

1 Construire et déployer une stratégie commerciale



Corinne Pichoud - 06 15 03 19 05 - cpi@kareko.fr



Objectifs

Objectifs des 2 journées en présentiel

- ▶ Construire une stratégie commerciale en lien avec le projet de l'entreprise
- ▶ Clarifier le positionnement de l'entreprise sur son marché
- ▶ Décliner la stratégie en plan d'actions
- ▶ Prioriser les actions et en assurer le suivi avec des outils adaptés
- ▶ Piloter la stratégie dans la durée

Objectifs du retour d'expérience en inter-entreprises

A partir du plan d'actions commercial individuel élaboré pendant le stage et complété dans les 10 jours, les objectifs seront de :

- ▶ partager la mise en oeuvre du plan d'actions
- ▶ analyser les premières réussites et les premières difficultés
- ▶ identifier les actions de renforcement ou de correction à mettre en place

Public concerné : Tout public en charge de développer une activité commerciale (Managers commerciaux, Dirigeants, Consultants séniors, Chargés d'affaires ...)

Pré-requis : Connaître son offre commerciale

Durée inter : 2 jours + 2h soit 16h

Tarif inter-entreprises : 1150€ ht par part.

Tarif intra-entreprise : nous consulter



Programme

1 - LES AVANTAGES D'UNE STRATÉGIE COMMERCIALE CLAIRE

- pour l'entreprise
- pour les collaborateurs
- pour les clients et prospects

2 - LE PROJET COMMERCIAL DE L'ENTREPRISE

- Élaboration des ambitions commerciales de l'entreprise
- pour les clients
- pour les partenaires
- pour l'environnement

3 - LES GRILLES DE LECTURE DES RÉSULTATS COMMERCIAUX

- les spécificités des prestations intellectuelles
- le choix des critères de segmentation pertinents
- la méthode ABC
- la matrice prestations/clientèles
- les tableaux croisés dynamiques

4 - LA SYNTHÈSE DES ANALYSES INTERNE ET EXTERNE

- les atouts et faiblesses pour contrer les menaces ou saisir les opportunités
- les événements du marché qui sont une opportunité ou une menace pour l'activité de l'entreprise
- l'appropriation de la matrice SWOT
- la formalisation des axes prioritaires

5 - LE POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

- la définition du positionnement
- le triangle offre concurrence cible
- l'expression du positionnement
- les tests et utilisations du positionnement de son offre

6 - LE COEUR DE CIBLE DES CLIENTS EXISTANTS ET SOUHAITÉS

- les stratégies de conquête des prospects cible
- l'identification et la qualification des prospects
- la notion d'expérience client dans les prestations intellectuelles
- l'implication de tous les services autour du client

7 - LA CONSTRUCTION ET LE PILOTAGE DES PLANS D'ACTIONS

- la définition d'objectifs SMART
- l'élaboration des plans d'actions par cible
- le choix des indicateurs et le suivi des résultats
- la construction de tableaux de bord pour piloter le comment et le combien
- les modalités de suivi : réunions, revue d'affaires, outils de gestion de la relation client
- la gestion du temps prospect/client, le retour à court/long terme, le potentiel
- les techniques de priorisation et d'arbitrage

8 - RETOUR D'EXPERIENCE 4 À 6 SEMAINES APRÈS LA FORMATION

Avec chaque participant : 2h d'entretien au téléphone ou en visioconférence sur la mise en place des plans d'actions



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec les éléments de présentation de son offre commerciale

▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan d'actions commercial

▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils, bibliographie

2 Savoir détecter des opportunités



Corinne Pichoud - 06 15 03 19 05 - cpi@kareko.fr



Objectifs

Objectifs des 2 journées en présentiel

- ▶ Utiliser les techniques de prospection et de détection de leads
- ▶ Identifier / sélectionner les bons interlocuteurs
- ▶ Obtenir des rendez-vous commerciaux qualifiés
- ▶ Savoir répondre aux objections
- ▶ Apprendre à aimer prospecter

Public concerné : Tout salarié en charge de prospecter

Pré-requis : Connaître son offre commerciale et ses cibles prioritaires

Durée inter et intra : 2 jours soit 14h

Tarif inter-entreprises : 1000€ ht par participant

Tarif intra-entreprise : nous consulter



Programme

1 - IDENTIFICATION DES ENJEUX DE LA PROSPECTION

- pour l'entreprise
- pour le collaborateur ayant une mission de prospection
- pour les prospects

2 - LES MÉTHODES POUR DÉTECTER DES LEADS ET LES QUALIFIER

- la définition d'un lead ou d'un suspect
- l'identification de leads par :
l'achat de fichiers
les clusters et pôles de compétitivité
les réseaux sociaux professionnels
les publications et livres blancs, la presse professionnelle, les newsletters, les salons professionnels
les rencontres via les organisations professionnelles métiers, filière, syndicale,
- la qualification d'un lead, de son potentiel et des interlocuteurs cibles

3 - LES OUTILS DE LA PROSPECTION

- les informations clés à recueillir
- les outils de ciblage et de qualification
- les limites d'Excel et d'Outlook
- l'utilité des logiciels de gestion de la relation client (CRM)
- les gains de temps générés par une bonne association de logiciels

4 - LES INGRÉDIENTS D'UNE BONNE PRÉPARATION

- le passage du barrage de l'accueil
- le script d'appel de la prospection téléphonique pour la qualification de lead, la prise de RDV, la détection de projet et les appels d'offres publics et privés
- le traitement des objections
- le pitch pour une prise de contact en face à face
- la préparation matérielle : codes vestimentaires et cartes de visites

- l'écriture d'un premier mail, d'une demande de contact sur LinkedIn
- la préparation mentale et les croyances motivantes de la prospection

5 - LES BONNES PRATIQUES DE LA COMMUNICATION AU TÉLÉPHONE

- l'impact de sa communication verbale, paraverbale et non verbale
- la posture, l'ergonomie et l'environnement pour augmenter sa confiance
- la matrice Existence / Écoute pour un dialogue constructif

6 - ENTRAÎNEMENT ET PLAN D'ACTION

- entraînement à mener des entretiens de prospection sur des mises en situations à partir de scénarii avec débriefing des points forts et des axes de progrès
- élaboration d'un plan d'action concret individuel pour détecter les opportunités



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec les éléments de présentation de son offre commerciale

- ▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan d'actions de détection d'opportunités
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils, bibliographie



Objectifs

Objectifs des 4 journées (2+2) en présentiel à 1 mois d'intervalle

- ▶ Clarifier sa posture commerciale, lever les freins et représentations limitantes
- ▶ Savoir mener une phase de découverte avec un questionnement précis et une écoute active
- ▶ Argumenter de façon construite et efficace
- ▶ Gérer les objections de manière sereine et positive
- ▶ Conclure un entretien de vente
- ▶ Augmenter sa confiance et adopter une posture commerciale valorisante

Public concerné : Tout salarié étant amené à développer une démarche commerciale dans le cadre de son expertise ou de ses missions

Pré-requis : Il est préférable d'avoir déjà été impliqué dans les relations clients et d'avoir une expérience de 1 à 3 ans minimum

Durée inter et intra : 4 jours (2+2) soit 28h

Tarif inter-entreprises : 2000€ ht par participant

Tarif intra-entreprise : nous consulter



Programme

JOURS 1 + 2

1 - LES ENJEUX DE L'ACTE COMMERCIAL

- vision motivante liée à la démarche de vente
- séquençage des différentes phases
- importance cruciale de la découverte
- différence entre demande et besoin
- absence d'intention en phase de découverte

2 - LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE AU SERVICE DE LA VENTE

- importance du non-verbal
- empathie
- le triangle signifiant / signifié - omission, sélection, distorsion, généralisation
- les différents types de comportement
- les filtres à la compréhension
- le développement de sa curiosité et sa capacité à s'intéresser à l'autre
- la synchronisation
- les cadres de référence

3 - L'INTRODUCTION GAGNANTE

- le démarrage de l'entretien de vente
- la transition avec la méthode OPA

4 - LA DÉCOUVERTE DES BESOINS EXPLICITES ET IMPLICITES

- les facteurs clés de succès
- l'apport de la pyramide de Maslow sur l'importance de l'écoute

- les éléments de typologie client avec la méthode SONCAS
- les stratégies de questionnement
- les différents types de questions
- la pyramide DILTS => importance de la gestion des croyances et des valeurs du client

ÉLABORATION DU PLAN D'ACTIONS POUR L'INTERSESSION

JOURS 3 + 4

1- RETOUR D'EXPÉRIENCE SUR L'INTERSESSION

- la mise en oeuvre des plans d'actions individuels
- le partage des premières réussites et des premières difficultés
- la capitalisation des bonnes pratiques
- les actions de renforcement ou de correction à mettre en place
- les techniques avancées de découverte des besoins

2 - LA PRÉSENTATION VALORISÉE ET L'ARGUMENTATION

- la création de l'impact pour le client
- recherche et préparation des arguments clés
- techniques d'argumentation avec la méthode BAC
- la création de réflexes pour faire face aux objections avec sérénité

- le traitement des objections avec la méthode CRAC

3 - LA NÉGOCIATION ET LA GESTION DES OBJECTIONS "PRIX"

- la posture du négociateur gagnant
- la préparation des arguments et des contreparties possibles
- la préparation de la justification du prix +élevé
- les techniques de négociation pour défendre ses prix et ses marges

4 - LA CONCLUSION CONSTRUCTIVE DE L'ENTRETIEN DE VENTE

- le résumé des points d'accords obtenus
- la position du client et les signaux d'achat du client
- la planification des prochaines étapes
- le closing de l'entretien de vente

5 - ENTRAÎNEMENT ET PLAN D'ACTION

- entraînement à mener des entretiens de vente complet sur des mises en situations avec débriefing des points forts et des axes de progrès
- élaboration d'un plan de progression individuel autour de 3 objectifs avec les plans d'actions à mettre en oeuvre à son retour en entreprise



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec les éléments de présentation de son offre commerciale

- ▶ Pendant la formation des 2 x 2 jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan d'actions sur les phases "contact" et "découverte" et mise en oeuvre **pendant l'intersession**
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils, bibliographie

4 Rédiger une proposition commerciale efficace



Corinne Pichoud - 06 15 03 19 05 - cpi@kareko.fr



Objectifs

Objectifs de la journée en présentiel

- ▶ Comprendre les fondamentaux de la rédaction d'une proposition commerciale
- ▶ Diagnostiquer ses propositions commerciales actuelles gagnées et perdues
- ▶ Se doter d'une méthode pour élaborer des modèles de propositions commerciales reproductibles et efficaces

Public concerné : Tout salarié en charge de participer à la rédaction de propositions commerciales

Pré-requis : Venir avec un ordinateur portable et une proposition commerciale récente.
Bien connaître son offre commerciale

Durée inter et intra : 1 jour soit 7h

Tarif inter-entreprises : 500€ ht par participant

Tarif intra-entreprise : nous consulter



Programme

1 - LES ENJEUX DE LA PROPOSITION COMMERCIALE

- pour le client
- pour le collaborateur en charge de la rédaction de la proposition
- pour l'entreprise

2 - LES INGRÉDIENTS D'UNE PROPOSITION PERSUASIVE

- le rôle majeur de l'expression du contexte et des enjeux
- la compréhension des besoins et priorités du client et des parties prenantes
- la réponse aux attentes, aux exigences et aux contraintes
- la défense et l'argumentation de la solution proposée
- la mise en valeur des bénéficiaires clients
- le mémoire technique
- les étapes et le planning
- le mémoire économique et contractuel
- le contenu de clôture

3 - LA FORME D'UNE PROPOSITION IMPACTANTE

- les différentes préférences de compréhension des lecteurs
- le graphisme, le découpage, le titrage, la cohérence
- le style de rédaction, l'orthographe, les visuels
- le packaging de l'offre

4 - L'ORGANISATION ET LA GESTION DU TEMPS

- les processus de production de proposition commerciale
- le partage et la capitalisation des bonnes pratiques
- les outils pour mesurer l'intérêt de la proposition auprès du client



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec un ordinateur portable et des propositions

- ▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan de progression individuel
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils, bibliographie

5 Réussir la présentation de sa proposition commerciale



Corinne Pichoud - 06 15 03 19 05 - cpi@kareko.fr



Objectifs

Objectifs des deux journées en présentiel

- ▶ Préparer et savoir rédiger sa présentation orale
- ▶ Identifier les points clés pour réussir sa soutenance
- ▶ Concevoir des supports visuels gagnants pour captiver son auditoire
- ▶ Communiquer efficacement durant la soutenance
- ▶ Anticiper les réactions et les questions du public

Public concerné : Tout salarié ayant à soutenir des propositions commerciales

Pré-requis : Venir avec un ordinateur portable et une proposition commerciale récente.

Recommandation d'avoir suivi le module "Rédiger une proposition commerciale efficace"

Durée inter et intra : 2 jours soit 14h

Tarif inter-entreprises : 1000€ ht par participant

Tarif intra-entreprise : nous consulter



Programme

1 - LES ENJEUX DE LA SOUTENANCE DE SA PROPOSITION

- pour les acteurs du client
- pour le collaborateur en charge de présenter la proposition
- pour l'entreprise

2 - LA PRÉPARATION À LA SOUTENANCE

- les différences entre proposition et présentation de l'offre commerciale
- rappel des facteurs clés de succès pour "rédiger une proposition commerciale efficace"
- les questions à poser au client quand la date est fixée
- le traitement des objections potentielles
- les situations difficiles à envisager
- l'identification des leaders d'opinion
- la stratégie des alliés
- le support de la soutenance

3 - LA COMMUNICATION EFFICACE DEVANT UN PUBLIC DE DÉCIDEURS

- l'observation et l'adaptation au sociostyle des interlocuteurs
- le cadre de référence et le système de valeurs
- les types de communication verbale para-verbale et non verbale
- les mots et tournures de phrases à éviter
- la matrice existence écoute
- l'assertivité et l'empathie
- la technique ABHRS

4 - ENTRAÎNEMENT INTENSIF À LA SOUTENANCE

- mises en situations de présentations de propositions commerciales
- filmées avec débriefing des points forts et des axes de progrès
- élaboration d'un plan d'action concret individuel pour réussir encore mieux
- les soutenances de ses offres



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation


- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec un ordinateur portable et des propositions

- ▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de support de présentation à partir d'une proposition, mises en situation filmées et débriefées, élaboration de son plan de progression individuel
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils, bibliographie

6 Gérer la relation client avec efficacité



Corinne Pichoud - 06 15 03 19 05 - cpi@kareko.fr

 Objectifs	Programme	
<p>Objectifs des deux journées en présentiel</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Prendre conscience de l'importance de la fidélisation clients dans une stratégie commerciale▶ Intégrer les règles d'une communication réussie avec un client et répondre à ses attentes.▶ Savoir bâtir une stratégie de suivi, de fidélisation dans la durée de ses clients afin de pérenniser la relation▶ Savoir gérer les situations délicates	<p>1 - LA SITUATION DE SON RÔLE ET DE SA MISSION DE SERVICE</p> <ul style="list-style-type: none">- les enjeux de la relation client pour l'entreprise et ses collaborateurs- la satisfaction du client et la qualité attendue- la prestation technique et la prestation relationnelle- les principales attentes des clients et leur hiérarchisation- les moments de vérité dans les prestations intellectuelles <p>2 - LA CONNAISSANCE DU CLIENT ET DE SES INTERLOCUTEURS</p> <ul style="list-style-type: none">- les éléments à connaître sur l'institution cliente, son secteur d'activité et son marché- les acteurs de la relation client-fournisseur- le spectre de décision dans l'entreprise cliente- les influences et motivations sur la prise de décision	<p>3 - LA GESTION DE LA RELATION CLIENT AU QUOTIDIEN</p> <ul style="list-style-type: none">- la grille descriptive d'un client avec le positionnement des acteurs- la stratégie des alliés dans la relation client- la notion d'"expérience client" dans les prestations intellectuelles avec la- liste des "points de contact" et des "moments de vérité"- la structure d'un entretien ouvert et les pratiques de l'écoute active pour- mener un entretien constructif- l'impact de la communication verbale, para-verbale et non verbale- le pilotage de l'entretien dans une relation adulte-adulte- la gestion des situations délicates, le traitement des objections avec la méthode CRAC <p>4 - L'ORGANISATION DE LA FIDÉLISATION</p> <ul style="list-style-type: none">- la gestion du Besoin Opérationnel et de la Réaction Emotionnelle- les risques liés au stress du litige: les comportements refuges à éviter- les dix "commandements" de l'écoute compréhensive- le positionnement en tant que prestatairepartenaire- les différentes pratiques de fidélisation pour des relations durables- les outils de gestion au service du suivi de la relation client- l'élaboration de "tableaux de suivi des clients" et sa planification- les principes de l'évaluation collective de la qualité de service au client
<p>Public concerné : Tout salarié exposé à une relation client quotidienne, devant fidéliser et développer une qualité de service dans la durée</p> <p>Pré-requis : Aucun</p> <p>Durée inter et intra : 2 jours soit 14h</p> <p>Tarif inter-entreprises : 1000€ ht par participant</p> <p>Tarif intra-entreprise : nous consulter</p>	<p> Méthodes et moyens pédagogiques</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Avant la formation<ul style="list-style-type: none">- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan de progression individuel▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils, bibliographie	

7 Maîtriser la relation commerciale avec un service des achats



Corinne Pichoud - 06 15 03 19 05 - cpi@kareko.fr



Objectifs

Objectifs des deux journées en présentiel

- ▶ S'approprier les 5 leviers de la performance commerciale face au Service Achats
- ▶ Comprendre le système et la logique des achats (rôle, missions, méthodes, stratégie et objectifs)
- ▶ Développer des outils et attitudes pour se différencier des concurrents
- ▶ Savoir valoriser ses produits en maintenant ses marges
- ▶ Comprendre et s'adapter aux techniques de négociation des acheteurs et savoir conclure

Public concerné : Tout salarié ayant à faire face à des services achats performants dont l'objectif principal est la réduction des coûts, sur un marché fortement concurrentiel

Pré-requis : Avoir déjà été confronté à un service achat et avoir une expérience de la négociation

Durée inter et intra : 2 jours soit 14h

Tarif inter-entreprises : 1000€ ht par participant

Tarif intra-entreprise : nous consulter



Programme

1 - IMMERSION DANS LA FONCTION ACHATS et la définition de son levier n°1

- qui fait quoi, acteurs et rôle dans la fonction achats
- incidence sur la société et sa rentabilité
- appréhender l'environnement des achats
- exemples des différentes organisations des achats
- description du processus et pilotage des achats (comment est géré le flux des achats, quels sont les logiciels d'e.procurement, utilisation des enchères inversées)
- point sur les nouveaux enjeux des achats, l'actualité, les évolutions

2 - L'ACHETEUR ET SON ECOSYSTÈME et la définition de son levier n°2

- les attentes de l'acheteur
- le coût global d'acquisition
- la matrice de décision de l'acheteur face à la complexité économique du marché
- exploration des méthodes de sourcing de l'acheteur
- focus sur l'innovation et la RSE

3 - LA MESURE DE LA PERFORMANCE DE L'ACHAT et la définition de son levier n°3

- piqûre de rappel de la satisfaction du client interne
- description des indicateurs servant à mesurer l'activité des achats (KPI)
- explication de la création de valeur par la maîtrise des risques
- focus sur les conditions générales d'achats, importance des clauses contractuelles ciblées en fonction des domaines d'activité des stagiaires
- calcul du meilleur coût/qualité/délai face à la demande des achats

4 - LE PLAN DE PERFORMANCE DES FOURNISSEURS et la définition de son levier n°4

- exploitation des tableaux comparatifs des offres avec des exemples de cas réels dans les Directions des achats,
- définition des critères de sélection des offres,

- interprétation des synthèses économiques et techniques des fournisseurs
- déclinaison des axes stratégiques des achats et transposition en critères d'évaluation des fournisseurs
- la roue de l'intelligence économique de la commande publique
- focus sur les procédures d'appel d'offres
- opportunité des évolutions du nouveau code des marchés publics

5 - LA CONSTRUCTION DE SON PLAN DE NÉGOCIATION et la définition de son levier n°5

- rappel des règles dans la négociation et des comportements à adopter
- définition des stratégies réciproques d'intérêt dans la négociation
- savoir passer de la défiance à la confiance dans la négociation
- rendre pérenne la relation commerciale



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants

▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan d'actions individuel

▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'approprier les outils, bibliographie



Les fondamentaux du management



Les points forts

Les éléments théoriques éclaircissent et formalisent les situations vécues par les participants dans leur management au quotidien.

Formation animée par des consultants seniors, ayant une solide pratique du management, de la formation, de l'accompagnement et de la cohésion d'équipe, acquise pendant plus de 20 ans en entreprise et dans des sociétés de conseil.



Objectifs

- Identifier les rôles du manager
- Acquérir les principales techniques managériales
- Découvrir les modes de management
- Comprendre l'importance du facteur humain et des différences de perception dans le rôle du manager
- Identifier et valider son style de management
- Mieux communiquer en situation d'entretien
- Préparer et réussir sa délégation

Public concerné : managers débutants et managers expérimentés

Pré-requis : aucun

Durée : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprise : 1167 €



Programme

1 - LES DIFFÉRENTS RÔLES DU MANAGER

- ▶ Les rôles attendus du manager
- ▶ Le pilotage individuel
 - relation hiérarchique (un collaborateur, un hiérarchique)
 - relation de communication (échanger, s'informer, s'apprécier)
 - intégrer, accueillir, fixer des objectifs
 - accompagner, motiver
 - recadrer, gérer un conflit ou une difficulté personnelle
- ▶ Le pilotage collectif
 - esprit d'équipe, se sentir un groupe
 - partage d'informations «collectives»
 - point «jalón» sur les résultats
 - recherche de solutions en groupe
- ▶ La gestion de l'activité
 - planification
 - gestion des priorités
 - reporting
- ▶ Les interactions entre l'entreprise, son environnement et ses collaborateurs

2 - LES MODES DE MANAGEMENT ET SON STYLE PERSONNEL

- ▶ Les trois modes : imposition, négociation, animation
 - les situations propices
 - les comportements managériaux associés
 - les avantages
 - les inconvénients
- ▶ Validation de son style de management
- ▶ Impact de son style de management sur les collaborateurs

3 - LES TECHNIQUES FONDAMENTALES DE LA COMMUNICATION

- ▶ Les obstacles à la communication orale
- ▶ L'importance du non verbal dans la communication
- ▶ Les attitudes à privilégier en entretien
 - le dialogue constructif
 - l'assertivité

4 - LA FIXATION DES OBJECTIFS

- ▶ La définition des objectifs du collaborateur en cohérence avec ceux de l'entreprise
- ▶ La formalisation d'objectifs SMART
 - la transmission des objectifs pour faire adhérer ses collaborateurs

5 - APPRENDRE À DÉLÉGUER

- ▶ Les facteurs-clés de succès de la délégation
 - la préparation
 - l'accompagnement
 - le contrôle
- ▶ Les tâches que l'on peut déléguer et à qui
- ▶ L'entretien de délégation et de reprise de délégation
- ▶ Le suivi de la délégation



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et mises en situations. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants.

Méthodes pédagogiques : passation on line d'un questionnaire sur les attentes de la formation / apports théoriques / séance de co-développement en binôme, exercices en sous-groupe / autodiagnostic sur ses pratiques techniques et comportementales / mises en situations avec feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes

Moyens pédagogiques : support de formation / plateforme e-learning / plan de progrès individuel / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines



Motiver et animer son équipe (manager débutant)



Les points forts

Approche de développement, individualisée et ludique, pour mieux se connaître, repérer l'impact de son mode de management et le faire évoluer. Séminaire considéré, par les managers qui l'ont vécu, comme une base essentielle pour comprendre les interactions entre les personnes et les accompagner au quotidien.

Formation animée par des consultants seniors, ayant une solide pratique du management, de la formation, de l'accompagnement et de la cohésion d'équipe, acquise pendant plus de 20 ans en entreprise et dans des sociétés de conseil.



Objectifs

- Mieux se connaître pour animer et motiver son équipe
- Mieux comprendre les modalités de fonctionnement de ses collaborateurs pour adapter ses pratiques managériales
- Développer son leadership
- Faciliter la cohésion de l'équipe
- Comprendre les principes d'une délégation motivante
- Découvrir différents styles managériaux et leur impact

Public concerné : managers débutants. Eventuellement managers expérimentés souhaitant approfondir une meilleure connaissance de soi et des autres

Pré-requis : aucun

Durée : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprise : 1222 €



Programme

PASSATION INTERNET DE L'INVENTAIRE DE PERSONNALITE, LE GOLDEN, EN AMONT DE LA FORMATION

1 - ACTIVER LES LEVIERS DE MOTIVATION DE SON ÉQUIPE

- ▶ Une nécessité : créer les conditions de la motivation
- ▶ Un risque : projeter ses propres motivations sur les autres
- ▶ Les principes d'une délégation motivante

2 - MIEUX SE CONNAITRE POUR MIEUX MANAGER

- ▶ Acquisition d'une meilleure connaissance de soi et des autres
 - découverte des Types Psychologiques Golden, méthodologie de connaissance de soi et de meilleure compréhension du mode de fonctionnement des autres
 - apport théorique sur les 4 dimensions du Golden et les préférences de comportement associées
 - identification de ses propres préférences de fonctionnement

▶ Prise de connaissance de son profil individuel Golden avec la remise confidentielle des résultats de l'inventaire

- préférences et type psychologique
- modalités de réponse au stress

▶ Impact des dimensions sur ses pratiques managériales

- communication, style managérial, rapport au conflit
- processus de créativité, approche du changement
- mode d'organisation et de gestion du temps
- résolution de problèmes et prise de décision
- rapport à l'action et la réflexion
- sources de stress et de confort
- sources de motivation

3 – DÉVELOPPER SON LEADERSHIP

▶ Identification de son potentiel de développement

- en fonction de ses propres préférences de fonctionnement et de son « type psychologique Golden »
- autour d'objectifs de développement individuels

▶ Repérage de ses sources de stress et des modalités de fonctionnement sous stress

▶ Identification de sa stratégie « gagnante »

4 – ANIMER ET MOTIVER UNE ÉQUIPE

▶ Les quatre stades de développement de l'équipe

▶ Le profil psychologique d'une équipe

- forces et axes de développement d'une équipe
- richesse de la complémentarité

▶ Un management adapté à son propre style et à la spécificité des collaborateurs



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et expérimentation. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants :

Méthodes pédagogiques : utilisation de l'approche Golden, méthodologie de connaissance de soi et des autres, mise au service du développement managérial des participants. Le Golden est un inventaire de personnalité, inspiré directement de la théorie des types psychologiques de C.G. Jung / passation de l'inventaire de personnalité Golden / passation d'un questionnaire en ligne sur les attentes concernant la formation / apports théoriques / séance de co-développement en binôme / nombreux exercices en sous-groupe / échanges de pratiques

et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes et plan de progrès individuel

Moyens pédagogiques : support de formation / résultats de l'inventaire de personnalité Golden et remise du livre « Interprétation du Golden : comprendre et s'approprier son type » de John P. Golden / plan de progrès individuel / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines



Motiver et animer son équipe (manager expérimenté)



Les points forts

Deux jours résolument orientés performance. A travers des principes et méthodes de motivation individuelle et de mobilisation collective, chaque participant renforcera son management et dynamisera ses équipes.

Formation animée par des consultants seniors, ayant une solide pratique du management, de la formation, de l'accompagnement et de la cohésion d'équipe, acquise pendant plus de 20 ans en entreprise et dans des sociétés de conseil.



Objectifs

- Développer une écoute active, base d'un management responsabilisant
- Créer les conditions de la motivation et de la performance
- Développer la capacité d'anticipation et d'initiatives de l'équipe : agir plutôt que réagir
- Faire face aux situations difficiles, prévenir et aider à la résolution de conflits
- Apprendre à se remettre en cause

Public concerné : managers expérimentés

Pré-requis : Exercer des fonctions managériales depuis plus de 1 an

Durée : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprise : 1167 €



Programme

1 - L'ÉCOUTE ACTIVE, BASE D'UN MANAGEMENT RESPONSABILISANT

- ▶ La matrice Existence /Écoute
- ▶ Les 4 phases d'un entretien constructif
- ▶ Le non-verbal et le para-verbal dans la communication
- ▶ Les différentes relances pour enrichir le dialogue
- ▶ La distinction entre compréhension et compromission
- ▶ Le cercle de l'appropriation où comment faire approprier une démarche

2 - LES CONDITIONS DE LA MOTIVATION ET DE LA PERFORMANCE

- ▶ Le schéma doute-confiance
- ▶ Les actions et attitudes permettant de renforcer la confiance
- ▶ L'indifférence: l'arme absolue du renforcement du doute
- ▶ Les fondamentaux de la reconnaissance

- ▶ Les rites et les rythmes motivants
- ▶ Le lancement de séquence
- ▶ Le bilan d'action

3 - ANTICIPATION ET STRATÉGIE DE MANAGEMENT

- ▶ La carte des partenaires
- ▶ L'identification du positionnement des collaborateurs sur un sujet donné
- ▶ Les différents types d'acteurs
- ▶ La stratégie des alliés
- ▶ Les modes de management à privilégier en fonction du positionnement des acteurs : imposition, négociation et animation
- ▶ Les situations propices à l'utilisation de la stratégie des alliés

4 - LA PRÉVENTION ET LA RÉOLUTION DES TENSIONS ET DES CONFLITS

- ▶ Le tableau de bord des signes de démotivation
- ▶ Les différentes catégories de signes
- ▶ Les axes de remotivation
- ▶ Les enjeux managériaux
- ▶ Oser dire
- ▶ La méthode FOCA
- ▶ La distinction entre erreur et faute

5 - L'ANALYSE DE SON PROPRE MANAGEMENT

- ▶ Le bilan de son management
- ▶ Se remettre en question pour progresser
- ▶ La définition de ses axes de progrès



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et mises en situations. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants :

Méthodes pédagogiques : passation on line d'un questionnaire sur les attentes de la formation / apports théoriques / séance de co-développement en binôme, exercices en sous-groupe / autodiagnostic sur ses pratiques techniques et comportementales / mises en situations avec feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes

Moyens pédagogiques : support de formation / plan de progrès individuel / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines



L'essentiel des RH pour manager



Les points forts

Complémentarité des apports des deux animateurs : un juriste d'entreprise et un praticien des entretiens de recrutement, d'évaluation et de développement professionnel.
Formateurs consultants seniors ayant une solide expérience de la conception et de l'animation de formations de managers en entreprise. Pédagogie basée sur des études de cas concrets et des mises en situations avec feedbacks individualisés.



Objectifs

- Connaître les règles essentielles du droit du travail applicables dans le cadre de la gestion quotidienne de son équipe
- Prévenir les risques : recrutement, contrat de travail, institutions représentatives du Personnel, RPS...
- Réussir ses entretiens : recrutements, annuels, professionnels
- Recruter des collaborateurs compétents et motivés
- Evaluer objectivement la performance de ses collaborateurs
- Identifier les besoins d'évolution de ses collaborateurs (formation, mobilité...)

Public concerné : managers débutants et managers expérimentés

Pré-requis : aucun

Durée : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprise : 1167 €



Programme

1 - LE CADRE JURIDIQUE

- ▶ **Loi, convention collective, accord de branche, accord d'entreprise...**
- ▶ **Les obligations et les prérogatives du manager et du dirigeant**
 - les principes de la responsabilité pénale
 - les discriminations interdites et l'égalité de traitement lien RH : recrutement, évaluation
 - la prévention des risques, en particulier les risques psychosociaux
 - la modification du contrat de travail : modalités et conséquences
 - la faute disciplinaire et la procédure à respecter
- ▶ **La réglementation du temps de travail**
 - la durée légale du travail et les heures supplémentaires. Les forfaits horaires
 - les aménagements possibles de la durée du travail
 - le décompte et la prise des congés payés

2 - LE CONTRAT DE TRAVAIL : DE LA CONCLUSION A LA RUPTURE

- ▶ **La conclusion du contrat de travail**
 - contrat à durée indéterminée, à durée déterminée, contrat de travail temporaire,

- prêt de main d'œuvre
 - les différentes clauses du contrat et leurs conséquences
- ▶ **La rupture du contrat de travail**
 - l'initiative de la rupture : démission, licenciement, rupture conventionnelle, départ en retraite et ses conséquences
 - le licenciement non économique : la faute disciplinaire et la cause réelle et sérieuse non disciplinaire (insuffisance professionnelle, désorganisation liée à la maladie)
 - le licenciement économique : la motivation de la suppression de poste, l'impact du nombre sur la procédure applicable et les mesures d'accompagnement des salariés licenciés

3 - LES INSTITUTIONS REPRÉSENTATIVES DU PERSONNEL DANS L'ENTREPRISE

- ▶ Les délégués syndicaux, les délégués du personnel, le comité d'entreprise, le CHSCT
- ▶ Les réunions, les heures de délégations, les locaux, les panneaux d'affichage
- ▶ La protection spécifique contre le licenciement

4 - PRÉPARER LES DIFFÉRENTS ENTRETIENS RH

- ▶ **Enjeux et risques associés aux entretiens RH**
- ▶ **Ingrédients de la performance : définition des compétences et identification des leviers de motivations**
 - l'équation de la performance
 - les bonnes pratiques de la définition de poste
 - les leviers de motivations
- ▶ **Les conditions de réussite des entretiens : 3 types de préparation**

5 - MENER LES ENTRETIENS RH

- ▶ **L'entretien de recrutement**
 - les trois objectifs de l'entretien
 - les étapes de l'entretien
 - les types de questions et leur impact
 - le recueil d'informations concrètes à partir de situations vécues
 - la prise de notes
- ▶ **L'entretien d'évaluation de la performance**
 - les objectifs et les étapes de l'entretien
 - la fixation d'objectifs SMART
- ▶ **L'entretien professionnel**
 - objectifs et étapes de l'entretien
 - importance de la préparation du collaborateur
 - projets de développement envisageables



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et mises en situations. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants :

Méthodes pédagogiques : passation d'un questionnaire en ligne sur les attentes de la formation / apports théoriques / quizz juridique / exercices en sous-groupe et études de cas concrets apportés par les participants / mises en situations avec feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes et plan de progrès individuel

Moyens pédagogiques : support de formation / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines et d'une juriste d'entreprise



Management non hiérarchique



Les points forts

Chaque participant repartira avec une vision précise des postures et des outils du manager en mode projet.

Il situera clairement son rôle pour coordonner les acteurs du projet.

Formation animée par des consultants seniors, ayant une solide pratique du management, de la formation, de l'accompagnement et de la cohésion d'équipe, acquise pendant plus de 20 ans en entreprise et dans des sociétés de conseil.



Objectifs

- Comprendre les spécificités du management non hiérarchique
- S'approprier les outils de management en mode projet
- Coordonner un travail d'équipe en tant que référent métier

Public concerné : managers débutants et managers expérimentés

Pré-requis : aucun

Durée : 1 journée soit 7h

Tarif inter-entreprise : 617 €



Programme

1 - LES SPÉCIFICITÉS DU MANAGEMENT NON HIÉRARCHIQUE

- ▶ les différences entre management hiérarchique et management non-hiérarchique
- ▶ le croisement de deux logiques projet / métier
- ▶ Les notions de management transversal et de management de projet
- ▶ Les postures managériales à privilégier et à éviter
- ▶ Les caractéristiques essentielles d'un projet

2 - LE MANAGEMENT DES DIFFÉRENTES PHASES D'UN PROJET

- ▶ La préparation : définition du cap et des objectifs
- ▶ les points clés de la réalisation d'un projet
- ▶ Les bonnes questions à se poser avant de lancer un projet
- ▶ Le pilotage d'un projet
- ▶ Les outils d'organisation d'un projet
- ▶ Les indicateurs

3 - LA CONDUITE DU CHANGEMENT INHÉRENTE A TOUT PROJET

- ▶ les freins et les résistances entraînés par tout projet
- ▶ les effets du changement
- ▶ L'impact sur le projet
- ▶ Le rôle du manager
- ▶ La communication appropriée



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et mises en situations. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants :

Méthodes pédagogiques : passation on line d'un questionnaire sur les attentes de la formation / apports théoriques / séance de co-développement en binôme, exercices en sous-groupe / autodiagnostic sur ses pratiques techniques et comportementales / mises en situations avec feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes

Moyens pédagogiques : support de formation / plan de progrès individuel / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines



Conduire des réunions



Les points forts

Appropriation d'outils et méthodes simples et efficaces pour mener les réunions et entretiens qui font partie du quotidien des managers. Programme construit autour de mises en situation, avec feedbacks individualisés, systématiquement adaptées aux besoins et contextes des participants.

Formation animée par des consultants seniors ayant une solide pratique du management, de la formation, de l'accompagnement et de la cohésion d'équipe, acquise pendant plus de 20 ans en entreprise et dans des sociétés de conseil.



Objectifs

- Maîtriser les techniques de conduite de réunions
- S'entraîner à mener des réunions
- Renforcer la cohésion de l'équipe

Public concerné : managers débutants et managers expérimentés

Pré-requis : aucun

Durée : 1 journée soit 7h

Tarif inter-entreprise : 617 €



Programme

1 - LA PRÉPARATION DE LA RÉUNION

- ▶ Les différents types de réunion
- ▶ La fiche d'identité d'une réunion
- ▶ Les règles de fonctionnement
- ▶ Une réunion essentielle : la réunion d'équipe
- ▶ Le plan type d'une réunion
- ▶ Les 3 facteurs clés de succès d'une réunion

2. L'ANIMATION DE LA RÉUNION

- ▶ Les rôles de l'animateur de la réunion
- ▶ Les techniques d'animation
- ▶ Les outils de l'animateur
- ▶ Les critères de réussite de l'animation d'une réunion
- ▶ Les dérapages à éviter dans son animation
- ▶ La régulation du groupe
- ▶ La gestion des participants difficiles

3 - LES POSTURES ET ATTITUDES DE COMMUNICATION

- ▶ La prise de parole en public
- ▶ Les attitudes et comportements à privilégier
- ▶ L'écoute active
- ▶ Les outils de l'existence
- ▶ La matrice Ex-Eco
- ▶ La méthode FOCA
- ▶ Le traitement des objections

4 - LE SUIVI DE LA RÉUNION

- ▶ Le compte-rendu de la réunion
- ▶ Le support du compte-rendu
- ▶ La grille d'évaluation de son animation



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et mises en situations. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants :

Méthodes pédagogiques : passation d'un questionnaire en ligne sur les attentes de la formation / apports théoriques / exercices en sous-groupe et études de cas concrets / mises en situations à partir de scénarii spécifiques / feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes et plan de progrès individuel

Moyens pédagogiques : support de formation / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines



Manager la Diversité



Les points forts

Formation conçue et animée par des consultants seniors ayant une très bonne connaissance des problématiques du management quotidien de la diversité.

Approche globale de la diversité pour identifier la posture managériale appropriée. Eclairages et applications spécifiques liés au contexte de travail des managers présents : intergénérationnel, handicap, interculturel, égalité hommes/femmes, religion, orientation sexuelle...



Objectifs

- Connaître l'environnement et soi-même en matière de diversité, d'égalité des chances, de non-discrimination et de perception de la différence
- Comprendre les enjeux de la diversité
- Manager la diversité et promouvoir l'égalité des chances au sein de l'équipe et dans le cadre de ses activités
- Faire du management de la diversité un atout

Public concerné : managers débutants et managers expérimentés

Pré-requis : aucun

Durée : 1 journée soit 7h

Tarif inter-entreprise : 617 €



Programme

EN AMONT DE LA FORMATION

Passation facultative d'un test sur les stéréotypes

1 - MIEUX CONNAITRE L'ENVIRONNEMENT ET SOI-MEME EN MATIERE DE DIVERSITÉ

- ▶ **Clarification des termes et approches liés à la diversité**
 - égalité des chances, diversité, discrimination positive, plafond de verre
 - politiques menées par les entreprises
- ▶ **Discriminations les plus fréquentes : critères, populations concernées et chiffres**
- ▶ **Principes et application de la loi dans la vie du manager**
 - principaux acteurs, lois et jurisprudence
 - responsabilité du manager et risques
- ▶ **Stéréotypes et préjugés :**
 - identification de ses propres stéréotypes et de ceux des autres
 - processus à l'œuvre
 - approches pour atténuer les effets des stéréotypes
- ▶ **Vécu des personnes discriminées : impact de la discrimination et stratégies de défense utilisées**

2 - REPÉRER LES ENJEUX DE LA DIVERSITÉ

- ▶ **Avantages de la diversité au sein des équipes et pour l'entreprise :**
 - d'une contrainte légale à une réelle opportunité : les enjeux et atouts de la diversité
- ▶ **Difficultés et freins liés à la gestion de la diversité**
- ▶ **Rôle fondamental du manager dans l'animation des équipes hétérogènes et diverses**

3 - MANAGER LA DIVERSITÉ

- ▶ **Leviers d'une bonne gestion de la Diversité**
 - recentrage sur les compétences et motivations
 - qualité de la communication en interne, respect de l'autre et bien-être
 - posture et bonnes pratiques du manager pour la préservation et la cohésion des équipes
- ▶ **Applications pratiques autour de thématiques spécifiques**
 - intergénérationnel, handicap, interculturel, égalité hommes/femmes, religion, orientation sexuelle
 - focus sur les difficultés rencontrées par les participants
 - approche générale à privilégier



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et pratique. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contexte des participants.

Méthodes pédagogiques : approche globale de la diversité avec un choix large de thématiques spécifiques et adaptation aux problématiques rencontrées par les participants / passation d'un questionnaire en ligne sur les attentes concernant la formation / passation facultative d'un test sur les stéréotypes / apports théoriques / quiz juridique / études de cas et exercices en sous-groupes / réflexion autour de films / mises en situation

avec feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes

Moyens pédagogiques : support de formation / plan de progrès individuel / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines et de spécialiste des questions diversité



Management dans le changement



Les points forts

Chaque participant s'appropriera les facteurs clés de succès dans la conduite de tout changement.

Il partagera les principes et outils qui permettront de vaincre les résistances. Et ainsi faire du changement une opportunité de nouvelles performances.

Formation animée par des consultants seniors ayant une solide pratique du management, de la formation, de l'accompagnement et de la cohésion d'équipe, acquise pendant plus de 20 ans en entreprise et dans des sociétés de conseil.



Objectifs

- Identifier les phases de la courbe du changement
- Accompagner ses collaborateurs dans le changement
- Anticiper l'impact du changement sur les collaborateurs
- Communiquer sur le changement

Public concerné : managers débutants et managers expérimentés

Pré-requis : aucun

Durée : 1 journée soit 7h

Tarif inter-entreprise : 617 €



Programme

1 - LES DIFFÉRENTES PHASES DE LA COURBE DU CHANGEMENT

- ▶ Les perceptions individuelles du changement
- ▶ L'aptitude individuelle au changement
 - le schéma doute-confiance
 - les fondamentaux de la reconnaissance
 - les actions et attitudes permettant de renforcer la confiance
 - l'indifférence: l'arme absolue du renforcement du doute
 - l'acceptabilité du changement
- ▶ L'identification des aspects positifs et négatifs du changement
- ▶ La prise en compte des freins au changement
- ▶ La courbe du changement

2 - CHANGEMENT ET MANAGEMENT

- ▶ Les facteurs déclenchant le changement
- ▶ Les interactions entre l'entreprise, son environnement et ses collaborateurs
- ▶ Le rôle du manager dans la conduite du changement

3 - LA CONDUITE DU CHANGEMENT

- ▶ Les facteurs clés d'une conduite du changement réussie
- ▶ Le plan de conduite du changement

4 - L'ACCOMPAGNEMENT DES COLLABORATEURS DANS LE CHANGEMENT

- ▶ Le positionnement des membres de son équipe : les « pour » et les « contres »
- ▶ La carte des partenaires : Synergie et Antagonisme
- ▶ La stratégie des alliés



Méthodes et moyens pédagogiques

Le programme alterne apports théoriques et mises en situations. Dans une approche résolument pragmatique, il est adapté aux besoins et contextes des participants :

Méthodes pédagogiques : passation on line d'un questionnaire sur les attentes de la formation / apports théoriques / séance de codéveloppement en binôme, exercices en sous groupe / autodiagnostic sur ses pratiques techniques et comportementales / mises en situations avec feedbacks individualisés / échanges de pratiques et d'expériences de management / recherche de solutions concrètes

Moyens pédagogiques : support de formation / plan de progrès individuel / plateforme e-learning / équipe d'intervention constituée de consultants seniors, dirigeants d'un cabinet de conseil en ressources humaines



Objectifs

- ▶ Maîtriser les principes légaux de non-discrimination et comprendre l'esprit de la loi
- ▶ Appréhender les enjeux de l'entretien de recrutement
- ▶ Se donner les moyens et outils concrets pour « objectiver » son évaluation
- ▶ Savoir préparer, structurer et conduire l'entretien de recrutement avec succès pour recueillir les éléments utiles à l'évaluation du candidat
- ▶ Maîtriser les techniques de questionnement et reformulation
- ▶ S'entraîner à identifier des savoir-être et savoir-faire spécifiques en lien avec les métiers des participants
- ▶ Savoir rédiger un compte rendu de recrutement

Public concerné : Toute personne ayant à mener des entretiens de recrutement : dirigeants, responsables des ressources humaines, managers

Pré-requis : aucun

Durée inter : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprise : 990€ ht



Programme

CONTEXTE ET ENJEUX DE L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

- ▶ Diversité et non discrimination
- ▶ Attentes des nouvelles générations
- ▶ Guerre des talents : attirer et convaincre les candidats sans survendre
- ▶ Impact et utilisation des réseaux sociaux

CADRE LÉGAL ET APPLICATION DE LA LOI

- ▶ Acteurs principaux et notion de discrimination
- ▶ Application de la loi au recrutement et à l'entretien : questions et techniques interdites, approches recommandées, risques et actions en justice

PRÉPARATION AMONT DE L'ENTRETIEN

- ▶ La méthodologie pour passer de la demande au besoin de recrutement
- ▶ la notion de « potentiel évolutif »
- ▶ la définition de fonction et le profil du candidat recherché
- ▶ La compétence : savoir, savoir-faire, savoir-être
- ▶ les leviers de motivation : impact sur la performance et la fidélisation

les outils et documents qui assurent la traçabilité du recrutement

- Les fiches méthodes pour s'approprier les outils de la Branche
- Les référentiels métiers de la branche du numérique, de l'ingénierie, des études et du conseil et de l'événement (OPIIEC)
- La fiche d'évaluation et de compte-rendu d'entretien

CONDUITE DE L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

- ▶ Méthodologie, étapes et techniques
 - Les objectifs de l'entretien, le pilotage, les étapes de l'entretien et leurs spécificités : de l'accueil à la conclusion, les techniques de questionnement et leur impact
 - Le recueil d'informations concrètes à partir de situations vécues
 - La communication et le non verbal, la prise de note
- ▶ Identification des compétences et motivation, présentation de l'entreprise
 - Les techniques d'identification d'une compétence
 - La posture du recruteur : attitudes à recommander, incarnation de l'entreprise et de ses valeurs

- La relation avec le candidat : respect et information
- Convaincre sans survendre
- La gestion des questions embarrassantes

PHASE AVAL : DE L'ÉVALUATION A L'INTÉGRATION

- ▶ Outils et méthodes d'évaluation complémentaires : tests, assessement, prise de références
- ▶ Evaluation et synthèse écrite
 - Premières impressions « à chaud »
 - Analyse et évaluation des compétences du candidat
 - Prise de décision et choix collectifs éventuels
 - Rédaction du compte-rendu : contenus recommandés et interdits
- ▶ Relation avec les candidats : restitution aux candidats, intégration du candidat recruté, avant et après son arrivée

Entraînement à conduite d'entretien de recrutement sur des mises en situations à partir de scénarii avec débriefing des points forts et des axes de progrès

Invitation à élaborer un plan d'action concret individuel dès son retour dans l'entreprise



Méthodes et moyens pédagogiques

- ▶ Avant la formation
 - auto-évaluation en ligne des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et métiers recrutés
 - validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
 - préconisation de venir avec des CV de candidats

- ▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques, travail en sous-groupes et échanges de pratiques, quiz juridique, mises en situation systématiquement adaptées aux besoins et contextes des participants
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : les supports projetés lors de la formation, les annexes avec les fiches détaillées de compétences et leviers de motivations en lien avec les métiers de la Branche, les outils des questionnaires et fiches techniques de bonnes pratiques, une bibliographie



Objectifs

- ▶ Mieux s'ajuster à un contexte en mutation
- ▶ Attirer les bons candidats y compris sur des métiers en tension
- ▶ Maîtriser le cadre légal de non-discrimination et l'application de la loi
- ▶ Garantir la traçabilité du recrutement
- ▶ Renforcer sa capacité à identifier les compétences et motivations attendues
- ▶ Faire évoluer ses outils et pratiques pour piloter l'entretien avec succès
- ▶ Approfondir ses techniques pour mieux gérer les candidats « difficiles »
- ▶ Capitaliser sur la qualité du compte-rendu d'évaluation pour construire le plan de développement du candidat embauché

Public concerné : Toute personne ayant à mener des entretiens de recrutement : dirigeants, responsables des ressources humaines, managers

Pré-requis : Avoir mené plusieurs entretiens de recrutement au cours des deux dernières années. Avoir répondu à l'auto-diagnostic et pris connaissance des outils à disposition sur la plateforme elearning. Avoir exprimé ses attentes et identifiés les points spécifiques à approfondir.

Durée inter : 1 journée soit 7h

Tarif inter-entreprises : 550€ ht



Programme

Nous axons cette formation sur l'approfondissement des connaissances et l'échange de pratiques

Dans le questionnaire concernant vos attentes, nous vous invitons à préciser les points que vous souhaitez particulièrement approfondir au cours de la journée en présentiel.

Pensez à apporter les supports que vous utilisez dans votre pratique des entretiens de recrutement

ADAPTATION A UN CONTEXTE EN MUTATION

- ▶ Enjeux du recrutement
- ▶ Diversité et non discrimination
- ▶ Attentes des nouvelles générations
- ▶ Guerre des talents
- ▶ Impact et utilisation des réseaux sociaux

CADRE LÉGAL ET APPLICATION DE LA LOI

- ▶ Acteurs principaux et notion de discrimination
- ▶ Application de la loi au recrutement et à l'entretien : questions et techniques interdites, approches recommandées, risques et actions en justice



Méthodes et moyens pédagogiques

- ▶ Avant la formation
 - auto-évaluation en ligne des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et métiers recrutés
 - validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
 - préconisation de venir avec les supports qu'ils utilisent dans leurs recrutements ainsi que des CV de candidats

PRÉPARATION AMONT DE L'ENTRETIEN

- ▶ La méthodologie pour passer de la demande au besoin de recrutement
- ▶ la notion de « potentiel évolutif »
- ▶ la définition de fonction et le profil
- ▶ La compétence, les leviers de motivation : impact sur la performance et la fidélisation
- ▶ les outils et documents qui assurent la traçabilité du recrutement
 - Les fiches méthodes pour s'approprier les outils de la Branche
 - Les référentiels métiers de la branche du numérique, de l'ingénierie, des études et du conseil et de l'événement (OPIIEC)
 - La fiche d'évaluation et de compte-rendu d'entretien

CONDUITE DE L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT

- ▶ Méthodologie, étapes et techniques
 - Objectifs de l'entretien, pilotage, étapes de l'entretien et leurs spécificités, techniques de questionnement et leur impact
 - Le recueil d'informations concrètes à partir de situations vécues
 - La communication et le non verbal, la prise de note

- ▶ Identification des compétences et motivation, présentation de l'entreprise
 - Les techniques d'identification d'une compétence
 - La posture du recruteur : attitudes, incarnation de l'entreprise et de ses valeurs
 - La relation avec le candidat
 - Convaincre sans survendre
 - La gestion des questions embarrassantes

PHASE AVAL : DE L'ÉVALUATION A L'INTÉGRATION

- ▶ Outils et méthodes d'évaluation complémentaires : tests, asséssement, prise de références
- ▶ Evaluation et synthèse écrite : premières impressions « à chaud », analyse et évaluation des compétences du candidat, prise de décision, rédaction du compte-rendu : contenus recommandés et interdits
- ▶ Relation avec les candidats : restitution aux candidats, intégration du candidat recruté, avant et après son arrivée

Entraînement à conduite d'entretien de recrutement sur des mises en situations à partir de scénarii avec débriefing des points forts et des axes de progrès

Invitation à élaborer un plan d'action concret individuel dès son retour dans l'entreprise

- ▶ Pendant la formation d'une journée en présentiel : approfondissement des connaissances en fonction des besoins exprimés, échanges de pratiques, quiz juridique, mises en situation sur la recherche de compétence précises identifiées dans les référentiels métiers de la branche, simulations d'entretien avec des candidats « difficiles »
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : les supports projetés lors de la formation, les annexes avec les fiches détaillées de compétences et leviers de motivations en lien avec les métiers de la Branche, les outils des questionnaires et fiches techniques de bonnes pratiques, une bibliographie



Objectifs

- ▶ Identifier les ingrédients d'une préparation efficace du manager et du collaborateur
- ▶ Savoir se positionner et mener l'entretien annuel d'évaluation
- ▶ Evaluer le niveau de réalisation des objectifs fixés l'année précédente
- ▶ Evaluer avec objectivité les compétences des collaborateurs pour les aider à prendre conscience de leurs points forts et de leurs axes de progrès
- ▶ Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs selon une méthode SMART et en cohérence avec la stratégie de l'entreprise
- ▶ Savoir bâtir un plan d'actions et contribuer au développement professionnel de son collaborateur

Public concerné : Toute personne ayant à mener des entretiens annuels d'évaluation : dirigeants, managers...

Pré-requis : aucun

Durée inter : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprises : 990€ ht



Programme

ENJEUX ET REGLES DU JEU DE L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION ANNUEL

- ▶ Enjeux et risques associés pour le manager, le collaborateur et l'entreprise
- ▶ Les différences entre l'entretien annuel d'évaluation et l'entretien professionnel
- ▶ Les acteurs : qui réalise l'entretien ?
- ▶ Le temps : période dans l'année ? Durée de l'entretien ? Durée de la préparation ?
- ▶ Le processus : de la prise de rendez-vous au prochain entretien
- ▶ La rémunération : la rémunération est-elle abordée pendant l'entretien ?
- ▶ Les 3 phases à suivre dans l'entretien : le bilan, les objectifs, l'accompagnement

LA PRÉPARATION EFFICACE DU MANAGER

- ▶ La préparation matérielle : lieu, support d'entretien, positionnement autour de la table
- ▶ La préparation méthodologique : recenser les données pour établir le Bilan (fiche de poste, référentiel métiers OPIIEC, support de l'année A1, traçabilités des événements, ...)
- ▶ La préparation psychologique : posture managériale, état d'esprit

LA PRÉPARATION EFFICACE DU COLLABORATEUR

- ▶ La préparation matérielle : support d'entretien et/ou guide de préparation
- ▶ La préparation méthodologique : questions à se poser sur son bilan, sur ses objectifs, sur ses besoins d'accompagnement (formation, pilotage managérial)
- ▶ La préparation psychologique : s'auto-évaluer, c'est devenir acteur de son entretien. Pour le manager, c'est aussi responsabiliser

LES 4 TEMPS DE LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION

- ▶ 1. Le démarrage
 - la méthode STADE pour démarrer l'entretien
 - les postures et techniques gagnantes avec la matrice Existence / Ecoute
- ▶ 2. Le bilan
 - la technique FOCA à mettre en oeuvre : Faits, Opinions, Changement attendus, Actions à mettre en oeuvre

- les questions à poser à partir de l'auto-évaluation du collaborateur
- la valorisation des progrès et des résultats
- les sujets à aborder pendant le bilan
- la gestion des situations difficiles

▶ 3. Les objectifs

- la fixation d'objectifs SMART
- l'appropriation des objectifs par le collaborateur
- les plans d'actions associés aux objectifs quantitatifs et qualitatifs

▶ 4. L'accompagnement

- la formation et comment recenser les formations sur le site du Fafiec
- l'accompagnement managérial et les points de rencontre individuels entre le manager et le collaborateur

Entraînement à vivre des situations délicates en entretien individuel d'évaluation avec débriefing des points forts et des axes de progrès

Invitation à élaborer un plan d'action concret individuel dès son retour dans l'entreprise



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- auto-évaluation en ligne des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes avec lesquelles mener des entretiens annuels d'évaluation
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec les grilles d'entretien utilisés dans l'entreprise

▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques, de travail en sous-groupes et d'échanges de pratiques, entraînement lors de mises en situation systématiquement adaptées aux besoins et contextes des participants

▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : les supports projetés lors de la formation, les annexes avec les fiches détaillées de compétences en lien avec les métiers de la Branche, les recommandations pour utiliser et s'approprier les outils, des questionnaires et fiches techniques de bonnes pratiques, une bibliographie



Objectifs

- ▶ Evaluer les performances
- ▶ Evaluer le niveau de réalisation des objectifs fixés l'année précédente
- ▶ Evaluer avec objectivité les compétences des collaborateurs pour les aider à prendre conscience de leurs points forts et de leurs axes de progrès
- ▶ Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs selon une méthode SMART et en cohérence avec la stratégie de l'entreprise
- ▶ Savoir bâtir un plan d'actions et contribuer au développement professionnel de son collaborateur

Public concerné : Toute personne ayant à mener des entretiens annuels d'évaluation : dirigeants, managers...

Pré-requis : Avoir mené plusieurs entretiens annuels d'évaluation Avoir répondu à l'autodiagnostic et pris connaissance des outils à disposition sur la plateforme elearning Avoir exprimé ses attentes et identifiés les points spécifiques à approfondir

Durée inter : 1 journée soit 7h

Tarif inter-entreprises : 550€ ht



Programme

Nous axons cette formation sur l'approfondissement des connaissances et l'échange de pratiques

Dans le questionnaire concernant vos attentes, nous vous invitons à préciser les points que vous souhaitez particulièrement approfondir au cours de la journée en présentiel.

Pensez à apporter les supports que vous utilisez dans votre pratique des entretiens annuels d'évaluation

CARACTÉRISTIQUES DE L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION

- ▶ Enjeux et risques inhérents à l'entretien annuel d'évaluation
- ▶ Les différences entre entretien annuel d'évaluation et entretien professionnel
- ▶ Les complémentarités entre entretien annuel d'évaluation et entretien professionnel

LES CONDITIONS DE RÉUSSITE DE L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION

- ▶ La préparation efficace du manager et du collaborateur
- ▶ Le processus : démarrage par les dirigeants, communication sur l'entretien, période choisie, prise de rendez-vous, les acteurs de l'entretien
- ▶ Les 3 phases à suivre dans l'entretien : le Bilan, les Objectifs, l'Accompagnement
- ▶ Le support : à partir des supports des participants, établissement d'un fil rouge
- ▶ La matrice Existence/Ecoute : Les postures et techniques gagnantes dans l'écoute de l'autre et l'affirmation de soi (Verbal, Para-verbal et Non verbal, phrases courtes, messages positifs/Questions, Reformulation, Synthèse)

LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION

- ▶ Le FOCA : Faits, Opinions, Changements attendus, Actions à mettre en oeuvre : l'importance des faits pour légitimer les changements attendus
- ▶ La valorisation des progrès et des résultats, savoir « oser dire » les efforts à faire et les échecs
- ▶ La formalisation d'objectifs SMART quantitatifs et qualitatifs
- ▶ les plans d'actions associés aux objectifs
- ▶ L'accompagnement des progrès des collaborateurs : formations, entretiens de suivi réguliers
- ▶ la gestion des situations difficiles

Entraînement à vivre des situations délicates en entretien annuel d'évaluation avec débriefing des points forts et des axes de progrès

Invitation à élaborer un plan d'action concret individuel dès son retour dans l'entreprise



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- auto-évaluation en ligne des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes avec lesquelles mener des entretiens annuels d'évaluation
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants
- préconisation de venir avec les grilles d'entretien utilisés dans l'entreprise

- ▶ Pendant la formation d'une journée en présentiel : alternance d'apports théoriques, de travail en sous-groupes et d'échanges de pratiques, entraînement lors de mises en situation systématiquement adaptées aux besoins et contextes des participants
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : les supports projetés lors de la formation, les annexes avec les fiches détaillées de compétences en lien avec les métiers de la Branche, des questionnaires et fiches techniques de bonnes pratiques, une bibliographie



Objectifs

- ▶ Savoir mener l'entretien professionnel, et le distinguer de l'entretien annuel d'évaluation
- ▶ Maîtriser le cadre juridique (loi du 05 mars 2014) et les outils (dispositifs de formation, etc.)
- ▶ Déterminer un processus organisationnel (de la mise en place à l'exploitation)
- ▶ Faire de l'entretien professionnel un élément stratégique de la politique RH de l'entreprise
- ▶ Savoir anticiper et gérer l'état des lieux récapitulatif à 6 ans



Programme

CONTEXTE ET ENJEUX DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- ▶ Les avantages pour les acteurs de la démarche : l'entreprise, le salarié
- ▶ Les différences entre entretien professionnel et entretien d'évaluation

CADRE LÉGAL ET APPLICATION DE LA LOI

- ▶ Les entreprises et les salariés concernés
- ▶ La périodicité, les dates d'entrée en vigueur et l'organisation Les contenus
- ▶ des entretiens à 2 ans et à 6 ans
- ▶ La formalisation
- ▶ L'obligation de maintenir les capacités du salarié à occuper un emploi
- ▶ Les sanctions

LES CONDITIONS DE RÉUSSITE DE L'ENTRETIEN

- ▶ L'organisation et le timing du calendrier
- ▶ Les lieux ressources et supports opérationnels proposés par le Fafiec
- ▶ L'explicitation des outils de gestion des compétences et l'orientation vers les actions collectives complémentaires,

les diagnostics et les prestations d'accompagnement RH

- ▶ « Quand, où, et combien de temps » pour un entretien professionnel
- ▶ L'assertivité et l'empathie comme conditions d'un dialogue constructif
- ▶ Les techniques de questionnement et d'approfondissement

LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- ▶ Les objectifs et les étapes pour faire de l'entretien professionnel un moment constructif
- ▶ la grille de préparation pour la personne chargée de l'entretien et celle à remettre au salarié
- ▶ Le démarrage de l'entretien
- ▶ L'identification des leviers de motivations
- ▶ Les questions à poser pour creuser les motivations
- ▶ L'élaboration d'un projet réaliste à court, moyen et long terme
- ▶ La construction d'un plan d'actions concret pour favoriser la mise en oeuvre du projet

LES RESSOURCES, OUTILS ET DISPOSITIFS

- ▶ La plateforme des actions collectives du FAFIEC
- ▶ Les études sectorielles, existantes et à venir de l'OPIIEC
- ▶ Les CQP (Certificat de Qualification Professionnelle) de la Branche
- ▶ Les formations éligibles au CPF (Compte Personnel de Formation)
- ▶ Les périodes de professionnalisation
- ▶ La VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)

LA FORMALISATION DE L'ENTRETIEN

- ▶ L'élaboration d'un support reprenant les éléments clés de l'entretien dont le plan d'actions
- ▶ La consolidation des synthèses d'entretien pour élaborer un plan de formation collectif, la mise à jour du référentiel de compétences, l'identification des compétences existantes et à développer
- ▶ Le suivi des plans d'actions pour anticiper l'état des lieux tous les 6 ans

Entraînement à conduite d'entretien professionnel sur des mises en situations à partir de scénarii avec débriefing des points forts et des axes de progrès

Invitation à élaborer un plan d'action concret individuel dès son retour dans l'entreprise



Méthodes et moyens pédagogiques

- ▶ Avant la formation
 - auto-évaluation en ligne des connaissances
 - expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes avec lesquelles mener des entretiens professionnels
 - validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants

- ▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques, travail en sous-groupes et échanges de pratiques, entraînement lors de mises en situation systématiquement adaptées aux besoins et contextes des participants
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : les supports projetés lors de la formation, les annexes avec les fiches détaillées, les recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils de la Branche, des questionnaires et fiches techniques de bonnes pratiques, une bibliographie

Public concerné : Toute personne ayant à mener des entretiens professionnels : dirigeants, responsables des ressources humaines, managers

Pré-requis : aucun

Durée inter : 2 journées soit 14h

Tarif inter-entreprises : 990€ ht



Objectifs

- ▶ Savoir mener l'entretien professionnel, et le distinguer de l'entretien annuel d'évaluation
- ▶ Maîtriser le cadre juridique (loi du 05 mars 2014) et les outils (dispositifs de formation, etc.)
- ▶ Déterminer un processus organisationnel (de la mise en place à l'exploitation)
- ▶ Faire de l'entretien professionnel un élément stratégique de la politique RH de l'entreprise
- ▶ Savoir anticiper et gérer l'état des lieux récapitulatif à 6 ans

Public concerné : Toute personne ayant à mener des entretiens professionnels : dirigeants, managers, responsables ressources humaines

Pré-requis : Avoir mené plusieurs entretiens professionnels Avoir répondu à l'autodiagnostic et pris connaissance des outils à disposition sur la plateforme elearning Avoir exprimé ses attentes et identifiés les points spécifiques à approfondir

Durée inter : 1 journée soit 7h

Tarif inter -entreprises : 550€ ht



Programme

Nous axons cette formation sur l'approfondissement des connaissances et l'échange de pratiques

Dans le questionnaire concernant vos attentes, nous vous invitons à préciser les points que vous souhaitez particulièrement approfondir au cours de la journée en présentiel.

Pensez à apporter les supports que vous utilisez dans votre pratique des entretiens professionnels

RETOUR D'EXPÉRIENCE DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- ▶ Opportunités et contraintes de l'entretien professionnel
- ▶ Satisfactions et difficultés rencontrées
- ▶ Formalisation et suites données à l'entretien

LES CONDITIONS DE RÉUSSITE DE L'ENTRETIEN

- ▶ le cadre juridique de la loi du 05 mars 2014
- ▶ Les différences entre entretien professionnel et entretien d'évaluation
- ▶ Les impératifs à respecter, Les sanctions encourues



Méthodes et moyens pédagogiques

- ▶ Avant la formation
 - auto-évaluation en ligne des connaissances
 - expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes avec lesquelles mener des entretiens professionnels
 - validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants

- ▶ L'obligation de résultat
- ▶ La formalisation du support
- ▶ Les étapes, les thèmes à aborder, la manière de questionner
- ▶ La posture à adopter, les comportements à privilégier
- ▶ L'information du salarié

LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- ▶ Les objectifs et les étapes pour faire de l'entretien professionnel un moment constructif
- ▶ Les bonnes pratiques
- ▶ Les écueils à éviter
- ▶ L'identification des leviers de motivations
- ▶ Les questions à poser pour creuser les motivations
- ▶ L'élaboration d'un projet réaliste à court, moyen et long terme
- ▶ La construction d'un plan d'actions concret pour favoriser la mise en oeuvre du projet

LES RESSOURCES, OUTILS ET DISPOSITIFS

- ▶ La plateforme des actions collectives du FAFIEC
- ▶ Les études sectorielles, existantes et à venir de l'OPIIEC
- ▶ Les CQP (Certificat de Qualification Professionnelle) de la Branche
- ▶ Les formations éligibles au CPF (Compte Personnel de Formation)
- ▶ Les périodes de professionnalisation
- ▶ La VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)

LA FORMALISATION DE L'ENTRETIEN

- ▶ L'élaboration d'un support reprenant les éléments clés de l'entretien dont le plan d'actions
- ▶ La consolidation des synthèses d'entretien pour élaborer un plan de formation collectif, la mise à jour du référentiel de compétences, l'identification des compétences existantes et à développer
- ▶ Le suivi des plans d'actions pour anticiper l'état des lieux tous les 6 ans

Mises en situation sur la conduite d'entretien professionnel choisies parmi les situations difficiles évoquées par les participants ou à partir de scénarii préétablis sur les étapes essentielles de l'entretien. Débriefing des points forts et des axes de progrès. Invitation à élaborer un plan d'action concret individuel dès son retour dans l'entreprise

- ▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques, de travail en sous-groupes et d'échanges de pratiques, entraînement lors de mises en situation systématiquement adaptées aux besoins et contextes des participants
- ▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : les supports projetés lors de la formation, les annexes avec les fiches détaillées, les recommandations pour utiliser et s'appropriier les outils de la Branche, des questionnaires et fiches techniques de bonnes pratiques, une bibliographie