

# MALLETTE DU DIRIGEANT 2018

« CARACTERISTIQUES PEDAGOGIQUES ET MOYENS UTILISES »

## Programme :

### *Module 4 : Fondamentaux de marketing et techniques de vente*

**COOP'ALPHA**  
Pôle Formation  
3 rue Cantelaudette  
33310 LORMONT  
**05 56 74 26 16 – 06 19 20 49 96**  
**coopalpha.formations@gmail.com**  
**www.coopalpha-formation.fr**

## 1. Prestataire responsable de l'action

<b>Sigle</b>	
<b>Raison sociale</b>	COOP'ALPHA
<b>N° déclaration d'activité</b>	72330705833
<b>Siret</b>	482 371 481 00052
<b>Code NAF</b>	7022Z
<b>Assujettissement à la TVA</b>	<input type="checkbox"/> oui <input checked="" type="checkbox"/> non
<b>Adresse</b>	3 rue Cantelaudette
<b>Code postal</b>	33310
<b>Ville</b>	LORMONT
<b>Téléphone</b>	05 56 74 26 16
<b>Téléphones portables</b>	06 19 20 49 96 (Fabienne MUNIENTE) 06 22 36 13 97 (Geneviève DELPORTE)
<b>Télécopie</b>	05 56 06 81 69
<b>Courriel</b>	coopalpha.formations@gmail.com
<b>Site web</b>	<a href="http://www.coopalpha-formation.fr/">http://www.coopalpha-formation.fr/</a> <a href="http://www.coopalpha.coop/">http://www.coopalpha.coop/</a>
<b>Nom et qualité du responsable</b>	Karine LABAT-PAPIN, Gérante

### Pour l'offre proposée AGEFICE

<b>Responsable et référent des actions de l'AGEFICE</b>	Fabienne MUNIENTE
<b>téléphone</b>	06 19 20 49 96
<b>courriel</b>	f.muniente@sfr.fr coopalpha.formations@gmail.com

### Pour le module de formation 4

<b>Formatrice et pilote de ce module</b>	Aline REY
<b>Téléphone</b>	06 75 74 14 71
<b>Courriel</b>	aline-rey@neuf.fr
<b>Formatrice</b>	Aline REY
<b>Téléphone</b>	06 75 74 14 71



## 2. Caractéristiques de l'action de formation

Volume d'heures par stagiaire : **28h en présentiel + 1h30 en distanciel (soit 30 mn en distanciel entre chaque intersession)**

Nombre de sessions par an : variable, en fonction des demandes

**Lieu de réalisation :**

**Nouvelle Aquitaine :**

Gironde

## 3. Mise en œuvre de l'action de la prestation et contenu pédagogique

### Présentation générale

Travailler sa démarche commerciale est un enjeu majeur pour les chefs d'entreprise. Connaître les fondamentaux du marketing et les techniques de vente permet d'élaborer sa stratégie commerciale pour augmenter ses ventes.

Basée sur des mises en applications concrètes, ces modules de formation aideront le chef d'entreprise à établir et mettre en œuvre un plan d'action commercial, et réussir ses entretiens de vente.

### Objectif du module 4 :

- Connaître les fondamentaux du marketing
- Transformer l'appel téléphonique en entretien de vente
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation d'entretien de vente et de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif
- Préparer ses entretiens de vente et ses négociations
- Mieux gérer les situations de blocage avec les clients

### Public ciblé :

Cette formation s'adresse aux chefs d'entreprises, conjoint(e)s collaborateurs (trices)

Nombre minimum de stagiaires : 3

Nombre maximum de stagiaires : 8

Programme pédagogique de la formation

Journée 1 / Durée : 7 heures		
<b>Thème principal de cette journée</b>	Fondamentaux et base du Marketing	
<b>Objectifs pédagogiques</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Connaître la définition, les missions et l'utilité du marketing</li> <li>Analyser son environnement, sa concurrence et ses cibles</li> <li>Réaliser son plan marketing</li> </ul>		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<u>Séquence N° 1</u> Ouverture du stage	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présentation des participants et de l'intervenant</li> <li>Rappel des objectifs de la session</li> <li>Règles de la formation</li> </ul>	De 9h00 à 9h15  Durée : 0h15
<u>Séquence N° 2</u> Qu'est-ce que le marketing ? Quelles sont ses missions ? La démarche marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les spécificités marketing selon les secteurs : grande conso, sélectif, industriel, services, international (BtC &amp; BtB)</li> <li>Les différents types de marketing : stratégique, opérationnel, supports des commerciaux</li> <li>Comment se construit la création de valeur ?</li> <li>Evolution et nouveaux supports du marketing : marketing online, trade marketing, CRM, sites sociaux, plateforme collaborative...</li> </ul>	De 9h15 à 10h15  Durée : 1h00
<u>Séquence N° 3</u> Analyser son environnement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Segmentation et ciblage des marchés prioritaires</li> <li>Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services</li> <li>Définir son créneau, sa niche à occuper</li> </ul>	De 10h15 à 11h30  Durée : 1h15
<u>Séquence N° 4</u> Analyser ses concurrents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les points clés d'étude de la concurrence : organiser la veille et le benchmark, identifier les stratégies marketing gagnantes sur son marché</li> <li>Étapes et structure d'une étude : quelles informations récolter ? avec quels outils ? quelle méthodologie choisir ? et quand faire une étude ?</li> <li>Les outils de veille et le benchmarking afin de récolter les informations stratégiques et se différencier</li> </ul>	De 11h30 à 12h30  Durée : 1h00

Programme Après-midi		
<p><u>Séquence N° 5</u> Analyser ses clients</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition de la stratégie marketing : les étapes clés</li> <li>• Connaître les comportements et les motivations du consommateur : du besoin au renouvellement de l'acte d'achat clé de la fidélisation</li> <li>• Connaître les attentes et les motivations des consommateurs : processus d'achat, usages et attitudes, tendances de consommation</li> <li>• Les outils de l'analyse : test, panel, sondage, étude ad hoc, mapping...</li> </ul>	<p>De 13h30 à 14h30</p> <p>Durée : 1h00</p>
<p><u>Séquence N° 6</u> Réaliser un plan marketing et faire des recommandations</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir les objectifs et actions cohérentes avec le diagnostic</li> <li>• Structure, modalités de validation et conseils de présentation</li> <li>• Lien entre marketing, plan d'action commerciale et plan de production</li> </ul>	<p>De 14h30 à 15h30</p> <p>Durée : 1h00</p>
<p><u>Séquence N° 7</u> Méthode et outils de contrôle</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluer le ROI d'un lancement ou d'une promotion</li> <li>• Construire le suivi budgétaire avec les priorités en fonction des marges</li> <li>• Mettre en place ses propres outils selon son plan d'actions</li> </ul>	<p>De 15h30 à 16h45</p> <p>Durée : 1h15</p>
<p><u>Séquence N° 8</u> Cadrage des sessions individuelles à distance</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Détermination des objectifs et des plans d'actions individuels pour l'accompagnement à distance sur l'appropriation des acquis techniques et méthodologiques en séance à distance</li> <li>• Prises des RDV</li> </ul>	<p>De 16h45 à 17h00</p> <p>Durée : 0h15</p>

<p><b>Intersession entre J1 et J2</b></p>	<p><b>Appui à distance, entre les journées en présentiel J1 et J2.</b> Possibilité de communiquer avec le formateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pour approfondir, échanger et avancer dans la réflexion et la mise en œuvre des travaux à mener relatifs aux objectifs délimités en fin de journée J1.</li> <li>- par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc</li> </ul>	<p>0h30</p>
---	---	-------------

Journée 2 / Durée : 7 heures		
<b>Thème principal de cette journée</b>	La relation client : Agir sur la qualité et la satisfaction	
<b>Objectifs pédagogiques</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les parties prenantes de la relation commerciale</li> <li>• Comprendre les enjeux de la relation commerciale</li> <li>• Gérer la relation client : cibler, connaître, convaincre, conclure</li> <li>• Gérer les réclamations et insatisfactions</li> <li>• Valoriser et maintenir le contact : fidéliser</li> </ul>		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<u>Séquence N° 1</u> Ouverture du stage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rappel des objectifs de la session</li> <li>• Retour sur intersession</li> <li>• Règles de la formation</li> </ul>	De 9h00 à 9h15  Durée : 0h15
<u>Séquence N° 2</u> Identifier les parties prenantes de la relation commerciale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui sont les acteurs de la relation commerciale</li> <li>• Identifier le GRID du client (groupe réel d'influence et de décision)</li> <li>• Établir le 1<sup>er</sup> contact en face à face ou au téléphone, basé sur la confiance</li> <li>• Mise en situation 1<sup>er</sup> contact face à face</li> </ul>	De 9h15 à 9h45  Durée : 0h30
<u>Séquence N° 3</u> Les enjeux dans la relation commerciale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les forces en présence</li> <li>• Qui maîtrise l'information, le temps, le choix (concurrence ou pas), le poids de ce client dans le CA de l'entreprise...</li> <li>• Exercice en binôme sur leur propre marché</li> </ul>	De 9h45 à 10h30  Durée : 0h45
<u>Séquence N° 4</u> Gérer la relation client : La phase connaître	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Découvrir les attentes, les besoins et motivations d'achat du client (le SONCAS)</li> <li>• Exercice grand groupe : « les bonnes questions »</li> </ul>	De 10h30 à 11h15  Durée : 0h45
<u>Séquence N° 5</u> Gérer la relation client : La phase convaincre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumenter pour convaincre, en utilisant la méthode CAB (caractéristiques avantages bénéfiques)</li> <li>• Exercice individuel : préparer un point de son argumentaire</li> </ul>	De 11h15 à 12h30  Durée : 1h15

Programme Après-midi		
<p><u>Séquence N° 6</u> Rappel du contenu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quizz (évaluation) sur les apports du matin</li> <li>• Séquence qui permet de dynamiser le groupe après le repas</li> </ul>	<p>De 13h30 à 13h45</p> <p>Durée : 0h15</p>
<p><u>Séquence N° 7</u> Gérer la relation client : La phase convaincre</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Répondre aux objections avec la méthode CRAC</li> <li>• Distinguer les objections fondées / non-fondées</li> <li>• S'entraîner à faire « craquer » les objections, en grand groupe</li> </ul>	<p>De 13h45 à 14h30</p> <p>Durée : 0h45</p>
<p><u>Séquence N° 8</u> Gérer les insatisfactions/ les réclamations</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prendre en charge une réclamation</li> <li>• Identifier le type de réclamation pour y répondre de façon adaptée</li> <li>• Mettre en place la méthode DESC pour gérer la réclamation</li> <li>• Entraînement, basé sur des situations réelles vécues par les stagiaires</li> </ul>	<p>De 14h30 à 16h00</p> <p>Durée : 1h30</p>
<p><u>Séquence N° 9</u> Maintenir la relation : fidéliser</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les outils de la fidélisation de clientèle</li> <li>• Mettre en place un plan de fidélisation</li> <li>• Utiliser le suivi client pour continuer à prospecter</li> </ul>	<p>De 16h00 à 16h45</p> <p>Durée : 0h45</p>
<p><u>Séquence N° 10</u> Cadrage des sessions individuelles à distance</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Détermination des objectifs et des plans d'actions individuels pour l'accompagnement à distance sur l'appropriation des acquis techniques et méthodologiques en séance à distance</li> <li>• Prises des RDV</li> </ul>	<p>De 16h45 à 17h00</p> <p>Durée : 0h15</p>

<p><b>Intersession entre J2 et J3</b></p>	<p><b>Appui à distance, entre les journées en présentiel J2 et J3.</b> Possibilité de communiquer avec le formateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pour approfondir, échanger et avancer dans la réflexion et la mise en œuvre des travaux à mener relatifs aux objectifs délimités en fin de journée J1.</li> <li>- par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc</li> </ul>	<p>0h30</p>
---	---	-------------

Journée 3 / Durée : 7 heures		
<b>Thème principal de cette journée</b>	Convaincre vos clients de vous rencontrer : Prospecter	
<b>Objectifs pédagogiques</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparer sa prospection</li> <li>• Technique de communication au téléphone</li> <li>• Reconnaître les clients difficiles et les situations difficiles en prospection</li> <li>• Adapter sa posture</li> </ul>		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<u>Séquence N° 1</u> Ouverture du stage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rappel des objectifs de la session</li> <li>• Retour sur intersession</li> <li>• Règles de la formation</li> </ul>	De 9h00 à 9h15  Durée : 0h15
<u>Séquence N° 2</u> Se préparer à prospecter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui est ma cible ?</li> <li>• Ai-je déjà constitué un fichier prospect ?</li> <li>• Comment le faire ?</li> <li>• Mise en application individuelle</li> </ul>	De 9h15 à 10h00  Durée : 0h45
<u>Séquence N° 3</u> Se préparer à prospecter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se fixer des objectifs SMART</li> <li>• Se mettre en condition, matériellement et psychologiquement ?</li> <li>• Exercice en binôme sur leur propre marché</li> </ul>	De 10h00 à 11h00  Durée : 1h
<u>Séquence N° 4</u> Communiquer au téléphone	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir se présenter pour susciter l'intérêt</li> <li>• Savoir franchir les barrages au téléphone</li> <li>• Mise en application à tour de rôle</li> </ul>	De 11h00 à 12h30  Durée : 1h30
Programme Après-midi		
<u>Séquence N° 5</u> Rappel du contenu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quizz (évaluation) sur les apports du matin</li> <li>• Séquence qui permet de dynamiser le groupe après le repas</li> </ul>	De 13h30 à 13h45  Durée : 0h15



<p><u>Séquence N° 6</u> Communiquer au téléphone</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer une écoute active</li> <li>• Exercice en binôme : écoute et feed back</li> <li>• Méthode FOS</li> </ul>	<p>De 13h45 à 14h30</p> <p>Durée : 0h45</p>
<p><u>Séquence N° 7</u> Communiquer au téléphone</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Détecter les besoins des prospects</li> <li>• Rédiger un scénario téléphonique</li> <li>• Entraînement, basé sur des situations réelles vécues par les stagiaires</li> </ul>	<p>De 14h30 à 15h15</p> <p>Durée : 0h45</p>
<p><u>Séquence N° 8</u> Communiquer au téléphone</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se préparer aux objections</li> <li>• Entraînement, basé sur des situations réelles vécues par les stagiaires</li> </ul>	<p>De 15h15 à 15h45</p> <p>Durée : 0h30</p>
<p><u>Séquence N° 6</u> Gérer les situations difficiles en prospection</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconnaître les clients difficiles et adapter sa posture</li> <li>• Résoudre et désamorcer les situations de conflit</li> <li>• Tirer les enseignements des situation difficiles</li> </ul>	<p>De 15h45 à 16h45</p> <p>Durée : 1h00</p>
<p><u>Séquence N° 90</u> Cadrage des sessions individuelles à distance</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Détermination des objectifs et des plans d'actions individuels pour l'accompagnement à distance sur l'appropriation des acquis techniques et méthodologiques en séance à distance</li> <li>• Prises des RDV</li> </ul>	<p>De 16h45 à 17h00</p> <p>Durée : 0h15</p>

<p><b>Intersession entre J3 et J4</b></p>	<p><b>Appui à distance, entre les journées en présentiel J3 et J4.</b> Possibilité de communiquer avec le formateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pour approfondir, échanger et avancer dans la réflexion et la mise en œuvre des travaux à mener relatifs aux objectifs délimités en fin de journée J1.</li> <li>- par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc</li> </ul>	<p>0h30</p>
---	---	-------------

Journée 4 / Durée : 7 heures		
<b>Thème principal de cette journée</b>	La relation client : Agir sur la qualité et la satisfaction	
<b>Objectifs pédagogiques</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparer l'entretien de négociation</li> <li>• Négocier c'est quoi ? les éléments en jeu</li> <li>• Basculer vers la conclusion de la vente</li> <li>• Résoudre et désamorcer un conflit avec un client</li> </ul>		
Programme - Matin		
Séquences	Programme de la séquence	Horaires et durées
<u>Séquence N° 1</u> Ouverture du stage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rappel des objectifs de la session</li> <li>• Retour sur intersession</li> <li>• Règles de la formation</li> </ul>	De 9h00 à 9h15  Durée : 0h15
<u>Séquence N° 2</u> Les enjeux de la négociation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les forces en présence</li> <li>• Les objectifs de négociation</li> <li>• Les intérêts communs</li> <li>• La posture du négociateur</li> <li>• Mise en situation</li> </ul>	De 9h15 à 10h15  Durée : 1h00
<u>Séquence N° 3</u> Préparer sa matrice de négociation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Découvrir l'outil du négociateur : la matrice de négo</li> <li>• Prendre en compte mes personnes, les attitudes</li> <li>• Se fixer individuellement des objectifs</li> </ul>	De 10h15 à 11h00  Durée : 0h45
<u>Séquence N° 4</u> Négocier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparer ses concessions et ses contreparties</li> <li>• S'entraîner en binôme</li> <li>• Analyser sa pratique</li> </ul>	De 11h00 à 12h30  Durée : 1h30
Programme Après-midi		
<u>Séquence N° 5</u> Rappel du contenu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quizz (évaluation) sur les apports du matin</li> <li>• Séquence qui permet de dynamiser le group après le repas</li> </ul>	De 13h30 à 13h45  Durée : 0h15

<u>Séquence N° 6</u> Basculer vers la vente	<ul style="list-style-type: none"><li>• Développer un argumentaire</li><li>• Comprendre les différentes étapes et la place de la négociation</li><li>• Repérer les signaux d'achat</li><li>• Conclure</li><li>• S'entraîner en groupe</li></ul>	De 13h45 à 15h00  Durée : 1h15
<u>Séquence N° 7</u> Résoudre et désamorcer un conflit avec un client	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre l'insatisfaction du client</li><li>• Ouvrir le dialogue</li><li>• Rechercher les solutions</li><li>• Mise en pratique par des jeux de rôle</li></ul>	De 15h00 à 16h15  Durée : 1h15
<u>Séquence N° 10</u> Clôture de la formation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Débriefing sur les 4 jours de formation</li><li>• Evaluation de la formation</li><li>• Evaluation du besoin d'accompagnement à distance post formation si nécessaire, selon étude des besoins / programme adapté à la charge du stagiaire</li></ul>	De 16h15 à 17h00  Durée : 0h45

## Formation collective / Accompagnement individuel

Le module se décline en :

**4 jours de formation en présentiel non continues, soit 28 heures par stagiaire avec un minimum de 7 jours entre chaque journée et 21 jours maximum,**

soit :

- J1 + 7 jours minimum ou 21 jours maximum = J2
- J2 + 7 jours minimum ou 21 jours maximum = J3
- J3 + 7 jours minimum ou 21 jours maximum = J4

J1 / J2 / J3 / J4 : Présence de tous les participants sur 1 journée de 9h00-12h30 et 13h30-17h00

Matin : apports théoriques - méthodologie

- Après-midi : mise en situation - cas pratique individualisé adapté au contexte de l'entreprise de chaque participant avec un accompagnement individuel du formateur sur chaque cas individuel et sur les travaux menés pendant l'intersession.

(Confidentialité des infos ou échanges de pratique avec l'ensemble selon la décision individuelle de chacun des participants)

J1 / J2 / J3 : Fin de chaque journée □ ½ heure pour fixer des objectifs individuels de travail pour chacune des entreprises pour les travaux en inter-session.

J2 / J3 / J4 : Début de journée □ ¾ heure de retour sur expérience en collectif.

### Equivalent d'1h30 à distance par stagiaire en inter-session

En inter-session, possibilité de communiquer avec le formateur sur la base de 30 mn en moyenne par stagiaire, par échange de mail ou par skype ou tout autre outil de visioconférence ou téléphone et partage d'outils à distance via une plateforme de travail collaboratif outil de type google drive ou framapad/framacalc...

### Objectifs des accompagnements individuels :

- Aider les participants dans la mise en application des méthodologies et techniques appliquées aux besoins du chef d'entreprise par rapport à la thématique.
- Renforcer l'accompagnement et approfondir la personnalisation des conseils par une prise en compte des spécificités relatives à chaque entrepreneur et à son environnement.

### Fin de formation :

Evaluation du besoin d'accompagnement à distance post formation si besoin, selon étude Besoins / programme adapté, à la charge du stagiaire.

### Evaluation de la formation

Modalités	Dates	Moyens
Questionnaire de satisfaction et d'auto-évaluation à chaud sur les acquis de la formation	A la fin de la 4ème journée de formation	Document papier
Questionnaire d'évaluation des compétences à froid	2 mois après la formation	Par Mail

#### Les plus de la formation :

Cette formation se veut "pratico-pratique". Le stagiaire est actif et se forme « en faisant »  
Chaque séquence sera illustrée de cas et d'échanges de pratiques, afin de favoriser l'appropriation et la consolidation des acquis.

### Méthodes pédagogiques

- Alternance de contenus théoriques et cas pratiques
- Exercices pratiques : création d'une infolettre et mise en œuvre de sa diffusion de A à Z
- Interaction situationnelle entre les stagiaires

### Matériel pédagogique

#### En présentiel :

- un vidéo-projecteur
- ordinateurs portables
- un paper board
- un tableau blanc

#### RDV individuels en distanciel :

- Accompagnement par échange de mail, par téléphone, par Skype ou tout autre outil de visioconférence (possibilité d'accompagnement pour l'installation de Skype sur le poste du stagiaire si nécessaire)
- Mise en ligne de documentation sur l'interface Google drive
- Travail collaboratif sur l'interface Google drive

### Support(s) fourni(s)

- Support pédagogique
- Références des ressources documentaires
- Mise en ligne de documentation sur l'interface Google drive

### Critères de sélection du public

- Accepter de s'impliquer activement dans la formation
- Accepter l'échange de pratiques et le travail collectif avec les autres participants et le formateur

### Pré-requis

- Un questionnaire d'évaluation des attentes et besoins sera adressé au stagiaire 15 jours avant le démarrage de la formation afin d'adapter le contenu par des exemples et des cas pratiques répondant aux attentes et besoins des stagiaires.

#### 4. Objectifs attendus de l'action, critère d'évaluation de l'action et modalités de suivi des stagiaires

- Un questionnaire sur les attentes, les besoins de la formation et le projet de l'entreprise en lien avec le module sera envoyé en amont de la formation
- Un tour de table sera réalisé avec les stagiaires sur les apports de la formation en fin de journée.
- Un suivi de la mise en application sera effectué via Google Drive
- Un questionnaire de satisfaction et d'évaluation produit par Coop'Alpha sera rempli par les stagiaires à l'issue de la formation-action
- Une attestation de suivi de la formation sera remise aux stagiaires à la fin de la formation.

#### 5. Lieux et dates de réalisation :

Les dates sont programmées sur la base d'1 session par an et par département. Elles pourront être révisées en concertation avec l'AGEFICE, en fonction des besoins recensés, tant sur le plan des dates suggérées que sur le plan du nombre de sessions (à minima 30 jours avant le démarrage).

Région	Départements	Lieux et adresses	Dates
	<b>Gironde</b>	<b>COOP'ALPHA</b> 3 rue Cantelaudette - 33310 LORMONT ou <b>LA GIRAFE</b> 20 Place Saint-Martial – 33000 BORDEAUX	22/05/2018 29/05/2018 12/06/2018 26/06/2018



## **6. Antériorité acquise dans la formation et l'accompagnement des dirigeants d'entreprises**

### **Aline Rey**

Diplômée à l'AFPA, titre de « formateur pour adultes », formatrice et consultante depuis 15 ans et au sein de Coop'Alpha Formation depuis 2 ans, je dispense des formations-actions sur la stratégie de commerciale et le marketing, les techniques de ventes et la négociation.

Diplômée d'une école supérieure de commerce, et ayant exercé la fonction commerciale pendant près de 10ans, je suis proche des besoins et problématique des entreprises.

Conjointe d'un gérant de TPE (RDS France, import/export d'outil pour les TP), je suis familiarisée avec la réalité des TPE et PME.

Entrepreneure salariée au sein de Coop'alpha, société coopérative d'activité et d'emploi, je côtoie régulièrement des entrepreneurs du secteur artisanal et de la petite entreprise.

Mes clients sont principalement des artisans, commerçants, TPE, PME, associations, collectivités territoriales, ce qui m'a permis d'acquérir une connaissance privilégiée de leurs pratiques et de leurs besoins.

### **Mes points forts :**

- Excellente connaissance du monde de l'entreprise
- Prise en considération du milieu et de l'environnement de l'entreprise
- Adéquation de l'offre de formation à la culture de l'entreprise accompagnée
- Jours de formation modulables en fonction des contraintes professionnelles des stagiaires
- Formations/actions avec ateliers pratiques réalisés sur mesure en fonction des activités des entreprises des stagiaires
- Apport d'informations au-delà de la consultation par des conseils en fonction des questions et des attentes des stagiaires



## 7. Moyens mobilisés

### Moyens humains

	2017	2016	2015
Total Effectif salariés ETP	67.46	55	50
Effectif salariés Encadrement	5	5	5

#### Encadrement

Fonction Personnel d'Encadrement	Nom et Prénom	Diplôme	Expériences Professionnelles
Gérante de la coopérative et Responsable Parcours de Professionnalisation	LABAT – PAPIN Karine	D.E.S.S en Psychologie du travail	Plus 10 ans de Formation pour Adultes.
Directrice études et développement	DAUBIGEON Marie-Josée	D.E.S.S. Stratégie et Ingénierie de Formation pour Adultes	plus de 10 ans de gestion PME PMI plus 10 ans de formation pour Adultes.
Directeur Administratif et Financier	PUISSET Yannick	Sup de Co Bordeaux + DECF	Près de 20 ans de Gestion Grand Groupes et PME .
Accompagnateur en création d'entreprise	PAIN Guillaume	Master II d'analyse socio- économique des industries à l'Université Montesquieu de Bordeaux	Plus de 5 ans d'expérience dans l'accompagnement des TPE
Accompagnatrice en création d'entreprise	MAHOUDO Mélanie	Master ESC Rennes	3 ans dans l'accompagnement à la création d'entreprise

## Moyens techniques

Depuis décembre 2017, nous avons emménagé dans de nouveaux locaux, refaits à neuf, très fonctionnels et idéalement équipés pour l'animation de formation avec espace de restauration sur place, des salles de formation confortables et lumineuses, comportant notamment vidéoprojecteur, tableau, wifi, mobilier neuf...

Quantité	Type de matériel
6	PC en réseau + accès internet, connexion ADSL
2	PC en réseau pour le centre de ressources, connexion ADSL
10	Ordinateurs portables
3	Tél. portables
1	Photocopieur imprimante scan couleurs et Fax
2	Imprimantes couleur
1	Imprimante Noir et Blanc
2	Vidéo-projecteur
1	Fax imprimante
2	Serveurs
1	Licence logiciel de Comptabilité Sage
	Logiciels : suite bureautique open office
1	Standard téléphonique + 6 postes téléphoniques
2	Extincteurs
1	Salle de réunion/formation équipée (tableau blanc, Paper Board), capacité de 15 personnes, superficie 35 m2
5	Bureaux individuels de 16 m2
1	Bureau de Direction de 20 m2
1 centre de ressources	Salle 15 m <sup>2</sup> équipée de deux postes informatiques de mise en ligne du centre de ressource à distance via le site internet de Coop'alpha
	Total superficie : 320 m2



## **Data-Dock et les principaux engagements des formateurs de Coop'Alpha**

Coop'Alpha dispose d'un numéro d'organisme de formation : 72330705833.

L'organisme de formation Coop'Alpha est référencé sur le Data Dock.

Dans la dynamique de Data-Dock, nous avons entamé une démarche qualité.

Nous nous engageons à proposer des formations :

- adaptées aux besoins de nos stagiaires
- organisées à proximité des entreprises des stagiaires
- tenant compte des contraintes de disponibilité

## **Communication sur le dispositif**

Nous nous structurons chaque année un peu plus afin de communiquer encore mieux sur ce dispositif particulier de formation/action.

Cette année 2018, nous informerons, sensibiliserons et proposerons le dispositif :

- auprès des jeunes dirigeants, des auto-entrepreneurs et micro-entrepreneurs
- mais aussi des autres dirigeants

en organisant des réunions d'informations et des petits-déjeuners chez nous et sur site :

- dans les clubs d'entreprises et les BNI
- auprès des associations de commerçants
- dans les espaces de co-working, en partenariat avec la coopérative des Tiers-Lieux
- auprès de fondations de dirigeants d'entreprises telles que la fondation entreprises et solidarité et la fondation des CPA
- auprès des plateformes locales du réseau France Initiatives et des plateformes régionales du Réseau entreprendre.
- auprès du Medef.

Nous diffuserons un flyer et communiquerons par ailleurs sur nos supports de communication numérique : sites internet et réseaux sociaux.

## Présentation de l'équipe pédagogique

### ● Gérante et responsable pédagogique : Karine Labat-Papin

Domaine d'intervention	Expérience prof dans le domaine d'intervention	Diplôme obtenu et /ou autre qualif.prof
Son expérience dans l'ingénierie de formation, la formation de formateurs et l'animation d'actions de formation collectives lui permet de transmettre sa connaissance et son savoir-faire à l'équipe pédagogique, et d'être garante de la qualité des prestations rendues	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable professionnalisation et formation à Coop'alpha, formateur de formateurs, ingénierie de formation</li> <li>- Psychologue du travail au Centre d'orientation professionnel de l'Afpa Aquitaine : bilans professionnels , bilan de de compétences, accompagnement VAE, suivi psycho-pédagogique des stagiaires en formation</li> <li>- Chargée de projet en ingénierie de compétences et de formation à Agrisud International, Organisation de solidarité internationale spécialisée dans la création d'entreprise agricoles et agro-alimentaires (200collaborateurs). Appui d'expertise Alain Rieunier, psychopédagogue.</li> </ul>	<p><b>DESS en psychologie du travail et ergonomie des systèmes</b> (Diplôme d'Enseignement Supérieur Spécialisé) en 1996</p> <p><b>CAFOC</b> (Centre Académique de Formation Continue) .</p> <p><b>Suivi de la Formation</b> complète de formateur, responsable pédagogique.2004-2005.</p>

### ● Directrice études et développement : Marie-Josée Daubigeon

Domaine d'intervention	Expérience prof dans le domaine d'intervention	Diplôme obtenu et /ou autre qualif.prof
Son expérience dans la Direction d'une coopérative d'entrepreneurs et de formation, dans l'ingénierie de professionnalisation et la formation lui permet d'être garante de la qualité des prestations rendues et le respect du cadre réglementaire	Formatrice en marketing, action commerciales, stratégies d'entreprise. Coop'Alpha Responsable Formation. Gers Initiative, Formatrice en Marketing, commerce international, management de la FDV Etablissements privés, sous contrat et consulaires ESARC /CEFIRE – 33700 MERIGNAC GIC/FO – ISSB – ICFA – CCI de BORDEAUX – 33000	<b>D.E.S.S.</b> Stratégie et Ingénierie de la formation d'adultes. Université François Rabelais –TOURS Formation de « <b>Formateur – Responsable Pédagogique</b> » CAFOC de Bordeaux

## Formatrice pour ce module



Aline REY

06 75 74 14 71  
@aline-rey@neuf.fr

Aline REY Consultante Formatrice



### ■ Domaines d'intervention et d'expertise

- ▶▶ **Expertise : les relations commerciales**
  - Réussir son accueil téléphonique et physique
  - Réaliser son plan marketing
  - Les techniques de vente
  - Les règles de la négociation
  - Gérer les insatisfaction clients
  - Développer son réseau relationnel pour développer ses ventes
  
- ▶▶ **Expertise : l'accompagnement au changement**
  - Dynamiser sa 2<sup>ème</sup> partie de carrière
  - Préparation à la retraite
  - Formation de tuteur
  - Formation de formateur occasionnel
  - En individuel : Bilan de compétences
  - Accompagnement de projet VAE et formation

### ■ Les plus

- ▶▶ Forme des publics variés (dirigeants, salariés cadres, non cadres..)
- ▶▶ Assure des ateliers en Ecole Supérieure de Commerce
- ▶▶ Accompagne les salariés dans leur démarche VAE et projet professionnel (CNAM Aquitaine)

### ■ Parcours professionnel

- ▶▶ Depuis 14 ans : **Formatrice / Consultante**
  - pour les salariés : CEGOS, CNAM, Entreprises
  - pour les agents de la fonction publique : CNFPT, CRF Aquitaine
  - pour les demandeurs d'emploi : RH ADELPHIS, CNAM
  - pour les étudiants : école de commerce ECE (INSEEC Bordeaux)

### ▶▶ Pendant 13 ans : **Commerciale B to B**

- > 2000-2002 : Directrice de clientèle "compte clef" pour 24 pays  
**CARLSON WAGONLIT TRAVEL** (voyages d'affaires)
- > 1996-1999 : Chef de marché pour **EUROP ASSISTANCE**
- > 1991-1995 : Attachée commerciale chez **MANPOWER**

### ■ Formation

- > 2015 : MOOC HEC « devenir entrepreneur du changement »
- > 2014 : Formation à la démarche éducative « ADVP » Le Patio
- > 2013 : Formation à la Communication Non Violente
- > 2011 : Certification MBTI, Entretien d'explicitation de Vermersch
- > 2008 : DESU Bilan Evaluation des Compétences - Paris 8
- > **2003 : Formateur d'Adultes - AFPA Paris 12**
- > 1990 : Ecole Supérieure de Commerce - INSEEC Bordeaux

Aline Rey Conseil - Coop'Alpha

## ANNEXE FINANCIERE

### Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente

---

**Durée :**  
**4 journées de 7h00 soit 28 heures en présentiel**  
**+ 1h30 d'accompagnement distanciel par stagiaire**  
**pendant les 3 temps d'inter-session**

<b>Poste</b>	<b>Montant net de TVA</b>
<b>Coût stagiaire</b>	<b>1400,00 €</b>
<b>Nombre de stagiaires minimum : 3</b>	
<b>Nombre de stagiaires maximum : 8</b>	