents ; - décideurs... Maîtriser les méthodes et outils caractéristiques du pilotage de projet. Adopter une attitude flexible, à l'écoute et proactive.
<b>PUBLIC</b>	Responsables de projet non débutants
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>Etape 1 : Diagnostic des difficultés rencontrées</b></p> <p>Rappel des différentes phases de la conduite d'un projet Analyse de la phase d'opérationnalisation et de mise œuvre : Les finalités, buts et objectifs sont-ils bien définis ? L'organigramme du projet est-il bien défini ? tâches, méthodes, mobilisation des ressources, échéancier, évaluation</p> <p>Analyse des difficultés liées à l'animation de l'équipe autour d'un projet : Définir les rôles et missions des membres de l'équipe Mettre en place des réunions d'avancement efficaces Conflits et différends</p> <p><b>Etape 2 : Trouver des pistes d'amélioration</b></p> <p>Risques organisationnels et/ou risques humains Maîtrise du temps et gestion des priorités Renforcer la communication dans les projets</p>
<b>DUREE</b>	14 heures

<b>EFFECTIFS</b>	<b>10 personnes maxi</b>
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Responsables de projet non débutants
<b>PREREQUIS</b>	Avoir déjà mené des projets professionnels
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	Maryline CHEVIET Centre de formation Mont-Roland Dole 03 84 79 66 00 <a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a>



# BOOSTER VOS COMPETENCES EN ANGLAIS

## THE ART OF TELEPHONING

# BOOSTER VOS COMPETENCES EN ANGLAIS

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- To acquire the appropriate language and behavior on the telephone in the business context.</li> <li>- To develop confidence and efficiency in performance</li> <li>- To control stress and situations in a telephone conversation</li> </ul> <p>Level : A2/B1 in written English under the European standard (CECRL)</p>
PROGRAMME	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Identifying the problem and providing the solution</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyzing telephone communication problems and how they can be avoided.</li> <li>- Brainstorming and eliciting learners to propose solutions.</li> </ul> </li> <li><b>2. <i>Be prepared!</i> Planning and Making Calls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Simulating how to prepare and make a telephone call.</li> <li>- Setting up the objective of the call</li> </ul> </li> <li><b>3. <i>Be the image of your company.</i> Learn how to be courteous, efficient and effective on the phone:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Developing the right attitude on the phone</li> <li>- Introducing yourself, your department, your company</li> <li>- Identifying the person to whom you're talking</li> <li>- Identifying the need of the caller – listening to key words</li> </ul> </li> <li><b>4. <i>"The client is king."</i> Handle incoming calls politely and effectively</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asking the caller to hold the line</li> <li>- Going back to the caller and thanking him for holding</li> <li>- Transferring / Connecting the call and thanking the caller.</li> <li>- Leaving and taking a message</li> <li>- Asking for and giving repetition</li> <li>- Handling secretarial barrier</li> <li>- Ending the call</li> </ul> </li> <li><b>5. <i>"Telephone without borders".</i> Telephone across cultures with confidence.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Making arrangements</li> <li>- Changing arrangements</li> <li>- Solving problems on the telephone</li> <li>- Handling complaints with tact and diplomacy</li> <li>- Giving and following orders</li> </ul> </li> <li><b>6. Developing good telephone reflexes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifying the type of message</li> <li>- Handling numbers, times and dates</li> <li>- Formulating questions in English</li> <li>- Understanding pronunciation of non-English speaking callers</li> <li>- Understanding differences between American and British English</li> </ul> </li> </ol>
DUREE	35 heures
EFFECTIFS	5 personnes maxi
LIEU	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
PUBLIC	Sales representatives, Personal Assistants, Assistants in the export/import business, secretaries... all professionals in business, service and industrial sectors in need to communicate with English-speaking clients and partners worldwide.
PREREQUIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The learner must have some basic knowledge of oral and written English.</li> <li>• The learner must have some experience in making and receiving phone calls in his/her native tongue.</li> <li>• <i>Upon registration, a test will be conducted to find out the levels of participants.</i></li> </ul>
RENSEIGNEMENTS	Centre de formation Mont-Roland - Dole Maryline CHEVIET - 03 84 79 66 00 - <a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a>



# WRITE YOUR BUSINESS CORRESPONDENCE LIKE A PRO

<b>OBJECTIFS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- To acquire the appropriate language used in writing correspondence to clients and partners worldwide.</li> <li>- To develop confidence and efficiency in written English .</li> </ul> <p>Level : A2/B1 in written English under the European standard (CECRL)</p>
<b>PROGRAMME</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. The Business Letter and Its Envelope</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifying and reconstituting the layout of standard letters</li> <li>- Identifying the different parts of a business letter</li> <li>- Addressing a private male / female person with tact</li> <li>- Addressing a male / female person with academic qualifications</li> </ul> </li> <li><b>2. Learning how to be courteous, efficient and effective in writing business correspondence</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stating the reason for writing</li> <li>- Ending the letter and encouraging a reply from the receiver</li> <li>- Requesting with polite formulations of "please"</li> <li>- Complying and refusing requests politely</li> <li>- Inquiring for information</li> <li>- Giving relevant details to an inquiry</li> <li>- Writing a letter of complaint</li> <li>- Answering a complaint with tact and diplomacy</li> <li>- Confirming arrangements with nuance and style, etc</li> </ul> </li> <li><b>3. The Business Email</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifying differences between a business letter and a business email.</li> <li>- Writing a formal message to a customer</li> <li>- Writing an informal message to someone you know</li> <li>- Opening and closing business emails</li> <li>- Writing an "internal message" email</li> </ul> </li> <li><b>4. Introduction to report writing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- How to present a written report</li> <li>- Writing a report as an email</li> </ul> </li> <li><b>5. Developing good reflexes in writing business correspondence</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reviewing grammar structures</li> <li>- Dealing with dates and times</li> <li>- Identifying and correcting common mistakes</li> <li>- Knowing the differences between American and British English</li> </ul> </li> <li><b>6. Other information ...</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abbreviations</li> <li>- English pagination</li> </ul> </li> </ol>
<b>DUREE</b>	35 heures
<b>EFFECTIFS</b>	5 personnes maxi
<b>LIEU</b>	Dole - Centre de Formation Mont-Roland
<b>PUBLIC</b>	Sales representatives, Personal Assistants, Assistants in the export/import business, secretaries... all professionals in business, service and industrial sectors in need to communicate with English-writing clients and partners worldwide.
<b>PREREQUIS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A good basic knowledge of written English is required.</li> <li>- The learner has the capacity to comprehend and analyze written documents.</li> <li>- The learner must have some knowledge of business correspondence in his/her native tongue.</li> <li>- <i>Upon registration, a test will be conducted to find out the levels of participants.</i></li> </ul>
<b>RENSEIGNEMENTS</b>	Centre de formation Mont-Roland Dole - Maryline CHEVIET 03 84 79 66 00 - <a href="mailto:m.cheviet@glpmr.info">m.cheviet@glpmr.info</a>