

Catalogue de formation 2021



*1 Rue de la Trinquette, 17000 La Rochelle
09.72.60.55.31*

*SCOP SAS à capital variable, SIRET 824 609 788 00024,
RCS La Rochelle 824 609 788, APE : 8299Z,
Organisme de formation n° : 75170221317, Datadock*

Nos entrepreneurs formateurs à votre service...



Caroline CHEBASSIER

Structure : The Smart Fox

Domaines d'expertise : Management, Animation d'équipe, Développement des compétences comportementales (soft skills), Gestion de projet agile



Christophe HULIN

Structure : Christophe HULIN

Domaines d'expertise : Accompagnement et développement commercial



CHRISTOPHE HULIN

Intervenant & Management
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

06 47 45 14 90



Annie KERMAREC

Structure : DIANOVE CONSEIL

Domaines d'expertise : Développement commercial, Entrepreneuriat, Innovation





ÉVOLUÉSSENS CONSEIL

Sylvette REYNES

Structure : ÉVOLUÉSSENS CONSEIL

Domaine d'expertise : Management



Jean-Philippe SAMIER

Structure : Toumaï Consulting

Domaine d'expertise : Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), Bilan Carbone, Economie circulaire



Julien VAN DORPE

Structure : Julien VAN DORPE

Domaine d'expertise : Ingénierie pédagogique, Développement personnel et professionnel, Métiers du Paysage



Fabrice CAINI

Structure : SCAN datamining

Domaines d'expertise : Data analyst / Data designer

SCAN
datamining

Notre Offre de Formation

Management

Métiers du
paysage

Entreprenariat

Développement
personnel

coapi

Développement
commercial

RSE

WEB

Prépa CQP
Industrie
Chimique

Pour toute autre demande de formation, n'hésitez pas à nous contacter, nous vous proposerons un programme et un devis personnalisé.



Nos engagements

1. Des experts au service de vos apprentissages
2. Une étude attentive de vos besoins
3. Des prestations de formation sur mesure
4. Des supports et des méthodes variés de formation



Nous veillons à ce que nos salles de formation soient accessibles aux personnes à mobilité réduite, pour toute question contactez le formateur en charge de la prestation de formation souhaitée.

Toutes nos prestations de formation peuvent être proposées aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation.

SOMMAIRE

MANAGEMENT

- Mana1 – Gérer un projet avec agilité (initiation à la méthode SCRUM)
- Mana2 – Management commercial
- Mana3 – Gestion du temps et organisation de travail
- Mana4 – Manager au quotidien
- Mana5 – Manager l'activité
- Mana6 – Management de direction

ENTREPRENARIAT

- E1 - Cartographier son modèle Economique
- E2 - Faire évoluer son modèle Economique
- E3 - Elaborer sa proposition de valeur
- E4 - Valider son idée ou un concept de business
- E5 - Gérer un projet avec agilité (initiation à la méthode SCRUM)

DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

- DC1 - Mener des actions de prospection directe
- DC2 - Mener des actions d'Inbound Marketing
- DC3 - Mener un entretien de vente efficace
- DC4 – Développez votre expérience clients
- DC5 - Stratégie commerciale multicanal
- DC6 – Négociation commerciale grands comptes

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- Dvp1 – Arrêt sur Image

METIERS DU PAYSAGE

- Mp1 – Reconnaissance et taille des arbres et arbustes

SOMMAIRE

WEB

- WEB1 - Administration du site DataGone
- WEB2 –Création de dataviz

Préparation CQP Industrie chimique

- IC1 - Préparation au CQP conducteur d'équipement de fabrication des industries chimiques

RSE

Management

Mana1 – Gérer un projet avec agilité (initiation à la méthode SCRUM)

Mana2 – Management commercial

Mana3 – Gestion du temps et organisation de travail

Mana4 – Manager au quotidien

Mana5 – Manager l'activité

Mana6 – Management de direction

Gérer un projet avec agilité (Initiation à la méthode SCRUM)		
<p>Prérequis Avoir des notions de gestion de projet traditionnelle</p>	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Différencier une gestion de projet classique et une gestion en mode agile - Adopter une posture agile - Lancer et gérer un projet en mode agile - Appliquer la méthode SCRUM en respectant les étapes de ses rituels 	<p>Contenu</p> <p>1. Les principes de l'agilité en entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition et origines des méthodes agiles • Pourquoi être agile ? • Comment être agile ? <p>2. Comparaison des méthodes projet classiques avec les méthodes agiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les principes et étapes d'une gestion de projet classique • Avantages / inconvénients de la gestion classique ou agile • Les outils de la gestion de projet <p>3. Les principales méthodes agiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour d'horizon des méthodes agiles • Focus sur SCRUM : les 3 piliers de la méthode la plus populaire <p>4. Les rôles, événements, étapes et indicateurs de la méthode SCRUM</p>
<p>Durée de la formation 3 jours</p>		
<p>Modalités d'inscription Contacter le formateur</p> <p>12 places proposées par session Session ouverte à partir de 4 participants</p> <p>Et délais d'accès Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</p>		
<p>Type de formation Interentreprise (Intra-entreprise sur demande)</p>		
<p>Lieu de la formation Contacter le formateur</p>		
<p>Dates de session Contacter le formateur</p>	<p>Méthode</p> <p>Moyens et outils mobilisés :</p> <ul style="list-style-type: none"> Présentiel • Pédagogie active et participative • Workshop d'écriture des Users Stories • Mise en situation d'une gestion de projet avec Scrum : jeu de rôles, simulation d'un Sprint avec des livrables à réaliser 	<p>Modalités d'évaluation</p> <p>Exercices de mise en situation pendant le stage QCM en fin de stage</p>
<p>Certifiante non</p>		
<p>Prix 1770 Euros HT</p>		
<p>Formateur référent :</p>		

Prénom et Nom du formateur : Caroline CHEBASSIER

Domaine de spécialité : Management, gestion de projet tertiaire et communication, diplômée du CELSA, 20 ans d'expérience en communication et management (cadre SNCF pendant 15 ans)

Coordonnées :

Tel : 06 23 91 21 11

Mail : cchebassier@coapi.fr

Site internet : thesmartfox.fr

Management commercial

<p>Prérequis</p> <ul style="list-style-type: none"> -Développer son mode de management -Découvrir les nouvelles tendances du management -Intégrer de nouvelles approches et le changement actuel dans son équipe 	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perfectionner ses compétences managériales d'équipes commerciales terrain - Développer des outils de gestion des équipes commerciales - Animer une équipe commerciale force de vente - Développer sa communication managériale et sa position managériale 	<p>Contenu sous 5 jours modulable</p> <p>Jour 1 : Manager coach et leader Les différences entre un manager et un leader Les styles de management et de leadership Quel est votre style de management ?</p> <ul style="list-style-type: none"> o Auto-diagnostic o Swot personnel - Approche empirique - Coaching et management commercial <p>Développer une posture de manager coach et donner du sens</p> <p>Transmission des approches managériales et travail sous forme d'ateliers de travail</p> <p>Jour 2 : Développer et piloter son équipe commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> -Retour d'expériences -Transmettre et s'approprier des outils de pilotage commercial -Permettre l'acquisition d'outils de management et de communication -Favoriser les choix de la bonne posture de manager -Co-construire un plan d'actions managériales opérationnel -Mise en application sous forme de cas pratiques et concrets -Piloter son activité : développer des outils de gestion adaptés <p>Jour 3 : Développer les leviers d'amélioration de gestion des équipes commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Retour d'expériences -Piloter les actions commerciales -Définir les indicateurs clés du tableau de bord -Comment bien communiquer avec ses équipes -Mener un entretien de motivation / de recadrage
<p>Durée de la formation De 2 à 5 jours modulables sur 1 à 4 mois</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Connaissance des différents modes de management émergents -Nouvelles pistes pour faire évoluer son style de management -Capacités à motiver les salariés avec leurs attentes d'aujourd'hui 	
<p>Modalités d'inscription Contactez le formateur</p> <p>Et délais d'accès Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</p>	<p>Développer l'approche expériences clients avec ses équipes</p> <p>Mieux gérer son équipe commerciale et leur donner du sens</p> <ul style="list-style-type: none"> -Développer des leviers d'amélioration de gestion d'équipes commerciales - Tactique commerciale - Mise en place d'outils de suivis - Pilotage des performances et tableaux de bord 	
<p>Type de formation Interentreprise Intraentreprise 2 formats possibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Développer des outils de communication internes et permettre l'acquisition d'outils de management et de communication -Définir un plan d'actions commerciales adaptée aux équipes 	

	<ul style="list-style-type: none"> -Aider à prendre du recul sur sa gestion d'équipe, son style de management -Comprendre les nouvelles tendances du management -Donner du sens à son management & piloter son activité 	<ul style="list-style-type: none"> -Définir les clés de la motivation des équipes – partage des bonnes pratiques Mise en application sous forme de cas pratiques et concrets Jour 4 : Développer l'expérience client avec ses équipes -Retour d'expériences -Approche collaborative des clients en GS -Créer des persona -Identifier le parcours de clients -Identifier les interactions -Développer une position d'expert, veille informationnelle et concurrentielle -Mise en application sous forme de cas pratiques et concrets Jour 5 : 1 journée personnalisée Le plan d'actions commerciales des collaborateurs(trices) -Retour d'expériences -Développer un plan d'actions commerciales pour ses collaborateurs L'aspect légal du management : -Contrats de travail, CDI, CDD, EAD, gestion des congés -Les droits légaux des salariés -Systèmes d'informations La posture de manager dans son périmètre hiérarchique -Prise de hauteur managériale -Gestion de la confidentialité des informations -Réflexion sur la position de manager au sein de son entreprise Chaque individu quitte la formation avec un plan d'actions précis et opérationnel
<p>Lieu de la formation Contacter le formateur La Rochelle ou sur site du client</p>	<p>Méthode</p> <ul style="list-style-type: none"> -Définir la thématique et le sens en collaboration avec la direction -Intégrer le contexte en 2020 et la vision 2021. -Collecter et intégrer les ressources théoriques, intellectuelles, de recherches afin de définir un socle 	<p>Modalités d'évaluation</p> <p>Critères de réussite – quels acquis à atteindre pour les participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprendre le nouveau concept d'expériences Implémenter ces acquis dans son entreprise
<p>Dates de session Contacter le formateur</p>		
<p>Certifiante non</p>	<p>de connaissances et de compétences.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Créer un module adapté théorique et pragmatique 	<p>Rédiger un plan d'actions commerciales opérationnel</p>

Prix

De 1500 Euros HT
(session 2 jours)
à
3000 Euros HT (session
de 5 jours)

-Identifier lors des premières minutes les problématiques et attentes de chacun des individus afin d'adapter les échanges et développer ainsi les partages.

-Animer les 2 à 5 journées basées sur des modèles, connaissances théoriques et professionnelles afin que chaque individu puisse être confronté à ses problématiques professionnelles individuelles et l'accompagner sur la mise en place de solutions pragmatiques et opérationnelles

-Développer des ateliers collectifs et individuels basés sur des cas réels liés aux structures des individus.

-Interagir en direct avec chacun sur une base d'outils développés lors des ateliers durant le module et que chaque individu puisse enrichir les réflexions individuelles des autres lors de restitutions des productions réalisées lors des ateliers

-Chaque individu quitte le séminaire/module avec une liste d'actions précises et opérationnelles.

**Modèle hybride possible
(présentiel et distanciel)**

Participation lors des ateliers et suivi des actions décidées et qualité des implémentations

Rendus écrits et oraux des ateliers collectifs et individuels

Formateur référent :

Prénom et Nom du formateur : Christophe HULIN

Domaine de spécialité : Master Sciences de gestion - Direction commerciale et d'entreprise- 22 ans d'expériences de direction commerciale et négociation grands comptes dans des groupes internationaux : Nintendo, SFR, Electronic Arts, Avery, Bongrain
- 5 ans d'accompagnement, de formation, de transmission et de partage en management commercial et développement
- 175 salariés accompagnés et formés sur plus de 120 entreprises
- 2200 étudiants formés au management commercial, marketing en Université, École de commerce (Audencia Nantes)

10 missions d'accompagnement commercial personnalisé, stratégie, développement, (entreprises, associations)

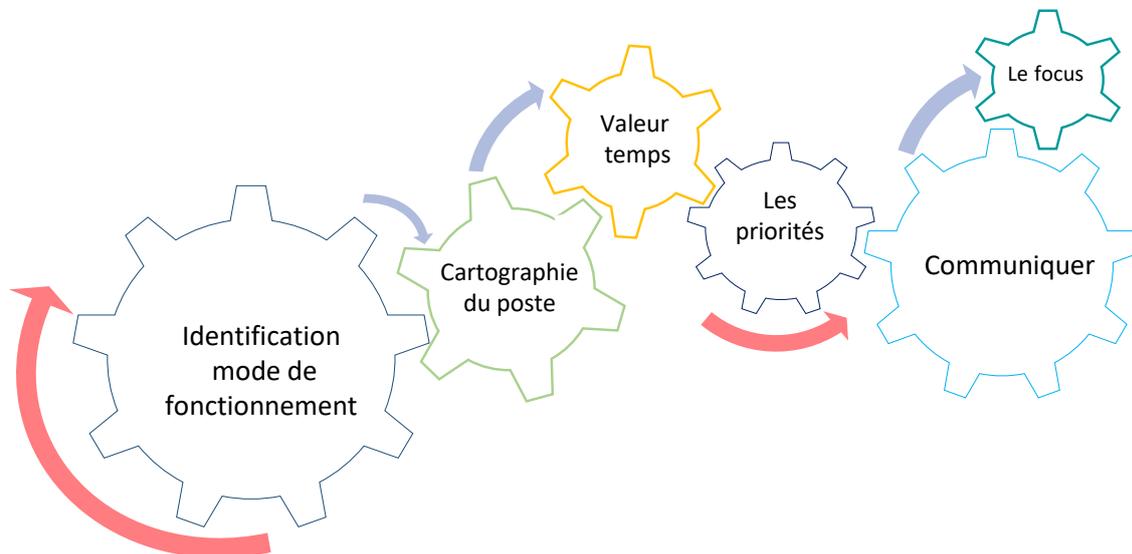
Coordonnées : 1, rue de la trinquette 17000 La Rochelle

Tel : 06.47.45.14.90

Mail : chulin@coapi.fr

Site internet : www.christophehulin.com

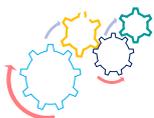
GESTION DU TEMPS & ORGANISATION DU TRAVAIL



- Objectifs**
- ▶ Comprendre son mode de fonctionnement
 - ▶ Appréhender les outils d'organisation
 - ▶ Cadrer les missions de son poste
 - ▶ Estimer la valeur temps
 - ▶ Communiquer pour collaborer efficacement

Contenu

- ▶ Etat des lieux
- ▶ Se réappropriier les missions de son poste et son périmètre
- ▶ Comprendre son mode de fonctionnement
- ▶ Dissocier les tâches
- ▶ Identifier les priorités
- ▶ Appréhender la valeur temps
- ▶ Concevoir sa planification court, moyen et long terme
- ▶ Identifier les différents degrés de pression et les gérer
- ▶ Choisir ses outils et son mode de communication
- ▶ Savoir dire non
- ▶ Travailler en mode focus



Modalité d'évaluation

- ▶ Auto évaluation en fin de chaque séquence
- ▶ Exercice d'ancrage des acquisitions
- ▶ Auto évaluation de fin de formation

Méthode

- ▶ Support de formation
- ▶ Exercices pratiques
- ▶ Détecter ses axes d'amélioration
- ▶ Définition de son plan d'action

Domaine : Management

Code formation Mana3

GESTION DU TEMPS & ORGANISATION DU TRAVAIL

Prérequis/Profils stagiaires ▶ Poste administratif et ou production
▶ Volonté de prendre du recul
▶ Volonté de faire progresser son organisation
▶ Intégrer dans sa pratique de nouveaux outils
▶ Implication

Durée de la formation ▶ 3 1/2 journées sur 1 à 3 mois

Type de formation ▶ Individuelle / Collectif (3 à 5 stagiaires)
▶ Intra entreprise. Inter entreprise

Modalité d'inscription ▶ Contacter le formateur

Délais d'accès ▶ Réponse sous 7 jours

Site de formation ▶ En entreprise ou à l'extérieur
contacter le formateur

Date de session ▶ Contacter le formateur

Certifiante ▶ Non certifiante

Tarif ▶ Devis sur demande

Formateur ▶ Sylvette Reynès ÉVOLUÉSSENS CONSEIL
Domaine de spécialité
Management industriel
Management de production et administratif
Tel 06 28 25 22 93 evoluesens@gmail.com
Site internet www.evoluesens.fr
Membre de COAPI

MANAGER AU QUOTIDIEN



- Objectifs**
- ▶ Acquérir ou se réapproprier les outils clés du management
 - ▶ Clarifier et affirmer sa posture de manager
 - ▶ Equilibrer son savoir-faire et son savoir-être
 - ▶ Identifier les bonnes pratiques managériales
 - ▶ SWOT personnel de sa pratique du management
 - ▶ Réaliser son plan d'action pour concevoir son mode de management

- Contenu**
- ▶ COMMUNIQUER jour 1
Clarifier son message et atteindre l'objectif attendu auprès des équipes
Identifier les moments propice pour communiquer
Donner du sens et fédérer ses collaborateurs
 - ▶ LE FEEDBACK jour 1
Faire des retours spontanés et efficaces à ses collaborateurs
Cercle vertueux d'une communication (réciprocité)
 - ▶ ENCADRER SON ÉQUIPE jour 2
Instaurer une collaboration vertueuse
Veiller à la bonne réalisation des missions des collaborateurs
Favoriser la réussite de ses collaborateurs et l'atteinte des objectifs
 - ▶ SWOT de l'encadrement en place jour 2
Identifier les axes d'amélioration. Posture proactive
Prises de décision : privilégier le conseil pour développer l'autonomie
Incarner les valeurs de l'entreprise



Modalité d'évaluation

- ▶ Auto évaluation en fin de chaque séquence
- ▶ Exercice d'ancrage des acquisitions
- ▶ Auto évaluation de fin de formation

Méthode

- ▶ Fiches méthodologie
- ▶ Exercices pratiques
- ▶ Détecter ses axes d'amélioration
- ▶ Mise en situation
- ▶ Définition de son plan d'action

Domaine : Management

Code formation Mana4

MANAGER AU QUOTIDIEN

Prérequis/Profils stagiaires ▶ Être en responsabilité managériale junior/senior
▶ Développer ses compétences en management
▶ Intégrer dans sa pratique de nouveaux outils
▶ Implication

Durée de la formation ▶ 4 1/2 journées sur 1 à 3 mois

Type de formation ▶ Collectif (5 à 10 stagiaires)
▶ Intra entreprise. Inter entreprise

Modalité d'inscription ▶ Contacter le formateur

Délais d'accès ▶ Réponse sous 7 jours

Site de formation ▶ En entreprise ou à l'extérieur
contacter le formateur

Date de session ▶ Contacter le formateur

Certifiante ▶ Non certifiante

Tarif ▶ Devis sur demande

Formateur ▶ Sylvette Reynès ÉVOLUÉSSENS CONSEIL
Domaine de spécialité
Management industriel
Management de production et administratif
Tel 06 28 25 22 93 evoluesens@gmail.com
Site internet www.evoluesens.fr
Membre de COAPI



- Objectifs**
- ▶ Identifier les leviers de l'animation d'équipe
 - ▶ Cadrer les réunions et les entretiens du manager
 - ▶ Clarifier sa posture de manager
 - ▶ Equilibrer son savoir-faire et son savoir-être
 - ▶ Identifier les bonnes pratiques managériales
 - ▶ SWOT personnel de sa pratique du management

- Contenu**
- ▶ ANIMER DES RÉUNIONS DYNAMIQUES ET PRODUCTIVES jour 1
Réunion de suivi individuelle, réunion de production d'équipe, revue des objectifs et autres
SEMINAIRE: Raison d'être, les enjeux, le contenu, l'animation
 - ▶ LES ENTRETIENS DU MANAGER jour 1
Entretien annuel. Accueil d'un nouveau collaborateur. Cadrage de problématique. Recadrage
 - ▶ SAVOIR ÊTRE Jour 2
Privilégier/Développer le facteur humain dans les relations et actions quotidiennes
 - ▶ ORGANISER jour 2
SWOT de l'organisation en place. Identifier les axes d'amélioration.
Faire évoluer l'organisation : communiquer les enjeux et établir un plan d'action collaboratif
Accompagner et objectiver les évolutions
 - ▶ Améliorer sa communication jour 2
Clarifier son message et atteindre l'objectif attendu auprès des équipes



Modalité d'évaluation

- ▶ Auto évaluation en fin de chaque séquence
- ▶ Exercice d'ancrage des acquisitions
- ▶ Auto évaluation de fin de formation

Méthode

- ▶ Fiches méthodologie
- ▶ Exercices pratiques
- ▶ Détecter ses axes d'amélioration
- ▶ Mise en situation
- ▶ Définition de son plan d'action

Prérequis/Profils stagiaires ▶ Être en responsabilité managériale junior/senior
▶ Développer ses compétences en management
▶ Intégrer dans sa pratique de nouveaux outils
▶ Implication

Durée de la formation ▶ 4 1/2 journées sur 1 à 3 mois

Type de formation ▶ Collectif (5 à 10 stagiaires)
▶ Intra entreprise. Inter entreprise

Modalité d'inscription ▶ Contacter le formateur

Délais d'accès ▶ Réponse sous 7 jours

Site de formation ▶ En entreprise ou à l'extérieur
contacter le formateur

Date de session ▶ Contacter le formateur

Certifiante ▶ Non certifiante

Tarif ▶ Devis sur demande

Formateur ▶ Sylvette Reynès ÉVOLUÉSSENS CONSEIL
Domaine de spécialité
Management industriel
Management de production et administratif
Tel 06 28 25 22 93 evoluesens@gmail.com
Site internet www.evoluesens.fr
Membre de COAPI

Domaine : Management

Code formation Mana6



COMMUNIQUER

ENCADRER

MANAGEMENT DU QUOTIDIEN



ANIMER

ORGANISER

MANAGEMENT DE L'ACTIVITÉ



ACCOMPAGNER

PILOTER

MANAGEMENT DE LA PERFORMANCE

MANAGEMENT DE DIRECTION

- Objectifs**
- ▶ Appréhender les différentes composantes du management
 - ▶ Acquérir ou se réapproprier les outils clés du management
 - ▶ Clarifier et affirmer sa posture de manager
 - ▶ Equilibrer son savoir-faire et son savoir-être
 - ▶ Identifier les bonnes pratiques managériales
 - ▶ SWOT personnel de sa pratique du management
 - ▶ Réaliser son plan d'action pour concevoir son mode de management

- Contenu**
- ▶ COMMUNIQUER jour 1
Clarifier son message et atteindre l'objectif attendu auprès des équipes
Identifier les moments propices pour communiquer
Donner du sens et fédérer ses collaborateurs



- ▶ ENCADRER SON ÉQUIPE jour 2
Instaurer une collaboration vertueuse
Veiller à la bonne réalisation des missions des collaborateurs
Favoriser la réussite de ses collaborateurs et l'atteinte des objectifs



- ▶ ANIMER DES RÉUNIONS DYNAMIQUES ET PRODUCTIVES jour 1
Réunion de suivi individuelle, réunion de production d'équipe, revue des objectifs et autres
Séminaire: Raison d'être, les enjeux, le contenu, l'animation
- ▶ ORGANISER jour 2
SWOT de l'organisation en place. Identifier les axes d'amélioration.
Faire évoluer l'organisation : communiquer les enjeux et établir un plan d'action collaboratif
Accompagner et objectiver les évolutions



- ▶ ACCOMPAGNER jour 5
Assurer la montée en compétence de ses collaborateurs (autonomie, transmission savoir-faire)
- ▶ PILOTER jour 6
Déployer dans ses actions quotidiennes les valeurs et la stratégie de l'entreprise: RH. Performance. Développement.

Modalité d'évaluation

- ▶ Auto évaluation en fin de chaque module
- ▶ Exercice d'ancrage des acquisitions
- ▶ Auto évaluation de fin de formation

Méthode

- ▶ Fiches méthodologie
- ▶ Exercices pratiques
- ▶ Détecter ses axes d'amélioration
- ▶ Mise en situation
- ▶ Définition de son plan d'action

Domaine : Management

Code formation Mana6



COMMUNIQUER

ENCADRER

MANAGEMENT DU QUOTIDIEN



ANIMER

ORGANISER

MANAGEMENT DE L'ACTIVITÉ



ACCOMPAGNER

PILOTER

MANAGEMENT DE LA PERFORMANCE

Prérequis/Profils stagiaires ▶ Être en responsabilité managériale confirmé/senior
▶ Développer ses compétences en management
▶ Intégrer dans sa pratique de nouveaux outils
▶ Implication

Durée de la formation ▶ 6 journées sur 1 à 6 mois

Type de formation ▶ Collectif (5 à 10 stagiaires)
▶ Intra entreprise. Inter entreprise

Modalité d'inscription ▶ Contacter le formateur

Délais d'accès ▶ Réponse sous 7 jours

Site de formation ▶ En entreprise ou à l'extérieur
contacter le formateur

Date de session ▶ Contacter le formateur

Certifiante ▶ Non certifiante

Tarif ▶ Devis sur demande

Formateur ▶ Sylvette Reynès ÉVOLUÉSSENS CONSEIL
Domaine de spécialité
Management industriel
Management de production et administratif
Tel 06 28 25 22 93 evoluesens@gmail.com
Site internet www.evoluesens.fr
Membre de COAPI

Entreprenariat

E1 - Cartographier son modèle Economique

E2 - Faire évoluer son modèle Economique

E3 - Elaborer sa proposition de valeur

E4 - Valider son idée ou un concept de business

E5 - Gérer un projet avec agilité (initiation à la méthode SCRUM)



CARTOGRAPHIER SON MODELE ECONOMIQUE

Au programme de cet atelier, vous allez découvrir comment cartographier et tester votre modèle économique, et comprendre son lien avec la stratégie d'entreprise. Vous découvrirez comment tester votre modèle économique lorsque vous êtes porteur de projet.

Le Business Model Canvas (BMC), mis au point par Alexander Osterwalder, est un outil indispensable pour créer le business model de son entreprise. Cette technique prend la forme d'un tableau avec 9 cases, que l'on doit remplir pour obtenir une vision globale du business model de son entreprise. Il est principalement utilisé par les entrepreneurs au moment de la création de leur entreprise, car il permet de mettre au point rapidement et facilement son business model et de vérifier que son concept d'entreprise soit bien cohérent avant de se lancer. L'utiliser vous évitera de prendre dès le départ la mauvaise route !

PUBLIC CIBLE

Porteurs de projets, entrepreneurs, managers, chefs de projets, designers, consultants. La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Découvrir un langage commun pour cartographier son modèle économique
- Différencier le modèle d'affaires du Business Plan
- Travailler en mode collaboratif

NOMBRE DE STAGIAIRES

8 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 50 % - Ateliers participatifs 50 %
 Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
 Boîte à outils - Application immédiate
 Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
 Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter-entreprise
 En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE : Non

DUREE SESSION : 3 heures

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS

Sans pré-requis

COÛT DE LA SESSION

100€ HT /participant

FINANCEMENT

Prise en charge possible par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

DELAI D'ACCES :

Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session

COAPI

Siret : 82460978800024
 APE : 8299Z
 Déclaration d'activité enregistrée sous le n° : 75170221317
 www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Atelier de 3 heures

- Définition du modèle économique
- Différence avec le business plan
- Cartographier son modèle économique avec le Business Model Canvas
- Illustration par des exemples

Mise en situation

- Etudes de cas en groupe pour mise en application de la cartographie

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 50% d'apports théoriques et 50 % d'exercices pratiques.

Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience.

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation par le formateur en workshop et validé par un quiz.

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Feuille d'émargement par demi-journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

CRITERES DE REUSSITE

- Cartographie d'un modèle BtoC ou BtoB
- Quiz : taux de réponses positives > 70%

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation /
Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, facilitatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com



FAIRE EVOLUER UN MODELE ECONOMIQUE

Au programme de ces deux jours, vous allez mener une réflexion sur le modèle économique, découvrir comment le cartographier et le diagnostiquer, son lien avec la stratégie d'entreprise et chercher à en anticiper les évolutions possibles pour mieux s'adapter au monde de demain grâce à une méthodologie éprouvée et des outils innovants.

BUSINESS DESIGN

Dans ce monde incertain et imprévisible, il est important de relever les défis liés aux profondes mutations actuelles et de mieux en exploiter les opportunités. La digitalisation de l'économie, la disruption des modèles économiques, les nouveaux modes de consommation, les nouvelles attentes des utilisateurs vous obligent à vous réinventer.

Notre approche par le business design permet de découvrir et d'utiliser des nouveaux outils mixant stratégie et design thinking dans un cadre participatif favorisant l'intelligence collective.

Vous vivrez une expérience inspirante, intense et ludique qui vous permettra de vous challenger avec vos pairs sur les opportunités, menaces, et perspectives liés aux nouvelles règles de l'économie.

PUBLIC CIBLE

Entrepreneurs, managers, designers, porteurs de projets, consultants, conseillers...

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre et générer un modèle économique dans un langage simple et facilement accessible par tous avec le Business Model Canvas
- Diagnostiquer le modèle économique : les questions à se poser
- Comprendre le marché et ses évolutions
- Identifier des pistes d'amélioration ou d'innovation
- Elaborer une proposition de valeur différenciante
- S'approprier une démarche collaborative de co-construction et d'open innovation

NOMBRE DE STAGIAIRES

Entre 6 à 8 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 30 % - Ateliers participatifs 70 %
Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
Boîte à outils - Application immédiate
Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter ou intra- entreprise
En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE : Non

DUREE SESSION :

- 2 jours

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS : Non

COÛT DE LA SESSION

Inter : 200€HT /j /participant
Intra sur mesure : A partir de 420€ HT/j/participant

FINANCEMENT

Prise en charge possible par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

DELAI D'ACCES :

Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session

COAPI

Siret : 82460978800024
APE : 8299Z
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° : 75170221317
www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 – Diagnostiquer son modèle économique

1- Cartographie et remise en question

- Les clés du « Business Model Canvas »
- Les différents types de modèles économiques
- Se poser les bonnes questions dans le cadre d'un diagnostic de modèle économique

Mise en action sur cas fil rouge :

- Challenge Formalisation et diagnostic du modèle économique

2- Etudier les évolutions du marché autour de l'entreprise sur le cas fil rouge

- Etudier son environnement de marché avec de nouveaux outils
- Elaborer la courbe de valeur de ses concurrents
- Elaborer et présenter son diagnostic avec le SWOT

Mise en action :

- Swot du projet fil rouge
- Définir des pistes d'amélioration par l'intelligence collective

Jour 2 – Faire évoluer le modèle économique du cas fil rouge

- Découverte des outils du Value Proposition Design

Mise en action :

- Elaboration d'une proposition de valeur différenciante
- Les outils pour tester le nouveau modèle économique

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 30% d'apports théoriques et 70 % d'exercices pratiques. Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, approche ludique du diagnostic avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience. Support PPTX de la formation fourni + boîte à outils

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation des critères de réussite par le formateur en workshop

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Suivi post formation à 6 mois

Feuille d'émargement par journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation /
Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, facilitatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com

CRITERES DE REUSSITE

- Quiz : bonnes réponses > 70%
- Evolution pertinente et argumentée du modèle économique de l'étude de cas pendant les ateliers permettant de juger de l'appropriation de la méthode



ELABORER SA PROPOSITION DE VALEUR

Savez vous ce que veulent réellement vos clients aujourd'hui ? Leurs désirs & besoins ont peut-être évolués...? Connaissez-vous le positionnement exact de vos concurrents ? Avez-vous été déçus par des résultats commerciaux insatisfaisants malgré vos efforts marketing et les moyens investis dans le lancement de nouveaux produits et services ? Nous vous proposons deux journées inspirantes dont le but est de vous approprier une démarche efficace et méthodique de recherche de création de valeur des produits et services .

CONCEVOIR, TESTER ET VALIDER LES PRODUITS ET SERVICES QUE VEULENT VOS CLIENTS

Notre approche par la proposition de valeur permet de découvrir et d'utiliser des outils visuels et ludiques dans un cadre participatif favorisant l'intelligence collective et empruntant des outils au design thinking et au business design.

De la formalisation d'idées, à la validation terrain, vous apprendrez à structurer une démarche riche ayant fait ses preuves, à partager cette expérience inspirante au sein de vos équipes, à parler un langage commun, à mobiliser vos équipes autour de projets gagnants.

PUBLIC CIBLE

Entrepreneurs, managers, designers, porteurs de projets, consultants, conseillers...

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- S'approprier une démarche efficace et méthodique de recherche de création de valeur des produits et services
- Approfondir le profil du client, étudier le positionnement de ses concurrents
- Elaborer une offre en adéquation avec les attentes, désirs de votre cible
- Découvrir des outils pour tester et valider sa proposition de valeur auprès de sa cible
- S'approprier une démarche collaborative de co-construction, d'open innovation et d'agilité

NOMBRE DE STAGIAIRES

Entre 6 et 8 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 30 % - Ateliers participatifs 70 %
Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
Application immédiate - Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter ou intra- entreprise
En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE : Non

DUREE SESSION :

2 jours (4 ateliers en demi-journée)

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS : Non

COÛT DE LA SESSION

Inter : 200€HT/ j/participant
Intra sur mesure : A partir de 408€ HT/atelier de 3 h

FINANCEMENT

Prise en charge possible par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

DELAI D'ACCES :

Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur

COAPI
session
Siret : 82460978800024

APE : 8299Z

Déclaration d'activité enregistrée sous le n° : 75170221317

www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 – Comprendre ses clients

- Business model : le point de départ
- Profil client/utilisateur : comment le définir
- Proposition de valeur : comment l'élaborer

Mise en action sur cas fil rouge

- Définir le profil des clients avec la carte d'empathie
- Elaborer un persona
- Cartographier le positionnement des concurrents

Partie 2 - Test et validation de la proposition de valeur

- Revue des techniques d'idéation
- Elements de prototypage rapide / MVP
- Tester sa proposition de valeur : outils et mode d'emploi

Mise en action sur cas fil rouge

- Elaborer une proposition de valeur en adéquation avec la cible
- Réaliser un prototypage rapide de la proposition de valeur

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 30% d'apports théoriques et 70 % d'exercices pratiques. Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, approche ludique du diagnostic avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience. Support PPTX de la formation fourni + boîte à outils

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation des critères de réussite par le formateur en workshop

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Suivi post formation à 6 mois

Feuille d'émargement par journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation / Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, facilitatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com

CRITERES DE REUSSITE

- Réaliser une fiche persona
- Réaliser une cartographie de proposition de valeur intégrant le profil client



VALIDER SON IDÉE OU UN CONCEPT DE BUSINESS

Un concept business part souvent d'une ou plusieurs idées qui semblent cohérentes et porteuses de succès. Cependant, un concept de business n'est jamais viable tant qu'il n'a pas été confronté à la réalité du marché dans lequel il est censé performer. Les utilisateurs seront-ils au rendez-vous ? Le produit correspond-il vraiment aux attentes et motivations des consommateurs ciblés ? Ce sont autant d'interrogations qui peuvent amener à des situations particulièrement casse-tête pour les porteurs de projets. Ce programme vous permettra de tester et valider votre idée ou concept en vous confrontant sur le terrain à la réalité du marché.

PUBLIC CIBLE

Porteurs de projets, entrepreneurs, indépendants, chefs de projets, designers, consultants...

La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Valider l'existence d'un problème pour des segments et cibles potentielles au regard d'une idée ou solution
- Identifier et caractériser des solutions concurrentes ou alternatives qui résolvent un problème identifié
- Valider l'adéquation solution / marché avec un prototype rapide
- Analyser l'environnement du marché pour en déduire les opportunités et menaces pour le projet
- Mener une enquête terrain avec différents outils
- Quantifier un marché adressable et prédéfinir une fourchette de prix de vente

NOMBRE DE STAGIAIRES

Entre 6 et 8 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 30 % - Ateliers participatifs 70 %
Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
Boîte à outils - Application immédiate sur votre projet.
Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter ou intra- entreprise
En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE : Non

DUREE SESSION :

3 demi-journées + 3 x 1 heure de coaching adaptées à votre projet + vidéos + support PPTX

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS

Avoir une idée ou un projet d'entreprise

COÛT DE LA SESSION

Inter-entreprises : 1350,00€
HT /participant
Intra sur mesure : à partir de 420€ HT/3h

FINANCEMENT

Prise en charge possible par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

COAPI

Siret : 82460978800024
APE : 8299Z
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° : 75170221317
www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Atelier 1 – Identification de la problématique derrière l'idée ou le concept

- Segmentation & ciblage
- Techniques d'enquêtes

Mise en application sur le projet : Travaux à réaliser par le porteur de projet
Accompagnement à distance 1h avec le porteur de projet + vidéo de soutien

Atelier 2 – Analyse concurrentielle

- Courbes de valeur et tableaux comparatifs de valeur perçue

Mise en application sur le projet : Travaux à réaliser par le porteur de projet
Accompagnement à distance 1h avec le porteur de projet + vidéo de soutien

Atelier 3 – Valeur perçue de la solution

- Enquêtes & Landing page

Mise en application sur le projet : Travaux à réaliser par le porteur de projet
Accompagnement à distance 1h avec le porteur de projet + vidéo de soutien

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 30% d'apports théoriques et 70 % d'exercices pratiques. Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience.

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation des critères de réussite par le formateur en workshop

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Suivi post formation à 6 mois

Feuille d'émargement par journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation /
Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, facilitatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com

CRITERES DE REUSSITE

Remplissage effectif de :

- Grille problème / cible
- Grille d'analyse de la concurrence
- Grille d'analyse de la perception de valeur par la cible

DELAI D'ACCES

: Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session

Gérer un projet avec agilité (Initiation à la méthode SCRUM)		
<p>Prérequis Avoir des notions de gestion de projet traditionnelle</p>	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Différencier une gestion de projet classique et une gestion en mode agile - Adopter une posture agile - Lancer et gérer un projet en mode agile - Appliquer la méthode SCRUM en respectant les étapes de ses rituels 	<p>Contenu</p> <p>1. Les principes de l'agilité en entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition et origines des méthodes agiles • Pourquoi être agile ? • Comment être agile ? <p>2. Comparaison des méthodes projet classiques avec les méthodes agiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les principes et étapes d'une gestion de projet classique • Avantages / inconvénients de la gestion classique ou agile • Les outils de la gestion de projet <p>3. Les principales méthodes agiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour d'horizon des méthodes agiles • Focus sur SCRUM : les 3 piliers de la méthode la plus populaire <p>4. Les rôles, événements, étapes et indicateurs de la méthode SCRUM</p>
<p>Durée de la formation 3 jours</p>		
<p>Modalités d'inscription Contacter le formateur</p> <p>12 places proposées par session Session ouverte à partir de 4 participants</p> <p>Et délais d'accès Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</p>		
<p>Type de formation Interentreprise (Intra-entreprise sur demande)</p>		
<p>Lieu de la formation Contacter le formateur</p>		
<p>Dates de session Contacter le formateur</p>	<p>Méthode</p> <p>Moyens et outils mobilisés :</p> <p>Présentiel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pédagogie active et participative • Workshop d'écriture des Users Stories • Mise en situation d'une gestion de projet avec Scrum : jeu de rôles, simulation d'un Sprint avec des livrables à réaliser 	<p>Modalités d'évaluation</p> <p>Exercices de mise en situation pendant le stage</p> <p>QCM en fin de stage</p>
<p>Certifiante non</p>		
<p>Prix 1770 Euros HT</p>		
<p>Formateur référent :</p>		

Prénom et Nom du formateur : Caroline CHEBASSIER

Domaine de spécialité : Management, gestion de projet tertiaire et communication, diplômée du CELSA, 20 ans d'expérience en communication et management (cadre SNCF pendant 15 ans)

Coordonnées :

Tel : 06 23 91 21 11

Mail : cchebassier@coapi.fr

Site internet : thesmartfox.fr

Développement commercial

DC1 - Mener des actions de prospection directe

DC2 - Mener des actions d'Inbound Marketing

DC3 - Mener un entretien de vente efficace

DC4 – Développez votre expérience clients

DC5 - Stratégie commerciale multicanal

DC6 – Négociation commerciale grands comptes



MENER DES ACTIONS DE PROSPECTION DIRECTE

Mise en action lors de la formation sur vos prospects

Formation action pour non commerciaux

Au programme de cette **formation pour non commerciaux**, vous allez vous approprier une démarche cohérente et méthodique de prospection et vous plonger dans l'action immédiate.

La prospection regroupe l'ensemble des actions qui visent à identifier et contacter de nouveaux clients potentiels ou prospects et à chercher à les transformer en clients réels. Ce programme est disponible sous un format de 2 jours de découverte des fondamentaux avec mise en application immédiate de la prospection sur votre activité. Vous pourrez venir compléter cette formation dans un deuxième temps par deux jours d'approfondissement; Les sessions d'approfondissement portent par exemple sur le social selling, l'entretien de vente en face à face, le travail de la prescription, la vente pour les consultants.

PUBLIC CIBLE

Porteurs de projets, entrepreneurs, indépendants, managers non commerciaux, chefs de projets, designers, consultants...

La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Vous organiser pour mener efficacement votre action de prospection
- Qualifier votre base de prospection
- Apprendre à prendre des rendez-vous de prospection qualifiés
- Détecter ou faire émerger les besoins du prospect

NOMBRE DE STAGIAIRES

Entre 6 et 8 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 30 % - Ateliers participatifs 70 %
 Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
 Boîte à outils - Application immédiate sur vos prospects
 Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
 Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter ou intra- entreprise
 En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE :

Non

DUREE SESSION :

- Découverte : 2 jours (en ateliers par 1/2j))

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS :

Non

COÛT DE LA SESSION

Inter : 250€ H.T./j/participant
 Intra sur mesure : A partir de 420€ H.T par demi-journée

FINANCEMENT

Prise en charge possible par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

DELAI D'ACCES :

Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session

COAPI

Siret : 82460978800024
 APE : 8299Z
 Déclaration d'activité enregistrée sous le n° : 75170221317
 www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Jour - LES FONDAMENTAUX DE LA PROSPECTION

1 - Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

2 - Préparer son action de prospection directe

- Définir ses objectifs et ses cibles
- Constituer son fichier de prospection
- Qualifier son fichier et gérer la relation clientèle

3 – La prospection téléphonique

- Préparer et se renseigner sur ses prospects
- Construire sa phrase d'accroche
- Questions de découverte du prospect et approches anti barrages
- Argumenter l'intérêt du rendez-vous

Jour 2 – MISE EN ACTION DE LA PROSPECTION

4 – Atelier prospection en binôme

- Prospection téléphonique de 5 prospects par stagiaire
- REX de l'autre stagiaire et inversement

5- REX : retours d'expériences des stagiaires et debriefing

6 – La prospection en temps de crise sanitaire

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 30% d'apports théoriques et 70 % d'exercices pratiques. Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience.

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation des critères de réussite par le formateur en workshop

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Suivi post formation à 6 mois

Feuille d'émargement par journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation /
Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, facilitatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com

CRITERES DE REUSSITE

- Qualification de 5 prospects par tel
- Obtention de 1 rendez-vous ou d'un devis



MENER DES ACTIONS D'INBOUND MARKETING

Mise en action lors de la formation de techniques d'inbound marketing

Formation action

Au programme de cette **formation pour non commerciaux**, vous allez vous approprier une démarche cohérente et méthodique d'inbound marketing et vous plonger dans l'action immédiate. Le but est de vous rendre visible grâce à des contenus qualitatifs mis en ligne sur votre blog et sur les réseaux sociaux pour attirer des leads.

Vous découvrirez comment attirer vers vous des leads pour les convertir en clients réels. Ce programme est disponible sous un format de 2 jours de découverte des fondamentaux avec mise en application immédiate des techniques sur votre activité.

PUBLIC CIBLE

Porteurs de projets, entrepreneurs, indépendants, managers non commerciaux, chefs de projets, designers, consultants...

La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les enjeux, les finalités et les limites de l'inbound marketing.
- Construire une stratégie et choisir les bons leviers pour attirer et convertir les clients.
- Déployer sa stratégie.

NOMBRE DE STAGIAIRES

Entre 6 et 8 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 30 % - Ateliers participatifs 70 %
Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
Boîte à outils - Application immédiate sur votre activité
Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter ou intra- entreprise
En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE :

Non

DUREE SESSION :

- 2 jours

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS :

Non

COÛT DE LA SESSION

Inter : 250€ HT/participant
Intra : 420€ HT / atelier de 3h

FINANCEMENT

Prise en charge possible par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

DELAI D'ACCES :

Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session

COAPI

Siret : 82460978800024
APE : 8299Z
Déclaration d'activité enregistrée sous le n° : 75170221317
www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 – Matin - ATTIRER DES LEADS

1 - Définir sa stratégie d'Inbound Marketing

- Attirer, convertir, vendre
- Distinguer inbound et outbound marketing et jouer sur leur complémentarité
- Décrypter le processus de décision de ses prospects et définir ses objectifs
- Décomposer son tunnel de conversion pour choisir les leviers performants
- Déterminer ses indicateurs de performance et objectifs de conversion.
- Identifier les mots clés, sujets et contenus à développer

2 - Attirer des visiteurs sur son site web

- Définir sa ligne éditoriale pour créer du contenu de qualité
- Optimiser son site par le référencement naturel.

Mise en situation : Etat des lieux / adaptation de sa stratégie d'inbound marketing

Jour 2 – TUNNEL DE CONVERSION

3 - Définir les outils de conversion :

- « call-to-action », landing pages, formulaires...

4 – Retenir les clients

- Lead nurturing et marketing automation.
- Lead Scoring : Qualification de vos leads

Mise en situation : définir une stratégie de lead transformation pour travailler tout son tunnel de conversion. Elaborer deux exemples de landing pages.

5- Mesurer et suivre les actions

Mesurer la retombée de ses actions.

Suivre ses actions avec le web analytic

Adapter ses campagnes Inbound pour maximiser son ROI.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 30% d'apports théoriques et 70 % d'exercices pratiques. Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience. Video landing page en support de la formation + support PPTX.

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation des critères de réussite par le formateur en workshop

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Suivi post formation à 6 mois

Feuille d'émargement par journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation / Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, formatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com

www.coapi.fr

www.facebook.com/Coapi

CRITERES DE REUSSITE

- Stratégie d'inbound élaborée avec Objectifs, moyens, liste de mots clés définis et ligne éditoriale, KPI's
- Elaboration de 2 modèles de landing pages





Domaine : Développement commercial

MENER UN ENTRETIEN DE VENTE EFFICACE

Formation adaptée aux non commerciaux

Pour négocier au mieux la vente de ses produits et services afin d'augmenter son chiffre d'affaires et fidéliser ses clients, il est nécessaire de maîtriser parfaitement l'entretien de vente, mais également de bien connaître son profil de négociateur et celui de ses prospects. Pour mieux convaincre et perfectionner vos talents de négociateur, se former et s'entraîner est indispensable.

Au programme de cette journée, vous allez découvrir comment Identifier vos points forts personnels et axes de progression en tant que vendeur, vous entraîner à découvrir le profil de votre interlocuteur, adapter votre argumentaire et construire votre discours commercial, vous entraîner aux techniques de vente et de closing en binômes.

PUBLIC CIBLE

Entrepreneurs, managers, chefs de projets, designers, porteurs de projets, consultants
La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Préparer et mener un entretien de vente
- Valoriser son offre pour défendre ses marges
- Argumenter avec la méthode des 4 colors
- Répondre aux objections du prospect
- Conclure une vente

NOMBRE DE STAGIAIRES

6 stagiaires maximum

LES PLUS

Formation action : bases théoriques 50 % - Ateliers participatifs 50 %
Démarche privilégiant les échanges entre pairs et retours d'expérience
Boîte à outils - Application immédiate
Sollicitation de l'intelligence collective du groupe
Prise en compte des attentes individuelles et collectives

TYPE DE FORMATION :

Inter ou intra- entreprise
En présentiel et/ou à distance

CERTIFIANTE : Non

DUREE SESSION :

1 ou 2 jours (en ateliers par demi-journées)

LIEU DE FORMATION :

La Rochelle (autres lieux consulter la formatrice)

DATES DE SESSION :

Contactez la formatrice

PRE-REQUIS : Non

COÛT DE LA SESSION

Inter : 250€ HT/j/participant
Intra sur mesure : A partir de 420€ HT les 4 heures

FINANCEMENT

Le financement peut être pris en charge par l'employeur ou par un organisme de formation

MODALITES D'INSCRIPTION

Contactez le 06 59 73 85 49

DELAI D'ACCES :

Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur

COAPI

Siret : 82460978800024

APE : 8299Z

Déclaration d'activité enregistrée sous le

n° : 75170221317

www.coapi.fr

PROGRAMME DE LA FORMATION

Le plan de formation ci-dessous est donné à titre indicatif. Il peut varier selon le mode présentiel ou distanciel et peut être personnalisé en fonction des priorités des stagiaires.

CONTENU DE LA FORMATION

Matin – Préparer l'entretien de vente

1. Le B.A.ba de la vente

- Prise de contact, découverte, argumentation, réponse aux objections, closing

2. Elaborer un argumentaire de vente

- Les bases de CAP
- Découverte des couleurs de la communication
- Identifier son propre style / couleurs
- Comprendre les motivations et attentes des clients
- Les couleurs de nos clients et leurs attentes spécifiques
- Développer des argumentaires efficaces (CAP, RECAP en couleurs)

Mise en situation

- Elaborer son argumentaire
- Travailler sur le style de client le plus opposé

Après-midi - Convaincre

3. Vendre « gagnant »

- Etre convaincu pour être convainquant
- Vendre la spécificité de son entreprise
- Transmettre l'enthousiasme
- Conclure efficacement

Mise en situation : atelier en binômes

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation action permettant au stagiaire de pratiquer les notions acquises de manière immédiate : 50% d'apports théoriques et 50 % d'exercices pratiques.

Mises en situation : atelier de facilitation et travail en équipes, avec enrichissement mutuel basé sur l'intelligence collective et les partages d'expérience.

MODE D'ÉVALUATION

Evaluation par le formateur en workshop et validé par un quiz.

Evaluation de satisfaction à chaud et à froid

Suivi post formation à 6 mois

Feuille d'émargement par demi-journée

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera délivrée

INTERVENANT



Annie KERMAREC
CEO Dianove Conseil

Plus de 20 ans d'expérience commerciale et marketing en univers innovant à l'international (J&J int'l, Protéor, Diagast, Sedat, EIF, groupe Ledoux...) et 12 ans de conseil et accompagnement opérationnel aux entreprises (Groupe BDO, Dianove conseil)

Domaines de spécialité : Développement commercial /Innovation /
Entrepreneuriat

Diplômes : MBA ICG, DESS Commerce Int'l, Master AES

Autres : Formatrice pour adultes, facilitatrice LSP®, certifiée en business design, design thinking, design sprint, analyse de la valeur, stratégie Océan bleu, stratégies digitales.

Tel : 06 59 73 85 49

Mail : a.kermarec@dianoveconseil.com ou akermarec@coapi.fr

Site internet : www.dianoveconseil.com

CRITERES DE REUSSITE

- Identification des profils selon la méthode des 4 couleurs
- Appropriation de la démarche lors des ateliers
- QCM

Développez votre expérience clients		
<p>Prérequis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaître ses clients et son marché ou avoir envie de mieux les connaître - Évoluer ou être nommé dans un environnement commercial et/ou marketing - Volonté de développer ses activités avec une nouvelle approche commerciale - Vouloir donner du sens à ses relations commerciales et ses expériences clients 	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> -Co-construire une stratégie commerciale opérationnelle et réalisable immédiatement -Mieux comprendre l'expérience de ses clients avec l'entreprise à travers la mise en place d'un plan d'actions commerciales -Définir des actions commerciales opérationnelles et efficaces 	<p>Contenu</p> <p>Jour J 1 : Comprenez « l'expérience client » de vos clients actuels Définition de l'expérience clients et transmission des compétences requises Définir la thématique et le sens de votre entreprise avec vos clients Identifier les objectifs précis à travers les actions commerciales Travail sous forme d'ateliers de travail</p> <p>Jour J 2 : Développer cette expérience clients sur vos clients actuels et travaillez les prospects Restitution des ateliers de travail et échanges avec les pairs Chercher de nouveaux réseaux de commercialisation Co-construire des actions commerciales opérationnelles Identifier les points de contact et développer des actions</p> <p>Jour J 3 : Définissez votre plan d'actions commerciales Ateliers de travail individuels et accompagnement Comment gagner du temps et de l'énergie en gestion clients Co-construire des outils de gestion et de pilotage opérationnels Chaque individu quitte la formation avec un plan d'actions précis et opérationnel</p>
<p>Durée de la formation 2 ou 3 jours</p>	<p>Méthode</p> <ul style="list-style-type: none"> -Définir la thématique et le sens en collaboration avec les directions -Collecter et intégrer les ressources théoriques, intellectuelles, de recherches afin de définir un socle de connaissances et de compétences. -Créer un séminaire/module adapté théorique et pragmatique -Identifier lors des premières minutes les problématiques et attentes de chacun des individus 	<p style="text-align: center;">Modalités d'évaluation</p> <p>Avec évaluation : analyse des productions des ateliers en restitution</p> <p>Critères de réussite – quels acquis à atteindre pour les participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comprendre le nouveau concept d'expériences -Implémenter ces acquis dans son entreprise -Rédiger un plan d'actions commerciales opérationnel
<p>Modalités d'inscription Contactez le formateur</p> <p>Et délais d'accès</p> <p>Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</p>		
<p>Type de formation</p>		

Inter ou Intra 2 formats possible	afin d'adapter les échanges et développer ainsi les partages.	-Qualité des productions réalisées durant la formation
Lieu de la formation Contacteur le formateur Modèle hybride possible (présentiel et distanciel)	-Animer des séminaires basés sur des modèles, connaissances théoriques et professionnelles afin que chaque individu puisse être confronté à ses problématiques professionnelles individuelles et l'accompagner sur la mise en place de solutions pragmatiques et opérationnelles	Indicateurs de réussite – comment évaluer les acquis des participants :
Dates de session Contacteur le formateur	- Développer des ateliers collectifs et individuels basés sur des cas réels liés aux structures des individus.	-Qualité des productions, restitution des dossiers -Qualités opérationnelles et de mise en place des dossiers -Rendus écrits et oraux des ateliers collectifs et individuels
Certifiante non	-Interagir en direct avec chacun sur une base d'outils développés lors des ateliers durant le module et que chaque individu puisse enrichir les réflexions individuelles des autres lors de restitutions des productions réalisées lors des ateliers (interactions avec les pairs)	
Prix 1500 Euros HT (session de 2 jours) 2000 Euros HT (session de 3 jours)	- Chaque individu quitte le séminaire/module avec une liste d'actions précises et opérationnelles. -Approche collaborative	
Formateur référent : Prénom et Nom du formateur : Christophe HULIN Domaine de spécialité : Master Sciences de gestion - Direction commerciale et d'entreprise- 22 ans d'expériences de direction commerciale et négociation grands comptes dans des groupes internationaux : Nintendo, SFR, Electronic Arts, Avery, Bongrain - 5 ans d'accompagnement, de formation, de transmission et de partage en management commercial et développement - 175 salariés accompagnés et formés sur plus de 120 entreprises - 2200 étudiants formés au management commercial, marketing en Université, École de commerce (Audencia Nantes) 10 missions d'accompagnement commercial personnalisé, stratégie, développement, (entreprises, associations) Coordonnées : 1, rue de la trinquette 17000 La Rochelle Tel : 06.47.45.14.90 Mail : chulin@coapi.fr Site internet : www.christophehulin.com		

Stratégie commerciale Multicanal

<p>Prérequis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Volonté de développer ses activités avec une nouvelle approche commerciale - Vouloir donner du sens à ses relations commerciales et ses expériences clients - Vouloir développer son CA en acceptant de revoir sa stratégie commerciale 	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> -Développer le réseau de distribution commercial -Développer et approfondir les connaissances des différents réseaux de distribution - Approcher les nouveaux modèles de distribution -Développer la stratégie commerciale et l'approche marketing multicanal -Améliorer les relations clients et développez le chiffre d'affaires 	<p>Contenu</p> <p>Jour 1 : Comprenez les nouvelles stratégies multicanal</p> <p>Définition des nouvelles stratégie commerciales et transmission des compétences requises</p> <ul style="list-style-type: none"> -Analyser les réseaux de distribution de chacun des individus -Identifier les objectifs précis à travers les actions commerciales et les relais de croissance -Travail sous forme d'ateliers de travail
<p>Durée de la formation 2 jours</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Rechercher des relais de croissance 	<p>Jour 2 : Développer cette stratégie multicanal sur vos clients actuels et identifier les prospects</p>
<p>Modalités d'inscription Contactez le formateur</p> <p>Et délais d'accès Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Co-construire une stratégie commerciale de distribution multicanal opérationnelle et réalisable immédiatement -Mieux comprendre ses clients et ses réseaux de distribution -Définir des actions commerciales : 	<ul style="list-style-type: none"> - Restitution des ateliers de travail et échanges avec les pairs - Chercher de nouveaux réseaux de distribution - Co-construire des actions commerciales opérationnelles
<p>Type de formation Interentreprise Intra-entreprise</p> <p>2 formats possibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Le choix des canaux de distribution et stratégie multicanal -Les réseaux de distribution et les acteurs -Les circuits de distribution adaptés aux clients BtoB / BtoC -La relation client : approche customer centrée 360 -L'intégration des nouveaux canaux de distribution et stratégie e-business 	<p>Chaque individu quitte la formation avec un plan d'actions précis et opérationnel</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Les nouveaux réseaux de distribution -Stratégie e-commerce -Les nouveaux modèles alternatifs et collaboratifs 	
<p>Lieu de la formation Contacter le formateur La Rochelle ou sur site du client</p>	<p>Méthode</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir la thématique et le sens en collaboration avec les directions -Collecter et intégrer les ressources théoriques, intellectuelles, de recherches afin de définir un socle de connaissances et de compétences. -Créer un séminaire/module adapté théorique et pragmatique -Identifier lors des premières minutes les problématiques et attentes de chacun des individus afin d'adapter les échanges et développer ainsi les partages. -Animer des séminaires basés sur des modèles, connaissances théoriques et professionnelles afin que chaque individu puisse être confronté à ses problématiques professionnelles individuelles et l'accompagner sur la mise en place de solutions pragmatiques et opérationnelles -Développer des ateliers collectifs et individuels basés sur des cas réels liés aux structures des individus. -Interagir en direct avec chacun sur une base d'outils développés lors des ateliers durant le module et que chaque individu puisse enrichir les réflexions individuelles des autres lors de restitutions des productions réalisées lors des ateliers (interactions avec les pairs) -Chaque individu quitte le séminaire/module avec une liste 	<p>Modalités d'évaluation</p> <p>Avec évaluation : analyse des productions des ateliers en restitution</p> <p>Critères de réussite – quels acquis à atteindre pour les participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comprendre le nouveau concept d'expériences -Implémenter ces acquis dans son entreprise -Rédiger un plan d'actions commerciales opérationnel -Qualité des productions réalisées durant la formation <p>Indicateurs de réussite – comment évaluer les acquis des participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Qualité des productions, restitution des dossiers -Qualités opérationnelles et de mise en place des dossiers -Rendus écrits et oraux des ateliers collectifs et individuels
<p>Dates de session Contacter le formateur</p>		
<p>Certifiante non</p>		
<p>Prix 1500 euros HT</p>		

	<p>d'actions précises et opérationnelles.</p> <p>Approche collaborative Utilisation des outils suivants : stratégie Océan Rouge – Business Model Canvas</p> <p>Modèle hybride possible (présentiel et distanciel)</p>	
--	--	--

Formateur référent :

Prénom et Nom du formateur : Christophe HULIN

Domaine de spécialité : Master Sciences de gestion - Direction commerciale et d'entreprise- 22

ans d'expériences de direction commerciale et négociation grands comptes dans des groupes internationaux : Nintendo, SFR, Electronic Arts, Avery, Bongrain

- 5 ans d'accompagnement, de formation, de transmission et de partage en management commercial et développement

- 175 salariés accompagnés et formés sur plus de 120 entreprises

- 2200 étudiants formés au management commercial, marketing en Université, École de commerce (Audencia Nantes)

10 missions d'accompagnement commercial personnalisé, stratégie, développement, (entreprises, associations)

Coordonnées : 1, rue de la trinquette 17000 La Rochelle

Tel : 06.47.45.14.90

Mail : chulin@coapi.fr

Site internet : www.christophehulin.com

Négociation commerciale grands comptes

Négociation commerciale grands comptes		
<p>Prérequis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vouloir accéder et/ou développer ses clients grands comptes - Volonté de développer ses activités avec une nouvelle approche commerciale - Vouloir donner du sens à ses relations commerciales et ses expériences clients - Vouloir développer son CA en acceptant de revoir sa stratégie commerciale 	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perfectionner ses compétences commerciales en négociation des grands comptes - Apprendre ou développer sa gestion commerciale des centrales d'achats nationales ou régionales - Approcher les nouveaux modèles de distribution - Développer la stratégie commerciale grands comptes et l'intégrer dans sa politique commerciale - Améliorer les relations clients et développez le chiffre d'affaires 	<p>Contenu</p> <p>Jour 1 : Comprenez les clients grands comptes / centrales d'achats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir les centrales d'achats / grands comptes - Transmettre les compétences pratiques : Contrat cadre - Accord de coopération commerciale - Ristournes de fin d'année - Identifier les clients actuels de chacun des individus et analyse des réseaux - Définition des nouvelles stratégie commerciales et transmission des compétences requises - Analyser les réseaux de distribution de chacun des individus - Identifier les objectifs précis à travers les actions commerciales et les relais de croissance
<p>Durée de la formation 2 jours</p>	<p>-Rechercher des relais de croissance au niveau national et/ou régional</p>	<p>Travail sous forme d'ateliers de travail</p>
<p>Modalités d'inscription Contactez le formateur</p> <p>Et délais d'accès Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mieux comprendre les réseaux de distribution nationaux et régionaux - Maîtriser les négociations commerciales avec les centrales d'achat Tactique commerciale Stratégie commerciale d'implémentation Créer des contrats cadres nationaux Savoir négocier des accords nationaux/régionaux : ristournes de fin d'année, accords de coopération commerciale 	<p>Jour 2 : Développer et s'entraîner à négocier en centrale d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restitution des ateliers de travail et échanges avec les pairs - Travail sous forme de sketches de ventes et de négociations - Chercher de nouveaux réseaux de distribution en centrales - Co-construire un plan d'actions commerciales opérationnelles
<p>Type de formation Interentreprise Intra-entreprise</p> <p>2 formats possibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mieux comprendre ses clients et ses réseaux de distribution et identifier les prospects et les relais de croissance <p>Approche commerciale</p> <p>-Définir des actions commerciales :</p>	<p>Chaque individu quitte la formation avec un plan d'actions précis et opérationnel</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Le choix des canaux de distribution et stratégie multicanal -Les réseaux de distribution et les acteurs - La relation client : approche customer centrée 360 <ul style="list-style-type: none"> - L'intégration des nouveaux canaux de distribution - Les nouveaux réseaux de distribution - Les nouveaux modèles alternatifs et collaboratifs 	
<p>Lieu de la formation Contacter le formateur</p> <p>La Rochelle ou sur site du client</p>	<p>Méthode</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir la thématique et le sens en collaboration avec les directions -Collecter et intégrer les ressources théoriques, intellectuelles, de recherches afin de définir un socle de connaissances et de compétences. -Créer un séminaire/module adapté théorique et pragmatique -Identifier lors des premières minutes les problématiques et attentes de chacun des individus afin d'adapter les échanges et développer ainsi les partages. -Animer des séminaires basés sur des modèles, connaissances théoriques et professionnelles afin que chaque individu puisse être confronté à ses problématiques professionnelles individuelles et l'accompagner sur la mise en place de solutions pragmatiques et opérationnelles -Développer des ateliers collectifs et individuels basés sur des cas réels liés aux structures des individus. -Interagir en direct avec chacun sur une base d'outils développés lors des ateliers durant le module et que chaque individu puisse enrichir les réflexions individuelles des autres lors de restitutions des productions 	<p>Modalités d'évaluation</p> <p>Avec évaluation : analyse des productions des ateliers en restitution</p> <p>Critères de réussite – quels acquis à atteindre pour les participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comprendre le nouveau concept d'expériences -Implémenter ces acquis dans son entreprise -Rédiger un plan d'actions commerciales opérationnel -Qualité des productions réalisées durant la formation <p>Indicateurs de réussite – comment évaluer les acquis des participants :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Qualité des productions, restitution des dossiers -Qualités opérationnelles et de mise en place des dossiers -Rendus écrits et oraux des ateliers collectifs et individuels
<p>Dates de session Contacter le formateur</p>		
<p>Certifiante Non</p>		
<p>Prix 1500 Euros HT</p>		

	<p>réalisées lors des ateliers (interactions avec les pairs)</p> <p>-Chaque individu quitte le séminaire/module avec une liste d'actions précises et opérationnelles.</p> <p>Approche collaborative Utilisation des outils suivants : stratégie Océan Rouge – Business Model Canvas</p> <p>Modèle hybride possible (présentiel et distanciel)</p>	
--	--	--

Formateur référent :

Prénom et Nom du formateur : Christophe HULIN

Domaine de spécialité : Master Sciences de gestion - Direction commerciale et d'entreprise- 22

ans d'expériences de direction commerciale et négociation grands comptes dans des groupes internationaux : Nintendo, SFR, Electronic Arts, Avery, Bongrain

- 5 ans d'accompagnement, de formation, de transmission et de partage en management commercial et développement

- 175 salariés accompagnés et formés sur plus de 120 entreprises

- 2200 étudiants formés au management commercial, marketing en Université, École de commerce (Audencia Nantes)

10 missions d'accompagnement commercial personnalisé, stratégie, développement, (entreprises, associations)

Coordonnées : 1, rue de la trinquette 17000 La Rochelle

Tel : 06.47.45.14.90

Mail : chulin@coapi.fr

Site internet : www.christophehulin.com

Développement personnel

Dvp1 – Arrêt sur Image



« Arrêt sur image »

<p>PREREQUIS</p> <p>Toute personne souhaitant éclairer son parcours, se découvrir, préciser ses projets, etc.</p> <p>Accessible quel que soit le niveau de maîtrise de lecture et d'écriture.</p>	<p>OBJECTIFS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Repérer par soi-même et pour soi-même des éléments de connaissance de soi tels que des centres d'intérêt, des compétences, des valeurs, des convictions... ▷ Identifier et mettre en sens des expériences de sa situation passée et actuelle dans le but de mieux orienter son parcours.
<p>DUREE</p> <p>Ateliers collectifs d'une journée (4 - 8 personnes)</p>	<p>CONTENU</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Travaux individuels à partir d'images ▷ Travail d'analyse : Expression libre et feedback induit par les échanges des participants.
<p>MODALITES D'INSCRIPTION</p> <p>Contacteur le formateur</p>	
<p>DELAIS DE REPONSE</p> <p>Réponse sous une semaine pour un positionnement sur un atelier</p>	<p>METHODE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Démarche d'élaboration de projet professionnel et/ou personnel. ▷ Approche éducative expérientielle
<p>LIEU DE LA FORMATION</p> <p>Inter : Rochefort</p> <p>Intra : A convenir ensemble</p>	<p>MODALITES D'EVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Questionnaire de satisfaction
<p>DATES DE SESSION</p> <p>Contacteur le formateur</p>	
<p>CERTIFIANTE :</p> <p>Attestation de formation</p>	<p>FORMATEUR REFERENT :</p> <p>Julien Van Dorpe Formateur d'adultes, diplômé en sciences de l'éducation</p>
<p>PRIX</p> <p>70 € HT / par personne</p>	<p>Tel : 06 85 18 83 72 Mail : jvdorpe@coapi.fr</p>

Métiers du paysage

Mp1 – Reconnaissance et taille des arbres et arbustes



Reconnaissance et Taille des arbres et arbustes

<p>PREREQUIS</p> <p>Ouvriers du paysage (niveau débutant à intermédiaire)</p> <p>Ouvriers d'Esat/EA travaillant dans le domaine du paysage</p>	<p>OBJECTIFS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Savoir reconnaître et nommer les végétaux implantés dans un espace paysager. ▷ Connaître les principales caractéristiques des végétaux (catégories, période de floraison, etc.) ▷ Acquérir les principes et techniques de base de la taille
<p>DUREE</p> <p>Modules de 2 à 4 jours selon les besoins</p>	<p>CONTENU</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Physiologie et morphologie des végétaux. ▷ Classification des végétaux. ▷ Identification des végétaux par critères de reconnaissance. ▷ Rôles et objectifs de la taille. ▷ Les organes de développement ▷ Les différents types d'arbustes et modes de floraison ▷ Les périodes de taille spécifiques au type de végétal ▷ Les principes de base de la taille ▷ Différents types d'intervention et conduite de taille
<p>DATE DE SESSION</p> <p>A convenir ensemble</p>	
<p>DELAI DE REPONSE</p> <p>Réponse sous une semaine</p>	<p>METHODE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Recueil des attentes ; Approche participative ; Apports théoriques ; Mises en pratique sur site. ▷ Remise d'un support pédagogique (FALC)
<p>LIEU DE LA FORMATION</p> <p>Intra</p>	<p>MODALITES D'EVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Grille d'autoévaluation des compétences techniques ▷ Dispositifs d'épreuves de reconnaissance des végétaux réalisés en salle à partir d'échantillons. ▷ QCM reprenant l'ensemble des principales notions ▷ Grille d'évaluation des acquis.
<p>NOMBRE DE PARTICIPANTS</p> <p>3 à 10 participants</p>	
<p>CERTIFIANTE :</p> <p>Attestation de formation</p>	<p>FORMATEUR REFERENT :</p> <p>Julien Van Dorpe Formateur d'adultes, BTSA Gestion Protection de la Nature, Ancien encadrant technique de chantiers d'espaces verts. Tel : 06 85 18 83 72 Mail : jvdorpe@coapi.fr</p>
<p>PRIX</p> <p>850 € HT/jour*</p> <p>(*Hors frais de formation : déplacement, hôtel, repas et d'édition des supports pédagogiques)</p>	

WEB

WEB1 - Administration du site DataGone

WEB2 –Création de Dataviz

Domaine de formation : WEB		
Titre de la formation : Administration de la plate-forme DATAGONE		
Prérequis Aucun	Objectifs <i>Devenir administrateur de l'outil web DATAGONE</i>	Contenu Le menu "administrateur" : →Création d'utilisateur, →Gestion des droits → Création de contenu : création de pages, mise en page, menu ... → Le thème css du site
Durée de la formation 3h		
Modalités d'inscription Contacter le formateur Et délais d'accès <i>Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</i>		
Type de formation : Intra		
Lieu de la formation Contacter le formateur	Méthode Mise en pratique sur le site DataGone du client	Modalités d'évaluation Résultats de la mise en pratique
Dates de session Contacter le formateur		
Certifiante : non		
Prix : Sur Devis		
Formateur référent : Prénom et Nom du formateur : Fabrice CAINI Domaine de spécialité : web Coordonnées : Tel : 06.22.57.73.29 Mail : fabrice.caini@scan-datamining.com Site internet :		
La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation		

Domaine de formation (à sélectionner dans la liste ci-après): WEB Management RH/ Management communication/ Développement commercial/Entrepreneuriat/ Métiers du paysage/Développement personnel

Titre de la formation :
Création de datavisualisation

	Objectifs	Contenu
<p>Prérequis connaissance de base en javascript connaissance de base en SQL</p>	<p align="center">Créer des datavisualisations simples sur la plate-forme web DataGone</p>	<p><u>Session 1</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduction à javascript • Structure de la bibliothèque ScanLib • Spécificités à la plate-forme (lien avec la base de données ODACE) • Les dataviz standard de la bibliothèque • exemple simple du plotPie • Cas pratiques sur des exemples du clients <p><u>Session 2</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Retour sur les difficultés identifiées lors des travaux inter-session • Création des diagrammes verticaux • Cas pratiques sur des exemples du clients • Export • Tableau <p>Session 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retour sur les difficultés identifiées lors des travaux inter-session • Création maps • Cas pratiques sur des exemples du clients
<p>Durée de la formation 3*3h</p>		
<p>Modalités d'inscription Contacter le formateur Et délais d'accès <i>Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session</i></p>		
<p>Type de formation : Intra</p>		
<p>Lieu de la formation Contacter le formateur</p>	<p align="center">Méthode</p> <p>Mise en pratique sur les données du client</p>	<p align="center">Modalités d'évaluation</p> <p>Résultats de la mise en pratique</p>
<p>Dates de session Contacter le formateur</p>		
<p>Certifiante : non</p>		
<p>Prix : Sur Devis</p>		

Formateur référent :

Prénom et Nom du formateur : Fabrice CAINI

Domaine de spécialité : web et datavisualisation

Coordonnées :

Tel : 06.22.57.73.29

Mail : fabrice.caini@scan-datamining.com

Site internet :

La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation

Préparation CQP Industrie chimique

IC1 - Préparation au CQP conducteur d'équipement de fabrication
des industries chimiques

Domaine de formation : CQP Industries chimiques

Titre de la formation :

Préparation CQP conducteur d'équipement de fabrication des industries chimiques

Prérequis Cette formation s'adresse aux opérateurs de fabrication et qui sont amenés à évoluer vers le poste de conducteur d'équipement de fabrication des industries chimiques.	Objectifs L'objectif de cette formation est d'apporter les outils essentiels au conducteur d'équipement de fabrication afin qu'il puisse se les approprier et remplir au mieux sa mission. <ul style="list-style-type: none">• d'organiser et de préparer sa production,• de conduire un process de fabrication sur un équipement unitaire,• d'identifier les dysfonctionnements techniques et réaliser des interventions techniques de premier niveau,• d'analyser l'application des règles de qualité de sécurité et de protection de l'environnement dans toute intervention,• de communiquer, traiter les informations relatives à la production et transmettre des savoir-faire• et enfin de prendre en compte dans son activité le fonctionnement de l'entreprise, le travail en équipe et les actions d'amélioration.	Contenu Les points abordés seront les suivants : <ul style="list-style-type: none">• Les bases théoriques essentielles : chimie, thermodynamique (11j)• Le transport de matières (5j)• Le transfert thermique (3j)• Technologie du génie des procédés (12j)• Conduite des installations (7j)• Communication avec son équipe et sa hiérarchie (4j)• Module spécifique (chimie du site, normes QHSE, Mathématiques) (2 à 4j) <p>A cela s'ajoute un accompagnement de suivi du parcours de développement des compétences tout au long de la formation.</p>
Durée de la formation Maximum 52j		
Modalités d'inscription Contacter Coapi Et délais d'accès Réponse sous 1 semaine pour un positionnement sur session		
Type de formation Intra		
Lieu de la formation Contacter le formateur	Méthode (moyens et outils mobilisés : distanciel/présentiel..., cas concret, jeux de rôles...)	Modalités d'évaluation Chaque module est évalué par un questionnaire
Dates de session Contacter le formateur	Les apports théoriques techniques s'appuient sur le référentiel du bac pro industries des procédés avec	Dans le cadre du CQP, les compétences du stagiaire seront validées par un évaluateur habilité par la CPNE des industries chimiques conformément aux guides
Certifiante (oui/non)		

<p>Prix Sur Devis</p>	<p>pour support des applications extraites des sujets de bac.</p> <p>La partie pratique s'appuie sur les documents internes de l'entreprise comme les schémas TI et synoptiques de fabrications. Les visites d'ateliers en lien avec le module abordé sont effectuées pour étudier la conduite des installations</p>	<p>fournis par l'observatoire des industries chimiques, date à définir.</p>
<p>Formateur référent : Prénom et Nom du formateur : Valérie Farré Domaine de spécialité : diplôme d'ingénieurs en génie des systèmes industrielles Coordonnées : Tel 07 86 01 98 65 Mail : valerie.farre@outlook.fr</p>		
<p>La prestation de formation est proposée aux personnes en situation de handicap, il sera à signaler avant l'entrée en formation les caractéristiques du handicap au formateur référent pour l'adaptation des modalités de la prestation</p>		