

TARIFS des Formation Professionnelle pour Adultes 2019 - 2020



Contact : Nathalie SOUVILLE

 06 52 27 65 50

 nathalie.souville@yahoo.fr

Conditions Générales de Vente

Objet

Toute inscription à une formation implique l'acceptation sans réserve des présentes conditions générales de vente.

Tarifs

Notre organisme de formation n'est pas assujéti à la TVA. Tous nos tarifs s'entendent nets de taxes.

Ils comprennent les coûts pédagogiques de l'action et la fourniture des supports de formation. Les éventuels frais de déplacements, d'hébergement et de restauration demeurent à la charge du stagiaire.

Inscriptions, facturation, règlement

L'inscription d'un stagiaire est prise en compte à réception :

-Du bulletin d'inscription dûment complété, signé et tamponné, au minimum 2 semaines avant le démarrage de la formation.

Pour certaines formations, un chèque d'acompte d'un montant égal à 30 % du prix de la formation pourra être demandé.

Le nombre de places étant limité, les inscriptions seront prises en compte par ordre d'arrivée.

Au plus tard une semaine précédant le début de la formation, nous vous enverrons :

-La convention de formation, en deux exemplaires. Le Client s'engage à retourner dans les plus brefs délais à NSTEMARKETING un exemplaire signé et portant son cachet commercial.

-La convocation à la formation

-Le programme détaillé de la formation

et toutes les informations utiles à la bonne organisation de la formation (plan d'accès, liste des hébergements et des restaurants situés à proximité)

À la fin de la formation, nous vous transmettrons la facture et l'attestation de présence.

Une attestation de fin de formation sera remise à chaque participant.

Prise en charge directe par l'OPCA

Si vous souhaitez que le règlement soit émis par l'OPCA dont vous dépendez, il vous appartient de :

-Nous préciser ces modalités spécifiques de prise en charge sur votre bulletin d'inscription

-Nous adresser une copie de la « demande de gestion de stage » que vous aurez formulée auprès de votre OPCA.

-Nous retourner, au plus tard le dernier jour du stage, l'accord de prise en charge reçu de votre OPCA ainsi que la convention de formation signée.

Si vous obtenez cet accord au plus tard 48 h avant le début de la formation, vous pourrez nous le transmettre accompagné d'un chèque

correspondant, non pas aux 70 % restants, mais au solde de la formation déduction faite du montant de la prise en charge de l'OPCA. Si et seulement si ces conditions sont remplies, nous procéderons à une facturation directe à votre OPCA, conformément au taux de prise en charge pour lequel vous aurez obtenu un accord.

Si la totalité des coûts sont pris en charge par l'OPCA, nous vous retournerons le chèque d'acompte de 30 % accompagné de l'attestation de

présence. En cas de non-paiement par l'OPCA, pour quelque motif que ce soit, vous serez redevable de l'intégralité du coût de la formation et serez facturé du montant correspondant.

Annulation et report du fait de l'OF

Nous nous réservons le droit d'annuler ou de reporter une formation en cas de force majeure (défaillance d'un formateur, grèves des transports, mauvaises conditions météorologiques, problème de salle) ou d'un nombre de participants insuffisants, conformément au nombre de participants minimum que nous nous sommes fixés pour chacun des modules proposés dans notre catalogue.

Dans ce cas, l'ensemble des participants seront prévenus par mail et par téléphone.

En cas de report de la formation, vous êtes libre de maintenir ou non votre inscription.

En cas de « désinscription », comme en cas d'annulation, nous vous retournons le chèque d'acompte.

Annulation et report du fait du stagiaire

Toute demande d'annulation doit être effectuée par écrit.

En cas de résiliation de la présente convention par le client à moins de 7 jours francs avant le début d'une des actions mentionnées à l'annexe, l'organisme retiendra sur le coût total de la prestation un pourcentage de 50%, du montant total au titre de dédommagement.

En cas de réalisation partielle de l'action du fait du client, seule sera facturée au client la partie effectivement réalisée de l'action, selon le prorata suivant : nombre d'heures réalisées/nombre d'heures prévues. En outre, l'organisme retiendra sur le coût correspondant à la partie non-réalisée de l'action un pourcentage de 20%, au titre de dédommagement.

Les montants versés par le client au titre de dédommagement ne pourront pas être imputés par le stagiaire

sur son obligation définie à l'article L6331-1 du code du travail ni faire l'objet d'une demande de remboursement ou de prise en charge par un OPCA.

Dans la limite des places disponibles, vous pouvez reporter, une fois et sans pénalité, votre inscription sur une session programmée ultérieurement au cours des 12 mois suivants. Vous avez aussi la possibilité de remplacer le participant initialement inscrit par un autre participant.

Propriété intellectuelle

Les programmes et supports de formation restent la pleine propriété de l'organisme de formation. Toute reproduction et diffusion à des fins commerciales, ainsi que tout enregistrement des sessions de formation sont strictement interdits.

Résolution de litiges - Droit applicable

Les présentes conditions générales de vente sont soumises à la loi française. Tout litige ne pouvant faire l'objet d'un règlement à l'amiable sera de la compétence exclusive du tribunal de commerce de Auch.

Communication

Le client accepte d'être cité par NSTEMARKETING comme client de ses offres de services, au frais de NSTEMARKETING à mentionner son nom, son logo ainsi qu'une description objective de la nature des prestations, objet du contrat, sur son site internet et également dans ses listes de références et ses propositions à l'attention de ses prospects et de sa clientèle.

Protections des données à caractère personnel

Les informations enregistrées sont réservées à l'usage de NSTEMARKETING et ne peuvent être communiquées qu'aux salariés de NSTEMARKETING.

Conformément aux articles 39 et suivants

de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, toute personne peut obtenir communication et, le cas échéant, rectification ou suppression des informations la concernant, en adressant une demande écrite à

NSTEMARKETING 41, Route de Monclar - 32300 ST MARTIN - nathalie.souville@yahoo.fr

DIGITALISER SON ENTREPRISE



Public

Micro-entrepreneurs, Chefs d'entreprise



Prérequis

Prérequis à déterminer en fonction des besoins, niveaux et objectifs du bénéficiaire.



Durée

3 jours (21 heures)



Nombre stagiaire *(mini / maxi)*

De 1 à 12 stagiaires



Objectif général

Comprendre les enjeux de la transformation digitale afin de créer sa propre stratégie



Objectifs spécifiques & opérationnels

Le but est de prendre en compte les besoins de chaque bénéficiaire.

Présentation

Grâce à cette formation, vous pourrez comprendre les enjeux et acquérir une vision d'ensemble de la transformation digitale. Vous pourrez ainsi **mettre en place les bases de votre propre stratégie digitale.**

Vous serez accompagné(e) par un/e formateur/trice pour une **montée en compétences en adéquation avec vos objectifs spécifiques.**

TARIF: 1050 €
Net de Taxe

En lien avec la politique d'individualisation de nos formations, la responsable pédagogique et le/la formateur /trice étudieront vos besoins et attentes (cf. entretien de positionnement). Suite à cet échange, ils établissent une formation spécifique à vos objectifs. Un déroulé pédagogique individualisé mettra en évidence les objectifs opérationnels de chaque séance.



Entretien de positionnement

Entretien téléphonique préalable avec le formateur (ou envoi questionnaire par mail) pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation.



Évaluation des prérequis*

Test visant à s'assurer que le niveau du bénéficiaire correspond au niveau du contenu de la formation.

*Si case prérequis remplie



Moyens pédagogiques & techniques

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.



Évaluation des acquis

Évaluation par questionnaire ou QCM



Évaluation de la satisfaction

Programme de la formation

1. LES FONDAMENTAUX ET ENJEUX DE LA TRANSFORMATION NUMERIQUE

- Qu'est-ce que le numérique : Les nouvelles technologies et les nouveaux usages
- Quelles conséquences pour mon entreprise et mes différents interlocuteurs ?
- Intégrer le numérique dans ma stratégie digitale

2. SIMPLIFIER MON ORGANISATION INTERNE

- Dématérialiser mes documents
 - o Le principe de la numérisation des documents (formats, résolution, taille)
 - o Intérêt et méthode de simplification de la gestion des factures, devis et archives
- Organiser la gestion des données relatives aux prospects, clients et fournisseurs

3. LES SOLUTIONS OPEN SOURCE

- Notions et définitions, différents types de licence
- Intérêts et risques d'adoption de solutions ou outils OpenSource
- Les outils OpenSource pour le poste de travail
- Les outils pour la Gestion d'Entreprise
 - o Suites décisionnelles
 - o Solutions GED et Enterprise Content Management
 - o Solutions de partage de documents

4. EFFECTUER MES DEMARCHES ADMINISTRATIVES EN LIGNE

- Déclarations fiscales en ligne
- Déclarations sociales en ligne

5. EXTERNALISER MES DONNEES

- Le cloud computing (définitions, bénéfices, risques et cadre légal)
- Panorama du marché

Questionnaire de satisfaction à chaud
au dernier jour de la formation



Sanction de la formation

Attestation de fin de stage



Prix

Prise en charge OPCA

- Principaux acteurs
- Principales solutions (IaaS, PaaS et SaaS)
- Principales architectures

- Les bonnes pratiques pour l'intégration du cloud
- Les questions essentielles à se poser avant de choisir son prestataire

6. SECURISER MES SOLUTIONS DIGITALES

- Introduction à la sécurité des systèmes d'information
- Définition et identifications des principaux risques actuels
- Diagnostiquer son niveau de sécurité
- Les outils et moyens techniques de parade aux principales menaces simples (mot de passe, sauvegarde, coffre-fort électronique, navigation, mise à jour, hébergement sécurisé...)

FONDAMENTAUX DES TECHNIQUES DE VENTE



Public

Micro-entrepreneurs, Chefs d'entreprise



Prérequis

Prérequis à déterminer en fonction des besoins, niveaux et objectifs du bénéficiaire.



Durée

4 jours (28 heures)



Nombre stagiaire *(mini / maxi)*

De 1 à 12 stagiaires



Objectif général

Acquérir les fondamentaux des techniques de ventes pour accroître son chiffre d'affaires tout en préservant la relation client



Objectifs spécifiques & opérationnels

Présentation

Grâce à cette formation, vous pourrez apprendre comment transformer un prospect en client, comment négocier efficacement et gérer les situations de blocage. Vous pourrez ainsi **maintenir la qualité de la relation client et sortir des situations tendues.**

Vous serez accompagné(e) par un/e formateur/trice pour une **montée en compétences en adéquation avec vos objectifs spécifiques.**

TARIF: 1400€
Net de Taxe

Le but est de prendre en compte les besoins de chaque bénéficiaire.

En lien avec la politique d'individualisation de nos formations, la responsable pédagogique et le/la formateur /trice étudieront vos besoins et attentes (cf. entretien de positionnement). Suite à cet échange, ils établissent une formation spécifique à vos objectifs. Un déroulé pédagogique individualisé mettra en évidence les objectifs opérationnels de chaque séance.



Entretien de positionnement

Entretien téléphonique préalable avec le formateur (ou envoi questionnaire par mail) pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation.



Évaluation des prérequis*

Test visant à s'assurer que le niveau du bénéficiaire correspond au niveau du contenu de la formation.

*Si case prérequis remplie



Moyens pédagogiques & techniques

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.



Évaluation des acquis

Évaluation par questionnaire ou QCM

Programme de la formation

1. LA RELATION CLIENT

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client (l'image, le chiffre d'affaire, la fidélisation)
- Comprendre les attentes du client
- Gestion de la relation client :
 - o Comportement (distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel)
 - o Ecoute (établir le contact et favoriser la confiance)
 - o Détecter les attentes du client
 - o Mettre en valeur une solution
 - o Accepter critiques et objections
- Gestion des réclamations et insatisfactions :
 - o Faire face aux situations délicates (retard, mauvaise nouvelle, savoir refuser, gérer un incident, une insatisfaction)
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

2. CONVAINCRE VOS FUTURS CLIENTS DE VOUS RENCONTRER

- Préparer sa prospection :
 - o Définir sa cible de prospects
 - o Constituer son fichier prospects
 - o Fixer ses objectifs
 - o Se mettre en condition optimale
- Techniques de communication téléphonique :
 - o Savoir se présenter et susciter l'intérêt au téléphone
 - o Savoir franchir le barrage du secrétariat
 - o Développer une écoute active
 - o Détecter les besoins du prospect
 - o Rédiger son scénario téléphonique
 - o Se préparer aux objections



Évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud
au dernier jour de la formation



Sanction de la formation

Attestation de fin de stage



Prix

Prise en charge OPCA

3. ENTRETIEN DE NEGOCIATION

- Qu'est-ce que la négociation ?
- La préparation de l'entretien de négociation :
 - Les objectifs
 - Le timing de l'entretien
 - Les intérêts communs
 - La posture et le déroulement de l'entretien
 - Se préparer à répondre aux principales objections
 - La conclusion
- Les éléments en jeu en négociation :
 - Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales, l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
 - Les attitudes relationnelles
 - Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
 - Les pièges de l'argumentation
- Basculer sur la vente :
 - Développer un argumentaire commercial
 - Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
 - Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

4. LES ENJEUX DE LA GESTION DE SITUATIONS DIFFICILES

- Reconnaître les types de clients difficiles et adapter sa posture en conséquence :
 - Le client arrogant
 - Le client chronophage
 - Le client expert
 - Le « bon copain »
 - Le client pointilleux
 - Le client râleur / contestataire
 - Le client éternellement insatisfait
 - Le client versatile
 - Le client mutique
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
 - Comprendre l'insatisfaction d'un client
 - Reconnaître les signes avant coureurs

- Analyser les causes de l'insatisfaction et les facteurs déclencheurs du mécontentement
- Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
- Ouvrir le dialogue
 - Pratiquer l'écoute active
 - Clarifier les attentes et les besoins de la personne
 - Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
 - Le choix des mots
 - La posture
 - L'attitude mentale
- Rechercher des solutions
 - Clarifier et s'assurer des intentions communes
 - Chercher des points d'accord
 - Construire une posture gagnant / gagnant
 - Prendre des engagements concrets
- Savoir mettre fin à l'échange
- Tirer des enseignements des situations de conflit
 - Repérer les incidents fréquents
 - Tirer des conclusions
 - Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures et adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits

LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL, DES RESEAUX SOCIAUX ET DE L'E-REPUTATION



Public

Micro-entrepreneurs, Chefs d'entreprise



Prérequis

Prérequis à déterminer en fonction des besoins, niveaux et objectifs du bénéficiaire.



Durée

2 jours (14 heures)



Nombre stagiaire (mini / maxi)

De 1 à 12 stagiaires



Objectif général

Acquérir les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux et mesurer l'importance de l'e-réputation



Objectifs spécifiques & opérationnels

Présentation

Grâce à cette formation, vous pourrez mesurer les enjeux du digital et des médias sociaux et vous familiariser avec leur mode de fonctionnement. Vous pourrez ainsi **les mettre à profit pour développer votre activité.**

Vous serez accompagné(e) par un/e formateur/trice pour une **montée en compétences en adéquation avec vos objectifs spécifiques.**

TARIF: 700 €
Net de Taxe

Le but est de prendre en compte les besoins de chaque bénéficiaire.

En lien avec la politique d'individualisation de nos formations, la responsable pédagogique et le/la formateur /trice étudieront vos besoins et attentes (cf. entretien de positionnement). Suite à cet échange, ils établissent une formation spécifique à vos objectifs. Un déroulé pédagogique individualisé mettra en évidence les objectifs opérationnels de chaque séance.



Entretien de positionnement

Entretien téléphonique préalable avec le formateur (ou envoi questionnaire par mail) pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation.



Évaluation des prérequis*

Test visant à s'assurer que le niveau du bénéficiaire correspond au niveau du contenu de la formation.

*Si case prérequis remplie



Moyens pédagogiques & techniques

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.



Évaluation des acquis

Évaluation par questionnaire ou QCM

Programme de la formation

1. IDENTIFIER LES NOUVEAUX USAGES DU DIGITAL

- Les internautes acteurs de leur communication
- Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés sur les réseaux sociaux

2. PANORAMA DES MEDIA SOCIAUX

- Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et média sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat...)
- Blogs, wikis : quel usage pour son entreprise ?

3. UTILISER LES RESEAUX ET MEDIA SOCIAUX

- Facebook :
 - o Les différents formats : profil, page, groupe
 - o Quelle utilisation pour son entreprise
 - o Edge Rank de Facebook
 - o Publicité sur Facebook
- Instagram :
 - o Fonctionnement et spécificité
 - o Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - o Création de publications efficaces et choisir ses hashtags
- Twitter :
 - o Fonctionnalités et usages
 - o Le vocabulaire
 - o Intérêt pour son entreprise ?
- LinkedIn et Slideshare :
 - o Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?
 - o Intérêt et usages pour son entreprise ?
 - o Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel
- Chaîne Youtube : quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?
- Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat
- La vidéo en direct : Twitter (Periscope), Facebook Live, Youtube, Live...



Évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud
au dernier jour de la formation



Sanction de la formation

Attestation de fin de stage



Prix

Prise en charge OPCA

4. E-REPUTATION ET VEILLE EN LIGNE

- Définitions : identité numérique, personal branding et e-réputation
- L'importance du moteur de recherche
- Mettre en place un dispositif de veille :
 - Se créer une identité numérique et la valoriser
 - Veille
 - Effacer ses traces
 - Se renseigner sur ses interlocuteurs
- Situations de crise et possibilités d'intervention

FONDAMENTAUX DES TECHNIQUES DE VENTE



Public

Micro-entrepreneurs, Chefs d'entreprise



Prérequis

Prérequis à déterminer en fonction des besoins, niveaux et objectifs du bénéficiaire.



Durée

4 jours (28 heures)



Nombre stagiaire (mini / maxi)

De 1 à 12 stagiaires



Objectif général

Acquérir les fondamentaux des techniques de ventes pour accroître son chiffre d'affaires tout en préservant la relation client



Objectifs spécifiques & opérationnels

Présentation

Grâce à cette formation, vous pourrez apprendre comment transformer un prospect en client, comment négocier efficacement et gérer les situations de blocage. Vous pourrez ainsi **maintenir la qualité de la relation client et sortir des situations tendues.**

Vous serez accompagné(e) par un/e formateur/trice pour une **montée en compétences en adéquation avec vos objectifs spécifiques.**

TARIF: 1400 €
Net de Taxe

Le but est de prendre en compte les besoins de chaque bénéficiaire.

En lien avec la politique d'individualisation de nos formations, la responsable pédagogique et le/la formateur /trice étudieront vos besoins et attentes (cf. entretien de positionnement). Suite à cet échange, ils établissent une formation spécifique à vos objectifs. Un déroulé pédagogique individualisé mettra en évidence les objectifs opérationnels de chaque séance.



Entretien de positionnement

Entretien téléphonique préalable avec le formateur (ou envoi questionnaire par mail) pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation.



Évaluation des prérequis*

Test visant à s'assurer que le niveau du bénéficiaire correspond au niveau du contenu de la formation.

*Si case prérequis remplie



Moyens pédagogiques & techniques

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.



Évaluation des acquis

Évaluation par questionnaire ou QCM

Programme de la formation

1. LA RELATION CLIENT

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client (l'image, le chiffre d'affaire, la fidélisation)
- Comprendre les attentes du client
- Gestion de la relation client :
 - o Comportement (distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel)
 - o Ecoute (établir le contact et favoriser la confiance)
 - o Détecter les attentes du client
 - o Mettre en valeur une solution
 - o Accepter critiques et objections
- Gestion des réclamations et insatisfactions :
 - o Faire face aux situations délicates (retard, mauvaise nouvelle, savoir refuser, gérer un incident, une insatisfaction)
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

2. CONVAINCRE VOS FUTURS CLIENTS DE VOUS RENCONTRER

- Préparer sa prospection :
 - o Définir sa cible de prospects
 - o Constituer son fichier prospects
 - o Fixer ses objectifs
 - o Se mettre en condition optimale
- Techniques de communication téléphonique :
 - o Savoir se présenter et susciter l'intérêt au téléphone
 - o Savoir franchir le barrage du secrétariat
 - o Développer une écoute active
 - o Détecter les besoins du prospect
 - o Rédiger son scénario téléphonique
 - o Se préparer aux objections



Évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud
au dernier jour de la formation



Sanction de la formation

Attestation de fin de stage



Prix

Prise en charge OPCA

3. ENTRETIEN DE NEGOCIATION

- Qu'est-ce que la négociation ?
- La préparation de l'entretien de négociation :
 - Les objectifs
 - Le timing de l'entretien
 - Les intérêts communs
 - La posture et le déroulement de l'entretien
 - Se préparer à répondre aux principales objections
 - La conclusion
- Les éléments en jeu en négociation :
 - Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales, l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
 - Les attitudes relationnelles
 - Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
 - Les pièges de l'argumentation
- Basculer sur la vente :
 - Développer un argumentaire commercial
 - Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
 - Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

4. LES ENJEUX DE LA GESTION DE SITUATIONS DIFFICILES

- Reconnaître les types de clients difficiles et adapter sa posture en conséquence :
 - Le client arrogant
 - Le client chronophage
 - Le client expert
 - Le « bon copain »
 - Le client pointilleux
 - Le client râleur / contestataire
 - Le client éternellement insatisfait
 - Le client versatile
 - Le client mutique
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
 - Comprendre l'insatisfaction d'un client
 - Reconnaître les signes avant coureurs

- Analyser les causes de l'insatisfaction et les facteurs déclencheurs du mécontentement
- Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
- Ouvrir le dialogue
 - Pratiquer l'écoute active
 - Clarifier les attentes et les besoins de la personne
 - Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
 - Le choix des mots
 - La posture
 - L'attitude mentale
- Rechercher des solutions
 - Clarifier et s'assurer des intentions communes
 - Chercher des points d'accord
 - Construire une posture gagnant / gagnant
 - Prendre des engagements concrets
- Savoir mettre fin à l'échange
- Tirer des enseignements des situations de conflit
 - Repérer les incidents fréquents
 - Tirer des conclusions
 - Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures et adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits

LE WEB ET LE E-COMMERCE, LES OUTILS POUR AMELIORER SON CHIFFRE D'AFFAIRES



Micro-entrepreneurs, Chefs
d'entreprise



Prérequis à déterminer en fonction
des besoins, niveaux et objectifs du
bénéficiaire.



3 jours (21 heures)



De 1 à 12 stagiaires



Comprendre les enjeux d'une
présence sur le web pour améliorer
son chiffre d'affaires



Présentation

Grâce à cette formation, vous pourrez acquérir le vocabulaire propre au domaine du web et apprendre comment créer un site e-commerce. Vous pourrez ainsi **analyser le trafic de votre site et l'utiliser pour augmenter votre chiffre d'affaires.**

Vous serez accompagné(e) par un/e formateur/trice pour une **montée en compétences en adéquation avec vos objectifs spécifiques.**

TARIF: 1050 €
Net de Taxe

Le but est de prendre en compte les besoins de chaque bénéficiaire.

En lien avec la politique d'individualisation de nos formations, la responsable pédagogique et le/la formateur /trice étudieront vos besoins et attentes (cf. entretien de positionnement). Suite à cet échange, ils établissent une formation spécifique à vos objectifs. Un déroulé pédagogique individualisé mettra en évidence les objectifs opérationnels de chaque séance.



Entretien de positionnement

Entretien téléphonique préalable avec le formateur (ou envoi questionnaire par mail) pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation.



Évaluation des prérequis*

Test visant à s'assurer que le niveau du bénéficiaire correspond au niveau du contenu de la formation.

*Si case prérequis remplie



Moyens pédagogiques & techniques

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.



Évaluation des acquis

Évaluation par questionnaire ou QCM

Programme de la formation

1. INTRODUCTION A INTERNET

- Vocabulaire spécifique à Internet
- Types de sites Internet
- Recherches efficaces sur Internet
 - o Les différents types de moteurs et annuaires de recherches généralistes
 - o Recherches par mots / expressions clefs / Syntaxe
 - o Trucs et astuces pour obtenir des résultats pertinents
- Les tendances du web

2. AVANT DE CREER SON SITE

- Comprendre le vocabulaire technique
- Cahier des charges
- Contraintes légales, droits à l'image et droits d'auteur
- Préparation des contenus
- Présentation et initiation aux outils de création de Site Internet
- Erreurs à éviter

3. CREER UN SITE WEB VITRINE

- Déposer un nom de domaine
- Trouver un hébergeur
- Définir l'arborescence
- Les différents types de contenus :
 - o Organiser les contenus
 - o Structurer la navigation
 - o Concevoir les pages
 - o Appliquer une charte graphique
 - o Préparer et intégrer les images
 - o Insérer des liens hypertextes
- Compléter et enrichir le site web :
 - o Rappels sur l'utilité et le fonctionnement des plugins
 - o Améliorer l'interface utilisateur
 - o Ajouter des fonctionnalités de réseau social
 - o Gérer la traduction du site
 - o Modification simple du thème fourni avec le langage de mise en forme CSS
 - o Création d'une page de contenu dynamique



Évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud
au dernier jour de la formation



Sanction de la formation

Attestation de fin de stage



Prix

Prise en charge OPCA

- Sécuriser et manipuler le site :
 - Limiter l'accès du site pendant les travaux
 - Déplacer le site d'un serveur à l'autre
 - Sauvegarde et restauration de la base de données
- Administrer le site à plusieurs : créer des utilisateurs et gérer les droits d'accès

4. ANALYSER LE TRAFIC

- Installation d'un traqueur
- Analyse des mots-clés et indicateurs de performance
- Statistiques et indicateurs de performance (mettre en place des tableaux de bord décisionnels)

FORMATION AUX TECHNIQUES DU PHONING



Public

Micro-entrepreneurs, Chefs d'entreprise



Prérequis

Prérequis à déterminer en fonction des besoins, niveaux et objectifs du bénéficiaire.



Durée

3 jours (21 heures)



Nombre stagiaire (mini / maxi)

De 1 à 6 stagiaires



Objectif général

Comprendre les enjeux d'une bonne technique de phoning



Objectifs spécifiques & opérationnels

Nous préconisons une intervention à la carte, en trois temps (trois ateliers de 7h chacun) afin de favoriser l'applicabilité des apports et accompagner la mise en place des pratiques

Présentation

Grâce à cette formation, vous pourrez acquérir le vocabulaire propre au **techniques** et à **l'utilisation du phoning pour votre prospection, votre SAV ou vos recouvrements**.

Vous serez accompagné(e) par un/e formateur/trice pour une **montée en compétences en adéquation avec vos objectifs spécifiques**.

TARIF: 1050 €
Net de Taxe

Le but est de prendre en compte les besoins de chaque bénéficiaire.

En lien avec la politique d'individualisation de nos formations, la responsable pédagogique et le/la formateur /trice étudieront vos besoins et attentes (cf. entretien de positionnement). Suite à cet échange, ils établissent une formation spécifique à vos objectifs. Un déroulé pédagogique individualisé mettra en évidence les objectifs opérationnels de chaque séance.



Entretien de positionnement

Entretien téléphonique préalable avec le formateur (ou envoi questionnaire par mail) pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation.



Évaluation des prérequis*

Test visant à s'assurer que le niveau du bénéficiaire correspond au niveau du contenu de la formation.

*Si case prérequis remplie



Moyens pédagogiques & techniques

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.



Évaluation des acquis

Évaluation par questionnaire ou QCM

Programme de la formation

1. ETAT DES LIEUX DES PRATIQUES

Identification des attentes spécifiques de la démarche de prospection téléphonique

- cibles clients/prospects et produits/services associés
- outils déjà existants => fichier qualifié/CRM par exemple
- clarification de l'objectif de cette démarche de prospection (identifier un objectif qualitatif et quantitatif)
- organisation de l'action de prospection selon le triptyque AVANT/PENDANT/APRES visant à rendre cette démarche la plus performante possible

• Démarche maïeutique (questions à se poser pour préparer la rédaction de l'accroche commerciale et avancer dans l'élaboration écrite du script adapté aux objectifs poursuivis)

L'accompagnement pédagogique à cette phase d'état des lieux pourra aider à mieux préparer ses actions de prospection, et à se positionner dans une méthode ré applicable et réutilisable. Il convient que le stagiaire mette à disposition un fichier qualifié afin que les apports formatifs soient les plus pertinents possibles et que la mise en pratique soit possible durant les ateliers de formation.

2. COMMUNIQUER PAR TELEPHONE

Principes transverses à adapter au contexte spécifique de prospection validé :

- adopter des messages synthétiques (clairs, concis et précis) => faire des phrases courtes
- être sûr d'être compris : structurer le discours, poser clairement l'objectif de l'appel, aller à l'essentiel
- veiller au choix des mots : un vocabulaire positif, orienté client, des mots simples et accessibles
- Travailler la « première et dernière bonne impression » afin d'assurer au mieux la relation à court, moyen et long terme
- Favoriser enthousiasme, motivation et plaisir : « votre état d'esprit conditionne votre succès ! »
- Travailler l'expression verbale (élocution, articulation, débit, rythme, fluidité du discours) et non verbale (posture ouverte et sourire qui s'entendent au téléphone !) – être à l'aise dans sa prise de parole au téléphone (s'éloigner de toute nuisance sonore ou visuelle, être prêt et organisé)
- Savoir utiliser les différents types de questions et de reformulations



Évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud
au dernier jour de la formation



Sanction de la formation

Attestation de fin de stage



Prix

Prise en charge OPCA

3. PREPARER SON ACTION DE PROSPECTION

- Identifier sa stratégie personnelle idéale de préparation : pour être convaincant, il convient d'être convaincu ! le moindre doute peut être perçu et mettre à mal l'énergie déployée par le téléprospecteur et l'entreprise ; en ce sens, savoir se questionner sur :
 - ses forces/ses faiblesses (ses éventuels points de blocage)
 - Poser les croyances positives et négatives que le téléprospecteur pourrait avoir à l'égard de la démarche, afin d'adopter un positionnement exclusivement positif
 - Lever les peurs, doutes, craintes en travaillant sur soi (trouver le discours adapté à sa personnalité et en cohérence avec l'entreprise pour être le plus à l'aise possible dans cette action de prospection téléphonique)
- Se questionner sur les besoins : organisation, outils, moyens de suivi,...
- Etre en conscience des statistiques (cf. «loi du nombre») et se fixer des « objectifs SMART » (motivants et atteignables)
- Optimiser sa démarche de phoning pour affiner son positionnement commercial et ses actions de démarchage (savoir remettre en question son approche, son discours, retravailler le script selon retours des premières phases d'appel, relever les objections et tenter d'y apporter des réponses,...)
- Identifier les plages horaires les plus adaptées à la cible et s'imposer des temps d'appel continu sur deux heures minimum par exemple afin d'avoir plus de chances d'argumentaire total.

4. TRAVAILLER SA PRESENTATION & VALIDER LE SCRIPT FINAL

-savoir s'auto-évaluer et évaluer ses appels afin de revoir et affiner la démarche mise en place.

5. PLAN PERSONNEL DE PROGRES

afin d'assurer la mise en pratique dans le temps le formateur alternera apports formatifs et mises en situation ; il fixera des plans d'actions d'une séance à l'autre et mesurera les performances:

- Exercices concrets en référence à une théorie préalablement ou postérieurement abordée et expliquée.
- Travaux réflexifs individuels et mises en situation à l'aide du fichier qualifié mis à disposition .
- Contenus argumentés par « l'exemple » et le vécu du participant.

TELEMARKETING

Centre de Formation

NS Télémarketing

41, Route de monclar
32300 ST MARTIN

Contact :

Nathalie SOUVILLE

☎ 06 52 27 65 50

✉ nathalie.souville@yahoo.fr

Siret : 507 599 033 00028 - RCS AUCH

*Enregistré sous le N° 76320070132 cet
enregistrement ne vaut pas agrément de
l'Etat*

