CATALOGUE

ADALIA CONSULTING

Conseil & solution RH, formation, recrutement, administration.

# COMMERCE



2026


CONTACT

232 RUE DU PRESIDENT
ROOSEVELT-57970 YUTZ

ADALIACONSULTINGFC@GMAIL.COM

https://adaliaconsulting.fr/

# ADALIA CONSULTING

## A PROPOS....

### *Qui sommes nous ?*




Née en 2020, ADALIA Consulting est aujourd'hui le spécialiste de la formation dans le domaine du commerce.

Nous développons les compétences commerciales à travers des formations initiales et en alternance, alliant savoir-faire pédagogique et expertise concrète du terrain.

### *Notre métier*



ADALIA a su s'entourer de professionnels experts dans le domaine du commerce

Notre objectif : accompagner chaque apprenant dans la maîtrise des techniques de vente, la relation client et la performance commerciale, dans un environnement professionnel en constante évolution.

### *Notre mission*



Accompagner les entreprises et les professionnels dans le développement de leurs compétences, en proposant des formations adaptées aux réalités du terrain et aux exigences de chaque secteur d'activité.

Nous plaçons l'humain, la qualité et la progression professionnelle au cœur de notre démarche.

# NOS MÉTHODES :



**Adalia est titulaire de la certification Qualiopi depuis 2021, garantissant ainsi la qualité de nos formations et de nos services.**

Qualiopi
processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivré au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTION DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE
ACTION DE FORMATION

Nos méthodes pédagogiques sont basées sur le transfert de compétences acquises sur le terrain.

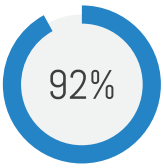
Les apports théoriques viennent enrichir la mobilisation des connaissances et soutenir les échanges de pratiques.

*Toutes nos formations peuvent être prise en charge par votre OPCO.*

## ADALIA EN QUELQUES CHIFFRES DEPUIS 2020

**6 3 2**

**personnes formées dans le domaine du commerce**




**De satisfaction stagiaire**

# Thématiques- COMMERCE

## PROSPECTION & RELATION CLIENT

07 • LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE
08 • SE PERFECTIONNER DANS LES TECHNIQUES D'ACCUEIL ET DE RENSEIGNEMENT CLIENT
09 • LA RELATION CLIENT
10 • DEVENIR AMBASSADEUR DE SA MARQUE
11 • AMELIORER SON IMAGE SUR LES RESEAUX SOCIAUX
12 • TRANSFORMER UN PROSPECT EN NOUVEAU CLIENT
13 • LES TECHNIQUES DE FIDELISATION CLIENT

## VENTE ET NEGOCIATION

15 • LES 5 CLEFS DE LA PERSUASION POUR MIEUX CONVAINCRE SES CLIENTS
16 • DYNAMISER LES TECHNIQUES DE VENTE
17 • DEVELOPPER SON POTENTIEL DE VENTE
18 • LES VENTES ADDITIONNELLES
19 • AMENAGER SA VITRINE
20 • LA COLORIMÉTRIE
21 • LUTTER CONTRE LA DÉMARQUE
22 • ORGANISER ET PILOTER SON INVENTAIRE
23 • GESTION DE L'APPROVISSIONNEMENT

## COMMUNICATION/ DEVELOPPEMENT PERSONNEL

25 • GESTION DES INCIVILITES
26 • GESTION DES RÉCLAMATIONS ET DES CLIENTS MÉCONTENTS
27 • COMMUNICATION DIGITALE ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
28 • LA COMMUNICATION NON VIOLENTE
29 • MAÎTRISER LES CODES DE LA COMMUNICATION NON VERBALE
30 • AMÉLIORER SON IMAGE SUR LES RESEAUX SOCIAUX
31 • DÉVELOPPER SA RÉSILENCE AU STRESS
32 • PRISE DE PAROLE EN PUBLIC PAR LE BIAIS DES NEUROSCIENCES
33 • DÉVELOPPER SON POTENTIEL GRÂCE AUX NEUROSCIENCES



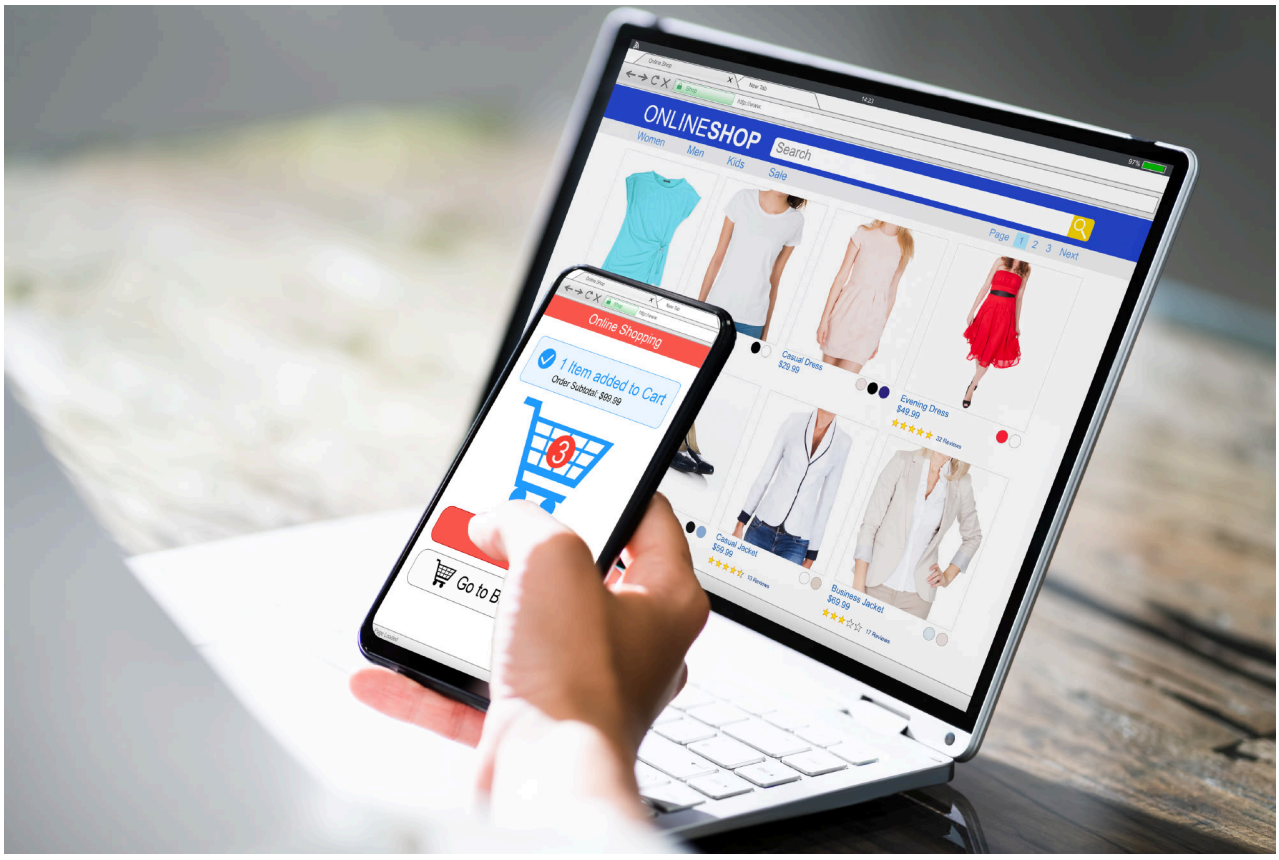
# Thématiques- Commerce

## MANAGEMENT

35 • LES BASES DU DROIT DU TRAVAIL POUR LES MANAGERS
36 • DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE COMPLÈTE AVEC L'INTELLIGENCE HUMAINE
37 • LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT D'ÉQUIPE
38 • RENFORCER SON INTELLIGENCE EMOTIONNELLE
39 • LA DEMARCHE RSE POUR UN POINT DE VENTE

## FORMATIONS EN ALTERNANCE

41 • EMPLOYE COMMERCIAL
43 • CONSEILLER DE VENTE
45 • MANAGER D'UNITÉ MARCHANDE
47 • RESPONSABLE D'ÉTABLISSEMENT MARCHAND






# PROSPECT & RELATION CLIENT



# LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

## OBJECTIFS

Identifier et maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente
Améliorer sa communication pour mieux cerner les besoins client
Traduire son offre en bénéfices client et l'argumenter
Transformer une objection en élément positif
Identifier le moment opportun pour conclure et s'engager conjointement
Adopter l'attitude adéquate dans le cadre de vente additionnelle
Utiliser les phrases clés pour conclure une vente additionnelle
Connaître les obligations liées à l'interdiction de la vente aux mineurs
Avoir un comportement adapté à la demande de vérification de documents relatifs à l'identité ( attitude et phrase clé)

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux, technico-commerciaux, toute personne vendant des produits ou services.

Pas de prérequis. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support pédagogiques et techniques, documentations, études de cas concret, support multimédia

## PROGRAMME

La structure d'un acte de vente
La préparation de l'acte de vente.
Techniques d'accueil du client,
communication non verbale, etc.
Le profiling client ( identifier les types de clients)
L'argumentaire, le traitement des objections.
l'encaissement
l'attitude du vendeur ( être ambassadeur de son entreprise)

Les ventes additionnelles
Les objectifs et enjeux de la vente additionnelle
Les phrases clés
l'attitude à avoir pour effectuer une vente additionnelle
L'argumentaire, le traitement des objections
Les différents types de vente additionnelle

Les obligations légales liées à la vente aux mineurs
Les comportements adaptés
Les moyens de vérification des documents légaux
Le vocabulaire adapté et les phrases clés

Mise en situation
Jeux de rôle , mise en situation
Analyse de chaque jeu.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

Intra : 910€ euros net de taxe / jour

# SE PERFECTIONNER DANS LES TECHNIQUES D'ACCUEIL ET DE RENSEIGNEMENT CLIENT

## OBJECTIFS

Développer les réflexes et les attitudes nécessaires à un accueil de qualité
Améliorer sa communication
Acquérir des connaissances en langue française en relation directe avec son emploi
S'exprimer correctement à l'oral en utilisant un vocabulaire adapté et étoffé à son environnement
Être à l'aise à l'oral et à l'écrit

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne en contact avec une clientèle interne ou externe
Aucun prérequis.
Formation accessibles aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques
Les exercices, jeux de rôles et mises en situation seront réalisés à partir d'outils vidéo.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée, quizz

## PROGRAMME

**1. L'importance de l'accueil dans la relation client (1h30)**
Le rôle stratégique de l'accueil dans l'image de l'entreprise.
Les différentes formes d'accueil : présentiel, téléphonique, digital.
Les fondamentaux de la communication positive et bienveillante.
Identifier les besoins et attentes du client dès le premier contact.

**2. Les techniques de communication efficaces (2h)**
Les bases de la communication verbale et non verbale.
L'écoute active : reformulation, questionnement, empathie.
Adapter son langage et son attitude selon le type de client.
Les mots et attitudes à privilégier (et à éviter).

**Le renseignement et l'orientation du client (2h)**

- Comment recueillir les informations essentielles.
- Donner une réponse claire, précise et adaptée.
- Savoir orienter efficacement vers le bon interlocuteur ou service.
- Exercices de mise en pratique : simulations d'accueil et de renseignement.

**4. Gérer les situations difficiles avec professionnalisme (1h30)**

- Reconnaître les signes de tension ou d'insatisfaction.
- Garder son calme et adopter la bonne posture face à un client mécontent.
- Transformer une situation délicate en opportunité de satisfaction.
- Jeux de rôle et analyse de cas concrets.

## DUREE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

810€/ jour net de taxe

# DÉVELOPPER LA RELATION CLIENT

## OBJECTIFS

Développer les réflexes et les attitudes nécessaires à un accueil de qualité
Développer des réflexes dans les situations de stress.
Préserver la relation client dans les cas de tension.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne en contact avec une clientèle interne ou externe
Aucun prérequis.
Formation accessibles aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques
Les exercices, jeux de rôles et mises en situation seront réalisés à partir d'outils vidéo.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée, quizz

## PROGRAMME

**1.Véhiculer une image positive de son entreprise**
Connaître son entreprise pour plus d'efficacité : être informé soi-même pour mieux informer - Identifier les attentes et les exigences des clients / des usagers - optimiser l'espace d'accueil, de réception, d'attente - importance de la signalisation - la gestion de l'attente.

**2.Développer les comportements d'accueil**
Importance de la gestuelle et du non-verbal - les attitudes affirmées - accueillir sans « envahir ».
Améliorer sa communication verbale
Savoir se présenter
Maîtriser la communication non verbale
Orienter vers le bon interlocuteur

**3.Le comportement du client**
Détecter les besoins et les motivations du client.
Étudier le comportement du client
Apporter la solution au client en donnant le choix.
Les formules à privilégier, les mots et expressions à éviter.
Être soi-même tout en représentant l'entreprise.

**4.Désamorcer des situations de tension**
Caractériser un incident
Identifier les différents types de réclamations
Traiter les réclamations
Faire face aux urgences, aux imprévus.
Annoncer une mauvaise nouvelle.

**5.Savoir-être :**
écouter pour renseigner / informer, reformuler, répondre aux objections, apporter une solution immédiate ou différée, gérer les réclamations, gérer les situations difficiles : désamorcer les tensions, filtrer les appels / les entrées, canaliser les interlocuteurs bavards, ....
Les deux premières journées s'appuieront sur l'alternance d'apports théoriques et sur une large partie d'entraînement intensif à travers des situations d'accueil physique

**6.Bien gérer les litiges pour fidéliser les clients**

Détecter et analyser en finesse la source d'insatisfaction.
Bien écouter pour mieux traiter le litige.
Proposer des solutions satisfaisantes pour le client et pour l'entreprise.
Remercier et préserver la relation.

**– Entraînement intensif**
**Cette seconde partie s'appuiera sur des exercices, jeux de rôles et mises en situations**

## DUREE

2 jours soit 14h

## TARIF

810€/ jour net de taxe

# DEVENIR AMBASSADEUR DE SA MARQUE

## OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la communication interne et externe d'une marque.
Identifier son rôle et sa posture d'ambassadeur.
Savoir promouvoir les valeurs et l'image de son entreprise au quotidien.
Développer des pratiques cohérentes sur les réseaux sociaux et dans la relation client.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Collaborateurs, commerciaux, responsables de service, managers, ou toute personne amenée à représenter son entreprise auprès de clients, partenaires ou sur les réseaux. Aucun prérequis.
Formation accessibles aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques
Les exercices, jeux de rôles et mises en situation seront réalisés à partir d'outils vidéo.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée, quizz

## PROGRAMME

**1. Comprendre le rôle d'ambassadeur de marque (1h30)**
Les enjeux de l'image de marque dans un environnement concurrentiel.
L'impact du comportement individuel sur la perception globale de l'entreprise.
Les valeurs et la culture d'entreprise : comment les incarner.

**2. Construire son discours et ses postures (2h)**
Identifier les messages clés de la marque.
Adapter sa communication selon ses interlocuteurs.
La cohérence entre discours, attitude et comportements.
Exercices pratiques : prise de parole, storytelling, présentation d'entreprise.

**3. Promouvoir l'entreprise au quotidien (2h)**
Les bons réflexes en contact client et en situation professionnelle.
Valoriser ses réussites et celles de l'équipe.
Gérer les situations délicates sans nuire à l'image de la marque.
Jeux de rôle et retours d'expériences.

**4. Devenir ambassadeur sur le digital (1h30)**
Les réseaux sociaux comme leviers d'influence : LinkedIn, Instagram, etc.
Règles et bonnes pratiques de communication en ligne.
Construire un profil professionnel aligné avec l'image de la marque.
Atelier pratique : création d'un mini plan de communication personnelle.

## DUREE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

810€/ jour net de taxe

# AMELIORER SON IMAGE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

## OBJECTIFS

Comprendre et maîtriser les stratégies et les tactiques marketings sur les réseaux sociaux afin de l'intégrer dans votre stratégie de communication et webmarketing
Comprendre l'usage des réseaux sociaux professionnels pour développer sa notoriété et/ou celle de son entreprise
Mieux contrôler son image sur le web et occuper le terrain

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Collaborateurs, commerciaux, responsables de service, managers, ou toute personne amenée à représenter son entreprise auprès de clients, partenaires ou sur les réseaux. Aucun prérequis.
Formation accessibles aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

La formation s'appuiera sur l'alternance d'exposés théoriques et de mises en situation
Échanges d'expérience entre le formateur et le stagiaire.
Possibilité de faire cette formation 100% en visioconférence via ZOOM

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée, quizz

## PROGRAMME

**1 : Présentation du marketing digital**

**2. Définir votre profil et votre objectif**
Que trouve-t-on sur votre entreprise sur le web ?
Echanges autour des notions de E-réputation et personal branding
Quelles conséquences pour votre business ?
Que souhaitez-vous communiquer ?

**3. Personal Branding et réseaux sociaux**
Présentation générale des réseaux sociaux professionnels
Créer sa marque sur le web et communiquer sur son image
Rédiger sa présentation avec les bons mots-clés
Occuper le terrain de façon pertinente
Adopter la bonne stratégie d'image

**4.Création de pages et profils**
**Les solutions**
Les limites des profils pour les marques
Présentation des pages et de leurs fonctionnalités
Création et optimisation de sa page d'entreprise
Création d'onglets personnalisés

**5.Rendre attractif sa page**
Les astuces pour bien animer sa page
Mesurer les interactions de sa page
Concevoir des applications
Règles pour concevoir une application
Les possibilités techniques offertes par Facebook
Intégrer Les réseaux sociaux sur son site

**6.La publicité**
Faire des publicités sur Les réseaux sociaux
Exemples concrets de publicités

## DUREE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

810€/ jour net de taxe

# TRANSFORMER UN PROSPECT EN NOUVEAU CLIENT

## OBJECTIFS

Maîtriser l'ensemble des techniques et outils visant à maîtriser la prospection
Savoir mener l'entretien de prospection
Renforcer sa présence chez les clients actuels pour développer leur valeur

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux, chargés de clientèle, assistantes commerciales, téléprospecteurs, service administration des ventes
Pas de prérequis. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support théorique, échanges d'expériences et mise en situations. Support de formation.

## PROGRAMME

**Connaître les stratégies de prospection et bâtir son plan**

**Exploiter les données client : créer un bon fichier de prospection**
Aller vers le client : push
Faire venir le client : pull

**L'organisation de la prospection**
Choisir les bons outils : E-mailing, Phoning, Téléphone, Réunions, Salons professionnels…
La détermination de la cible
Percer les motivations de son interlocuteur et lever les résistances
La qualification préalable

**Préparer et réussir l'entretien**
Crédibiliser sa démarche
S'intéresser à l'interlocuteur avant de la rencontrer
Préparer des argumentaires pertinents
Cultiver un mental de chasseur
Contacter : premiers mots, premières impressions
Susciter l'intérêt : questionnement et écoute

**Transformer le prospect**

Créer l'envie chez son prospect
Maitriser la notion de parcours clients et de multicanal
Séduire et convaincre son prospect
Traiter les objections et les cas difficiles : méthode en 4 temps
Assurer le suivi et transformer le prospect en client actif
Etablir une relation à long terme

**Structurer un entretien de prise de rendez-vous**

Susciter immédiatement l'intérêt, donner envie d'être reçu
Franchir les barrages avec aisances
Utiliser les phrases d'accroche efficaces
Identifier les motivations et besoins du client pour mieux cibler l'argumentaire
Répondre aux objections : disponibilité, prix, qualité
Proposer et verrouiller le rendez vous
Savoir conclure positivement

**Savoir relancer un prospect**

Gérer le fichier clients-prospects
Savoir programmer les relances
Personnaliser le contexte et rappeler le cadre
Montrer une attitude infaillible : la persévérance

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

Intra : 970€ euros net de taxe / jour

# LES TECHNIQUES DE FIDÉLISATION CLIENT

## OBJECTIFS

Intégrer des méthodes pratiques d'écoute client pour identifier les critères de choix des clients et leur niveau de satisfaction
Développer une démarche construite pour fidéliser les clients
Acquérir des méthodes et outils pour mettre en oeuvre des actions de fidélisation

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pas de prérequis /Toutes personnes travaillant dans un point de vente. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques/Études de cas, exercices d'application (travail individuel ou en groupe)
Échanges d'expériences avec les stagiaires
Support de cours formation /Auto évaluation préalable en amont de la formation /Evaluation des acquis en fin de formation

## PROGRAMME

**1.Comment mesurer la satisfaction client**

S'appuyer sur les interviews, questionnaires et enquêtes réalisés auprès de la clientèle
Connaître les écarts entre qualité offerte et qualité perçue : réajuster la qualité ou mieux la valoriser
Se positionner en tant que vendeur face à la concurrence

**2.Mise en oeuvre des actions de fidélisation**

Bien connaître ses segments de clientèle pour un ciblage efficace
Fidéliser par le service : la reconnaissance, clients privilégiés ?
Appréhender la notion de fidélisation par l'offre
Promotion
Tarifs
Produits et services

Connaître les outils de fidélisation du marketing direct
Couponing
Newsletter
Mailing
Concours
Parrainage
Événement

**3.Optimiser ses actions en vue d'optimiser l'attractivité et le capital fidélisation de son enseigne**
Tirer profit des réussites récentes les plus marquantes
Investir sur les moments forts de la relation client
Mesurer les résultats de ses actions pour s'adapter en permanence

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

## DURÉE

1 jour soit 7h

## TARIF

Intra : 970€ euros net de taxe / jour

# VENTE & NEGOCIATION



# LES 5 CLEFS DE LA PERSUASION POUR MIEUX CONVAINCRE SES CLIENTS

## OBJECTIFS

Persuader durablement le client.
Fidéliser le client par ses comportements.
Renforcer sa confiance en soi et ses ressources personnelles.
Gérer les situations commerciales délicates avec aisance.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux, technico-commerciaux, toute personne vendant des produits ou services.
Pas de prérequis. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Supports pédagogiques et techniques, documentations, études de cas concrets, support multimédia. Partage d'expériences, apports théoriques, mises en situation sous forme de jeux de rôles filmées ou non. Quizz. Supports de formation

## PROGRAMME

**1 - Identifier les clés de la persuasion**
Distinguer conviction et persuasion.
Repérer les 5 étapes de la prise de décision.
Les 5 clés de la persuasion : écoute, techniques d'argumentation et d'expression, émotions authentiques, confiance en soi.

**2 - L'écoute : premier levier de la conviction**
Faire émerger les besoins et donner envie de changer avec la méthode SAFI.
Utiliser les techniques d'écoute active : empathie, reformulation.

**3 - Convaincre le client avec une offre gagnante**
Construire son offre : l'argumentation comparative.
Prendre en compte l'environnement et les enjeux personnels du client.
S'adapter au groupe de décision.

**4 - Valoriser son offre par son talent oratoire**
Renforcer son impact à l'oral avec les effets persuasifs.
Influencer sans manipuler.
Optimiser son impact avec le corps et la voix.

**5 - Cultiver un lien authentique avec le client**
Prendre en compte l'importance des émotions dans le processus de décision.
Faire exprimer et recevoir les émotions négatives du client.
Exprimer ses propres émotions négatives avec la méthode FRANC.

**6 - Développer sa confiance en soi**
Alimenter ses croyances positives.
Pratiquer le rééquilibrage émotionnel.
Utiliser le recadrage des enjeux.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

850€ net de taxe par jour

# DYNAMISER LES TECHNIQUES DE VENTE

## OBJECTIFS

Utiliser les techniques de communication pour mieux gérer la relation commerciale.
Mener efficacement un entretien de vente : de la prise de contact à la conclusion.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux, technico-commerciaux, toute personne vendant des produits ou services.
Pas de prérequis. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Supports pédagogiques et techniques, documentations, études de cas concrets, support multimédia. Partage d'expériences, apports théoriques, mises en situation sous forme de jeux de rôles filmées ou non. Quizz. Supports de formation

## PROGRAMME

**Les axes de l'action de vente**
La nécessité de conquérir de nouveaux clients
Comprendre les fondamentaux de la communication
Utiliser ses compétences relationnelles favorables à la relation
Etablir un climat de confiance

**Connaître son interlocuteur, ses besoins et ses attentes**
Construire un plan de découverte
Maîtriser les techniques de questionnement
Faire preuve d'empathie et pratiquer l'écoute active
Identifier les motivations d'achats : SONCAS

**Conseiller et convaincre**
Elaborer un argumentaire convaincant : choisir son CAP
Traiter les objections de façon positive

**Conclure la vente**
Présenter le prix et le défendre
Identifier les signaux d'achat
Utiliser les bonnes méthodes pour conclure
Pratiquer la vente additionnelle et complémentaire

**Consolider la relation**
Prendre congé de façon professionnelle
Consolider la relation pour mieux fidéliser

**Mise en situation**
Jeux de rôle sur des cas réels
Analyse de chaque cas

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

850€ net de taxe par jour

# DÉVELOPPER SON POTENTIEL DE VENTE

## OBJECTIFS

Acquérir des techniques de vente,
conduire un entretien de vente
conclure une vente
Traiter les objections et argumenter Fidéliser le client

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne en relation avec un client. Aucun prérequis. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Alternance d'apports théoriques, d'échanges, de travaux d'analyse et de réflexion et de jeux de rôle. Support de formation. Quizz

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## PROGRAMME

**SON ARGUMENTAIRE DE VENTE**

L'affirmation de soi et le développement de la pensée positive.

La satisfaction du client et le développement du service client grâce au conseil lors de l'acte de vente

Les différents styles de vente, définition de son propre style de vente, les composantes de la vente conseil

Les différents styles d'achat.

Les attitudes pour faciliter le dialogue vendeur-acheteur.

Présentation aux stagiaires de la grille d'auto-évaluation et de la démarche assistance terrain en magasins

Assistance terrain en magasins

Débriefing d'actes de vente et conseils personnalisés.

**MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE VENTE :**

Préparer l'accueil client

Etablir un contact positif avec le client

Etablir un diagnostic des besoins clients

Besoins objectifs

Motivations d'achat.

Faire une proposition adaptée aux besoins clients

Structurer et adapter ses arguments

Méthode pour construire un argument

Présenter le prix

Quand et comment présenter le prix

Répondre aux objections clients

Techniques pour parer les objections

Comment reprendre le dialogue après l'objection

Conclure la vente

Les feux verts de la conclusion

4 techniques de conclusion de vente

Terminer l'entretien et prendre congé

ASSISTANCE TERRAIN EN MAGASINS

DEBRIEFING d'actes de vente et conseils personnalisés

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

Intra : 940€ net de taxe / jour

# LES VENTES ADDITIONNELLES

## OBJECTIFS

Cerner le besoin d'un client pour vendre plus
Traduire son offre en bénéfices client et l'argumenter
Transformer une objection en élément positif Identifier le moment opportun pour conclure et s'engager conjointement
Adopter l'attitude adéquate dans le cadre de vente additionnelle
Utiliser les phrases clés pour conclure une vente additionnelle

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux, technico-commerciaux, toute personne vendant des produits ou services.
Pas de prérequis. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support théorique, échanges d'expériences et mise en situations. Support de formation

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## PROGRAMME

**Les objectifs et enjeux de la vente additionnelle**

Définition de la vente additionnelle

Importance pour l'entreprise et le client

**Les différents types de vente additionnelle**

Vente complémentaire (cross-selling)

Vente supplémentaire (up-selling)

Vente d'opportunité

**Les phrases clés pour la vente additionnelle**

"Savez-vous que vous pouvez aussi..."

"Nous proposons également..."

"Pour optimiser votre achat, je vous recommande..."

**L'attitude à adopter pour une vente additionnelle réussie**

Écoute active des besoins du client

Enthousiasme et conviction

Approche consultative plutôt que pushy

**L'argumentaire de vente additionnelle**

Mettre en avant les bénéfices pour le client

Utiliser des exemples concrets

Personnaliser l'offre selon le profil du client

**Le traitement des objections**

Anticiper les objections courantes

Techniques de reformulation

Proposer des alternatives adaptées

**Les enjeux de la vente additionnelle**

Augmentation du panier moyen

Fidélisation de la clientèle

Amélioration de l'expérience client

**Conclusion : Intégrer la vente additionnelle à votre stratégie**

Récapitulatif des points clés

Importance de la formation continue

Mesure et optimisation des performances

## DURÉE

1 jour soit 7h

## TARIF

Intra : 940€ net de taxe / jour

# AMENAGER SA VITRINE

## OBJECTIFS

Apprendre à concevoir et optimiser une vitrine attrayante pour capter l'attention des passants,
Améliorer l'image de marque et fidéliser les clients.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerçants, responsables de boutique, artisans, indépendants. Pas de prérequis.
Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support théorique, échanges d'expériences et mise en situations. Support de formation

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## PROGRAMME

**1.Les fondamentaux d'une vitrine efficace**

Introduction et présentation

Présentation des participants et de leurs attentes.

Importance de la vitrine dans l'expérience client.

**2. Les principes de base du merchandising visuel**

Rôle et objectifs d'une vitrine.

Les règles d'or : lisibilité, équilibre, attractivité.

Les éléments clés : couleurs, lumière, mise en scène, hiérarchie visuelle.

**3.Construire une vitrine impactante**

Les différents types de vitrines : promotionnelles, événementielles,institutionnelles.

La gestion de l'espace et du regard : le parcours visuel idéal.

L'importance de la storytelling : comment créer une histoire visuelle qui

captive le client ?

Exemples et analyses de vitrines réussies.

**4. Mise en scène et agencement des produits**

Techniques pour organiser l'espace visuel : hauteur, profondeur,

équilibre.

Comment créer du rythme et du mouvement dans la présentation ?

Utilisation d'accessoires et d'éléments décoratifs.

Adapter sa vitrine aux saisons et aux événements

Planifier un calendrier de vitrines en fonction des saisons et des fêtes commerciales (Noël, soldes, Saint-Valentin, rentrée...).

Stratégies pour renouveler sa vitrine sans trop de frais.

Comment anticiper et organiser les changements de vitrine efficacement ?

**5.Impact du digital**

Lien entre vitrine physique et marketing digital (réseaux sociaux, QR codes, affichage dynamique).

Comment mesurer l'impact d'une vitrine sur la fréquentation et les ventes ?

Évaluation finale

## DURÉE

1 jour soit 7h

## TARIF

Intra :1000€ net de taxe / jour

# LA COLORIMÉTRIE

## OBJECTIFS

Comprendre les principes fondamentaux de la colorimétrie et leur influence sur le comportement d'achat.
Savoir utiliser les couleurs pour valoriser les produits, les espaces et l'image de marque.
Identifier les typologies de clients et adapter son argumentaire commercial en fonction des profils colorimétriques.
Intégrer la colorimétrie dans la mise en valeur de l'offre commerciale (vitrine, merchandising, conseil client).

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux, conseillers de vente, responsables de magasin, visual merchandisers, managers de rayon, ou toute personne amenée à conseiller et vendre dans un univers de contact client. Aucun prérequis. Un intérêt pour la vente, la communication visuelle ou le merchandising est un plus. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

interactivité entre participants et intervenant/ Documents de synthèse remis aux participants

## PROGRAMME

**Comprendre et maîtriser les bases de la colorimétrie (7h)**

**1. Introduction à la colorimétrie et à la psychologie des couleurs**

- Qu'est-ce que la colorimétrie ?
- Les associations et harmonies de couleurs.
- La symbolique des couleurs selon les cultures et les secteurs d'activité.
- L'impact émotionnel des couleurs sur la décision d'achat.

**2. Les typologies colorimétriques et leur application dans le commerce**

- Les 4 saisons de la colorimétrie : printemps, été, automne, hiver.
- Identifier le profil colorimétrique d'un client.
- Adapter sa présentation produit et son discours de vente en fonction du profil.
- Exemples concrets dans la mode, la cosmétique, la décoration...

**3. Couleurs et identité visuelle du point de vente**

- Créer une atmosphère commerciale cohérente et attractive.
- Les couleurs dans l'aménagement, la signalétique et la vitrine.
- Cas pratiques : analyser et repenser la mise en valeur d'un espace de vente.
- Atelier : création d'une palette colorée pour un univers de marque.

**Exploiter la colorimétrie comme outil de vente et de fidélisation (7h)**

**4. Les couleurs dans la mise en avant produit et le merchandising**

- Les contrastes et complémentarités : attirer l'œil du client.
- Les couleurs au service des promotions et des nouveautés.
- Organiser l'espace selon les flux clients et les zones de chaleur visuelle.
- Études de cas et simulations d'agencement.

**5. La colorimétrie dans la relation et le conseil client**

- L'influence des couleurs dans la communication interpersonnelle.
- Adapter son discours et son attitude selon les réactions émotionnelles du client.
- Créer une expérience sensorielle et émotionnelle cohérente.

**6. Construire une stratégie commerciale autour de la couleur**

- Intégrer la colorimétrie dans la stratégie marketing et la communication.
- Valoriser les collections, produits et services à travers les codes couleurs.
- Élaboration d'un mini-projet personnalisé (vitrine, présentation, univers de marque).

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

Intra : 1200€ net de taxe / jours

# LUTTER CONTRE LA DÉMARQUE

## OBJECTIFS

Identifier son comportement face aux actes d'incivilité
Acquérir les techniques pour gérer les démarques
Faire de la prévention et se sentir mieux

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pas de prérequis / Toutes personnes travaillant dans un point de vente, ligne de caisse
Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Réalisation de jeux de rôles et d'entretiens simulés / Documents de synthèse remis aux participants / Présentation d'un apport théorique, Organisation de jeux de rôles, Évaluation des acquis des participants

## PROGRAMME

**Les actions essentielles pour diminuer le risque de démarque**
Investir et entretenir régulièrement son matériel de sécurité (étiquettes, antivols, etc.)
Augmenter la présence des vendeurs et éventuellement des vigiles dans les endroits stratégiques pour surveiller le point de vente
Sensibiliser son personnel sur la "démarque inconnue"
Former ses équipes au repérage du vol et aux conduites à tenir
Réaliser des inventaires physiques de qualités et réguliers

**Détecter les sources de démarque**
Connaître les différentes sources de démarque
Déterminer les enjeux et les incidences sur le magasin et en caisse
Identifier les profils à risque
Visualiser les situations et les comportements

**Les bons gestes en caisse**
Comprendre les bons gestes à adopter
Identification des produits à risque
Lutter contre la démarque matérielle
Lutter contre la démarque monétaire

**Mettre en place les bonnes pratiques**
Appliquer un discours et une attitude adaptée à la situation
Appliquer des règles de surveillance individuelles et collective
Lister les bonnes pratiques et les mettre en application
Faire de la prévention

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée
Apports théoriques illustrés d'exemples concrets issus du commerce.
Études de cas réels, échanges d'expériences et jeux de rôle.
Support de formation remis à chaque participant.

## DURÉE

1 jour soit 7heures

## TARIF

Intra : 980€ net de taxe / jours

# ORGANISER ET PILOTER SON INVENTAIRE

## OBJECTIFS

Mettre en pratique les techniques d'inventaires
Expliquer les enjeux de la fiabilité des stocks
Distinguer les différents types d'inventaires
Mettre en œuvre la réalisation des inventaires
Mesurer et améliorer les résultats de l'inventaire

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Chef de magasin, magasinier, gestionnaire de stock, toute personne amenée à réaliser un inventaire.
Aucun pré requis
Nos formations peuvent-être accessibles aux personnes en situation de handicap.

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Enseignement théorique, échanges entre participants et démonstrations
Cas pratiques et illustrations par des exemples issus de l'entreprise.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestation de formation individualisée , document de satisfaction

## PROGRAMME

**1. Introduction**

**2.Les stocks**
L'importance de la fiabilité des stocks
Les différents types de stocks
Intégrer les stocks comme valeur patrimoniale de l'entreprise.

**2.L'importance de l'inventaire**
• Définition
• Aspect réglementaire
• Aspect économique
• La classification ABC et les impacts sur les inventaires :
– les différentes variations de stock (saisonnalité, promotion, etc.)
– rappel sur l'analyse ABC

**3. Quelle procédure choisir ?**
• L'inventaire permanent,
• L'inventaire intermittent (fiscal)
– organisation de l'inventaire intermittent :
> la préparation de l'inventaire
> la procédure d'inventaire
> l'inventaire et le système informatique
> les effectifs, le matériel et leur répartition
> les supports d'inventaire (papier, informatique)
> les règles de comptage, saisie, écarts, corrections
> le suivi de l'inventaire

**4. Exploitation des résultats de l'inventaire**
• Analyse des origines des écarts et leurs fréquences
• La gestion des en cours
• Les règles de régularisation des stocks
• La valorisation des stocks
• La clôture de l'inventaire
• Les solutions : le plan d'actions correctif et préventif

**5. Comment interpréter les résultats ?**

## DURÉE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

Intra : 800 net de taxe / jour

# GESTION DE L'APPROVISIONNEMENT

## OBJECTIFS

Gérer les stocks et les commandes de marchandises
Négocier avec les fournisseurs
Gérer le service d'approvisionnement ou assister le gestionnaire dans ses opérations
Sélectionner des biens et des services sur le marché international
Veiller au respect des règles et valeurs de l'entreprise en matière d'approvisionnement

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Chef de magasin, magasinier, gestionnaire de stock ....
Aucun pré requis
Nos formations peuvent-être accessibles aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus, contactez notre référent handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Enseignement théorique, échanges entre participants et démonstrations
Cas pratiques et illustrations par des exemples issus de l'entreprise.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestation de formation individualisée , document de satisfaction

## PROGRAMME

**1. La mission des approvisionnements**
La Supply chain : périmètre & enjeux.
Les modes de gestion des flux.
Les métiers de la Supply Chain.
Les missions de l'approvisionneur.
Les objectifs de l'approvisionneur.
Les indicateurs clés de la fonction approvisionnement.

**2. L'environnement de l'approvisionnement**
Les interfaces avec les autres fonctions
Les échanges d'information avec les clients internes.

**3. Le processus d'approvisionnement**
Les données d'entrée.
Les éléments à maîtriser : le délai d'appro, sa variation, le stock disponible.
Le processus d'approvisionnement.
Le plan d'approvisionnement.

**4. Les méthodes de valorisation des stocks et d'approvisionnement**
Le prix moyen pondéré
Premier entré, premier sorti (FIFO)
Dernier entré, premier sorti (LIFO)
Le prix standard

Les 3 modes de gestion des stocks.
Le rôle et la typologie des stocks.
Le coût des stocks.
Les 4 méthodes de gestion des stocks.
Les critères de choix des méthodes.
Le calcul du stock de sécurité.

**5. Les éléments de gestion informatisée des stocks et des approvisionnements**
Niveau de stock
Fluidité des entrées
Affectation des stocks
Enregistrement des stocks
Saisie des mouvements
L'analyse ABC : principe.
Les enjeux de la classification ABC.

**6. Les indicateurs de performance**
Les indicateurs économiques
Les indicateurs physiques ou techniques
Les indicateurs humains
Présentation la formule Wilson

## DURÉE

2 jours soit 14 heures

## TARIF

Intra : 900 net de taxe / jour

# COMMUNICATION



# GESTION DES INCIVILITÉS

## OBJECTIFS

Identifier les différentes formes d'incivilités et leurs impacts sur le climat de travail.
Adopter la bonne posture face à un client difficile ou agressif.
Maîtriser les techniques de communication apaisantes et assertives.
Prévenir les tensions et maintenir une relation client de qualité même en situation conflictuelle.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Tous les professionnels en contact direct avec la clientèle : vendeurs, conseillers de vente, employés commerciaux, hôtes(ses) de caisse, responsables de magasin, etc.Prérequis: aucun. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques s'appuient sur des ateliers de partage d'expérience, des cas pratiques, un support pédagogique ainsi qu'un quiz d'évaluation finale.
Tout le matériel nécessaire à la formation : vidéo projecteur, paper board.

## PROGRAMME

**-1. Comprendre les incivilités dans le commerce**

- Définir les incivilités : formes, causes et conséquences.
- Les profils de clients difficiles : impatients, agressifs, exigeants, manipulateurs…
- Les impacts psychologiques et organisationnels des incivilités sur les équipes.
- La frontière entre incivilité et agression verbale

.

**2. Prévenir les tensions et adopter la bonne posture**

- L'importance du premier contact et de la communication non verbale.
- Savoir repérer les signaux faibles de tension.
- Adopter une attitude professionnelle et apaisante.
- Les mots et attitudes à privilégier / à éviter face à un client mécontent.

**3. Techniques de communication assertive et gestion de l'émotion**

- Comprendre ses propres réactions émotionnelles.
- Maîtriser le ton, le regard et la distance.
- Techniques de désamorçage : écoute active, reformulation, empathie.
- Pratiquer l'assertivité : s'affirmer sans s'opposer.
- Jeux de rôle et mises en situation concrètes.

**4. Gérer l'après : retour d'expérience et protection du personnel**

- Analyser les situations vécues pour en tirer des leviers d'amélioration.
- Comment signaler et gérer un incident dans le respect des procédures internes.
- Le rôle du collectif : soutien, communication et cohésion d'équipe.
- Élaboration d'un plan d'action personnel pour mieux gérer les prochaines situations difficiles.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée.

## DURÉE

1 jour soit (7 heures)

## TARIF

Intra : 900€ euros net de taxe / jour

# GESTION DES RÉCLAMATIONS ET DES CLIENTS MÉCONTENTS

## OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure d'élargir leur champ de réponses face à des personnes difficiles, par une meilleure connaissance de leur propre mode de fonctionnement, par des réactions adaptées pour désamorcer les situations difficiles
Maîtriser les techniques de réponses aux réclamations clients et adopter une démarche professionnelle
Renforcer la qualité de la relation client
Faire d'un client mécontent, un client satisfait

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pas de prérequis / Tout salarié confronté potentiellement à des relations interpersonnelles difficiles/Clients mécontents. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques s'appuient sur des ateliers de partage d'expérience, des cas pratiques, un support pédagogique ainsi qu'un quiz d'évaluation finale.
Tout le matériel nécessaire à la formation : vidéo projecteur, paper board.

## PROGRAMME

**Analyse du conflit**

Différencier les types de conflits et ses origines
Repérer les « déclencheurs »
Analyse des causes d'insatisfaction
Les freins à la communication

**Les enjeux de la réclamation et les différents modes de traitement**

De la prévention à la résolution
Comment se comporter face à un client difficile.
Prendre en compte sa propre personnalité et canaliser ses émotions.
Comprendre la problématique de l'interlocuteur
Connaître les techniques de communication « désarmantes »

**Gérer les situations difficiles**

Gérer les tensions et les personnalités difficiles
Savoir traiter les objections
Les clients en colère, agressifs ou menaçants
Gestion du stress

**Sortir du conflit**

Proposer une solution qui convient aux deux parties
Différencier le négociable et le non négociable,
Expliquer la solution et la valoriser
Verrouiller l'accord
Conclure l'entretien et assurer le suivi
Développer l'écoute au quotidien.
Objectifs individuels de progression

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Evaluation individualisée en début de parcours de formation
Document d'évaluation de satisfaction, tests des acquis, attestation de présence, et validation des acquis en fin de formation

## DURÉE ET TARIF

1 jour soit 7 heures. 980€ net de taxe

# COMMUNICATION DIGITALE ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

**La communication digitale avec l'intelligence artificielle (IA) est un domaine en pleine expansion qui révolutionne la manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients et gèrent leurs opérations.**
**Les possibilités semblent infinies ! A condition de savoir parler à ces intelligences (l'art du « prompt »).**
**L'objectif de cette formation est de permettre la découverte des principaux outils de l'IA afin d'intégrer ces nouvelles plateformes dans son travail pour plus d'efficacité et de créativité.**

## OBJECTIFS

Explorer l'impact de l'IA sur la communication digitale.
Apprendre à créer des chatbots IA pour engager les clients.
Utiliser l'IA pour l'analyse des sentiments et la gestion de la réputation en ligne.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Tout Public Prérequis: Tout utilisateur qui souhaite exploiter des IA conversationnelles pour faire ses activités.
Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques: Exposés-Cas pratique-Mises en situation-support pédagogique-Quiz d'évaluation finale
Matériel nécessaire: vidéo projecteur, paper-board, ordinateur portable. Exercices de mise en pratique.

## PROGRAMME

**1.Introduction à l'IA pour l'optimisation des logiciels de gestion**.

- Qu'est ce que l'IA
- Comprendre les concepts de base de Chat GPT
- Apprendre à interagir avec Chat GPT et à formuler des requêtes

**2.Que peut apporter l'intelligence artificielle ?**

- Gain de temps ?

**3. Principes de la communication digitale assistée par IA.**

**4. Développement et intégration de chatbots IA pour les plateformes de médias sociaux**

- Créer des visuels avec l'IA
- Créer des vidéos avec l'IA

**5.Analyse des sentiments avec l'IA pour comprendre la perception de la marque.C**

6.**Gestion de crise et de réputation avec des outils d'IA.**

- Exercices et études de Cas

**7.Intégrer l'IA dans son quotidien**

- L'IA et la bureautique : le futur de la suite Microsoft Office et de Google Workspace
- Résumer et benchmarker avec l'IA
- Traduire et transcrire avec l'IA
- Apprendre avec l'IA
- Automatiser avec l'IA

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée

## DURÉE

2 jours soit 14h

## TARIF

Intra : 960€ net de taxe / jour

# LA COMMUNICATION NON VIOLENTE

## OBJECTIFS

Déceler les attitudes initiatrices de conflits
Développer ses qualités d'écoute et d'assertivité
Renforcer ses capacités de communication : écouter sans s'effacer, s'exprimer sans agresser
Transformer les désaccords en opportunités de dialogue

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Tout public. Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant être sensibilisée aux techniques de communication pour rester positive en toutes circonstances. Aucun prérequis. Groupe de 14 personnes maximum

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques. Support de formation
Formation uniquement en présentiel et centrée sur une prise de recul - Autodiagnostic. Outil pour progresser rapidement : grille d'analyse, exercices, fiches outils. Écran numérique interactif de 85 pouces. Enseignement de manière interactive et immersive

## PROGRAMME

**1.Connaître comment fonctionne notre cerveau lors de la communication**
Découvrir son propre mode relationnel
En mesurer l'impact sur ses interlocuteurs
Identifier les critères d'une relation respectueuse de soi et de l'autre
Connaître les 4 phases de la démarche : Observer, Exprimer des sentiments, Identifier son besoin, Formuler une demande

**2.Observer et analyser une situation sans juger**
Tester son objectivité
Décrire une situation de façon neutre
Écarter interprétation, jugement de valeur et lecture de pensée

**3.Clarifier et exprimer ce qui se passe en nous**
Découvrir la palette des émotions
Reconnaître leur manifestation
Verbaliser les émotions pour mieux les canaliser

**4.Identifier ses aspirations et motivations et celles des autres**
Prendre conscience du lien entre nos besoins et nos sentiments
Découvrir chez l'autre les besoins cachés derrière les sentiments exprimés
Rechercher en soi des besoins authentiques et les formuler
S'appuyer sur les besoins fondamentaux communs

5.Présenter une demande claire, simple et réalisable
Traduire son besoin en une formulation concrète positive
Formuler une demande recevable
Ouvrir la porte à la négociation

6.Transformer les conflits en dialogue
Développer une écoute empathique
Dépasser les croyances limitantes
Donner et recevoir des appréciations
Exprimer de la gratitude

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestations de formation individualisée , enquêtes de satisfaction à chaud et à froid. Quizz, acquis des connaissances. Les supports de formation délivrés aux stagiaires en version dématérialisée (mail ou clé USB). Mise en place d'un suivi post formation par mail avec l'intervenant

## DURÉE

2 jours soit 14 heures

## TARIF

Intra : 950€ net de taxe /jour

# MAÎTRISER LES CODES DE LA COMMUNICATION NON VERBALE

## OBJECTIFS

Gagner en confiance et en conviction dans les échanges avec vos interlocuteurs
Maîtriser et diriger efficacement les relations professionnelles
Comprendre les rouages de cette communication et les appliquer au quotidien

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne souhaitant améliorer son pouvoir de persuasion.
Aucun prérequis. Formation accessible aux personnes de situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support théorique, échanges d'expériences et mise en situations. Support de formation

## PROGRAMME

**1.Comprendre l'impact primordial de la communication non-verbale dans sa vie professionnelle**

**2.Décoder les rituels, gestes, attitudes et postures dans différentes situations de la vie professionnelle**

**3.Découvrir le langage vestimentaire et les codes de l'apparence**

**4.Développer son relationnel en agissant sur les interactions de la communication non-verbale**

**5.Reconnaître les gestes et attitudes qui nous trahissent et les manifestations du stress et du mensonge**

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## DURÉE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

Intra : 700€ net de taxe / jour

# AMÉLIORER SON IMAGE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

## OBJECTIFS

Comprendre et maîtriser les stratégies et les tactiques marketings sur les réseaux sociaux afin de l'intégrer dans votre stratégie de communication et webmarketing
Comprendre l'usage des réseaux sociaux professionnels pour développer sa notoriété et/ou celle de son entreprise
Mieux contrôler son image sur le web et occuper le terrain

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne souhaitant améliorer son image sur les reseaux sociaux
Aucun prérequis. Formation accessible aux personnes de situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

La formation s'appuiera sur l'alternance d'exposés théoriques et de mises en situation
Échanges d'expérience entre le formateur et le stagiaire. Supports de formation
Possibilité de faire cette formation 100% en visioconférence

## PROGRAMME

**1 : Présentation du marketing digital**

**2. Définir votre profil et votre objectif**

Que trouve-t-on sur votre entreprise sur le web ?

Echanges autour des notions de E-réputation et personal branding

Quelles conséquences pour votre business ?

Que souhaitez-vous communiquer ?

**3. Personal Branding et réseaux sociaux**

Présentation générale des réseaux sociaux professionnels

Créer sa marque sur le web et communiquer sur son image

Rédiger sa présentation avec les bons mots-clés

Occuper le terrain de façon pertinente

Adopter la bonne stratégie d'image

**4.Création de pages et profils**

Les solutions

Les limites des profils pour les marques

Présentation des pages et de leurs fonctionnalités

Création et optimisation de sa page d'entreprise

Création d'onglets personnalisés

**5.Rendre attractif sa page**

Les astuces pour bien animer sa page

Mesurer les interactions de sa page

Concevoir des applications

Règles pour concevoir une application

Les possibilités techniques offertes par Facebook

Intégrer Les réseaux sociaux sur son site

**6.La publicité**

Faire des publicités sur Les réseaux sociaux

Exemples concrets de publicités

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## DURÉE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

Intra : 690€ net de taxe / jour

# DEVELOPPER SA RÉSILENCE AU STRESS

## OBJECTIFS

Comprendre les mécanismes du stress et leurs impacts sur la performance et la santé.
Identifier ses sources de stress professionnelles et personnelles.
Apprendre à réguler ses émotions et à adopter une attitude résiliente face aux difficultés.
Développer des outils concrets pour renforcer son équilibre et sa sérénité au travail.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Tout professionnel souhaitant mieux gérer la pression, renforcer son bien-être au travail et améliorer sa capacité d'adaptation.
Aucun prérequis. Formation accessible aux personnes de situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support théorique, échanges d'expériences et mise en situations. Support de formation

## PROGRAMME

Jour 1– Comprendre et apprivoiser le stress

**1. Identifier le stress et ses mécanismes**

- Définir le stress : positif, négatif, aigu ou chronique.
- Les réactions physiologiques, émotionnelles et comportementales.
- Les impacts du stress sur la santé, la motivation et la performance.

**2. Diagnostiquer ses sources de stress**

- Identifier ses stresseurs professionnels (rythme, hiérarchie, incertitude…).
- Le rôle des pensées automatiques et croyances limitantes.
- Auto-diagnostic : repérer ses signaux d'alerte personnels.

**3. Mieux gérer les émotions**

- Accueillir ses émotions sans se laisser submerger.
- Exercices de respiration, relaxation, visualisation positive.
- Techniques de recentrage et de lâcher-prise.

Jour 2 – Développer sa résilience et agir durablement

**4. Les principes de la résilience**

- Comprendre la notion de résilience : rebondir face à l'épreuve.
- Études de cas et témoignages inspirants.
- Identifier ses ressources internes et externes.

**5. Développer une attitude mentale positive**

- Cultiver la confiance et l'estime de soi.
- Transformer ses pensées négatives en leviers d'action.
- Adopter la communication assertive pour préserver son équilibre.

**6. Construire son plan d'action résilient**

- Élaboration d'un plan personnalisé de gestion du stress.
- Techniques pour maintenir sa sérénité dans la durée.
- Exercices d'ancrage et de projection vers un mieux-être au quotidien.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## DURÉE

2 jours soit 14 heures

## TARIF

Intra : 900€ net de taxe / jour

# PRISE DE PAROLE EN PUBLIC PAR LE BIAIS DES NEUROSCIENCES

## OBJECTIFS

Comprendre les mécanismes cérébraux liés à la communication et aux émotions.
Dépasser le trac et renforcer la confiance en soi grâce aux apports des neurosciences.
Savoir capter et maintenir l'attention de son auditoire.
Adapter son discours et son langage corporel pour maximiser l'impact.
Développer une communication verbale et non verbale authentique et mémorable.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne amenée à prendre la parole en public : managers, commerciaux, formateurs,
.Aucun prérequis. Formation accessible aux personnes de situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Support théorique, échanges d'expériences et mise en situations. Support de formation

## PROGRAMME

Jour 1 – Comprendre le cerveau et apprivoiser le stress de la prise de parole

**1. Les neurosciences au service de la communication**

- Comment fonctionne notre cerveau en situation de communication.
- Les zones cérébrales impliquées dans l'écoute, le langage et les émotions.
- Le rôle des neurotransmetteurs dans la motivation et la confiance.

**2. Gérer le trac et les émotions grâce aux neurosciences**

- Comprendre les réactions physiologiques du stress (cortex préfrontal, amygdale, etc.).
- Techniques de respiration, ancrage et cohérence cardiaque.
- Exercices de désensibilisation et d'activation positive.

**3. Les clés d'une communication impactante**

- Les biais cognitifs de l'attention et de la mémorisation.
- Structurer un message selon les principes de la narration cérébrale (storytelling).
- Pratiquer une communication engageante et empathique.

Jour 2 – Développer son leadership et son charisme oratoire

**4. Le langage du corps et la voix : leviers neurocomportementaux**

- L'importance de la posture, du regard et du ton de la voix.
- Synchronisation corporelle et communication non verbale.
- Exercices pratiques : ancrage corporel, gestuelle consciente.

**5. Capter et maintenir l'attention de son auditoire**

- Comment fonctionne le cerveau de votre public : focus, curiosité, émotions.
- Les techniques d'accroche et de storytelling émotionnel.
- Utiliser le silence, les pauses, et la modulation vocale pour captiver.

**6. Mise en pratique et plan de progression individuel**

- Présentation orale filmée et débrief collectif.
- Analyse des comportements et feedback personnalisé.
- Élaboration d'un plan personnel de progression et d'entretien de la confiance.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## DURÉE

2 jours soit 14 heures

## TARIF

Intra : 1200€ net de taxe / jour

# DÉVELOPPER SON POTENTIEL GRÂCE AUX NEUROSCIENCES

## OBJECTIFS

Adopter des comportements plus stratégiques dans des situations à enjeux.
Déverrouiller une situation difficile et qui se répète.
Prendre conscience de ses potentiels et les mettre en œuvre.
Gagner en agilité relationnelle en changeant ses réflexes habituels.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne souhaitant améliorer son agilité grâce aux apports des neurosciences.
.Aucun prérequis. Formation accessible aux personnes de situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Identification des problématiques individuelles. Alternance d'animations en plénière, sous-groupe et en individuel. Mises en situation. Travaux individuels de transposition. Construction de plan d'action pour le retour en entreprise/organisation.

## PROGRAMME

**1 - Comprendre les grands principes des neurosciences et leurs influences au quotidien**

- Cerveau, neurones, neurosciences, plasticité cérébrale, schémas mentaux : définitions et caractéristiques.
- Prendre conscience de l'impact de nos schémas mentaux sur nos comportements et nos interactions à différents niveaux : physique, cognitif, psychique, émotionnel.

**2 - Prendre conscience des limites imposées par les schémas mentaux**

- Identifier ses schémas mentaux en action dans notre quotidien.
- Prendre conscience des limites imposées par l'éducation, l'expérience et les interactions quotidiennes.
- Apprendre à se détacher des programmations négatives ou limitantes.
- Passer des comportements automatiques inconscients aux comportements constructifs conscients.

**3 - Transformer ses schémas mentaux**

- Pratique de techniques d'imagerie mentale et de techniques de respiration.
- Prendre conscience de ce que cette transformation peut permettre de faire à l'avenir.
- Passer de la projection à l'action et installer un renforcement positif des nouvelles pensées et actions.

**4 - Choisir des comportements adaptés en lien avec ses motivations profondes**

- Développer un cerveau agile.
- Utiliser ses émotions et ses sens comme vecteurs de l'expression de ses envies.
- S'appuyer sur les réussites passées pour ancrer celles du futur.
- Clés et pratiques pour développer une meilleure santé cérébrale au service de son épanouissement personnel et professionnel dans la durée.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Enquête de satisfaction à chaud, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## DURÉE

2 jours soit 14 heures

## TARIF

Intra : 1200€ net de taxe / jour

# MANAGEMENT



# LES BASES DU DROIT DU TRAVAIL
# POUR LES MANAGERS

## OBJECTIFS

Acquérir les réflexes en droit du travail pour sécuriser ses pratiques managériales au quotidien.
Connaître ses droits et devoirs
comment qualifier un comportement fautif, agir efficacement en cas d'absence, concilier les impératifs imposés par les clients en respectant les règles en matière de congés ou de durée du travail

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Pas de prérequis / Dirigeants, managers et employés d'une entreprise. Formation accessibles aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Enseignement théorique, échanges entre participants et démonstrations
Cas pratiques et illustrations par des exemples issus de l'entreprise.

## PROGRAMME

1 - **Se repérer dans les règles applicables en droit du travail**
Structure du droit du travail.
Articulation entre convention collective et code du travail.
Trouver l'information utile.
Utiliser le règlement intérieur.

**2 - Sécuriser le recours aux CDD, à l'intérim et à la sous-traitance**
Recourir au CDD et à l'intérim.
Enchaînement de CDD, missions d'intérim, sous-traitance**.**

**3 - Manager l'activité professionnelle des salariés en intégrant le droit du travail**
Suivre la période d'essai.
Latitudes pour modifier le contrat.
Temps de travail des équipes (durées maxi, repos, pause, …).
Gérer les absences : CP, maladie, …
Responsabilités de l'employeur en santé et sécurité.
Encadrer les télétravailleurs.
Manager sans harceler ni discriminer.
Pouvoir et sanctions disciplinaires.
Les différentes formes de ruptures du contrat de travail.

**4 - S'approprier le cadre légal de la représentation du personnel**
Rôle des différentes instances.
Droits et devoirs des partenaires sociaux (CSE - DS).
Jouer son rôle de manager dans les relations sociales.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestation de formation individualisée , document de satisfaction, QUIZZ

## DURÉE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

Intra : 1000€ net de taxe / jour

# DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE COMPLÈTE AVEC L'INTELLIGENCE HUMAINE

## OBJECTIFS

Permettre au professionnel de L'immobilier à l'issue de la formation, l'apprenant sera en capacité d'être autonome dans la mise en place et la réadaptation d'une stratégie commerciale complète.
Fixer les objectifs sur une année pour ses équipes.
Maîtriser la mise en place d'une stratégie commerciale avec ses équipes.
Être efficace dans son recrutement pour une meilleure gestion humaine.
Savoir développer la créativité et l'innovation dans ses équipes et sa stratégie commerciale.
Mettre en place dans le temps et l'espace toutes les méthodes vues au-dessus dans son entreprise.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Tout Public
Pas de prérequis. Formation accessibles aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

**Actualisation et approfondissement des évolutions du cadre règlementaires - Comparaison ancien et nouvelles dispositions - Etude des documents juridiques et fiscaux. Réflexions et échanges d'expériences**

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestation de formation individualisée , document de satisfaction

## PROGRAMME

**Comment être efficace dans son recrutement pour une meilleure stratégie managériale**

- Savoir créer un profil avec des outils du linguistique et des neurosciences
- Technique de recrutement en trois rendez-vous, pour pouvoir observer un comportement qui intégrera au mieux son nouveau contexte professionnel

**Apprendre à mettre en place une stratégie commerciale avec ses équipes :**
**Découvrir les outils du leader pour accompagner ses équipes**
**Méthode SCARF**

- Les deux grands rôles du leader : Créer d'autres leader et donner sans conditions
- Se placer en accompagnateur pour ses équipes

**Comment être efficace dans son recrutement pour une meilleur stratégie commerciale**

**Apprendre à développer la créativité et l'innovation dans ses équipes et sa stratégie commerciale :**
**Grâce à la méthode de créativité sur le modèle systémique de la stratégie Disney**
**Rêve → Réalisation → Critique**

**Apprendre à mettre en place dans le temps et l'espace toutes les méthodes vu au-dessus dans son entreprise :**

- Réflexion sur la mise en action et l'adaptation à son milieu professionnel pour une mise en place à cent pour cent de la nouvelle stratégie
- Réajustement de la stratégie tout au long des jours de la formation
- Mise en place de l'innovation grâce à la stratégie de créativité dans sa stratégie commerciale et ses équipes

**Bilan de fin de formation et comparaison avant/ maintenant/après**

**Et mise en place et stabilisation de la méthode sur le « Après formation »**

## DURÉE

3 jours soit 21H

## TARIF

Intra : 1000€ net de taxe / jour

# LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT D'ÉQUIPE

## OBJECTIFS

Se centrer sur sa valeur ajoutée de manager.
Renforcer sa crédibilité
Identifier son profil de manager.
Orienter les actions individuelles et collectives de ses collaborateurs.
Résoudre efficacement les problèmes de management.
Développer son aisance relationnelle et maintenir son équilibre émotionnel.

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Dirigeants, responsables de formation et de développement des managers, responsables RH, membres d'une équipe de direction
Aucun pré requis. Nos formations peuvent-être accessibles aux personnes en situation de handicap.

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Enseignement théorique, échanges entre participants et démonstrations
Cas pratiques et illustrations par des exemples issus de l'entreprise.
Échanges avec une approche sur mesure grâce à un large éventail de référentiels

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestation de formation individualisée , document de satisfaction

## PROGRAMME

**1.Saisir les nouvelles tendances de leadership et les compétences clés**
L'émergence d'un nouveau leadership
La relation au pouvoir et l'exercice de l'autorité
Les différentes compétences du manager (communicant, décideur, coach…)

**2.Valoriser son style de management**
Distinguer les différents styles de management
Adopter la bonne posture
Identifier les forces et zones de progrès de mon style personnel
Adopter le bon registre managérial selon chaque collaborateur

**3.Les outils du management**
fixer des objectifs pertinents
identifier et choisir les ressources
établir un tableau de bord
déléguer pour impliquer et responsabiliser
susciter la motivation : écouter, valoriser, reconnaître
mettre en place une stratégie de communication

**4.Coacher et désamorcer une situation conflictuelle**
Savoir dire non
Prendre des décisions difficiles
Rester juste et éthique en toutes circonstances

## DURÉE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

Intra : 800 net de taxe / jour

# RENFORCER SON INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE

## OBJECTIFS

Donner aux participants des outils concrets pour mieux gérer leurs émotions, renforcer leur intelligence relationnelle et améliorer leur bien-être global.
Améliorer leur leadership, la gestion des équipes, et la prise de décision dans leur organisation

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Toute personne souhaitant renforcer sa capacité à décider, choisir et mettre en œuvre de nouveaux comportements ou de nouvelles actions. Formation accessible aux personnes en situation de handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

La formation s'appuiera sur l'alternance d'apports théoriques, d'études de cas et d'échanges entre les participants qui pourront s'appuyer sur des exemples concrets. Mise en situation réelle intégration et animation. Jeux et exercices pour mesurer ses capacités créatives.

## PROGRAMME

***Jour 1***

1. ***Introduction à l'intelligence émotionnelle (IE)***

Définir l'intelligence émotionnelle
Comprendre les 5 composantes clés de l'intelligence émotionnelle
o Qu'est-ce que l'intelligence émotionnelle ?
o Importance de l'IE dans le leadership et la gestion d'équipe
o Explication des cinq piliers de l'IE :

1. Conscience de soi – Reconnaître ses émotions.
2. Maîtrise de soi – Gérer ses émotions et ses réactions.
3. Motivation – Rester concentré sur ses objectifs malgré les obstacles
4. Empathie – Comprendre et ressentir les émotions des autres
5. Gestion des relations – Bien interagir avec les autres

***2. Développer la conscience de soi et la maîtrise de soi***
Maîtriser ses émotions dans des situations de stress ou de conflit

***S3. L'IE dans le leadership***
Comprendre la motivation émotionnelle et comment elle peut être exploitée pour atteindre des objectifs personnels et professionnels
Maintenir un état d'esprit positif dans des environnements incertains ou stressants

***Jour 2***
***4 -Développer l'empathie et la conscience sociale***
o Apprendre à reconnaître les émotions des autres
o Améliorer l'écoute active et comprendre l'importance de l'empathie dans la gestion d'équipe

***5.Améliorer la gestion des relations et la collaboration***
Repérer les pièges des questions.
Identifier ce qu'il y a derrière les mots.
Rester maître de ses émotions.

***6. Conclusion***
Ateliers de travail

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Document d'évaluation de satisfaction, test des acquis, attestation de présence, attestation de formation individualisée. Quizz

## DURÉE

2 jours soit 14 heures

## TARIF

Intra : 1200€ net de taxe / jour

# LA DÉMARCHE RSE POUR UN POINT DE VENTE

## OBJECTIFS

Sensibiliser et former les équipes d'un point de vente à la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et à ses bénéfices concrets pour l'entreprise, les clients et l'environnement

## PUBLIC ET PRÉREQUIS

Gérants, responsables de magasin, vendeurs, responsables logistiques. Pas de prérequis
Nos formations peuvent-être accessibles aux personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus, contactez notre référent handicap

## MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Enseignement théorique, échanges entre participants et démonstrations
Cas pratiques et illustrations par des exemples issus de l'entreprise.

## SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Feuilles de présence, attestation de formation individualisée , document de satisfaction

## PROGRAMME

**1. Définition et principes de la RSE**
Cadre réglementaire et obligations légales
Les 3 piliers de la RSE :
Environnement (gestion des déchets, économies d'énergie, réduction du plastique…)
Social (bien-être des employés, diversité, conditions de travail)
Économie et éthique (relations fournisseurs, transparence, commerce équitable)

**2. Pourquoi intégrer la RSE dans un point de vente ?**
Bénéfices pour le commerce :
Les attentes des clients et des parties prenantes
Le rôle des labels et certifications (Bio, Écolabel, Fair Trade, etc.)

**3. Auto-évaluation et état des lieux**
Diagnostic RSE du point de vente
Identification des actions déjà en place

**4. Comment mettre en place une démarche RSE efficace ?**

- Actions concrètes pour un point de vente :

- Gestion responsable des stocks et des invendus
- Réduction des emballages plastiques
- Éclairage et équipements économes en énergie
- Approvisionnement local et circuits courts
- Sensibilisation des employés et des clients
- Communication et valorisation des actions RSE
- Stratégie de communication (réseaux sociaux, PLV en magasin…)
- Engagement des équipes et des clients

**.Suivi et évaluation des résultats**
Définir des indicateurs de performance
Mesurer l'impact des actions mises en place
Adapter et améliorer la démarche au fil du temps

**. Conclusion et engagement des participants**
Synthèse des apprentissages
Échanges et retours d'expérience
Engagement individuel : chaque participant définit une action RSE à mettre en place immédiatement

**Remise d'un guide pratique "10 actions RSE pour un point de vente"**

## DURÉE

1 jour soit 7 heures

## TARIF

Intra : 1000 net de taxe / jour

# NOS FORMATIONS EN ALTERNANCE



ADALIA SCHOOL
Centre de formation par apprentissage

# PROGRAMME

# EMPLOYÉ COMMERCIAL EN ALTERNANCE

## VOTRE FORMATION

### OBJECTIFS

L'objectif de la formation d'employé commercial est de fournir aux participants les compétences essentielles nécessaires pour travailler dans le secteur du commerce et valider le Titre Professionnel de niveau 3 (équivalent CAP). Certification professionnelle délivrée par le Ministère du Travail.. Cela inclut l'apprentissage des techniques de vente, la tenue de caisse, du service à la clientèle et de la gestion des stocks.

### PRÉREQUIS

- Avoir entre 16 et 29 ans.
- Tests et Entretien de motivation
- Maîtriser les savoirs de base en lecture, écriture et calculs.
- Pas de limite d'âge pour les personnes reconnues comme travailleur handicapé

### PROGRAMME DE FORMATION

La formation se compose de 2 modules
Période d'intégration. Accueil, présentation des objectifs de formation, prise de connaissance de l'environnement professionnel, sensibilisation au développement durable, adaptation du parcours de formation.

**Module 1**. Mettre à disposition des clients les produits de l'unité marchande dans un environnement omnicanal : approvisionnement de l'unité marchande - présentation marchande des produits - contribution à la gestion et optimisation des stocks - traitement des commandes de produits de clients.

**Module 2.** Accueillir les clients et répondre à leur demande dans un environnement omnicanal : accueil, renseignement, orientation et service au client sur la surface de vente - tenue d'un poste de caisse et supervision des caisses libre-service - contribution à l'amélioration de l'expérience d'achat.

### CERTIFICATION

L'ensemble des modules (2 au total) permet d'accéder au titre professionnel de niveau 3 (CAP/BEP) d'employé/e commercial/e.Des qualifications partielles, sous forme de certificats de compétences professionnelles (CCP), peuvent être obtenues en suivant un ou plusieurs modules :CCP/ bloc de compétence - Mettre à disposition des clients les produits de l'unité marchande dans un environnement omnicanal = module 1CCP/ bloc de compétence - Accueillir les clients et répondre à leur demande dans un environnement omnicanal = module 2A partir de l'obtention d'un CCP, vous pouvez vous présenter à l'autre CCP pour obtenir le titre professionnel dans la limite de la durée de validité du titre.

### DURÉE & RYTHME DE L'ALTERNANCE

- 12 mois soit : 400 heures / 1 jour en formation ( 7h30 ) / 4 jours en entreprise
- Formation en présentiel au CFA Adalia School : 232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Le suivi de la formation est assuré par des formateurs spécialisés dans le domaine de la vente et du commerce. Les candidats bénéficient également d'un accompagnement personnalisé tout au long de la formation.
- L'évaluation du résultat est réalisée par des épreuves écrites et orales ainsi que par la présentation d'un projet professionnel.
- Une mise en situation professionnelle (3H30), Un entretien technique (30MIN), Un entretien final (20MIN)

### ACCESSIBILITÉ AUX PSH

En terme d'accessibilité pédagogique : si vous êtes en situation de handicap (moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique, maladies invalidantes) nous vous remercions de contacter directement notre référent handicap en amont de votre inscription par courrier électronique à l'adresse : **pedagogie.adalia@gmail.com**

### CODE RNCP

37099

EN DATE DU 25/11/2023

Ce titre professionnel est certifié par le ministère du plein emploi et de l'insertion

MINISTÈRE
DU TRAVAIL,
DU PLEIN EMPLOI
ET DE L'INSERTION
*Liberté*
*Égalité*
*Fraternité*



https://adaliaschool.fr/
232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ
03 82 51 85 99 | adalia.cfa@gmail.com

## MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Jeux de rôle, simulation, discussion et débats
- Accompagnement personnalisé et régulier ;
- Moyens pédagogiques : Kit Pédagogique - Diaporama - Supports “clé en main” - Supports audio et visuels - Outils multimédias
- Notre espace de formation dispose d’outils de travail modernes et performants comprenant :

- Des écrans interactifs tactiles, la clé d'un apprentissage, d'un développement et d'une interaction optimale avec les apprenants
- Ressources documentaires Plateau technique dédié qui reconstitue les conditions de réalisation des gestes professionnels ; conforme aux RC des TP et CQP

## FINANCEMENT

En contrat d'apprentissage et de professionnalisation : la formation est prise en charge à 100 % par l'employeur via le financement OPCO
Salaire en apprentissage est de 43 % à 100 % du SMIC.
Salaire en professionnalisation est de 55% à 100% du SMIC

## PASSERELLES :

Suite à cette formation, des passerelles sont possibles pour une poursuite d’étude sur un niveau de qualification supérieur ou transverse dans le secteur :
Titre professionnel :

- Conseiller de Vente

En fonction de votre projet, si vous souhaitez poursuivre votre parcours de formation,
Prenez contact avec l’un de nos conseillers, joignables au 0382518599

## DÉBOUCHÉS

**Secteurs d’activité**
Les titulaires du titre peuvent exercer dans :

- La grande distribution (hypermarchés, supermarchés, drives, magasins de proximité)
- Le commerce spécialisé (textile, cosmétique, sport, bricolage, culture, animalerie, etc.)
- Les magasins de prêt-à-porter ou d’accessoires
- Les boutiques indépendantes ou enseignes franchisées
- Les commerces de détail (alimentaire ou non alimentaire)

**Métiers accessibles**

- Employé(e) commercial(e)
- Vendeur(se) conseil en magasin
- Employé(e) de libre-service
- Employé(e) de rayon
- Hôte(sse) de caisse / d’accueil
- Conseiller(ère) de vente
- Adjoint(e) du responsable de rayon

## CODES ROME

- D1106 : Vente en alimentation
- D1505 : Personnel de caisse
- D1507 : Mise en rayon libre-service
- N1103 : Magasinage et préparation de commandes
- N1105 : Manutention manuelle de charges

## TAUX DE RÉUSSITE : 2024-2025




## TAUX DE SATISFACTION GLOBAL




ADALIA Consulting le 01/09/2025

ADALIA Consulting le 01/09/2025

# PROGRAMME

# TITRE PROFESSIONNEL CONSEILLER DE VENTE EN ALTERNANCE

## VOTRE FORMATION

### OBJECTIFS

Contribuer au développement commercial du point de vente
Le conseiller de vente assure la vente de produits et de services associés nécessitant l'apport de conseils et de démonstrations auprès d'une clientèle de particuliers et/ou de professionnels. Il prend en compte l'ensemble du dispositif de commercialisation : point de vente et internet.
Il participe à la tenue, à l'animation du rayon et contribue aux résultats de son linéaire ou du point de vente en fonction des objectifs fixés par sa hiérarchie.
**Titre RNCP Niveau 4 ( Niveau Bac)**

### PRÉREQUIS

Avoir un projet confirmé dans le domaine de la vente.
Sens de la relation client, avoir une bonne élocution.
Tenir la posture debout
Niveau scolaire : niveau 3 (CAP ou BEP) et/ou selon expérience professionnelle
Être âgé de 18 à 29 ans révolus. Pas de limite d'âge pour les travailleurs handicapés (moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre)
Participer à une session de recrutement avec nos équipes (test de positionnement et entretien de motivation).

### PROGRAMME DE FORMATION

- **Activité n° 1 – Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal 150 heures**

Assurer une veille professionnelle et commerciale
Participer à la gestion des flux marchands
Contribuer au merchandising
Analyser ses performances commerciales et en rendre compte

- **Activité n°2 – Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal 140 heures**

Représenter l'unité marchande et contribuer à la valorisation de son image
Conseiller le client en conduisant l'entretien de vente
Assurer le suivi de ses ventes
Contribuer à la fidélisation en consolidant l'expérience client

- **Modules complémentaires 111 heures**

Accompagnement et préparation à la certification
Modules techniques de recherche d'emploi
Maîtriser et comprendre les enjeux du numérique

### CERTIFICATION

L'ensemble des modules (2 au total) permet d'accéder au titre professionnel de niveau 4 (bac technique) de conseiller de vente.
Des qualifications partielles, sous forme de certificats de compétences professionnelles (CCP), peuvent être obtenues en suivant un ou plusieurs modules :CCP/ bloc de compétences - Contribuer à l'efficacité commerciale d'une unité marchande dans un environnement omnicanal = module 1
CCP/Bloc de compétences - Améliorer l'expérience client dans un environnement omnicanal = module 2
A partir de l'obtention d'un CCP, vous pouvez vous présenter à l'autre CCP pour obtenir le titre professionnel dans la limite de la durée de validité du titre

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Le suivi de la formation est assuré par des formateurs spécialisés dans le domaine de la vente
- Les candidats bénéficient également d'un accompagnement personnalisé tout au long de la formation.
- L'évaluation du résultat est réalisée par : (Mise en situation professionnelle : 02 h 00 min) , un entretien technique (30 min), questionnement à partir de production(s) (1h10) et un entretien final de 15 min.
- Le titre professionnel est composé de deux blocs de compétences dénommés certificats de compétences professionnelles (CCP) qui correspondent aux activités précédemment énumérées.
- Le titre professionnel peut être complété par un ou plusieurs blocs de compétences sanctionnés par des certificats complémentaires de spécialisation (CCS) précédemment mentionnés.
- Le titre professionnel est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou suite à un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues dans l'arrêté du 22 décembre 2015 modifié, relatif aux conditions de délivrance du titre professionnel du ministère chargé de l'emploi.

### CODE RNCP EN DATE DU 25/01/2023

**37098**

Ce titre professionnel est certifié par le ministère du plein emploi et de l'insertion

MINISTÈRE DU TRAVAIL, DU PLEIN EMPLOI ET DE L'INSERTION
Liberté
Égalité
Fraternité

ADALIA Consulting

## DURÉE & RYTHME DE L'ALTERNANCE

- Entre 12 et 15 mois soit : 401 heures / 1 jour en formation ( 7h30 ) / 4 jours en entreprise
- Formation en présentiel au CFA Adalia School : 232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ
- La formation peut démarrer tout au long de l'année : démarrage tous les 15 du mois

## MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Jeux de rôle, simulation, discussion et débats
- Accompagnement personnalisé et régulier ;
- Moyens pédagogiques : Kit Pédagogique - Diaporama - Supports “clé en main” - Supports audio et visuels - Outils multimédias
- Notre espace de formation dispose d’outils de travail modernes et performants comprenant :

- Des écrans interactifs tactiles, la clé d'un apprentissage, d'un développement et d'une interaction optimale avec les apprenants
- Ressources documentaires Plateau technique dédié qui reconstitue les conditions de réalisation des gestes professionnels ; conforme aux RC des TP et CQP

## PASSERELLES :

- Formation complémentaire de niveau 4 (bac technique) : Assistant manager d'unité marchande (réf. produit 04394).
- Formation permettant d'atteindre le niveau 5 (BTS/DUT) : Manager d'unité marchande (réf. produit 05272).

En fonction de votre projet, si vous souhaitez poursuivre votre parcours de formation, Prenez contact avec l’un de nos conseillers, joignables au 0382518599

## DÉBOUCHÉS

- Conseiller clientèle
- Vendeur expert
- Vendeur conseil
- Vendeur technique
- Vendeur en atelier de découpe
- Vendeur en magasin
- Magasinier vendeur

## CODES ROME :

- D1209 : Vente de végétaux
- D1210 : Vente en animalerie
- D1211 : Vente en articles de sport et loisirs
- D1212 : Vente en décoration et équipement du foyer
- D1214 : Vente en habillement et accessoires de la personne

## ACCESSIBILITÉ AUX PSH

En terme d’accessibilité pédagogique : si vous êtes en situation de handicap (moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique, maladies invalidantes) nous vous remercions de contacter directement notre référent handicap en amont de votre inscription par courrier électronique à l’adresse : **pedagogie.adalia@gmail.com**

## FINANCEMENT

En contrat d'apprentissage et de professionnalisation : la formation est prise en charge à 100 % par l'employeur via le financement OPCO
Salaire en apprentissage est de 43 % à 100 % du SMIC.
Salaire en professionnalisation est de 55% à 100% du SMIC

## QUALIFICATION DE NOS INTERVENANTS

Nos formateurs sont avant tout des professionnels du commerce, forts d’une solide expérience de terrain et de qualifications reconnues, ce qui leur permet de transmettre des savoirs directement applicables en entreprise. »

## TAUX DE RÉUSSITE : 2023-2024




## TAUX DE RÉUSSITE : 2024-2025




## TAUX DE SATISFACTION GLOBAL




## TAUX D’INSERTION A 6 MOIS




ADALIA Consulting le 01/09/2025

ADALIA Consulting le 01/09/2025

ADALIA SCHOOL
Centre de formation par apprentissage

# PROGRAMME

# TITRE PROFESSIONNEL MANAGER D'ÉTABLISSEMENT MARCHAND

## VOTRE FORMATION

### OBJECTIFS

Le Titre professionnel Manager d'établissement marchand permet d'intégrer une entreprise, à un poste de management d'unité marchande, dans un environnement omnicanal. Vous développerez, à l'issue de votre formation, les compétences suivantes :

- Analyser des informations commerciales
- Définir et évaluer des plans d'action
- Établir de prévisions de chiffres d'affaires
- Suivre des ventes et indicateurs de gestion
- Organiser l'approvisionnement
- Présentation marchande des produits
- Mettre en place des opérations commerciales
- Gérer et animer une équipe

### PRÉREQUIS

- Avoir un projet confirmé dans le domaine de la vente.
- Sens de la relation client, avoir une bonne élocution.
- Tenir la posture debout
- Niveau scolaire : Les candidats doivent être titulaire d'un diplôme de niveau BAC minimum ou d'une certification professionnelle d'un niveau équivalent (niveau 4).
- Les conditions d'accès sont les suivantes :
- Être âgé de 18 à 29 ans révolus. Pas de limite d'âge pour les travailleurs handicapés (moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre)
- Participer à une session de recrutement avec nos équipes (test de positionnement et entretien de motivation).

### PROGRAMME DE FORMATION

CPP1 : Manager l'équipe de son périmètre au sein de l'établissement marchand
**42 heures**

- Animer l'équipe de son périmètre
- Planifier et coordonner l'activité de l'équipe de son périmètre
- Accompagner la performance individuelle des collaborateurs de son périmètre
- Contribuer aux processus de recrutement et d'intégration des collaborateurs de son périmètre

CPP2 : Développer la dynamique commerciale de son périmètre au sein de l'établissement marchand **259 heures**

- Gérer l'approvisionnement de son périmètre
- Organiser et mettre en œuvre le merchandising de l'offre de produits et de services de son périmètre
- Participer à l'amélioration de l'expérience client de son périmètre

CPP3 : Contribuer à la performance commerciale et à la rentabilité de son périmètre au sein de l'établissement marchand **112 heures**

- Analyser la performance commerciale de son périmètre
- Analyser la rentabilité de son périmètre
- Proposer des actions correctives à sa hiérarchie et assurer le suivi du plan d'actions de son périmètre

Semaine de la soutenance ( préparation de la soutenance **21 heures** )

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Le suivi de la formation est assuré par des formateurs spécialisés dans le domaine de la vente et du commerce. Les candidats bénéficient également d'un accompagnement personnalisé tout au long de la formation.
- L'évaluation du résultat est réalisée par des épreuves écrites et orales ainsi que par la présentation d'un projet professionnel.
- Une mise en situation professionnelle (4H00), Un entretien technique (1H30MIN), Questionnement (2h10MIN)Un entretien final (15MIN)
- Le titre professionnel peut être complété par un ou plusieurs blocs de compétences sanctionnés par des certificats complémentaires de spécialisation (CCS) précédemment mentionnés.
- Le titre professionnel est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou suite à un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues dans l'arrêté du 22 décembre 2015 modifié, relatif aux conditions de délivrance du titre professionnel du ministère chargé de l'emploi.

### CODE RNCP EN DATE DU 03/03/2026

**41853**

**Ce titre professionnel est certifié par le ministère du plein emploi et de l'insertion**

MINISTÈRE
DU TRAVAIL,
DU PLEIN EMPLOI
ET DE L'INSERTION
*Liberté*
*Égalité*
*Fraternité*



https://adaliaschool.fr/
232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ
03 82 51 85 99 | adalia.cfa@gmail.com

## CERTIFICATION

L'ensemble des modules (4 au total) permet d'accéder au titre professionnel de niveau 5 (BAC+2) de manager d'établissement marchand.Des qualifications partielles, sous forme de certificats de compétences professionnelles (CCP), peuvent être obtenues en suivant un ou plusieurs modules :CCP/bloc de compétences -Manager l'équipe de son périmètre au sein de l'établissement marchandl = modules 1 et 2CCP/bloc de compétences - Développer la dynamique commerciale de son périmètre au sein de l'établissement marchand = modules 1 et 3CCP/ bloc de compétences - Contribuer à la performance commerciale et à la rentabilité de son périmètre au sein de l'établissement marchand = modules 1 et à partir de l'obtention d'un CCP, vous pouvez vous présenter aux autres CCP pour obtenir le titre professionnel dans la limite de la durée de validité du titre.

## DURÉE & RYTHME DE L'ALTERNANCE

- 12 mois soit : 415 heures
- 1 jour en formation(7h30) / 4 jours en entreprise
- Formation en présentiel au CFA Adalia School : 232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ ou Centre Commercial des Terrasses de la Sarre 57400 Sarrebourg ou METZ

## MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Etude de cas, travail de groupe (pour favoriser la cohésion et l'esprit d'équipe), mise en situation, analyse des pratiques professionnelles, test de positionnement, quizz

Le centre de formation est équipé :

- De vidéoprojecteurs et d'écrans
- De matériels informatiques incluant ordinateurs, imprimante et photocopieur
- D'un accès internet
- Les supports de formation utilisés lors des différents modules sont mis à disposition des participants soit au format électronique (transmis par mail et/ou mis en ligne sur un espace partagé), soit au format papier.

## PASSERELLES

Suite à cette formation, des passerelles sont possibles pour une poursuite d'étude sur un niveau de qualification supérieur ou transverse dans le secteur :

- Bachelor Commerce et Management ( niveau 6 ) (Bac +3).
- Licence professionnelle dans les domaines du commerce, de la distribution, du management, de la relation client, du e-commerce, banque, finances

En fonction de votre projet, Prenez contact avec l'un de nos conseillers, joignables au 0382518591.

## DÉBOUCHÉS

- Manager de rayon
- Manager d'espace commercial
- Manager de surface de vente
- Manager d'univers commercial
- Manager de rayon fabrication alimentaire/frais
- Manager de rayon non alimentaire ou alimentaire/sec
- Responsable/animateur
- Responsable de magasin
- Gestionnaire de centre de profit
- Chef de rayon
- Responsable de boutique

## CODES ROME

- D1502 - Management/gestion de rayon produits alimentaires
- D1503 - Management/gestion de rayon produits non alimentaires
- D1301 - Management de magasin de détail
- D1509 - Management de département en grande distribution

## ACCESSIBILITÉ AUX PSH

En terme d'accessibilité pédagogique : si vous êtes en situation de handicap (moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique, maladies invalidantes) nous vous remercions de contacter directement notre référent handicap en amont de votre inscription par courrier électronique à l'adresse : **referenthandicap@adaliaschooLfr**

## FINANCEMENT

En contrat d'apprentissage et de professionnalisation : la formation est prise en charge à 100 % par l'employeur via le financement OPCO
Salaire en apprentissage est de 43 % à 100 % du SMIC.
Salaire en professionnalisation est de 55% à 100% du SMIC

## INTERVENANT

Une équipe d'intervenants experts dans le domaine du commerce et la distribution

## MODALITES D ACCES

La procédure d'admission et d'inscription et ouverte se fait directement auprès de l'école ADALIA SCHOOL. Les candidatures sont acceptées jusqu'au début de la formation, sous réserve des places disponibles.
L'intégration peut intervenir jusqu'à 3 mois avant ou après la signature du contrat, conformément à la réglementation en vigueur.
Une fois votre dossier de candidature complété, vous serez contacté sous 48h pour fixer une date d'entretien individuel.

## TAUX DE RÉUSSITE GLOBAL : MANAGER D'UNITÉ MARCHANDE




Adalia le 24 Fevrier 2026

ADALIA SCHOOL
Centre de formation par apprentissage

BACHELOR COMMERCE ET MANAGEMENT

# TITRE PROFESSIONNEL RESPONSABLE D'ÉTABLISSEMENT MARCHAND

## VOTRE FORMATION

### OBJECTIFS

La formation Responsable d'Établissement Marchand (Bac+3) vise à préparer les professionnels à assumer des responsabilités managériales et commerciales au sein d'établissements marchands tels que des magasins, des supermarchés ou des points de vente.

### PRÉREQUIS

- Avoir entre 18 et 29 ans.
- Les candidats à la formation bachelor commerce et management doivent être titulaires d'un diplôme de niveau BTS, Licence 2, de toutes filières obtenues .
- Tests et Entretien de motivation
- Pas de limite d'âge pour les personnes reconnues comme travailleur handicapé

### PROGRAMME DE FORMATION

La formation se compose de 3 modules, complétés par 3 périodes en entreprise.
Période d'intégration. Accueil, présentation des objectifs de formation, connaissance de l'environnement professionnel, sensibilisation au développement durable, adaptation du parcours de formation .

**Module 1.** Coordonner et améliorer l'activité commerciale de l'établissement marchand : gestion de la chaîne d'approvisionnement de l'établissement marchand; pilotage de l'offre commerciale de l'établissement marchand; développement de l'expérience client .

Période en entreprise.
**Module 2.** Contribuer aux orientations stratégiques de l'enseigne et optimiser la performance économique de l'établissement marchand : contribution aux orientations stratégiques de l'enseigne ; réalisation et présentation des prévisionnels de l'établissement marchand; analyse des performances de l'établissement marchand et définition des actions correctives.

Période en entreprise pour la certification.

**Module 3**. Manager les salariés de l'établissement marchand : pilotage des processus de recrutement et d'intégration des salariés de l'établissement marchand ; optimisation de la performance collective des équipes et la performance individuelle des salariés de l'établissement marchand; management de l'activité quotidienne de l'établissement marchand et cohésion des équipes ; mobilisation des équipes dans la gestion des projets de l'établissement marchand .

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

La validation de la certification professionnelle Responsable d'Établissement Marchand s'appuie sur l'évaluation de compétences à travers :

**Mise en situation professionnelle :** étude de cas (4h)
Entretien technique : préparation d'un support PowerPoint sur la base de l'étude de cas (30 min) et présentation (10 min) puis échange avec le jury (20 min)

**Questionnement à partir de production :** En amont le candidat a élaboré 2 dossiers ainsi que leurs supports de présentation. Présentation des supports et discussion avec le jury (1h40 au total)
Entretien final avec le jury sur la base du Dossier professionnel (15 min)

### CODE RNCP EN DATE DU 04/03/2019

**38666**

### ACCESSIBILITÉ AUX PSH

En terme d'accessibilité pédagogique : si vous êtes en situation de handicap (moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique, maladies invalidantes) nous vous remercions de contacter directement notre référent handicap en amont de votre inscription par courrier électronique à l'adresse : **Marie.olenine.adalia@gmail.com**



https://adaliaschool.fr/
232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ
03 82 51 85 99 | adalia.cfa@gmail.com

## CERTIFICATION

L'ensemble des modules (3 au total) permet d'accéder au titre professionnel de niveau 6 (BTS/DUT) de responsable d'établissement marchand.Des qualifications partielles, sous forme de certificats de compétences professionnelles (CCP), peuvent être obtenues en suivant un ou plusieurs modules :CCP/bloc de compétences - Coordonner et améliorer l'activité commerciale de l'établissement marchand = module 1CCP/bloc de compétences - Contribuer aux orientations stratégiques de l'enseigne et optimiser la performance économique de l'établissement marchand = module 2CCP/bloc de compétences - Manager les salariés de l'établissement marchand = module 3A partir de l'obtention d'un CCP, vous pouvez vous présenter aux autres CCP pour obtenir le titre professionnel dans la limite de la durée de validité du titre.

## DURÉE & RYTHME DE L'ALTERNANCE

- 12 mois soit : ..... heures
- 1 jour en formation(7h) De 8h30-12h et 13h à 16h30 / 4 jours en entreprise
- Horaires de la formation : soit une journée par semaine.
- Formation en présentiel au CFA Adalia School : 232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ ou en distanciel.

## MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Etude de cas, travail de groupe (pour favoriser la cohésion et l'esprit d'équipe), mise en situation, analyse des pratiques professionnelles, test de positionnement, quizz

Le centre de formation est équipé :

- De vidéoprojecteurs et d'écrans
- De matériels informatiques incluant ordinateurs, imprimante et photocopieur
- D'un accès internet
- Les supports de formation utilisés lors des différents modules sont mis à disposition des participants soit au format électronique (transmis par mail et/ou mis en ligne sur un espace partagé), soit au format papier.

## PASSERELLES

Suite à cette formation, des passerelles sont possibles pour une poursuite d'étude sur un niveau de qualification supérieur ou transverse dans le secteur :

- Master
- Mastères
- MBA

## DÉBOUCHÉS

- Gérant de magasin
- Gestionnaire de centre de profit
- Directeur de magasin / de supermarché / de grande surface
- Directeur de drive / de supermarché de proximité
- Responsable de surface de vente / de supermarché
- Responsable / animateur
- Responsable de magasin
- Responsable de boutique
- Responsable de succursale
- Responsable de point de vente
- Responsable de département
- Responsable e-commerce

## FINANCEMENT

En contrat d'apprentissage et de professionnalisation : la formation est prise en charge à 100 % par l'employeur via le financement OPCO

Salaire en apprentissage est de 43 % à 100 % du SMIC.

Salaire en professionnalisation est de 55% à 100% du SMIC

## INTERVENANT

- Une équipe d'intervenants experts dans le domaine du commerce et la distribution.

## CODES ROME

- D1301 : Management de magasin de détail
- D1504 : Direction de magasin de grande distribution

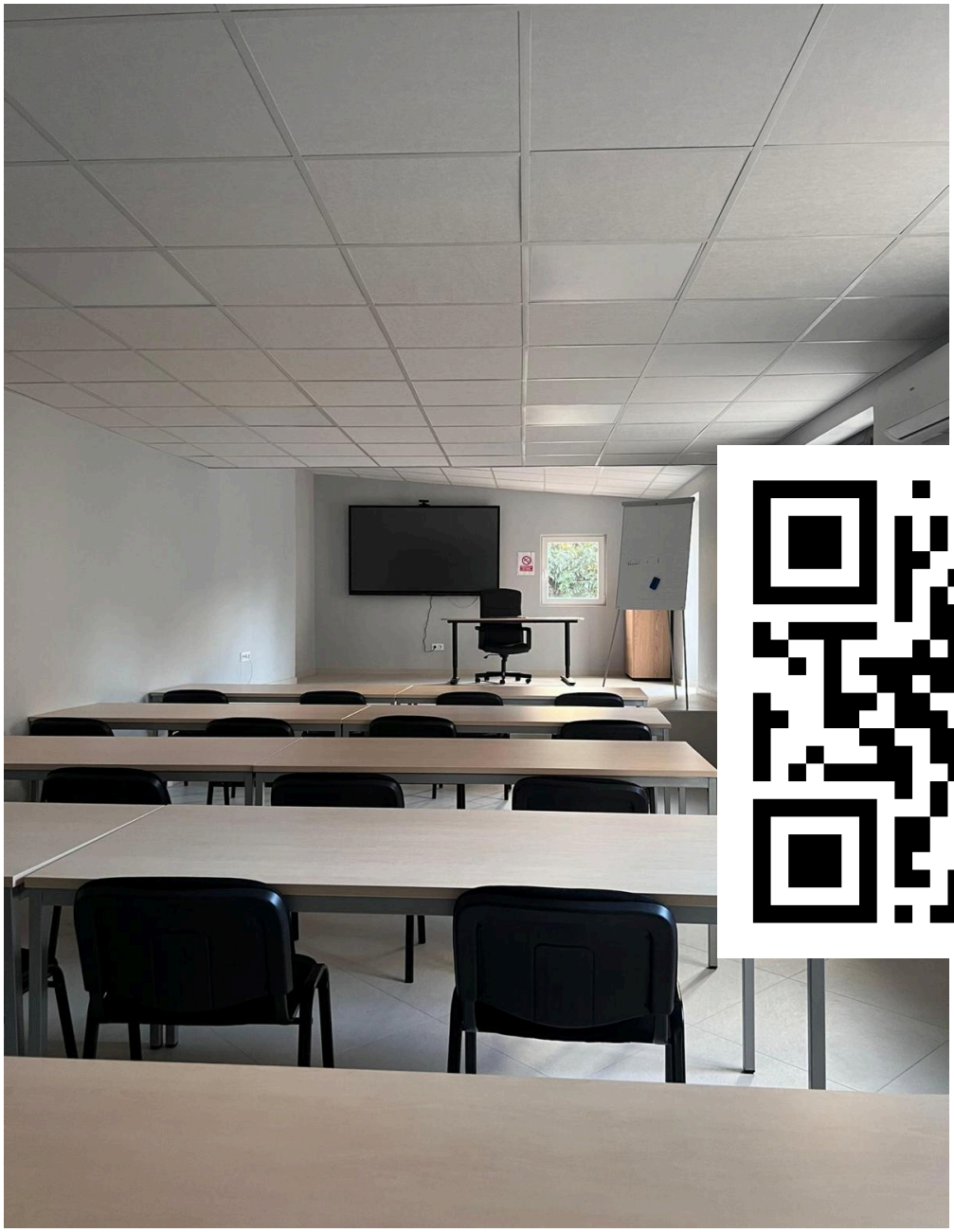


https://adaliaschool.fr/

232 RUE DU PRESIDENT ROOSEVELT-57970 YUTZ
03 82 51 85 99 | adalia.cfa@gmail.com

# Tout notre catalogue de formation est disponible sur le site :

# www.adaliaconsulting.fr



ADALIA CONSULTING
Conseil & solution RH, formation, recrutement, administration.

ADALIACONSULTING.COM

# BULLETIN D'INSCRIPTION

## CHOIX DE LA FORMATION

Nom de la formation

Lieu de la formation

Session choisie ☐☐ ☐☐ (M M A A)

Montant de la formation €

Société/Établissement

SIRET

Adresse CP :

Ville Code APE

Tél Mail

Représentée par M. Fonction

Lieu de formation

## RENSEIGNEMENTS STAGIAIRES

Nom/ Prénom : Date de Naissance : ☐☐ ☐☐ ☐☐ ☐☐

**Fonction :** Email :

Nom/ Prénom : Date de Naissance : ☐☐ ☐☐ ☐☐ ☐☐

**Fonction :** Email :

Nom/ Prénom : Date de Naissance : ☐☐ ☐☐ ☐☐ ☐☐

**Fonction :** Email :

Nom/ Prénom : Date de Naissance : ☐☐ ☐☐ ☐☐ ☐☐

**Fonction :** Email :

Nom/ Prénom : Date de Naissance : ☐☐ ☐☐ ☐☐ ☐☐

**Fonction :** Email :

❑Souhaite être rappelé par le Référent Handicap

En terme d'accessibilité pédagogique : si vous êtes en situation de handicap (moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique, maladies invalidantes) nous vous remercions de cocher sur le bulletin d'inscription la case "Souhaite être rappelé par le Référent Handicap" ou de contacter directement notre référent handicap Mme VIGNERON Christelle en amont de votre inscription par courrier électronique à l'adresse referenthandicap@adalischool.fr

## MODALITÉS DE FINANCEMENT

| | | | |
|---|---|---|---|
| Financement personnel | € | CPF | € |
| Pôle emploi | € | Employeur | € |
| OPCO | € | | |

Coordonnées de l'OPCO

*Dans le cadre d'un financement individuel ou employeur; Acompte à verser à la signature de la convention (30% du montant de la formation), Solde dû à l'issue du dernier module de formation, Autre échéancier de paiement accordé Toute inscription est confirmée à réception du bulletin signé. Le délai d'accès à la formation est généralement compris entre 7 et 15 jours ouvrés selon les modalités de financement et les disponibilités. Le programme détaillé de la formation est transmis préalablement à l'inscription.

Le participant reconnaît avoir pris connaissance du programme de formation et des conditions générales de vente. Conditions-Generales-de-Vente.jpg (1414×2000)

**BON POUR ACCORD**

Fait le à

Signature du représentant légal de l'entreprise et/ou signature du stagiaire

Cachet de l'entreprise :

**Dossier à retourner complété :**

**Adaliaconsultingfc@gmail.com**

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

**Objet :**

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à l'ensemble des prestations de formation professionnelle continue dispensées par ADALIA CONSULTING. Toute inscription implique l'acceptation sans réserve des présentes conditions.

**Modalités d'inscription :**

L'inscription est validée à réception du devis dûment signé et revêtu du cachet de l'entreprise. Une convention de formation est ensuite adressée en deux exemplaires à retourner signés avant le démarrage de la formation.

**Convocation** :

8 jours avant le démarrage du stage, une convocation récapitulant les détails pratiques d'organisation du stage de formation (date, lieu, horaires,…) vous sera adressée.

**Annulation avant le démarrage :**

Toute annulation doit être notifiée par écrit.

- Plus de 8 jours avant la formation : aucune pénalité.
- Moins de 8 jours : 30 % du montant dû.

**Abandon des formations via le compte CPF** :

Ce sont les conditions générales d'utilisation de la plateforme Mon Compte Formation qui s'appliquent.

**Abandon :**

Une fois la formation commencée, lorsque, par suite de cas de force majeure dûment reconnu (événement imprévisible, insurmontable et étranger à la personne), le client personne physique est dans l'impossibilité de poursuivre la formation, le contrat est résilié de plein droit et les prestations de formation effectivement dispensées sont facturées au prorata temporis de leur valeur prévue au contrat. En l'absence de force majeure, toute annulation, abandon ou interruption, l'Organisme de formation se réserve le droit de retenir l'intégralité du montant de la formation à titre d'indemnisation.

– Les sommes dues par le client à titre d'indemnisation sont mentionnées comme telles sur la facture.

**Gestion de l'abandon :**

3 Relances mails et Appels téléphoniques afin de demander une reprise du parcours Au bout de 48 heures sans réponse de l'apprenant, l'abandon de la prestation est qualifié. L'apprenant, le commanditaire et le financeur sont informés sous 48 heures après la qualification de l'abandon, par téléphone, mail et courrier postal. L'historique des courriels est disponible sur demande

**Report de session :**

ADALIA CONSULTING se réserve la possibilité de reporter ou d'annuler un stage de formation en raison d'un nombre insuffisant de participants ou pour tout cas de force majeure. L'entreprise ou les participants seront avertis dans les meilleurs délais.

**Assiduité et attestation**

Les feuilles de présence doivent être signées par les stagiaires. À l'issue de la formation, une attestation individuelle de participation est délivrée.

**Litiges :**

Tout litige relatif à l'exécution des présentes conditions relève de la compétence exclusive des tribunaux du ressort du siège social de l'organisme.

13 rue Pierre Semard 57300 Hagondange
03 82 51 85 99 | adaliaconsultingfc@gmail.com

# Nous Contacter



*Nos contacts*


**Mme Cécile Jourdain**
Responsable formation
adaliaconsultingfc@gmail.com
06 21 66 99 03

**Mme VIGNERON Christelle**
Responsable pédagogique
enseignant.adalia@gmail.com
03 82 51 85 99

**Mme LHEUREUX Carla**
Assistante ressources humaines
Consulting.adalia@gmail.com
03 82 51 85 99

**Mr Kylian Calena**
Assistant Administratif
Formation.adalia@gmail.com
03 82 51 85 99


*Localisation*

## Siege Social :

13 Rue Pierre Semard, 57300 HAGONDANGE

## Nos salles de formation :

232 Rue du Président Roosevelt, 57970 YUTZ

SCAN ME

232 Rue du président Roosevelt-57970 Yutz
+33 3 82 51 85 99
Adaliaconsultingfc@gmail.com