

Mise à jour : 1 10
2023

**Le spécialiste de la formation sur
mesure des dirigeants et futurs
dirigeants d'entreprises**



Qui sommes nous ?

Un cabinet de conseil aux dirigeants et futurs dirigeants qui complète son action de conseil en proposant une offre de formation restreinte et adaptée à ce public :

Formations au management et à la gouvernance d'entreprise

Formations aux techniques de vente et au savoir faire commercial

Un spécialiste à votre service

Jean-François Choblet

Une expérience pluri-sectorielle dans le commerce

Un professionnel de la direction d'entreprise

Un savoir faire pédagogique unique à découvrir...



Nos formations sont conçues et animées par Jean-François Choblet, nous n'employons pas de sous-traitants et n'avons pas recours au portage salarial

Le territoire de connaissances et de compétences du formateur est centré sur l'expertise commerciale et le management ; toute demande relative à d'autres expertises sera refusée

Pour quels résultats ?

Indicateurs de performance (période du 1 10 2022 au 30 09 2023)	Taux de satisfaction (satisfaisant, très satisfaisant, excellent)
Atteinte des objectifs de la formation	100%
Possibilité d'application concrète	100%
Construction pédagogique	100%
Moyens pédagogiques-Documentation-Supports	100%
Animation	100%
Organisation matérielle	100%
Appréciation globale	100%

A qui s'adressent nos formations et dans quelles conditions ?

Uniquement à nos clients chez lesquels une mission de conseil est engagée :

Dans le cadre de la formation continue en entreprise

Dans vos locaux ou dans un site choisi et réservé par vos soins

Nous ne réalisons pas de formations conduisant à une certification professionnelle

Nous ne réalisons pas de formations en alternance

Nous ne réalisons pas de formation en situation de travail (A.F.E.S.T.)



Tout est mis en œuvre pour faciliter la formation du public en situation de handicap ; nous définirons avec vous les outils et moyens nécessaires lors de la construction de la formation.

Notre grille tarifaire

Conditions	Tarif	Commentaires
Formation collective	490 euros HT par jour et par participant	4 participants minimum Tarifs à ajuster en fonction des demandes spécifiques et du volume de participants
Formation individuelle	1890 euros HT par jour	Tarifs à ajuster en fonction des demandes spécifiques et du volume de jours

Découvrez ci-après des exemples de formations disponibles ; faites-nous vos demandes personnalisées, nous ferons le reste !



**NOMBRE DE PARTICIPANTS**

4 à 8 personnes maximum

**PUBLIC CONCERNÉ**

Les managers d'équipe

**DURÉE**

2 jours soit 14h

**PRÉREQUIS**

Pas de prérequis

**OUTILS D'ÉVALUATION**

Mises en situation

**VALIDATION DES ACQUIS**

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et opérationnels

**Objectifs****A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :**

- De définir une stratégie de sourcing recrutement efficace
- De réaliser un 1^{er} rendez-vous de recrutement
- De réaliser un 2^{ème} rendez-vous de recrutement
- De prendre sa décision de recrutement
- De préparer l'intégration du salarié dans l'entreprise

**Méthodes pédagogiques****Illustration par des exercices pratiques :**

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire

**Le programme****Jour 1 : LE SOURCING ET LA SÉLECTION INITIALE**

Identifier les bon canaux de recrutement

Construire une annonce de recrutement à partir du besoin identifié

Réaliser un tri efficace des candidature : tri des CV et pré-sélection téléphonique

Réaliser un premier rendez-vous de recrutement pour définir une short list de candidats en adéquation avec le poste

Jour 2 : LE CHOIX DU CANDIDAT ET SON INTÉGRATION

Réaliser un deuxième rendez-vous d'approfondissement

Construire et animer une mise en situation des candidats

Choisir le bon candidat

Construire un plan d'intégration du candidat retenus

**NOMBRE DE PARTICIPANTS**

4 à 8 personnes maximum

**PUBLIC CONCERNÉ**

Les managers d'équipe

**DURÉE**

2 jours soit 14h

**PRÉREQUIS**

Pas de prérequis

**OUTILS D'ÉVALUATION**

Mises en situation

**VALIDATION DES ACQUIS**

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et opérationnels

**Objectifs****A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :**

Analyser ses déroulés de réunion actuels

Construire un ordre du jour cohérent pour sa réunion d'équipe

Utiliser les techniques d'animation clefs

**Méthodes pédagogiques****Illustration par des exercices pratiques :**

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire

**Le programme****Jour 1 : LE DEROULE**

Comprendre les forces et faiblesses du dispositif actuel

La sélection des sujets à aborder

La construction du fil rouge

La prise en compte des phases d'attention de l'auditoire pour construire le déroulé

Jour 2 : L'ANIMATION

Le positionnement de l'animateur

Comprendre et savoir animer les différents profils dans l'auditoire

Le choix des supports d'animation

Utiliser efficacement la gestuelle et la voix

Savoir animer un atelier de travail



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Les managers d'équipe de vente



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et
opérationnels

Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Préparer un accompagnement vendeur

Accompagner et former efficacement son vendeur en clientèle

Débriefing l'accompagnement et construire un plan de perfectionnement pour le vendeur



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : PREPARATION ET ORGANISATION

Inscrire l'accompagnement dans un plan global de perfectionnement

Préparer les objectifs de l'accompagnement

L'organisation matérielle de l'accompagnement

Jour 2 : LA JOURNÉE D'ACCOMPAGNEMENT

Le positionnement du formateur en clientèle : Interventions, prises de notes...

La cohabitation dans le véhicule du vendeur

La grille d'observation de la journée

L'organisation du débriefing et les techniques de débriefing

Le plan de perfectionnement du vendeur



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Les managers d'équipe



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et
opérationnels

Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Préparer un entretien individuel de management

Animer un entretien individuel de management

Placer le collaborateur dans une dynamique de succès et utiliser l'entretien individuel comme levier de motivation et de gestion des priorités



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : PRÉPARATION

Les objectifs d'un entretien individuel de management

La notion de priorité

Le principe de réalité :
volonté et lucidité

Les objectifs Smart

Construire une trame
pertinente d'entretien
individuel de managementLa définition du contenu en
lien avec les entretiens
précédents

Jour 2 : ANIMATION

La gestion des temps de
paroleL'entretien vu du
collaborateurLes profils d'interlocuteurs
et la façon de les gérerLa gestion du conflit ou du
désaccordLa « contractualisation
morale » des objectifs
définis



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Les managers transverses



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et
opérationnels

Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Développer son leadership en transversal

Communiquer efficacement en transverse

Capitaliser sur les motivations de ses interlocuteurs transverses pour faire avancer ses projets ou demandes



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : LEADERSHIP

La définition du leadership

Le leadership technique

Le leadership affectif

Le leadership moral

Le leadership utile

Les formes de leadership
illustrées par de « grands
leaders »Jour 2 : COMMUNICATION
ET MOTIVATIONLes grandes couleurs de
communicantsAdapter son discours à la
couleur de son
interlocuteurLes éléments de base de la
motivationUtiliser les leviers de
motivation pour obtenir



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants et managers d'équipe



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et opérationnels



Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Planifier son activité de manière efficace

Gérer et structurer les informations nécessaires à son activité

Prioriser son action quotidienne



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : L'INFORMATION

Ou chercher l'information

Trop d'information « tue l'information »

L'information instantanée et le recul nécessaire

Les outils de gestion de l'information

Jour 2 : L'AGENDA ET LES PRIORITES

Organiser sa disponibilité et son indisponibilité

Le temps de la réflexion

Le temps pour soi et les récupérations

L'agenda, votre outil exclusif !

Le temps et la recherche de productivité

La gestion de vos priorités : urgent/important



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Salariés en home office ou en télétravail



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et opérationnels



Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Organiser son activité à domicile

Obtenir un niveau de productivité élevé et une production de qualité

Préserver sa sphère privée



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : ORGANISATION

Les horaires

Les équipements et outils nécessaires

Les risques (T.M.S. et psychologiques)

La création d'un espace privatif et son acceptation par l'environnement privé

Jour 2 : LA RECHERCHE D'EFFICIENCE

Les bénéfices et limites du télétravail

Le lien avec la dynamique collective de l'entreprise

La recherche de productivité et sa mesure

Les rituels et les règles du jeu





NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Les commerciaux



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et opérationnels



Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

- Préparer son rendez-vous client/prospect
- Découvrir les besoins et les projets de son client/prospect
- Présenter des arguments pertinents
- Conclure la vente en utilisant les techniques de conclusion



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : DECOUVERTE

Préparer le rendez-vous client en se fixant des objectifs smart

Travail sur la découverte des besoins

Maîtrise du message d'introduction pour diriger l'entretien

Les techniques de questionnement : savoir approfondir

Jour 2 : ARGUMENTATION

Travail sur l'argumentation et la conclusion

Structurer les arguments en Caractéristiques / Usages / Bénéfices

Traiter les objections clients

Utiliser les techniques de conclusion



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Les commerciaux



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et
opérationnels

Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Développer une vision globale de son client ou prospect (sa stratégie, son organisation,...) en comprenant son business model global

Maîtriser les outils nécessaires à une découverte complète et pertinente de son client ou prospect



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : LE CLIENT

Sa stratégie et ses projets

Son organisation

Ses fournisseurs

Ses clients

Ses concurrents

Son profil

Jour 2 : LES OUTILS

Les pistes de recherche et d'investigation

Le message d'introduction

Les techniques de questionnement

Les besoins émotionnels et la méthode pour les faire émerger

Le Soncas



NOMBRE DE PARTICIPANTS

4 à 8 personnes maximum



PUBLIC CONCERNÉ

Les commerciaux



DURÉE

2 jours soit 14h



PRÉREQUIS

Pas de prérequis



OUTILS D'ÉVALUATION

Mises en situation



VALIDATION DES ACQUIS

Attestation de formation remise à la demande à l'issue de la formation

Les 

Echange d'expériences

Exercices concrets et opérationnels



Objectifs

A l'issue de la formation, le stagiaire doit-être capable de :

Présenter un argumentaire efficace tourné vers la valorisation émotionnelle de l'offre

Traiter les objections clefs

Conclure la vente



Méthodes pédagogiques

Illustration par des exercices pratiques :

Utilisation d'outils d'aide à la vente, études de cas et mises en situation.

Fiches « bons réflexes » (aide-mémoires) remises à l'issue de la formation en fonction de la demande de l'employeur

Accès à des ressources de veille métier si nécessaire



Le programme

Jour 1 : ARGUMENTAIRE

Choisir les arguments pertinents : la technique « Hiroshima »

Comprendre et maîtriser la structure de l'argumentaire : Caractéristique, Usage, Bénéfice

Présenter les argumentaires en lien avec les besoins détectés

Jour 2 : CONCLUSION

Comprendre et traiter efficacement les objections : les méthodes et les éléments de langage

Focus sur l'objection prix

Utiliser les techniques de conclusion

Maîtriser les « accélérateurs » de prise de décision du client