

# LES TECHNIQUES DE VENTE 1

## LES FONDAMENTAUX

**ADAPTABLE  
DANS VOTRE ENTREPRISE**

### **OBJECTIFS**

- Devenir un professionnel de la vente
- Bien gérer son secteur et sa clientèle selon ses objectifs
- Maîtriser la visite commerciale et être un bon négociateur

### **PERSONNES CONCERNÉES**

- Toute personne intégrant la fonction commerciale ou orientant son parcours professionnel vers la vente

### **PROGRAMME**

#### **1 - La vente et la gestion de sa clientèle**

- Définitions
- La gestion de son secteur et de sa clientèle :
  - le potentiel de son secteur
  - les fichiers clients
  - la prospection
  - le coût d'un contact
  - le ciblage
  - la prise de rendez-vous
  - la visite et le suivi
  - les remontées d'informations
  - le respect des conditions commerciales
  - la veille concurrentielle

#### **2 - La communication adaptée**

- La perception
- L'écoute active
- La reformulation
- Le questionnement
- Le non verbal

#### **3 - La négociation commerciale**

- La préparation
- Les objectifs, les arguments
- La prise de contact :
  - la règle des 4x20
  - se présenter, présenter son entreprise
  - créer un climat de confiance
- La découverte :
  - connaître l'interlocuteur et son entreprise
  - découvrir ses besoins, ses motivations et ses insatisfactions
  - synthétiser les informations recueillies
- Proposition et argumentation :
  - suggérer une solution
  - l'argumentation adaptée aux besoins du client
- Traiter les objections et convaincre :
  - réponse aux objections
  - annoncer et vendre son prix
  - conclure

### **PÉDAGOGIE**

- Mises en situations accompagnées d'exercices filmés
- Travail sur les cas des participants
- Conseils personnalisés

#### **Inter-entreprises**

**2 jours**

Prix : 1 050 € H.T.

Repas offerts

Paris

● 22.23 mai 2017

● 11.12 septembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# LES TECHNIQUES DE VENTE 2

## ARGUMENTER, NÉGOCIER

### OBJECTIFS

- Se perfectionner aux techniques et tactiques de vente et de négociation
- Négocier efficacement en optimisant ses ressources

### PERSONNES CONCERNÉES

- Tout commercial justifiant au minimum d'une première expérience dans la fonction

**ADAPTABLE  
DANS VOTRE ENTREPRISE**

### PROGRAMME

#### 1 - Bases de la vente, de la négociation

- Définitions de la vente et de la négociation
- Les qualités d'un bon vendeur
- Besoins et motivations du vendeur et du client
- Les réactions de défense
- Les styles de vendeurs et d'acheteurs, les profils, l'adaptation aux différents profils
- La vente à plusieurs, la négociation en équipe

#### 2 - Les phases de l'entretien de vente

- La préparation :
  - les informations à recueillir
  - le choix d'une stratégie
  - objectifs et enjeux des interlocuteurs
  - l'argumentation
  - les objections de l'acheteur et les réponses à apporter
  - l'échelle des concessions et des contreparties
- La prise de contact :
  - adapter sa présentation et la présentation de sa société à la situation
  - prise de conscience d'un non verbal en accord avec votre présentation
  - créer un climat propice à une négociation coopérative
- La découverte :
  - avoir une écoute active
  - savoir reformuler pour relancer, synthétiser, recadrer, approfondir
  - faire préciser et découvrir les besoins de votre interlocuteur
  - savoir utiliser tous les types de questions selon la situation
  - faire la synthèse utile de la découverte

- La proposition, l'argumentation :
  - le choix de la solution adaptée
  - développer des arguments en phase avec les attentes
  - les formes pour convaincre
  - pratiquer le C.A.P.B. pour persuader
- Le traitement des objections :
  - adopter la bonne attitude
  - pratiquer l'ART
  - traiter l'ignorance, la minimisation, l'anticipation, la réfutation
  - répondre à une objection sur les prix
- Les concessions et les contreparties :
  - négocier en utilisant l'échelle des concessions
  - le rythme des concessions
  - l'échange en concession-contrepartie
  - faire des concessions : les règles
- La conclusion :
  - observer, sonder, rassurer
  - résumer : la méthode du bilan
  - utilisation de tactiques terminales
  - les règles pour bien conclure en toute circonstance
  - assurer le suivi, prendre congé

#### 3 - Les différentes situations de vente et de négociation

- Exercices de face à face d'entretiens de vente pour traiter l'écoute, la reformulation, la synchronisation, le cadrage, le questionnement, l'échange de concessions/contreparties, le non verbal
- Travail sur les cas des participants

### PÉDAGOGIE

- Active et impliquante. Nombreux exercices. Jeux de rôle, études de cas
- Mises en situations filmées, analyse et conseils personnalisés

#### Inter-entreprises

2 jours

Prix : 1 050 € H.T.

Repas offerts

Paris

● 03.04 juillet 2017

● 06.07 novembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE COMMERCIAL

## OBJECTIFS

Donner à tout utilisateur du téléphone, les éléments de méthode, de style, de langage et de pratique, afin de :

- Valoriser l'image de leur entreprise
- S'approprier des méthodes simples pour informer, convaincre leurs interlocuteurs
- Dynamiser la promotion des produits ou services de l'entreprise
- Développer leur communication et leur aisance relationnelle au téléphone
- Améliorer leur impact commercial à l'occasion de tout entretien téléphonique

## PERSONNES CONCERNÉES

- Toute personne amenée à gérer une relation client ou à prospecter par téléphone

## PROGRAMME

### 1 - La pratique du téléphone

- Le téléphone, outil de communication
- Les obstacles à la communication
- Le comportement au téléphone
- La valorisation de l'entretien téléphonique
- L'acte téléphonique un acte commercial et tout interlocuteur peut être un client potentiel

### 2 - Les composants de la communication téléphonique

- La voix « un second visage »
- Le rythme de l'élocution : débit, volume, articulation, intonations
- Le langage : le choix des mots, des formulations
- Style positif et persuasif
- Le sourire au téléphone

### 3 - Accueillir au téléphone

- La prise de contact : présentation, identification de l'interlocuteur, création d'un climat de confiance
- La découverte
  - savoir faire répéter
  - poser les bonnes questions
  - La gestion de la communication
  - faire patienter, reprendre une communication en attente
  - prendre en note un message

- Utiliser l'écoute active :

- mieux informer, orienter, proposer
- les techniques de reformulation, de recentrage
- convaincre, persuader

### 4 - Contacter les clients

- Préparer l'entretien
- Définir l'objectif
- Créer le contact, se présenter
- Ouvrir le dialogue
- Conduire l'entretien
- Faire face aux objections
- Savoir optimiser l'appel téléphonique
- Utiliser efficacement son argumentaire
- Maîtriser la durée de l'entretien
- Reformuler, conclure

### 5 - Simulation sur cas concrets, par exemple :

- Prendre en compte tout motif de mécontentement, d'insatisfaction
- Traiter les réclamations, les clients mécontents, les problèmes de délais, de tarifs...
- Faire face à l'agressivité
- Adopter une attitude positive en vue de recherche de proposition, de solution
- Conclure avec courtoisie

Nombre de participants limité

## PÉDAGOGIE

- Cas, mises en situation en relation avec l'activité professionnelle de chacun
- Exercices d'entretiens simulés, enregistrés au valiphone. Conseils personnalisés
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

### Inter-entreprises

1 jour

Prix : 700 € H.T.

Repas offert

Paris

• 20 juin 2017

• 22 novembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# LES FONDAMENTAUX DE LA RELATION CLIENT

## *Établir un climat de confiance*

### **OBJECTIFS**

- Améliorer l'accueil et l'écoute client et véhiculer une image positive de son entreprise
- Communiquer efficacement pour établir un climat de confiance
- Gérer les situations difficiles dans la relation client pour fidéliser les clients

### **PERSONNES CONCERNÉES**

- Toute personne impliquée dans une démarche commerciale (vendeurs, administratifs, SAV, télé conseillers débutants...)

### **PROGRAMME**

#### **1 - Comprendre vos clients et leurs attentes**

- Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités
- Comprendre leurs motivations et leurs besoins
- Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients
- Identifier compétences et aptitudes relationnelles nécessaires pour fidéliser les clients

#### **2 - Communiquer efficacement en face à face et au téléphone**

- Les principes de base de la communication
- Les attitudes à adopter face au client
- La préparation avant le contact client
- La personnalisation pour créer un climat de confiance
- La présentation de votre entreprise
- La maîtrise du questionnement
- L'écoute active, un moyen de sécuriser le client
- La prise en compte des attentes et proposer des solutions concrètes
- L'argumentation efficace
- La gestion des situations délicates
- La valorisation de votre client
- Saisir les opportunités pour optimiser le contact avec le client : conseil, vente additionnelle

#### **3 - Aborder les situations difficiles dans la relation client**

- Adopter le bon comportement dans une situation difficile
- Savoir prendre le recul nécessaire et dépassionner le débat
- Analyser le dysfonctionnement et penser « Solution » plutôt que « Problème »
- Savoir expliquer en utilisant un discours positif et "non-technique"
- Reprendre efficacement une objection
- Reformuler pour bien conclure
- Être solidaire des autres services tout en préservant la relation client
- Savoir dire « NON » et rendre le refus acceptable
- Gérer vos émotions et votre stress
- Suivre le client
- Établir un suivi du client pour pérenniser la relation
- Transmettre les informations en interne pour garantir la continuité de service
- Établir un plan d'actions et informer le client

Nombre de participants limité

### **PÉDAGOGIE**

- La formation est interactive
- Le temps passé par l'animateur sur chaque thème est fonction de l'intérêt du groupe évalué après une phase de découverte
- Chaque stagiaire réalise une intervention filmée ou enregistrée au valiphone dans le domaine qui le concerne le plus
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

#### **Interentreprises**

**1 jour**

Prix : **700 € H.T.**

*Repas offert*

**Paris**

● **12 mai 2017**

● **18 octobre 2017**

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# GÉRER LES RÉCLAMATIONS ET LES CLIENTS MÉCONTENTES

*Cette formation, en vous donnant des méthodes, vous permet de traiter en professionnel et évite l'implication et le stress qui l'accompagne.*

## **OBJECTIFS**

- Fiabiliser et professionnaliser la lecture des courriers clients.
- Consolider les compétences rédactionnelles.
- Contribuer à la réduction des motifs de réclamation.
- Renforcer son assurance et sa maîtrise de soi.
- Accroître la lisibilité des réponses aux réclamations.

## **PERSONNES CONCERNÉES**

- Toute personne ayant à traiter des réclamations (clients, usagers, utilisateurs).

## **PROGRAMME**

- Les bases de la réclamation :
  - réclamer est un droit, il y a toujours un aspect relationnel, par ce fait, une réclamation est toujours justifiée.
- Comprendre la réclamation pour répondre juste :
  - les caractéristiques du client ou de l'utilisateur insatisfait...
  - les différents profils de clients « mécontents »
  - la nature de la réclamation.
  - traduire la réclamation, poser les « vrais » problèmes
  - la réponse justifiée.
- Bâtir la réponse écrite :
  - analyser et sélectionner les idées
  - définir un objectif et décider : accepter / refuser
  - choisir le plan le plus adapté
  - rédiger, s'attirer la sympathie du destinataire
  - savoir présenter, le cas échéant, des excuses
  - faire patienter si la réponse nécessite des recherches.
- Assurer le suivi.

## **PÉDAGOGIE**

- A partir de fiches techniques et d'études de cas, conception et rédaction de textes.
- Analyse, confrontation et évaluation en groupe.
- Exercices pour dynamiser corrections et commentaires.
- Chaque participant apporte des écrits professionnels qui serviront de supports d'exercices.

### **Interentreprises**

**2 jours**

**Prix : 1 150 € H.T.**

*Repas offerts*

**Paris**

● **19.20 juin 2017**

● **25.26 septembre 2017**

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# FORMATION PERSONNALISÉE

## PROSPECTER ET OBTENIR DES RENDEZ-VOUS

**1 participant - 1 formateur**

**1 journée de formation**

**1 heure de crédit téléphonique**

### OBJECTIFS

- Franchir les barrages et personnaliser le contact
- Rebondir sur les objections et proposer un rendez-vous
- Susciter l'intérêt pour obtenir un rendez-vous

### THÈMES PROPOSÉS

#### **Construire son plan de contact**

- Évaluer son portefeuille clients/prospects/contacts
- Déterminer les cibles à développer ou renforcer : priorités, rappel, meilleur interlocuteur
- Développer sa base de contacts : recommandations, cross selling, réseaux sociaux
- Adapter son organisation personnelle pour mieux prospecter

*Jeu d'introduction filmé "2 minutes pour vous présenter", débriefing*

#### **Se préparer**

- Analyser les différentes méthodes de rendez-vous et les résultats obtenus
- Cibler les différents moyens d'obtenir son rendez-vous et affiner un plan d'attaque personnalisé à chaque compte
- Élaborer une accroche : style clair, concis et direct

*Partant des best practices de chacun, les participants travaillent en atelier sur la meilleure organisation possible (gestion des priorités, agenda, développement de sa base client...)*

#### **Franchir les barrages**

- Obtenir le bon interlocuteur et élaborer une accroche personnalisée
- Susciter l'intérêt

*Travaux pratiques individuels, tour de table, débriefing et astuces. Mises en situation filmées*

#### **Obtenir le rendez-vous**

- Répondre aux objections
- Proposer un rendez-vous de manière décomplexée
- Gérer les refus et maintenir le contact pour l'avenir
- Se ressourcer pour se remotiver après un appel non abouti

*Partant de l'expérience de chacun, les participants travaillent en atelier sur les objections récurrentes, s'en suit un débriefing du formateur sur les réponses à apporter et les règles à respecter*

#### **Assurer le suivi pour transformer le prospect en client**

- Organiser ses relances
- Suivre ses résultats
- Savoir s'auto-analyser pour améliorer son taux de réussite

*Mises en situation filmées basées sur des situations réelles des participants, évaluation et auto-évaluation*

### APPROCHE PÉDAGOGIQUE

- Animateur Senior expérimenté capable de traiter les situations évoquées
- Questionnaire préalable d'analyse des attentes envoyé au participant
- L'animateur et le participant définissent les priorités, elles seront traitées dans un ordre logique
- Mises en situation et simulations pour ceux qui le souhaitent à partir de cas concrets

#### **● 1 journée et une heure de crédit téléphonique**

Formation personnalisée. Date et lieu à convenir d'un commun accord entre le participant et le formateur

Déplacements possibles en province : nous consulter.

**Prix à Paris : 1 150 € H.T.** Repas offert

#### ● Variantes, repas offerts :

- 2 participants sans crédit téléphonique : **1300 € HT/jour**
- 3 participants sans crédit téléphonique : **1500 € HT/jour**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# VENDRE EN MAGASIN

## **OBJECTIFS**

- Optimiser l'accueil client, maîtriser la prise de contact, créer un climat convivial
- Appréhender les techniques d'argumentation, savoir présenter son produit, gérer positivement les objections
- Engager son client dans une prise de décision

## **PERSONNES CONCERNÉES**

- Responsables de magasin, d'agence ou de point de vente, vendeurs

## **PROGRAMME**

### **1 - Mettre en confiance par un accueil de qualité**

- Améliorer le cadre de l'accueil : disposition, propreté, étalage...
- Avoir un contact performant : sourire, non verbal adapté...
- Gérer les personnes et situations difficiles : l'agressif, le SDF, l'indécis, les groupes, les réclamations, l'affluence...

### **2 - Découvrir et répondre aux motivations d'achat de votre client**

- Savoir questionner pour détecter les besoins
- Développer votre écoute active et mettre en confiance
- Identifier les freins importants et repérer les affirmations non fondées
- Reformuler pour rassurer et pour faciliter la compréhension
- Savoir intéresser le client : démonstration, test, essai, faire toucher et sentir, faire adhérer

### **3 - Adapter son argumentation pour convaincre**

- Récapituler les besoins clés de votre client
- Mettre en avant les bénéfices en phase avec ses motivations
- Présenter le prix de façon positive

- Répondre avec sérénité aux objections et remarques de votre client :
  - être empathique
  - savoir dire non avec diplomatie
  - proposer une autre offre...
- Créer les opportunités pour vendre plus à votre client : vente complémentaire, vente supplémentaire...

### **4 - Conclure et finaliser la vente**

- Repérer les signaux d'achat de votre client
- Résumer les avantages acceptés
- Amener le client vers la conclusion.
- Utiliser l'alternative pour amener votre client à décider par lui-même.
- Mettre en avant les services complémentaires du magasin : carte de fidélité, SAV, échange, échantillons, conseils du professionnel...
- Rassurer le client sur la bonne décision qu'il a prise
- Mettre en place le suivi du client et sa fidélisation au magasin :
  - adresse, fichier, bon de réduction,
  - invitation anniversaire,
  - porte ouverte, événement,
  - carte de fidélité...

## **PÉDAGOGIE**

- Présentation théorique des meilleures techniques de vente et d'accueil de la clientèle
- Travail en sous groupe
- Exercices personnalisés en fonction des secteurs d'activité
- Recommandations données par le formateur

**UNIQUEMENT EN INTRA  
DANS VOTRE ENTREPRISE OU  
EN FORMATION PERSONNALISÉE**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# NÉGOCIER AU QUOTIDIEN

*Dans la vie professionnelle, argumenter, s'adapter à l'autre n'est pas toujours suffisant pour arriver à un résultat. La connaissance des méthodes de négociation s'avère bien souvent indispensable.*

## **OBJECTIFS**

- Acquérir méthode et pratique pour négocier de manière efficace
- S'entraîner aux négociations et notamment conclure des accords profitables

## **PERSONNES CONCERNÉES**

- Toute personne ayant des négociations à mener à bien

## **PROGRAMME**

### **1 - Assimiler les bases de la négociation**

- Types de négociations
- Structure d'une négociation
- Les besoins, les objectifs
- Les enjeux, les risques...

### **2 - Préparer la négociation**

- Clarifier les intérêts de chacun :
  - satisfaction des besoins
  - marges de négociation
- Choisir la stratégie :
  - méthode coopérative, défensive ou offensive
  - concessions et contreparties
  - situation gagnant-gagnant et stratégie de gains
- Préparer son argumentation :
  - du découpage, à la méthode du bilan, des 4 niveaux, menace, urgence, etc
- Gérer les tactiques :
  - force et rapport de force, neutralisation
  - temps, présence ou absence
  - mauvaise foi, manipulation

### **3 - Maîtriser les étapes clés**

- Le contact :
  - préparation, présentation
  - les premières minutes
  - approche de l'interlocuteur

- La compréhension :
  - écoute des partenaires
  - évaluation des besoins
- La persuasion :
  - les contreparties
  - les concessions moins coûteuses ou non récurrentes
  - les choix, savoir les adapter : négocier en bloc ou point par point ?
- L'accord durable :
  - formaliser et valoriser l'accord
  - entretenir les relations

### **4 - Gérer les négociations difficiles**

- Préparation mentale
- Définition de ses objectifs
- Étude des comportements en présence
- Étapes d'une négociation constructive
- Négocier avec un non-décideur, avoir un niveau de délégation limité, devoir déléguer une négociation

### **5 - Entraînement sur cas pratiques**

- Mises en situation adaptées aux besoins des participants
- Cas tirés de la vie professionnelle ou de la vie courante

## **PÉDAGOGIE**

- Un questionnaire préalable d'analyse des attentes est envoyé à chaque participant
- La formation est pragmatique. Les cas soumis par les participants seront traités
- Mises en situations filmées
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

### **Inter-entreprises**

**2 jours**

**Prix : 1 180 € H.T.**

Repas offerts

**Paris**

● 01.03 juin 2017

● 20.21 novembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**



# OSER DIRE : S’AFFIRMER DANS SON MILIEU PROFESSIONNEL

*Améliorer son aisance et affirmer ses idées*

## **OBJECTIFS**

- Formuler sans crainte ses opinions ou ses souhaits quel que soit l’interlocuteur
- Savoir adapter ses messages aux autres
- Savoir dire « non » avec diplomatie, sans paraître agressif
- Savoir demander de l’aide dans une situation difficile
- Être plus convivial avec les autres, pour travailler plus sereinement ensemble

## **PERSONNES CONCERNÉES**

- Toute personne ayant besoin de s’affirmer dans ses relations professionnelles

## **PROGRAMME**

### **1 - Les différents comportements**

- Le comportement de type physique et ses réactions de défense : fuite et attaque
- Les comportements relationnels et les réactions de défense : séduction ou norme
- Les comportements intellectuels et les risques de manipulation

### **2 - Répondre aux comportements déstabilisants : passifs, agressifs et manipulateurs**

- Faire face à l’agressivité par des techniques comportementales
- Repérer et désamorcer les manipulations de la vie quotidienne
- Développer et renforcer sa confiance en soi

### **3 - Transformer en positif les difficultés**

- Neutraliser l’impact des pensées négatives
- Nourrir l’estime de soi-même

### **4 - Gérer les situations de la vie professionnelle**

- Formuler des critiques constructives sur les actions et non sur les personnes
- Refuser les critiques injustifiées avec fermeté

- Savoir exprimer et recevoir une critique...
- Développer sa fluidité
- Oser s’affirmer face à sa hiérarchie, ses collègues, les autres partenaires
- S’entraîner à oser exprimer ses sentiments, demandes, propositions

### **5 - Développer des relations professionnelles constructives**

- Savoir gérer les situations tendues
- Exprimer son ressenti
- Identifier et lever les zones de blocages
- Remplacer l’escalade par la mise en place de relations « adulte-adulte »
- Savoir dire « oui », s’engager, faire confiance
- Savoir faire face à un reproche
- Oser dire « non », poser des limites, exprimer diplomatiquement un refus

### **6 - Définir un plan personnel de progression**

- Les domaines dans lesquels il est possible d’évoluer
- Les domaines à risques ou suicidaires

## **PÉDAGOGIE**

- La formation est basée sur des simulations, des exercices et des tests
- Un apport théorique est réalisé pour la compréhension
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

### **Inter-entreprises**

2 jours

Prix : 1 150 € H.T.

Repas offerts

Paris

• 08.09 juin 2017

• 04.05 décembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# MANAGER SON ÉQUIPE DE COMMERCIAUX

## **OBJECTIFS**

- S'affirmer sans complexe dans son (nouveau) rôle de responsable intermédiaire
- Développer son sens des responsabilités et son esprit d'autonomie en sachant régler seul des situations de crise ou d'urgence
- Favoriser la cohésion de son équipe par une organisation rigoureuse, des relations confiantes et une communication fluide

## **PERSONNES CONCERNÉES**

- Tout manager ayant à animer une équipe

## **PROGRAMME**

### **1 - L'environnement du manager**

- Les besoins
- La motivation
- Les protestations
- Les missions du manager
- Les sources de l'autorité

### **2 - Développer son leadership**

- Définition
- Les styles
- Les styles adaptés aux collaborateurs
- Les qualités du leader
- Le management à travers le monde

### **3 - Les activités du leader**

- Influencer et fédérer un groupe
- Atteindre un but commun
- Créer une relation de confiance
- Motiver
- Assumer une fonction hiérarchique : clarifier son rôle
- Encaisser des pressions contradictoires
- S'affirmer en douceur

### **4 - Utiliser les outils de gestion**

- Gérer les ressources et le temps collectif ; gérer son temps personnel
- Combattre les hémorragies de temps
- Gérer les priorités

### **5 - Utiliser les outils d'animation**

- Gérer la communication
- Donner du feed-back
- Accompagner le collaborateur
- Résoudre les problèmes relationnels
- Anticiper et désamorcer un conflit
- Savoir communiquer avec les services
- Mener un entretien
- Gérer les réunions...
- Recadrer en cas d'absence ou de manquement aux règles

### **6 - Quelques techniques de communication**

- L'écoute
- Le questionnement
- La reformulation...

### **7 - Se mettre en situation**

- Les cas traités sont proposés par le groupe ou par l'intervenant
- Les situations concernent des thèmes développés dans le programme proposé

## **PÉDAGOGIE**

- Un questionnaire préalable d'analyse des attentes est envoyé à chaque participant
- Traitement de cas, mises en situations filmées, conseils personnalisés
- Une documentation est remise à chaque participant

### **Interentreprises**

**2 jours**

**Prix : 1 180 € H.T.**

*Repas offerts*

**Paris**

● 07.08 juin 2017

● 23.24 novembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT : LES 10 RÈGLES

La vie en entreprise oblige à des remises en cause ou à des adaptations de ses méthodes de travail.

Cette formation permet de faire le point sur son métier de manager.

Chaque thème traité fait l'objet d'une formation ce qui permet la création d'un cursus adapté aux besoins.

## OBJECTIFS

- Explorer les basiques du management
- Découvrir ses points forts et les points à améliorer
- Établir un diagnostic de ses pratiques de management
- Découvrir les points à approfondir et préparer son plan de formation

## PROGRAMME

- 1 - Clarifier sa mission et développer sa performance managériale**
  - Ses rôles en tant que manager
  - Ses activités : accompagnement, adaptation...
  - Ses limites : jugement, évaluation, valorisation...
- 2 - Organiser le travail de son équipe, augmenter la productivité de son management**
  - Définir les objectifs prioritaires et les mettre en œuvre, les hiérarchiser
  - Traiter le plus important avant ce qui est urgent
  - Préparer pour réduire le volume de travail
  - Planifier votre temps de manager
- 3 - Développer un climat de confiance, chercher à comprendre, puis à être compris**
  - Écoute de vos collaborateurs de manière à ce qu'ils se sentent compris
  - Sincérité, avantages mutuels et coopération
  - Création d'un climat de confiance et de loyauté au sein de l'équipe
  - Négociation d'accords gagnant-gagnant
  - Fourniture de feed-back constructifs
- 4 - Adapter son message aux autres**
  - Parler le langage de l'autre
  - Ne pas agresser ou heurter inconsciemment
  - Atténuer l'expression de sa pensée
  - Respecter les valeurs pour convaincre
  - Faire comprendre, admettre et mémoriser le message que l'on veut transmettre
- 5 - Développer l'autonomie de ses collaborateurs et leur potentiel**
  - Accompagner le développement des compétences de son équipe
  - Découvrir les ressources de ses collaborateurs
  - Aider ses collaborateurs à révéler leur potentiel
- 6 - Donner l'image d'un leader**
  - Adopter les styles de leadership adaptés
  - Gérer les résistances et la démotivation
  - Les pièges à éviter
- 7 - Savoir Déléguer**
  - La préparation
  - La présentation
  - Le suivi
- 8 - Savoir décider et faire partager ses décisions**
  - Anticiper le changement par des paris positifs
  - Savoir recadrer positivement
  - Transformer une « contradiction » en opportunité d'action
  - Mobiliser l'équipe sur un projet commun
  - Négocier et répartir les rôles
- 9 - Développer les capacités d'initiative de ses équipes**
  - Récolter les fruits d'un vrai travail d'équipe grâce au respect mutuel
  - Résoudre les conflits en cherchant de nouvelles alternatives pleinement satisfaisantes pour les différentes parties
- 10 - Utiliser les outils du manager**
  - Le management informel
  - Les entretiens formalisés et leurs objectifs
  - Les différents types de réunions et leurs objectifs

Nombre de participants limité

## PÉDAGOGIE

- La formation est interactive
- Le temps passé sur chaque règle est fonction de l'intérêt du groupe évalué après une phase de découverte
- Chaque participant réalise une intervention filmée dans le domaine qui le concerne le plus
- Compte tenu de la durée de la formation, le nombre de participants est limité

### Interentreprises

3 jours

Prix : 1 490 € H.T. -

Repas offerts

Paris

• 26.27.28 juin 2017

• 12.13.14 décembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**

# DÉVELOPPEZ VOTRE LEADERSHIP

## *Leadership : de l'autorité sans autoritarisme*

*Cette formation a pour objet d'adapter son style de management à ses collaborateurs. Elle est fondée sur les types d'autorité du management relationnel et les modes de comportements de la Mémonique®.*

*Elle permet de mieux asseoir son autorité tout en évitant des situations conflictuelles provoquées par un manque d'adaptation aux membres de l'équipe.*

### **OBJECTIFS**

- Identifier les conditions de mise en œuvre d'un leadership adapté
- Reconnaître et adopter les 4 styles de leadership
- S'entraîner, par le biais de simulations et d'études de cas, à adapter son leadership en fonction des situations

### **PERSONNES CONCERNÉES**

- Encadrement ayant besoin d'adapter son style de management
- Responsable de projet ou personne ayant à animer des équipes transverses

### **PROGRAMME**

#### **1 - Ajouter une dimension à son management : le leadership**

- Situer le leadership par rapport au management
- Ce que les collaborateurs attendent d'un leader
- Prendre conscience de ses propres qualités de leader
- Test sur son leadership

#### **2 - Instaurer un climat de confiance avec son équipe**

- Favoriser les contacts positifs et constructifs
- Trouver le bon niveau d'influence et de contrôle
- Communiquer et dialoguer franchement et ouvertement

#### **3 - Adapter son style de management à son équipe**

- Identifier et reconnaître les 4 styles de leadership : directif, persuasif, participatif et déléguatif
- Les paramètres décrivant le comportement du leader dans chaque style

- Identifier son propre style de leadership
- Adopter le style adéquat : leadership et efficacité

#### **4 - Mettre en œuvre les relations qui améliorent la performance**

- Connaître ses comportements et comprendre ceux des autres
- Choisir les comportements qui favorisent la relation
- Donner et recevoir des feed-back pour progresser
- Faire preuve de reconnaissance

#### **5 - Agir de manière proactive : la stratégie d'objectif et de résultat**

- Définir un objectif précis et opérationnel
- Se motiver pour atteindre un objectif
- Tenir compte des charges de travail

#### **6 - Mises en situation (exemples)**

- Travailler avec un directif
- Savoir persuader
- Trouver les arguments adaptés...

### **PÉDAGOGIE**

- Exercices, mises en situations filmées
- Pour le suivi, les participants peuvent contacter l'intervenant par mail durant 3 mois

#### **Interentreprises**

**2 jours**

**Prix : 1 180 € H.T.**

*Repas offerts*

**Paris**

● 27.28 mars 2017

● 05.06 décembre 2017

**Intra-entreprises (catalogue ou sur mesure) : devis sur demande**

**BERNARD BRUCHE FRANCE**