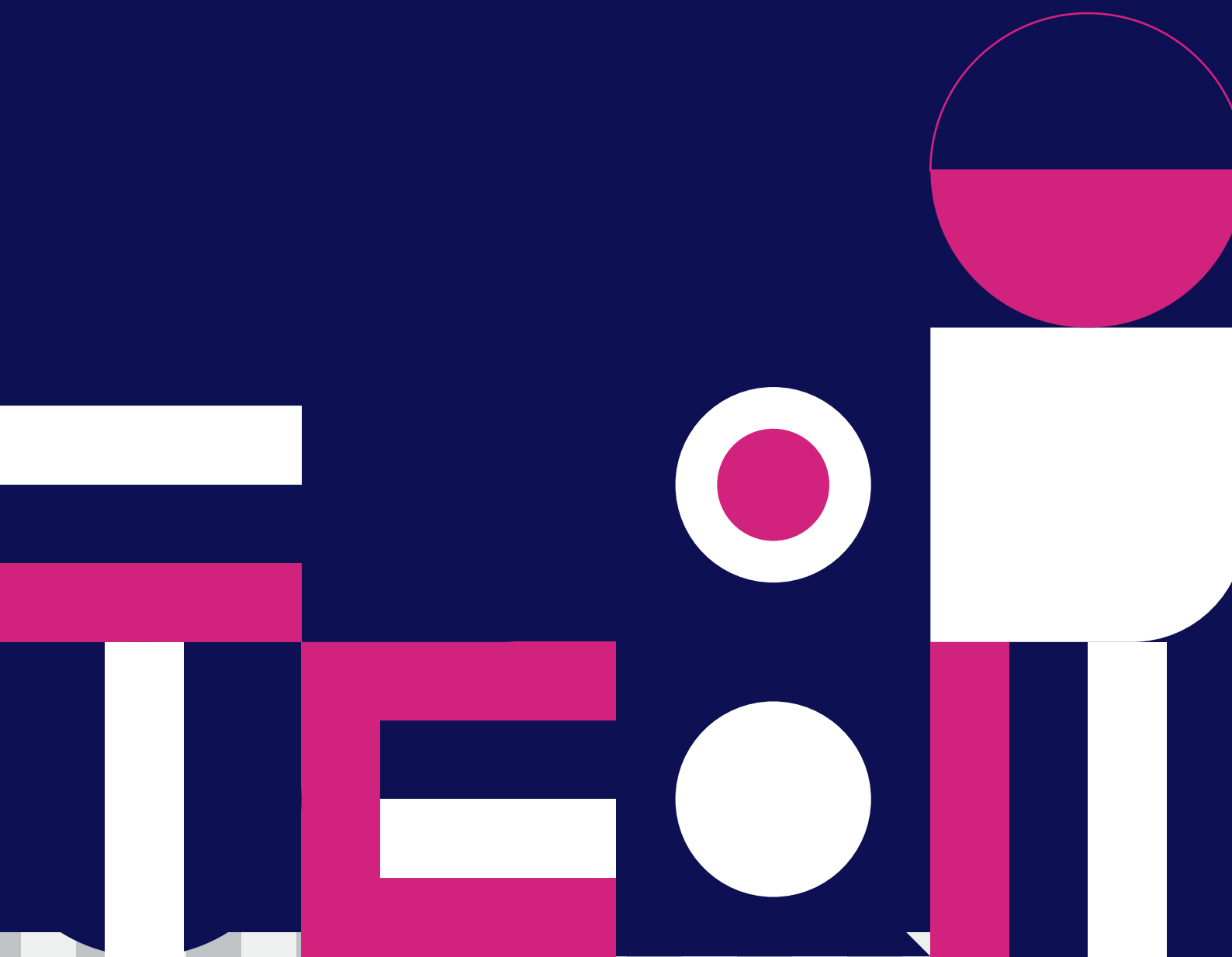


Catalogue de formation



Sommaire

Communication et Marketing Digital

- **Formation réseaux sociaux** - Fondements du digital et des réseaux sociaux - niveau 1 05
- **Formation réseaux sociaux** - Fondements du digital et des réseaux sociaux - niveau 2 07
- **Formation** devenir Community Manager 08
- **Formation** Social Media Manager 10
- **Formation réseaux sociaux** dans le cadre professionnel 12

Développement Personnel et Communication

- **Formation** Technique de communication **non violente** 16
- **Formation** réussir vos **prise de parole en public** 18
- **Formation** réaliser ses **webinaires professionnels** 20

Leadership et Management

- **Formation** management d'une **équipe intergénérationnelle** 23
- **Formation** assurer le **management RH** pour **TPE/PME** 25
- **Formation** gestion d'équipe **à distance** 28
- **Formation** technique de **management agile** 30
- **Formation Stratégie commerciale :**
Acquérir de nouveaux Clients 32

Bureautique et Gestion de Projets

- **Formation** bureautique et outils de productivité 36
- **Formation** conduire un projet de **création d'entreprises** 38
- **Formation** en **assistance digitale** pour entreprises 40

Langues et Insertion Professionnelle

- **Formation** linguistique français / insertion professionnelle 44

Relation Client et Service

- **Formation** customer care 47

Communication et Marketing Digital



Formation - Réseaux sociaux - Fondements du digital et des réseaux sociaux

Niveau 1

Objectif

Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.

Durée de la formation	35H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Toutes personnes débutants sur les reseaux sociaux Toutes personnes qui souhaitent faire une remise à niveaux des réseaux sociaux

Utiliser les médias sociaux :

Facebook

- L'interface Facebook : profil, fil, page entreprise/groupe.
- Où trouver ses paramètres de confidentialité ?
- L'algorithme de Facebook et son impact pour les particuliers et les marques.

Instagram

- L'interface Instagram.
- Les différents formats : publications, stories et reels.
- Positionnement des entreprises sur Instagram.



LinkedIn

- Interface LinkedIn : profil, fil d'actualité, page et groupe.
- Personal branding, recherche d'emploi, social selling, marque employeur : que faire sur LinkedIn en tant que marque ou professionnel ?
- Les fondamentaux de l'optimisation de profil sur LinkedIn.

Twitter

- Interface Twitter.
- Le lexique et les codes de la plateforme : hashtags, mentions, ...

TikTok

- Interface TikTok et lexique.
- Quels sont les formats de publication et usages ?
- Comment communiquer en tant que marque sur TikTok ?

→ Les tendances digitales



Formation - Réseaux sociaux - Fondements du digital et des réseaux sociaux

Niveau 2

- Savoir élaborer une stratégie de communication
- Intégrer les médias sociaux dans la stratégie de communication
- Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, marketing d'influence et communication sur différents réseaux sociaux

Durée de la formation	35H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Toutes personnes débutants sur les reseaux sociaux
	Toute personne ayant un commerce
	Chargé de relation publique

Programme de la formation

- ✓ Elaborer sa stratégie de communication & Construire sa stratégie social media par étapes.
- ✓ Panorama des Réseaux Sociaux
- ✓ Organisation du dispositif
- ✓ Définition des opportunités publicitaires
- ✓ Mesurer les actions de communication
- ✓ Sécuriser l'e-reputation

Formation

Devenir Community Manager

Durée de la formation	2 jours (14h)
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Toutes personnes débutants sur les reseaux sociaux
	Toutes personnes qui souhaitent faire une remise à niveaux des réseaux sociaux

Programme de la formation

1. Comprendre le rôle de Community Manager :

- Qu'est-ce qu'un Community Manager ?
- Les compétences nécessaires pour être un bon Community Manager
- Le rôle du Community Manager dans l'entreprise
- Les avantages d'avoir un Community Manager

2. Construire une présence en ligne solide :

- La création d'une identité de marque en ligne
- L'importance d'une stratégie de contenu cohérente
- La gestion des réseaux sociaux
- La création de relations avec les influenceurs
- La gestion de la réputation en ligne
- Les outils pour suivre et mesurer les résultats

3. Comprendre les médias sociaux :

- Les différentes plateformes de médias sociaux
- Les avantages et inconvénients de chaque plateforme
- La compréhension des audiences de chaque plateforme
- Les tendances actuelles dans les médias sociaux



4. Planifier et créer du contenu :

- La création d'un calendrier éditorial
- La recherche et la collecte de contenu: veille digitale
- La création de contenu visuel attractif
- Les meilleures pratiques pour la création de contenu vidéo
- Les formats de contenu à privilégier sur chaque plateforme
- L'optimisation du contenu pour le référencement

5. Engager et interagir avec la communauté :

- La création de conversations avec la communauté
- Les meilleures pratiques pour répondre aux commentaires et messages
- Les tactiques pour encourager les partages et les mentions
- La création de concours et de challenges
- La gestion des événements en ligne
- L'interaction avec les communautés en ligne de la concurrence

6. Mesurer et analyser les résultats :

- L'importance de la mesure des résultats
- Les outils pour mesurer et suivre les résultats
- L'analyse des données pour améliorer la stratégie
- L'ajustement de la stratégie en fonction des résultats



Formation

Social Media Manager

Cette formation a pour but de former les participants aux compétences clés du Social Media Management, en leur permettant de créer, gérer et analyser efficacement des contenus pour optimiser la présence des marques sur les réseaux sociaux.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre le rôle et les compétences essentielles d'un Social Media Manager.
- ✓ Analyser les tendances actuelles des réseaux sociaux pour développer des stratégies adaptées.
- ✓ Élaborer des stratégies éditoriales pour chaque plateforme sociale.
- ✓ Utiliser des outils de création visuelle (Canva, Adobe Express) pour produire des contenus attractifs.
- ✓ Maîtriser les outils d'analyse (Google Analytics, Meta Insights) pour mesurer les performances.
- ✓ Ajuster les stratégies en fonction des données collectées pour maximiser les résultats.

Durée de la formation	28H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Tout public

Programme de la formation

1. Comprendre le Rôle du Social Media Manager

- Quelles sont les compétences essentielles ?
- Analyse des tendances actuelles des réseaux sociaux.



2. Création et Gestion de Contenus

- Élaboration de stratégies éditoriales pour chaque plateforme.
- Outils pour créer des visuels attractifs (Canva, Adobe Express).

3. Analyse et Reporting

- Utilisation des outils d'analyse (Google Analytics, Meta Insights).
- Mesure des performances et ajustement des stratégies.

4. Études de Cas

- Gestion d'un projet social media de bout en bout.



Formation - Réseaux Sociaux- Dans le cadre professionnel

Objectif

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux et définir une stratégie social média dans un cadre professionnel.

Programme de la formation

1. Qu'est-ce que c'est les « Réseaux Sociaux » ?

- Naissance des réseaux sociaux.
- Qu'est-ce qu'une communauté ?
- Quel est le rôle du Community Manager ?
- Quelles sont les familles de réseaux sociaux ?

2. Facebook :

- Présentation de Facebook, création d'un compte et utilisation
- Messagerie Facebook
- Photos et albums
- Pages, Groupes et applications
- Les événements : Comment répondre, créer un événement et inviter ?
- Sécurité, confidentialité et réglages
- Quitter Facebook

3. Twitter :

- Présentation de Twitter
- Le Live-Tweeter et les hashtags
- Création de compte et personnaliser votre profil Twitter
- Publier / répondre / faire suivre / aimer des tweets
- Ajuster les paramètres de Twitter

4. LinkedIn :

- Présentation de LinkedIn
- Créer votre profil professionnel
- Comment utiliser LinkedIn dans un cadre professionnel
- À la recherche des bonnes personnes et entrer en contact
- Les outils ciblés pour les professionnels
- Compte Basic et compte Premium : Que choisir ?



5. Google+ :

- Présentation de Google+
- Je crée mon profil Google+ et administre mon compte
- Les cercles et les communautés
- Le flux Google+
- Je publie / réagis à un post
- J'ajuste mes paramètres

6. YouTube :

- Présentation de YouTube
- Naviguer en mode connecté
- Créer sa chaîne YouTube, publier une vidéo
- Aimer, Commenter, Partager
- Je gère ma bibliothèque et mes abonnements

7. Instagram :

- Présentation d'Instagram
- Installer l'application et créer votre compte
- Publier / aimer, commenter et partager des photos/vidéos
- Utiliser Instagram en entreprise
- Organiser un concours sur Instagram
- 10 conseils à suivre

8. Pinterest :

- Présentation de Pinterest
- Créer votre compte gratuit
- Cherchez du contenu « d'inspiration » : C'est quoi ?
- Mes tableaux, épingles, essais et thèmes
- Quel intérêt pour l'entreprise ?

Votre Stratégie Social Média en 6 points

1

Définissez vos objectifs

2

Analyser la concurrence

3

Quel positionnement social ?

4

Votre stratégie en détail (KPI, audience, stratégie éditoriale, automatiser vos publications, grandes thématiques, temps forts, calendrier conversationnel...)



5

Établissez votre process : interne ou externe ?

6

Organiser vos guidelines : de la conception à l'exécution.
Les outils d'optimisation

Optimisez votre présence sur les Réseaux Sociaux grâce à TweetDesk, Seesmic, HootSuite, Social Hub (Android)...



Développement Personnel et Communication



Formation**Techniques de Communication Non Violente**

Cette formation a pour but de permettre aux participants de maîtriser les principes et techniques de la Communication Non Violente (CNV) afin d'améliorer les relations interpersonnelles, de favoriser une meilleure dynamique d'équipe et de gérer les conflits de manière constructive.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ☞ Comprendre les principes fondamentaux de la Communication Non Violente (CNV).
- ☞ Identifier et surmonter les blocages courants dans la communication interpersonnelle.
- ☞ Développer des compétences en écoute active et en empathie pour des échanges efficaces.
- ☞ Apprendre à exprimer ses besoins et à gérer les conflits de manière non violente.
- ☞ Renforcer la dynamique d'équipe et résoudre les conflits dans un cadre professionnel.
- ☞ Appliquer les concepts de la CNV à travers des études de cas et des mises en pratique.

Durée de la formation

14H

Prix

Sur devis

Système d'évaluation

Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations

Pré-requis

Aucun

Pour qui

Tout public



Programme de la formation

1. Introduction à la Communication Non Violente

- Comprendre les principes de la CNV.
- Identifier les blocages courants dans la communication interpersonnelle.

2. Techniques de Communication Non Violente

- L'écoute active et l'empathie dans les échanges.
- Expression des besoins et gestion des conflits.
- Mise en pratique avec des exercices interactifs.

3. Renforcer les Relations Professionnelles

- Améliorer la dynamique d'équipe grâce à la CNV.
- Techniques de résolution de conflits dans un cadre professionnel.

4. Études de Cas

- Analyse et résolution de cas pratiques liés à des conflits au travail.



Formation

Prise de parole en public

À l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de prendre la parole en public avec moins de stress, plus d'aisance, et plus d'impact.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ **Gérer** le trac
- ✓ Maîtriser **les 3 vecteurs de communication** (verbal, vocal, visuel)
- ✓ **Établir une connexion** avec son auditoire
- ✓ **Capter et maintenir** l'attention du public
- ✓ **Construire une argumentation** pour convaincre et persuader
- ✓ **Traiter** les objections
- ✓ **Prendre la parole** sans préparation

Durée de la formation	14H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucune expérience préalable requise mais précision, patience et capacité de concentration.
Pour qui	Toute personne souhaitant développer son impact à l'oral et devant un groupe.

1. Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation
- Documents supports de formation projetées
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets



- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Ordinateur et accès internet

2. Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présences
- Mises en situation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Formulaire d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation



Taux de satisfaction

Formation

Réaliser ses webinaires professionnels

Le webinaire est un mode de réunion collective professionnel largement diffusé aujourd'hui. Cette formation vous permettra de réaliser des webinaires professionnels de qualité, quels que soient vos sujets : développement commercial, promotion marketing, événements associatifs et syndicaux, foires et salons.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Concevoir des webinaires : scénarisation, casting animateurs et intervenants
- ✓ Associer un rétroplanning à partager avec tous les acteurs d'un webinaire
- ✓ Produire ses webinaires
- ✓ Faire la promotion de ses webinaires, notamment via une communication sur les réseaux sociaux et des vidéos de teasing
- ✓ Faire la post production des vidéo-replays de ses webinaires

Programme de la formation

- ✓ Concevoir ses webinaires
- ✓ Produire ses webinaires
- ✓ Faire la promotion de ses webinaires
- ✓ Maîtriser le montage vidéo du replay de ses webinaires



▪ **Public concerné**

Toute personne amenée à animer un webinaire dans le cadre professionnel.

▪ **Prérequis**

Aucune connaissance particulière.

Modalités pratiques

75 % des parties pratiques sont constituées d'exercices et de cas réels. Les sujets de webinaires sont ceux amenés par les participants

Solutions de financement

Pour trouver la meilleure solution de financement adaptée à votre situation :
contactez votre conseiller formation

Il vous aidera à choisir parmi les solutions suivantes :

- Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.
- Le dispositif FNE-Formation.
- L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.
- Pôle Emploi sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.



Leadership et Management



Manager une équipe intergénérationnelle

Cette formation a pour but de former des manager à gérer une équipe intergénérationnelle et de faire des complémentarités un facteur de performance.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Concilier aspirations des collaborateurs et objectifs d'entreprise en fonction des générations
- ✓ Tenir compte des spécificités de chaque génération
- ✓ Faire de la dimension intergénérationnelle un facteur de succès et une valeur ajoutée stratégique

Durée de la formation	14H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Manager ayant sous sa responsabilité des équipes intergénérationnelles et/ou des nouvelles générations.

Programme de la formation

1. Réussir la coopération inter-génération

- Les différences intergénérationnelles au plan sociologique
- Les impacts managériaux
- La coopération intergénérationnelle comme facteur de réussite
- Les repères et facteurs de motivation de chaque génération

2. Comprendre les attentes des différentes générations au travail

- Les situer dans leur relation au travail et à l'entreprise
- Ce qui reste stable et ce qui change dans : le style de communication ; la relation à l'entreprise ; la relation à l'autorité



- Décliner les pratiques managériales adaptées.

3. Réussir la collaboration entre les générations

- Tenir compte de la diversité intergénérationnelle dans son mode de management
- Adapter les règles du jeu individuelles et collectives
- Clarifier les éléments non négociables au bon fonctionnement de l'équipe
- Construire la cohésion d'une équipe intergénérationnelle

4. Manager les équipes intergénérationnelles au quotidien

- Agir sur les leviers de motivation adaptés à chaque génération
- Valoriser les points forts et aptitudes des différentes générations
- Faire face aux éventuels conflits

Organisation de la formation

1

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation
- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents de supports à la suite de la formation
- Ordinateur et accès à internet

2

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaire d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation
- Attestation de présence



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

Assurer le management / RH en TPE / PME

Objectifs

Les objectifs de cette formation sont de vous permettre d'appréhender le rôle du dirigeant ou manager d'une équipe. Aborder les principes du recrutement, du management d'équipe ainsi que la posture du dirigeant.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Encadrer et animer une équipe
- ✓ Organiser et assurer le fonctionnement d'une unité
- ✓ Organiser et gérer la gestion des ressources humaines (recruter, intégrer, manager...)

EN GROUPE + À VOTRE RYTHME

(112 heures de formation)

Durée : **Sur 4 semaines**

84 heures de formation

- ✓ Un format intensif pour booster votre projet
- ✓ Un groupe réduit d'une dizaine de participants pour favoriser les échanges et le réseautage
- ✓ Formateur bienveillant, à votre écoute



28 heures de formation en autonomie accompagné par un Mentor Expert

- ✓ Des supports de cours et outils pratiques à télécharger
- ✓ Des contenus vidéos, des témoignages
- ✓ 5 rendez-vous individuels avec un Mentor Expert (soit 5 x 1 heure)



Programme de la formation



La posture du manager



Recruter et intégrer un collaborateur



Cadre légal



La paie



De l'embauche à la rupture



S'associer

Boostez votre visibilité, apprenez à créer vos propres visuels avec Canva !

Auto-entrepreneurs, indépendants, chefs d'entreprise, apprenez à créer des visuels impactants et attrayants pour votre communication.

- ✓ Formation finançable
- ✓ Maîtriser l'art des visuels de communication
- ✓ Repartez avec des visuels adaptés

Repartez avec des visuels professionnels adaptés à votre secteur pour booster votre visibilité



Durée de la formation	5H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Toutes personnes débutants sur les reseaux sociaux
	Toutes personnes qui souhaitent apprendre à faire des créations visuels

Programme de la formation

- ✓ Introduction à Canva
- ✓ Créer des designs professionnels avec Canva
- ✓ Les fonctionnalités avancées de Canva
- ✓ Utilisation de Canva pour les réseaux sociaux et les présentations
- ✓ Conclusion et perspectives

Formation

Gestion d'équipe à distance

Cette formation a pour but de fournir aux participants les compétences nécessaires pour gérer efficacement une équipe à distance, en surmontant les défis du télétravail, en améliorant la communication et la collaboration, et en maintenant la motivation et l'engagement des collaborateurs à travers des outils et techniques adaptés.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre les spécificités et enjeux de la gestion à distance.
- ✓ Gérer efficacement la communication et la collaboration avec des équipes dispersées.
- ✓ Maintenir la motivation et l'engagement des collaborateurs à distance.
- ✓ Utiliser des outils numériques adaptés pour une meilleure productivité et gestion.
- ✓ Élaborer un plan de suivi personnalisé et développer une culture d'entreprise digitale.

Durée de la formation	28H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Tout public

Programme de la formation

1. Introduction à la Gestion d'Équipe à Distance

- Comprendre les spécificités de la gestion à distance.
- Identifier les challenges et opportunités du télétravail.
- Les outils nécessaires pour une gestion efficace.



2. Communication et Collaboration à Distance

- Techniques de communication efficace avec des équipes dispersées.
- Outils collaboratifs pour une meilleure productivité (Slack, Microsoft Teams).
- Gestion des réunions en visioconférence.

3. Maintenir la Motivation et l'Engagement

- Techniques pour motiver les collaborateurs à distance.
- Suivi des performances et gestion des objectifs.
- Création d'une culture d'entreprise digitale.

4. Études de Cas et Mises en Situation

- Analyse de scénarios pratiques dans le cadre du management à distance.
- Élaboration d'un plan de suivi personnalisé pour chaque collaborateur.



Formation

Techniques de Management Agile

Cette formation a pour but de former les participants aux techniques et pratiques du management agile, en mettant l'accent sur l'adoption d'un leadership collaboratif, la gestion des projets agiles et la maîtrise des outils et méthodes adaptés pour répondre aux défis organisationnels modernes.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre les principes et valeurs fondamentales de l'agilité.
- ✓ Identifier et adopter les méthodes agiles adaptées (Scrum, Kanban, Lean).
- ✓ Utiliser efficacement les outils agiles (Jira, Trello, Monday) pour la gestion de projets.
- ✓ Développer un leadership collaboratif pour favoriser l'autonomie et la prise d'initiative.
- ✓ Maîtriser la gestion du changement dans un environnement agile.

Durée de la formation	30H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Tout public

Programme de la formation

1. Comprendre le Management Agile

- Définir les principes et valeurs de l'agilité.
- Les rôles et responsabilités dans une organisation agile.

2. Méthodes et Outils Agiles

- Scrum, Kanban et Lean : quelle méthode choisir ?
- Outils agiles (Jira, Trello, Monday).
- Planification et gestion de projet agile.



3. Leadership Agile

- Adopter un leadership collaboratif.
- Techniques pour favoriser l'autonomie et la prise d'initiative.
- Gestion du changement dans un environnement agile.

4. Études de Cas et Mises en Pratique

- Résolution de problèmes réels avec des outils agiles.
- Simulation de gestion d'un projet en mode agile.



Formation Stratégie commerciale

Comment acquérir de nouveaux clients

A l'issue de cette formation l'apprenant saura organiser de manière rationnelle son portefeuille clients et en le segmentant selon des critères simples et opérationnels. Il s'agira de bâtir un plan d'action pour conquérir de nouveaux clients

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Constituer et segmenter son portefeuille prospects/clients
- ✓ Élaborer son plan de prospection
- ✓ Construire un plan d'action
- ✓ Élaborer le plan d'action
- ✓ Assurer le suivi et l'amélioration continue

Durée de la formation	14H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucune expérience préalable requise mais précision, patience et capacité de concentration
Pour qui	Les personnes atteintes de handicaps souhaitant suivre cette formation sont invités à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les possibilités d'accueil et d'accompagnement de la formation.

Programme de la formation

1. Constituer et segmenter son portefeuille prospects/clients La composition d'un portefeuille :

- Identifier les différentes catégories de prospects/clients
- Établir une typologie de la cible : les différentes grilles de segmentation d'une clientèle
- Identifier les spécificités de la relation client pour chaque catégorie

2. Les différentes phases de l'action commerciale

- Adapter les actions commerciales aux différents segments de clientèle
- Mettre en place des actions spécifiques et obtenir des RDV qualifiés (mailing, phoning, exploitation des fichiers, Internet, RDV)
- Préparer et réussir la prospection même dans les cas difficiles

3. Élaborer son plan de prospection

- La définition d'un prospect : nature, outils et méthodes
- L'argumentation pour convaincre et gagner la confiance du prospect : crédibiliser son entreprise et susciter l'intérêt du prospect
- Les composantes d'un plan de prospection (l'appel de prospection, la prise de RDV, la préparation du RDV)
- La différenciation prospect / négociation / client : articuler efficacement toutes les composantes de la relation client
- Définir le taux de conversion des affaires : les indicateurs pertinents, la période de référence
- Le suivi sur tableau de bord des clients suivant les différentes phases de la conduite des ventes : le scoring

4. Construire un plan d'action

- Utiliser le système d'information commercial existant
- Décrypter son fonctionnement Identifier les forces et les faiblesses du système : les actions préventives et correctives
- Préparer une visite : choisir l'objectif adapté, travailler sur les objections, choisir les questions permettant d'élaborer une proposition commerciale pertinente

5. Élaborer le plan d'action

- Définir les principes d'actions prioritaires à diverses échéances : court, moyen et long terme
- Définir l'équilibre de l'activité, entre prospection et développement
- Définir les principes d'actions prioritaires au jour le jour

6. Assurer le suivi et l'amélioration continue

- Mettre en place des indicateurs d'activité et de résultats (compte rendu de visite, évaluation de l'opportunité (IPO/IPR), décision GO/NO GO documentée
- Analyser les résultats constatés : outils et méthodes simples
- Identifier les questions permettant de conforter le client dans l'idée qu'il a eu raison d'acheter chez nous
- Tirer les conséquences des analyses
Adapter le plan d'action

Organisation de la formation

1

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation
- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents de supports à la suite de la formation
- Ordinateur et accès à internet

2

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation
- Attestation de présence



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**Bureautique
et Gestion de Projet**



Formation

Bureautique et outils de productivité

Assistant(e) : optimiser ses activités avec Microsoft Office

Vous apprendrez à maîtriser l'environnement bureautique et les logiciels courants de la suite Microsoft Office 2010 : Word, Excel, PowerPoint et Outlook. Vous verrez comment être opérationnel et efficace en vue de créer des documents, de communiquer, de gérer des tableaux et de mettre en forme vos présentations.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ **Repérer les principales fonctionnalités** de la suite Microsoft Office
- ✓ **Organiser ses dossiers** et **installer** de façon optimale son environnement de travail
- ✓ **Créer un tableau**, y intégrer des formules et le modifier, sur Word, Excel, PowerPoint
- ✓ **Utiliser les outils de traitement de texte** pour créer des documents et faciliter sa communication
- ✓ **Maîtriser les fonctionnalités de mise en forme** pour dynamiser et enrichir ses documents Word, Excel, PowerPoint
- ✓ **Optimiser son temps** et **améliorer la qualité** de ses échanges grâce à Outlook

Durée de la formation	14H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Toutes personnes débutants sur la bureautique
	Toutes personnes qui souhaitent faire une remise à niveaux sur la bureautique



Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

▪ **Public concerné**

Toute personne amenée à animer un webinaire dans le cadre professionnel.

▪ **Prérequis**

Aucune connaissance particulière.

Solutions de financement

Pour trouver la meilleure solution de financement adaptée à votre situation :
contactez votre conseiller formation

Il vous aidera à choisir parmi les solutions suivantes :

- Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.
- Le dispositif FNE-Formation.
- L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.
- Pôle Emploi sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

Formation

Conduire un projet de création d'entreprise

Objectifs

L'objectif de cette formation est de valider les grandes étapes de la création d'entreprise du candidat : **structurer son projet, préciser son offre, choisir son statut juridique, rédiger son Business Plan** et **réaliser les démarches d'immatriculation**.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Vérifier la cohérence du projet de création d'entreprise en mesurant l'adéquation des compétences, des ambitions et des contraintes personnelles
- ✓ Réaliser des études quantitatives et qualitatives du marché ciblé
- ✓ Elaborer le Business Model du projet de création d'entreprise
- ✓ Choisir la forme juridique la plus adaptée au projet de création d'entreprise
- ✓ Evaluer la rentabilité financière du projet de création d'entreprise
- ✓ Sélectionner les moyens de communication et réseaux sociaux les plus adaptés aux personnes identifiées
- ✓ Analyser les différents dispositifs financiers et aides possibles à la création d'entreprise
- ✓ Elaborer un argumentaire de présentation du projet de création d'entreprise
- ✓ Réaliser les différentes démarches d'immatriculation de l'entreprise

▪ Public concerné

Tout public ayant un projet de création d'entreprise

▪ Prérequis

Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, navigation internet, tableur)

Aisance dans le **rédactionnel** et le **traitement** de données chiffrées

Disposition d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut-débit.



Programme de la formation



Tester son projet entrepreneurial rapidement



Choisir le statut le plus adapté



Réaliser ses premières démarches de création



Formation

Assistance Digitale pour entreprises

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Fonction d'assistant virtuel : multiples tâches
- ✓ Organiser et structurer son activité et son temps de travail
- ✓ Utiliser l'email sous toutes ses formes
- ✓ Les principales missions de l'assistant(e) virtuel(le)
- ✓ Gérer la gestion administrative du client
- ✓ Participer à la gestion de projet du client
- ✓ Gérer le portefeuille et l'activité du client
- ✓ Création de contenu digital
- ✓ Construire son offre de prestation avec des tarifs pertinents

Durée de la formation	7h
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	• Maîtriser la langue française • Maîtriser les outils bureautiques • Avoir un ordinateur et un smartphone • Être autonome • Être organisée
Pour qui	Toutes personnes en reconversion professionnelle
	Toutes personnes en recherche d'emploi



Programme de la formation



Fonction d'assistant virtuel : multiples tâches

- Qu'est-ce qu'un assistant virtuel ?
- La différence entre secrétaire et assistante virtuelle
- Les tâches de l'assistant virtuel
- Les qualités et compétences requises
- Quel est son rôle ?



Organiser et structurer son activité et son temps de travail

- Comment souhaitez-vous exercer votre activité ?
- Organiser son travail dans un environnement familial
- Le matériel de base
- S'occuper de sa forme physique et intellectuelle



Utiliser l'email sous toutes ses formes

- Le savoir-communiquer par courriel, e-mail ou mail- GMAIL
- Méthodes pour stocker des fichiers et le travail collaboratif - DRIVE
- Méthodes pour la gestion d'un agenda- GOOGLE AGENDA
- L'IA au service de bureautique



Les principales missions de l'assistant(e) virtuel(le)

- Gestion administrative: quelles sont les tâches qui peuvent nous être déléguées
- Gestion commerciale: quelles sont les tâches qui peuvent nous être déléguées
- Gestion comptable: quelles sont les tâches qui peuvent nous être déléguées



Gérer la gestion administrative du client

- Gestion administrative: quelles sont les tâches qui peuvent nous être déléguées
- Gestion commerciale: quelles sont les tâches qui peuvent nous être déléguées
- Gestion comptable: quelles sont les tâches qui peuvent nous être déléguées



Participer à la gestion de projet du client

- Organiser et coordonner des événements ;
- gérer la logistique ;
- chercher des partenaires ou des prestataires ;
- organiser et suivre des concours (rédaction) ;
- animer un réseau commercial.



Gérer le portefeuille et l'activité du client

- Gestion de l'agenda, prise de rdv, mails...
- Ligne téléphonique
- Relance clients
- Mise à jour de données



Création de contenu digital

- Présentation des différence réseaux sociaux
- Présentation des différentes application
- Création d'un contenu
- Rédaction Du post
- Montage vidéo
- Identité visuelle définition



Construire son offre de prestation avec des tarifs pertinents

- Création de sa future offre en déterminant ce que l'assistant virtuel a envie de faire, ce qu'elle aime faire et ses compétences
- Définition du client idéal et définir ses besoins et y répondre
- Comment trouver ses premières collaborations
- Comment mettre en place une collaboration saine



Langues et Insertion Professionnelle



Formation

Linguistique français / Insertion professionnelle

Cette formation a pour but de permettre aux participants d'acquérir les bases de la langue française, de gagner en confiance, et d'améliorer leur expression écrite et orale.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

Acquérir les bases de la langue (orthographe, vocabulaire, etc.)
 Gagner en confiance en soi
 Communiquer plus facilement
 Améliorer son expression écrite (rédaction de courriel, lettres, etc.)
 Adapter son discours (oral ou écrit)

Durée de la formation	35H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Tout public

Programme de la formation

1. Les fondamentaux

- Présentation avec le formateur/trice
- Les homophones
- Les accents, le tréma et la cédille
- Infinitif ou participe passé
- Le présent de l'indicatif
- Accorder un adjectif, les adjectifs de couleur
- Les marques de pluriel pour le nom et les adverbes
- Les adjectifs numéraux et ordinaux



2. Grammaire

- Conjuguer et accorder le verbe
- Le passé récent et le futur proche
- Le passé composé
- Le participe passé et les accords de base
- L'imparfait
- Le plus que parfait
- Le participe passé et les accords difficiles
- Les pronoms compléments (COD, COI)
- Les pronoms relatifs

3. Vocabulaire

- Le vocabulaire de la vie courante
- Les synonymes et les antonymes
- Les paronymes et les homonymes
- Les éponymes, sigles, acronymes et abréviations
- Comprendre une expression
- L'usage des expressions à bon escient

4. Syntaxe (rédaction lettres et/ou mails)

- Rédaction de l'objet et emploi des majuscules et abréviations
- Ponctuation et forme interrogative
- Les fautes à l'oral et quelques conseils
- Conclusion et tests de fin de formation



Relation Client et Service



Formation Customer Care

Cette formation a pour but de former les participants aux meilleures pratiques du Customer Care afin d'améliorer la satisfaction client, gérer efficacement les réclamations, et construire une relation durable de confiance avec les clients.

Objectifs

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre le rôle stratégique du service client dans la fidélisation.
- ✓ Maîtriser les bases de l'excellence relationnelle pour des interactions clients de qualité.
- ✓ Développer des techniques avancées pour gérer les réclamations et les retours clients.
- ✓ Utiliser des outils digitaux (Zendesk, Freshdesk) pour optimiser l'expérience client.
- ✓ Construire une relation de confiance avec les clients pour renforcer leur fidélité.
- ✓ Mesurer et analyser la satisfaction client pour des améliorations continues.
- ✓ Appliquer les concepts à travers des simulations et des études de cas pratiques.

Durée de la formation	20H
Prix	Sur devis
Système d'évaluation	Questionnaire en ligne intégrant des mises en situations
Pré-requis	Aucun
Pour qui	Tout public



Programme de la formation

1. Comprendre le Customer Care

- Définir le rôle du service client dans la fidélisation.
- Les bases de l'excellence relationnelle.

2. Techniques Avancées de Gestion Client

- Gestion des réclamations et traitement des retours clients.
- Outils digitaux pour améliorer l'expérience client (Zendesk, Freshdesk).

3. Fidélisation et Satisfaction Client

- Construire une relation de confiance avec les clients.
- Mesurer et analyser la satisfaction client.

4. Études de Cas et Mises en Pratique

- Simulation de gestion de crise client.
- Élaboration d'un plan de fidélisation.



Contact



+33 7 64 36 16 33



Savoiragence@gmail.com



4 rue du port, 92000 Nanterre
(France)



Merci !