

Notre offre de formations

2025

GESTION & MANAGEMENT



Forma*Passion*

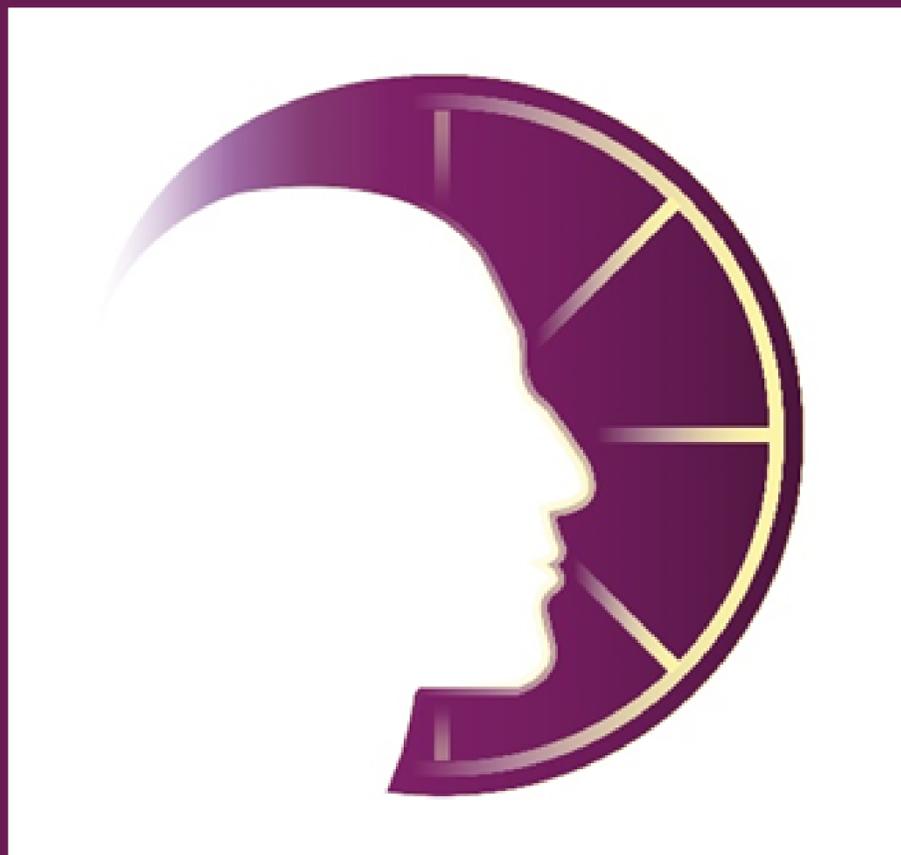


Par *PassionPros*

Former et accompagner par Passion... une idée ?
plus que ça : une VALEUR !



NOS FORMATIONS TRANSVERSALES



DECOUVRIR LES FONDAMENTAUX DE LA GESTION D'UN LINEAIRE (gestion de rayon niveau 1)

Gestion
Commerciale

Public

Manager de rayon accédant à la fonction

Prérequis

Aucun

Durée

3 jours (21h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Connaître les différentes responsabilités du manager de rayon.
Découvrir et piloter les indicateurs clés de gestion économique d'un rayon.
Comprendre son compte d'exploitation et savoir mettre en place des actions correctives.
Savoir planifier, organiser et coordonner le travail de son équipe.
Développer sa capacité à animer une équipe au quotidien.
Améliorer la gestion de ses actions promotionnelles.
Gérer la satisfaction client au travers d'une expérience d'achat attractive et différenciante.
Optimiser la gestion de son temps et de ses priorités

LES CONTENUS



- Mieux se connaître en tant que manager et faire évoluer son style de management.
- Présentation des 12 principaux indicateurs de gestion économique d'un rayon.
- Piloter toutes les lignes qui structurent un compte d'exploitation.
- Constituer des horaires et planifier les repos et les congés. Connaître les principales règles RH.
- Quelques principes pour optimiser la mise en rayon.
- Animer et motiver son équipe au quotidien.
- Présentation des principaux indicateurs de performance opérationnelle.
- Maîtriser les étapes clés de la préparation, du pilotage et de l'évaluation des actions promotionnelles.
- Optimiser son merchandising promotionnel et saisonnier.
- Les bénéfices de la satisfaction client et de la fidélisation.
- Organisation et procédure pour améliorer l'expérience client.
- Planification et gestion des priorités.
- Déléguer pour mieux se consacrer aux tâches créatrices de valeur pour le rayon.
- Comment évalue-t-on la performance du manager de rayon ?

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.
Simulation de situations professionnelles.
Méthodologies et techniques.
Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





AMELIORER LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DE SON RAYON

(gestion de rayon niveau 2)



Public

Manager de rayon, manager de secteur, manager de point de vente

Prérequis

Module « Découvrir les fondamentaux de la gestion d'un linéaire -
Gestion de rayon niveau 1 »

Durée

3 jours (21h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



- Maîtriser les principes de gestion.
- Maîtriser et piloter sa masse salariale et sa productivité
- Réduire son taux de démarque et de rupture.
- Améliorer la gestion de son stock.
- Faire du merchandising un outil de performance économique.
- Développer ses compétences dans la négociation commerciale.
- Optimiser la satisfaction et la fidélisation client.
- Piloter sa performance économique grâce à des tableaux de bord et des indicateurs de performance.

LES CONTENUS



- Faire un diagnostic de son rayon, élaborer des objectifs et mettre en place un plan d'action.
- Construire et suivre un budget.
- Elaborer des tableaux de bord spécifiques - Choisir des bons indicateurs de performance.
- Techniques et méthodologie pour piloter ses frais de personnel et sa productivité
- Présentation des principales causes de notre démarque ainsi que des solutions pour y remédier.
- Présentation des principales causes de nos ruptures et de nos surstocks ainsi que des solutions pour y remédier.
- Optimiser la gestion de ses achats, de sa casse et de ses déchets

Maîtriser le système de réassort assisté par l'ordinateur.

Comment préparer et mener une négociation commerciale – Présentation des principales techniques de négociation.

Maîtriser les quatre types de merchandising et en faire un outil de performance économique ainsi qu'un outil de différenciation concurrentielle.

Mettre le client et sa satisfaction au cœur de toutes nos réflexions et stratégies

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées.

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



MAÎTRISER LA GESTION DE SON STOCK



Public

Toute personne ayant à sa charge la gestion d'un stock

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.





LES OBJECTIFS

- Optimiser ses achats pour mieux gérer son stock.
- Appréhender et maîtriser les différents coûts générés par un stock.
- Maîtriser l'utilisation des différents outils d'analyse et de gestion d'un stock.
- Comprendre les raisons d'une anomalie de stock et y apporter des réponses.
- Maîtriser les règles d'organisation et de gestion d'un espace de stockage.
- Mettre en place et piloter un inventaire.



LES CONTENUS

Maîtriser la fonction achat/approvisionnement.

Le Réassort Assisté par Ordinateur : un outil de gestion de stock indispensable à maîtriser.

Le stock doit-il nécessairement être considéré comme le mal de l'entreprise ?

Identification des différents types de stocks pour mieux les maîtriser.

Présentation de l'utilité de segmenter son stock.

Le rôle du merchandising dans la gestion d'un stock.

Savoir valoriser son stock.

Connaître les différents coûts générés par un stock

Maîtriser les outils d'analyse d'un stock (stock moyen, rotation d'un stock, couverture moyenne d'un stock, ...)

Comprendre et savoir gérer les situations de rupture et de surstock.

Maîtriser des flux de marchandise dans le pdv (de la réception à la caisse).

Connaître les différentes stratégies de stockage

Maintenir une réserve structurée, rangée et propre

Approche méthodologique de la gestion d'un inventaire.

Présentation des différents types d'inventaires.



LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM et questions ouvertes.

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



OPTIMISER LA GESTION DE SES ACHATS, DE SA CASSE ET DE SES DECHETS



Public

Toute personne ayant à sa charge la gestion des achats et d'un stock

Prérequis

Aucun.

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



- Optimiser ses achats pour mieux gérer sa casse.
- Méthodologies et procédures à mettre en place pour réduire son taux de casse.
- Comment valoriser ses déchets ?

LES CONTENUS



- Les indicateurs à connaître et à maîtriser pour bien gérer ses achats permanents.
- Outils et méthodologies pour améliorer ses achats promotionnels.
- Le Réassort Assisté par Ordinateur : un outil indispensable à maîtriser.
- Le rôle du merchandising dans la gestion des stocks et de la casse.
- Maîtriser les différents flux de marchandise (de la réception à la caisse).
- Techniques et méthodologies pour réduire son taux de démarque connue.
- Approche méthodologique pour optimiser la gestion et la valorisation de ses déchets.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM et questions ouvertes

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT DANS SON POINT DE VENTE / SON RAYON



Public

Manager de rayon, manager de secteur, manager de point de vente.

Prérequis

Aucun.

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



- Faire du client une priorité absolue.
- Comment accueillir et accompagner le client dans la surface de vente.
- Optimiser l'expérience client sans dégrader sa rentabilité.
- Maîtriser les outils et les techniques qui vous permettront d'optimiser votre gestion de la relation avec vos clients.
- Savoir gérer l'insatisfaction et le conflit client.

LES CONTENUS



- Positionner le client au cœur de toute réflexion et toute démarche commerciale.
- Comment recueillir l'avis et les idées de nos clients ?
- Lutter contre les irritants dans le point de vente.
- Comment créer le contact et prendre en charge le client.
- Comment générer de la satisfaction dans son service et son point de vente ?
- Mesurer la satisfaction et savoir la piloter.
- Les outils à notre disposition pour mieux gérer l'insatisfaction.
- Gérer une situation conflictuelle
- L'importance de gérer son image et sa (e-)réputation

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





SAVOIR GÉRER LES RÉCLAMATIONS, L'INSATISFACTION ET LE CONFLIT CLIENT DANS LE POINT DE VENTE



Public

Employé(e), manager de rayon et manager de secteur

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



- Savoir gérer l'insatisfaction client et les situations conflictuelles.
- Mieux communiquer pour gérer efficacement une insatisfaction.
- Développer son intelligence émotionnelle.
- Mettre en place une communication non violente.

LES CONTENUS



- Savoir gérer l'insatisfaction client et les situations conflictuelles.
- Mieux communiquer pour gérer efficacement une insatisfaction.
- Développer son intelligence émotionnelle
- Mettre en place une communication non violente

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.
Simulation de situations professionnelles.
Méthodologies et techniques.
Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



ÊTRE PERFORMANT DANS SES NÉGOCIATIONS COMMERCIALES



Public

Toute personne en charge d'acheter et de négocier.

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Bien se préparer pour mieux négocier.

Maîtriser les techniques qui vous permettront d'optimiser vos négociations commerciales.

Comprendre et anticiper les stratégies de son interlocuteur pour mieux les contrer.

Faire de sa communication un outil de performance en négociation commerciale.

Maîtriser la phase de clôture d'une négociation.

LES CONTENUS



Savoir définir des objectifs

Appréhender les différents styles de négociation

Savoir identifier le profil de son interlocuteur

L'annonce et la négociation du prix

Comprendre comment réagit le fournisseur face à une demande de concession pour mieux le contrer

Savoir orienter les discussions afin qu'elles vous soient plus profitables

Gérer les concessions et les contreparties

Comment limiter le coût d'une concession ?

Comment traite-t-on une objection ?

Savoir se sortir d'une situation de blocage.

Présentation des principales techniques de négociation qui vous permettront d'influencer positivement votre négociation.

Savoir conclure au bon moment. Présentation des différentes techniques de conclusion.

Faire de sa maîtrise de la communication un outil de performance en négociation.

Savoir décoder la communication non verbale de son interlocuteur

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



OPTIMISER SON MERCHANDISING

Gestion
Commerciale

Public

Manager de rayon, manager de secteur, manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Connaître les objectifs du merchandising
Appréhender et maîtriser les différentes étapes d'une réimplantation
Savoir construire un assortiment
Optimiser l'agencement de son magasin et de ses rayons
Maîtriser les différentes techniques de merchandising
Faire du merchandising un outil de performance économique
Faire en sorte que le merchandising contribue à l'amélioration de l'expérience client
Optimiser sa communication dans son rayon et son point de vente

LES CONTENUS



Appréhender et maîtriser les quatre types de merchandising.
Déterminer un assortiment.
Présentation des principales raisons qui nous poussent à réimplanter un rayon.
Que doit-on faire avant une réimplantation ?
Piloter une réimplantation.
Savoir faire un bilan des actions menées.
Présentation des principales règles d'implantation d'un point de vente.
Présentation des différentes techniques de merchandising.
Réussir son merchandising promotionnel.
Utiliser le merchandising pour transformer l'achat corvée en achat plaisir.
Développer le merchandising sensoriel.
La signalétique dans le point de vente.
Les nouvelles technologies au service du merchandising
Faire du merchandising un outil pour améliorer la rentabilité de son service.
Faire du merchandising un outil de différenciation concurrentielle.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.
Simulation de situations professionnelles.
Méthodologies et techniques.
Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





OPTIMISER SON EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

Gestion
Commerciale

Public

Manager de rayon, manager de secteur, manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Optimiser la gestion de son temps et de ses priorités.

Savoir gérer la surcharge de travail.

Etre performant tout en gérant ses efforts.

Faire du travail de groupe un outil d'efficacité professionnelle.

Faire de son efficacité professionnelle un outil de performance économique.

LES CONTENUS



Pourquoi et comment planifier sa journée de travail ?
Etablir et ajuster ses priorités. Définir des objectifs.
Présentation des méthodes et outils permettant de mieux gérer son temps et ses priorités (la loi de Parkinson, la méthodologie ABC, la technique Pomodoro, la To do list, la matrice d'Eisenhower).
Optimiser la gestion des imprévus.
Optimiser ses méthodes de travail (guide de bonnes pratiques).
Savoir dire non.
Optimiser la gestion de ses e-mails.

Développer sa capacité à se concentrer
Les stratégies anti-fatigue
Savoir déléguer.
Connaître et respecter sa chronobiologie.
Faire du travail de groupe un outil d'efficacité professionnelle (l'apport de la PNL, encadrer et animer une équipe, générer des synergies, faire des feedbacks constructifs, animer une réunion).
Développer ses capacités à manager le changement.
Développer son leadership.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.
Simulation de situations professionnelles.
Méthodologies et techniques.
Etude de cas concrets.



LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



TECHNIQUES DE VENTE-CONSEIL EN MAGASIN

Gestion
Commerciale



Public

Responsables de rayon.
Adjoints de rayon.
Employés de rayon.

Prérequis

Aucun.

Durée

1 jour (7h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Accroître les connaissances commerciales des stagiaires pour leur permettre de mieux vendre leurs produits.
Appréhender sa clientèle, rechercher ses besoins, en adéquation avec et les évolutions des attitudes de consommation.
Savoir développer un argumentaire de vente en relation avec la demande du client et savoir répondre aux objections éventuelles.
Orienter les choix de la clientèle, la conseiller, lui proposer des achats complémentaires ou supplémentaires, et la fidéliser.
Améliorer l'assurance commerciale des participants pour améliorer leurs performances et leur professionnalisme.

LES CONTENUS



Bien connaître le consommateur et l'univers marchand

Historique et avenir de la relation client /Grande distribution
Les habitudes de consommation
Le comportement des consommateurs
La typologie des clients
Motivation des consommateurs (SONCASE, pyramide de Maslow)
Comportement d'achats observés en magasin
Les attentes du consommateur vis-à-vis du magasin
Les freins à l'achat
L'évolution de la consommation
La spécialisation métier

Maîtriser la vente

Définition de la vente
Le rôle du vendeur dans la relation avec le client
L'adaptation du vendeur face aux demandes des clients
Les attentes du client
L'accueil du client

Le balisage, l'affichage et l'environnement conformes aux engagements
Les points clés du service
La communication au service de la vente
Les règles de base de la communication
Les conditions d'une bonne communication
La reformulation
Le comportement du vendeur et l'attitude de service
La structure de l'entretien de vente
La prise de contact
Écoute et perception de besoins
Argumentaire et conseils
Réponses aux objections
Conclusion de la vente
La vente additionnelle
Mise en avant des promotions et opération commerciales
Traitement des réclamations

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Théorie en salle par un formateur expert métier.
Application en atelier.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, épreuve pratique de vente conseil.

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





DÉCOUVRIR LA FONCTION MANAGÉRIALE (Management niveau 1)



Public

Manager accédant à la fonction

Prérequis

Aucun

Durée

3 jours (21h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



CQP MOM : Manager Opérationnel en Magasin disponible.



LES OBJECTIFS



Comprendre les principes de management.
Appréhender les différents styles de management et les différents profils de managers.
Faire du management un outil de performance économique ainsi qu'un outil de développement personnel.
Comment animer une équipe au quotidien.
Optimiser sa communication managériale.
Devenir un manager coach.
Comprendre le lien entre management et gestion.
Mieux gérer son temps et ses priorités.

LES CONTENUS



Le rôle du manager dans l'entreprise et dans son équipe.	Devenir un manager coach.
Les principales caractéristiques d'un manager performant.	Développer le potentiel et les compétences de son équipe.
Manager avec performance son équipe.	Evaluer et reconnaître la performance.
Obtenir adhésion et engagement.	Définir un besoin en recrutement.
Présentation des différents styles de management.	Savoir définir, communiquer et piloter un objectif.
La connaissance de soi et de son style de management.	Elaborer et piloter un plan d'action.
Les freins à la communication managériale...et les solutions.	Faire des tableaux de bord et des indicateurs de performance un véritable outil de management.
Optimiser sa communication managériale.	Techniques et méthodologies pour mieux gérer son temps et ses priorités.
Travailler son écoute.	
Présentation des différents temps d'échanges formels et informels.	

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.
Simulation de situations professionnelles.
Méthodologies et techniques.
Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





AMÉLIORER SES COMPÉTENCES MANAGÉRIALES

(Management niveau 2)



Public

Manager souhaitant développer ses compétences managériales

Prérequis

Module « Découvrir la fonction managériale »

Durée

3 jours (21h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Développer son leadership.

Optimiser la motivation de ses collaborateurs.

Adopter les bons comportements pour prévenir et gérer les conflits.

Développer ses capacités à manager le changement.

Faire du management un outil de performance économique ainsi qu'un outil de développement personnel.

LES CONTENUS



Comprendre ce qu'est le leadership.

Présentation des principales caractéristiques d'un leader.

Présentation des différents styles de leadership.

Méthodologie et principes pour développer son leadership.

Savoir faire la différence entre satisfaction, motivation et implication.

Appréhender et comprendre les facteurs de motivation de ses collaborateurs.

Comment favoriser et manager la motivation dans son équipe ?

Le management de la bienveillance, une posture au service de la motivation.

Quelles sont les principales causes d'un conflit ?

Présentation des méthodologies qui président au règlement des conflits.

Quels sont les inconvénients mais aussi les avantages d'un conflit ?

Quelques principes pour optimiser son management du conflit.

Animer un processus d'amélioration continue.

Identifier les sources de résistance au changement pour mieux les gérer.

Présentation des différents types de résistance.

Identifier les différentes typologies d'acteurs dans le changement.

Méthodologies pour mieux manager le changement.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





ANIMER AVEC PERFORMANCE SON EQUIPE

Public

Manager de rayon, manager de secteur et manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Appréhender son style de management et être dans la capacité de le faire évoluer en fonction de son équipe et du contexte.

Savoir organiser et animer son équipe.

Définir des objectifs ainsi qu'un plan d'actions commerciales et le piloter.

Evaluer la performance de ses équipes et les faire monter en compétence.

Piloter les différents types d'entretien.

LES CONTENUS



Définir des objectifs et mettre en place un plan d'action.

Optimiser son leadership.

Adapter son style de management.

Développer ses capacités communicationnelles.

Optimiser la cohésion et la motivation d'un groupe.

Savoir déléguer.

Mettre en place une organisation commerciale performante.

Développer son agilité et sa réactivité.

Evaluer la performance de son équipe (mise en place et pilotage d'indicateurs).

Guider la performance de son équipe.

Comment faire monter en compétence son équipe ?

Préparer et animer un brief.

Préparer et animer une réunion.

Préparer et animer l'entretien annuel individuel.

Préparer et animer l'entretien professionnel.

Préparer et animer un entretien de recadrage.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



DÉVELOPPER SON LEADERSHIP



Public

Manager de rayon, manager de secteur et manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Découvrir son style de leadership pour mieux le maîtriser et le faire évoluer.

Appréhender les caractéristiques d'un leader.

Développer son leadership pour faciliter son management.

L'art de la communication au service du leadership.

Devenir un manager coach.

LES CONTENUS



Présentation des différents profils de personnalité et de manager.

Présentation des différents styles de leadership.

Découvrir son propre style de management afin de mieux le maîtriser et le faire évoluer.

Présentation des principales caractéristiques d'un leader.

Appréhender les principaux rôles du leader.

Développer son charisme ?

En quoi la communication joue un rôle important dans le lead d'une équipe ?

Présentation des difficultés liées à toute communication et comment les gérer.

Maîtriser sa communication verbale, para-verbale et non-verbale.

Qu'est-ce qu'un manager coach ?

Evaluer et reconnaître la performance de ses collaborateurs(trices).

Développer le potentiel et les compétences de son équipe.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





FAIRE DE SA COMMUNICATION UN OUTIL DE PERFORMANCE MANAGERIALE



Public

Manager de rayon, manager de secteur et manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Appréhender la communication comme un outil indispensable à la fonction managériale.

Savoir adapter sa communication à son interlocuteur et aux circonstances de l'entretien

Maîtriser les différentes techniques et outils nécessaires à toute communication efficace.

Maîtriser les principes de la communication non violente.

LES CONTENUS



- Les principes de la communication managériale.
- Quelles sont les principales difficultés liées à la communication ?
- Présentation des outils et des méthodes pour améliorer sa communication managériale.
- Comment optimise-t-on sa communication para-verbale ?
- Comment maîtriser sa communication non-verbale et la décoder chez autrui ?
- Les principes de la Programmation Neuro Linguistique.
- La communication non violente au service de la coopération dans l'équipe.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





MANAGER LA MOTIVATION D'UNE ÉQUIPE

Public

Manager de rayon, manager de secteur et manager de point de vente

Prérequis

Aucu

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Appréhender l'importance d'une bonne gestion de la motivation d'une équipe.
Identifier les facteurs de motivation de ses collaborateurs(trices) et mettre en place un management personnalisé
Appréhender les différences générationnelles en termes de motivation.
Maîtriser les différentes techniques et outils pour optimiser son management de la motivation.
Comprendre en quoi la bienveillance, l'empathie et la reconnaissance sont très utiles dans la gestion de la motivation de son équipe.

LES CONTENUS



En quoi la motivation peut-elle être un facteur de performance économique ?
Appréhender les facteurs de motivation de ses collaborateurs (trices).
Identifier les différences générationnelles.
Savoir déceler les différents profils de personnalité.
Qu'est-ce qu'un management personnalisé et comment le mettre en place ?
Principes et techniques d'optimisation de la motivation.
Savoir anticiper, piloter et consolider les actions de motivation.
Quelles sont les principales difficultés que nous rencontrons aujourd'hui et comment les gérer.
Comment mettre en place un management bienveillant ?
Placer ses collaborateurs au cœur de son management.
La reconnaissance au travail : outil de motivation et de fidélisation.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.
Simulation de situations professionnelles.
Méthodologies et techniques.
Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





COMMENT GÉRER LE CONFLIT DANS SON SERVICE ?

Management

Public

Manager de rayon, manager de secteur et manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Comprendre les causes du conflit et appréhender les différents types de conflits auxquels nous pouvons être confrontés.

Adopter les bons comportements pour prévenir et gérer les conflits.

Prendre conscience que la communication managériale joue un rôle fondamental dans la gestion des conflits.

Les clés d'un management intergénérationnel performant afin d'anticiper et de gérer au mieux les conflits.

Appréhender en quoi la Programmation Neuro-Linguistique est un outil de gestion des conflits.

LES CONTENUS



Comprendre les causes du conflit pour mieux le gérer.

Appréhender les différents types de conflits.

Adopter les bons comportements pour prévenir et gérer les conflits.

Présentation des principes fondamentaux pour optimiser son management du conflit.

Les principes de la communication managériale.

Pratiquer l'écoute active.

Maîtriser sa communication verbale, para-verbale et non verbale.

Les principes de la communication non violente.

L'entretien de recadrage.

Qu'est-ce qu'un manager bienveillant ?

Apprendre à reconnaître et à gérer le stress.

Quels sont les bénéfices d'un management bienveillant ?

Présentation des principes du management intergénérationnel.

Pour quelles raisons les différences générationnelles sont-elles sources de conflits ?

L'apport de la Programmation Neuro-Linguistique dans la gestion des conflits

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



LE MANAGEMENT DU CHANGEMENT

Management

Public

Manager de rayon, manager de secteur et manager de point de vente

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h)

Effectif

8 personnes au maximum

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS



Appréhender le changement comme un outil de développement économique et personnel.

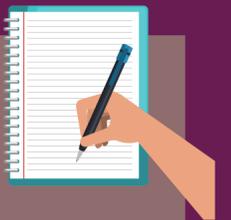
Comprendre et gérer les résistances face au changement.

Identifier les différentes catégories d'acteurs et leur position face au changement.

Construire et piloter avec efficacité des actions de changement.

Mieux communiquer pour faciliter la conduite du changement.

LES CONTENUS



Une adaptabilité et une flexibilité indispensables

Mettre en place une véritable culture du changement dans son service et son point de vente

Identifier les sources de résistance au changement

Mieux les comprendre pour mieux les gérer.

Mettre en place un management situationnel.

Appréhender le rôle de chaque acteur dans le changement.

Présentation des principales catégories d'acteurs et le management à mettre en place.

Manager le collectif et l'individuel

Présentation des clés fondamentales et des méthodes pour piloter le changement
Les difficultés liées à toute situation de communication.

L'écoute active, l'empathie et la bienveillance.

Maîtriser sa communication verbale, para-verbale et non-verbale.

LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques et pratiques avec une large place laissée à l'interactivité et aux échanges.

Simulation de situations professionnelles.

Méthodologies et techniques.

Etude de cas concrets.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, questions ouvertes et mises en situation évaluées

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.





ASSEOIR SA POSTURE MANAGÉRIALE

Management

Public

Dirigeant d'entreprise / Manager.

Prérequis

Module « Découvrir la fonction managériale ».

Durée

3 jours (21h).

Effectif

8 personnes au maximum.

Modalité et délais d'accès

(cf site internet « infos pratiques »)

Renseignements et inscription par mail ou téléphone.



LES OBJECTIFS

- Appliquer la communication en tant qu'outil indispensable à la fonction managériale
- Adapter sa communication à son interlocuteur et aux circonstances de l'entretien
- Maîtriser les différentes techniques et outils nécessaires à la conduite des différents entretiens managériaux (hors recrutement).



LES CONTENUS

• **La communication au service de l'efficacité du manager (Jour 1)**

- Savoir mobiliser et motiver une équipe
- Optimiser la gestion d'une situation conflictuelle
- Maîtriser le lien entre styles de management et communication
- Communication et leadership

• **Optimiser sa communication managériale (Jour 2)**

- Identifier et comprendre son style de communication. Présentation de 10 principes qui optimiseront votre communication
- Les clés d'une communication verbale et non verbale efficace
- Savoir identifier les profils des collaborateurs
- Développer son intelligence émotionnelle
- Savoir contextualiser et personnaliser sa communication
- Maîtriser et savoir décoder la communication non verbale. Travailler son écoute
- Savoir identifier le jeu des relations. Identifier et savoir utiliser les différents supports et canaux communicationnels

• **La conduite des entretiens managériaux, hors recrutement (Jour 3) :**

- Présentation des entretiens qui structurent la démarche managériale (cadre général et réglementaire, processus, forme d'animation) : l'entretien de recadrage, l'entretien d'analyse de performance, l'entretien de sanction, l'entretien professionnel, l'entretien de fixation d'objectifs; l'entretien de suivi, l'entretien de retour suite à une absence longue.
- Les différentes phases de l'entretien jouées en atelier (introduction, échange, conclusion, suivi)
- Jeux de salle en entretiens complets (et complexes).



LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Jeux de salle sur la base de situations rencontrées en entreprise.
Suivis en intersession par appel téléphonique de la part du formateur et rendu par internet.

LES MODALITÉS D'ÉVALUATIONS

QCM, observation d'une mise en situation professionnelle reconstituée.

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

Attestation de formation.



FormaPassion

Nous contacter :

yvanriocreuxreis@formapassion.eu
06 95 33 25 67

Retrouvez nous également dans nos locaux au :

4 place Gensoul
69002 LYON



FormaPassion

N° Siret : 831 162 698 000 11 (R.C.S de Saint Etienne)
APE : 8559A - NDA : 82420271642

