



www.links-conseil.com

PROGRAMME
FORMATIONS
sept 2008 > déc 2009

DÉVELOPPER VOTRE OFFRE

ACQUÉRIR DES TECHNIQUES
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

links  Formation

Développer durablement vos compétences : Links Conseil et Links Formation vous accompagnent.

Face à des exigences de projets de formation de plus en plus opérationnels, l'activité des consultants-formateurs se transforme et la pédagogie évolue.

La Société Links Formation s'est spécialisée dans l'organisation de formations en intra/inter pour les consultants et/ou formateurs, les centres de formations, les organismes publics et d'administration non assujettis à TVA, et les entreprises privées.

Objectif de ce parcours de formation : l'expertise du conseil

D'une durée d'une à trois journées, les formations du parcours apportent une expertise dans le conseil.

Nos formations sont conçues et animées par des professionnels confrontés au quotidien aux problématiques exposées. Elles allient bases théoriques, exercices pratiques et retours d'expériences, ce qui vous permet d'élargir vos connaissances et d'acquérir de nouveaux outils.

A qui s'adressent les formations du parcours ?

Consultants, formateurs, managers, cadres, porteurs de projet, tout professionnel participant à une activité de conseil ou s'orientant vers le métier du conseil.

Nombre de participants par session

Afin de préserver la richesse des échanges, le nombre de stagiaires est compris entre 8 et 12 personnes par session.

Les divers modes de financement de nos formations

Nos formations peuvent s'inscrire dans le cadre du DIF (Droit Individuel à Formation) ou du plan de formation et à ce titre, être imputées sur l'effort de formation de l'entreprise. Elles peuvent également être financées directement par l'OPCA de l'entreprise ou par le stagiaire lui-même.

Nos domaines d'intervention

Notre parcours de formation se décline autour de trois axes :

- Développement de l'offre de conseil
- Acquisition des techniques
- Développement personnel

Nos formations offrent des moments privilégiés de prise de conscience, de compréhension et d'apprentissage, qui utilisent également la richesse de l'expérimentation sur le terrain.

Pour s'inscrire aux formations

- Les salariés du Groupe Links Conseil sont invités à adresser leur demande à leur conseiller de gestion.
 - Toute autre personne intéressée peut adresser un email à :
formation@links-conseil.com
- Il lui sera alors transmis les éléments pédagogiques et financiers.

www.links-conseil.com

Les formations proposées dans ce parcours sont dispensées par Links Formation qui assure la gestion de toute l'activité « formation continue » du groupe constitué autour de Links Conseil.

Notre numéro d'existence : 53 35 08 227 35

DÉVELOPPER SON OFFRE

Un facteur essentiel de réussite

Les clients deviennent de plus en plus exigeants et les entreprises demandent à leurs collaborateurs d'être encore plus performants. Dans ces situations, les vendeurs doivent faire preuve d'une grande subtilité en se positionnant dès la première rencontre comme partenaire de confiance pour les aider à trouver une solution à leur problématique d'achat. Nos formations permettent aux stagiaires de se positionner, de comprendre les clients et de gagner en performance.

Optimiser la relation « Client » dans le cadre de l'initiation au métier de consultant	4
Passer de l'idée au projet ou comment concevoir son projet professionnel	5
Atelier Echange de Pratique Consultants	6
Comment traduire vos compétences en offre attrayante ?	7
Développer, concrètement et durablement, votre chiffre d'affaires de consultant	8
Développer votre chiffre d'affaires de consultant – Atelier	9
Conduite d'entretien commercial	10
Négocier efficacement avec les acheteurs : adaptez vos pratiques face aux acheteurs de grands comptes	11
Comment trouver des clients et des partenaires par les sites Internet de mise en relation professionnelle	12

ACQUÉRIR DES TECHNIQUES

La complexité croissante des fonctions de conseil exige de chaque professionnel d'être aux faits des techniques nécessaires à l'exercice de son activité. Nos formations permettent à nos stagiaires de se former à de nouvelles techniques et d'acquérir des outils bien utiles.

Pédagogie de la formation : réussissez vos actions de formation	13
Méthodes et relations pédagogiques face à la diversité	14
Maîtriser les écrits professionnels	15
Rédiger et négocier un contrat de prestations intellectuelles	16
Appels d'offres : les clés d'un bon dossier pour accéder à la commande publique	17
Lire et interpréter les comptes d'une entreprise	18
Concevoir un business plan : outil de gestion et de développement de projet	19
Maîtriser le management de projet	20

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Investir dans une valeur sûre : soi-même.

Que ce soit pour améliorer ses relations avec les autres ou plus simplement pour se sentir bien dans son environnement professionnel, il est essentiel d'apprendre à se connaître. Un travail sur soi est utile à l'épanouissement personnel et au bien-être professionnel. Nos formations donnent les moyens de vaincre ses petits défauts et d'affronter les épreuves du monde du travail.

Perfectionner son expression orale - Niveau 1	21
Perfectionner son expression orale - Niveau 2	22
Optimiser sa prise de parole en public	23
Savoir prévenir, gérer les conflits et opinions conflictuelles	24
Optimiser son organisation, son dynamisme et sa gestion du temps	25
Développer son efficacité par une meilleure gestion du stress et de la confiance en soi	26
Développer son efficacité relationnelle dans son approche client	27
Intégrer la dimension de développement durable dans son offre	28

• Ces prestations nécessitent un investissement personnel de la part de chacun afin d'obtenir un meilleur résultat.

Optimiser la relation « client »,

dans le cadre de l'initiation au métier de consultant

Comment obtenir la confiance du client ? Comment entretenir cette confiance et la développer ? La compétence est un pré-requis évident mais insuffisant. Il est indispensable de vendre son expertise. Cette formation répond au premier besoin de tout consultant ou formateur.

1 journée

Paris et régions

8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code A01

OBJECTIFS

- Appréhender des méthodes pour convaincre et fidéliser une clientèle
- Se distinguer de ses concurrents directs
- Vendre des prestations à leur juste prix

PROGRAMME

1) A chacun son propre « marketing-mix » :

- Définir une offre précise de compétences répondant aux besoins de son marché
- Définir des prix de prestations appropriés et bâtir une politique commerciale qui fidélise la clientèle

2) Se préparer à bien communiquer :

- Communication orale et prise de parole en public
- Communication écrite : élaborer des supports de présentation de son offre de services
- Prendre conscience de l'image que l'on donne de soi-même

3) Organiser son action commerciale :

Choisir les moyens de prospection appropriés à son positionnement sur le marché

4) Actionner les leviers de la confiance :

- Réussir la prise de contact : la présentation, les mots qui mettent en confiance
- S'adapter à son interlocuteur ; ton de la voix et choix des mots
- Personnaliser la relation en utilisant les fondamentaux de l'écoute active et de la reformulation
- Analyser les attentes et problèmes du client en se centrant sur l'essentiel
- Ne pas flatter mais savoir mettre en valeur le client
- Identifier ses craintes
- Se comporter en apporteur de solution et non en donneur de leçon
- Ne dire que ce que l'on peut tenir
- Conduire des entretiens en respectant le rythme, les émotions et les silences de son interlocuteur
- Synthétiser chaque entretien pour bien le conclure

5) Concevoir et savoir présenter une offre

Soigner à la fois le fond et la forme

- Le fond : détailler le contenu et le déroulement de l'intervention, les livrables et les conditions économiques de l'offre
- La forme : en quoi le soin apporté à la présentation contribue-t-il à la mise en confiance du client ?

6) Fidéliser sa clientèle

Entretenir des relations suivies pour pérenniser la relation et se donner des chances de développer d'autres affaires avec le client qui a été satisfait une première fois.

INTERVENANT

Jean-Pierre Bouhélier

Après ses études supérieures – Sup de Co – Jean-Pierre Bouhélier a poursuivi sa formation dans deux sociétés américaines. Par la suite, il a occupé des postes à responsabilités dans de grosses PME tournées vers l'International. En 1998, il s'est positionné comme consultant et formateur en management et développement commercial. Seul dans un premier temps, puis chez Links Conseil depuis 1999.

PUBLIC

Consultants, formateurs, coaches et tous autres prestataires de services intellectuels.

DATES

PARIS 2008 : 17/10 - 5/12
2009 : 6/01 - 17/03 - 12/05 - 15/09 - 24/11

RÉGIONS 2008 : 19/09 - 26/09 - 14/11
2009 : 27/01 - 10/02 - 24/02 - 3/03
7/04 - 21/04 - 8/09 - 22/09 - 13/10
17/11 - 1/12 - 15/12

Passer de l'idée au projet

ou Comment concevoir son projet professionnel

L'écriture est un formidable révélateur des points d'ancrage et de flottement d'un projet quel qu'il soit. Savoir le concevoir sur papier, c'est se doter d'une base solide sur laquelle s'appuyer pour entamer les démarches de mise en œuvre et de commercialisation. Dans un cadre bienveillant et confidentiel, ce stage crée pour chacun un espace d'alliance et de co-création pour réussir.

OBJECTIFS

On pose sur papier son idée de projet professionnel, ce qui a pour effet de :

- Préciser ses dimensions
- Affiner les critères
- Valider la motivation

1 journée

Paris

8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code A02

PROGRAMME

1) Le porteur de projet :

- En quoi ce projet lui correspond ?
- Travail sur les valeurs et les croyances
- Travail sur les représentations de la pratique professionnelle visée
- La place des émotions dans la mise en forme de votre projet

2) Le projet :

Identifier

- Les obstacles (créativité pour élargir les options)
- Les ressources (faire alliance, compétences...)
- Les éléments de différenciation

Affiner l'objectif

- Savoir dégager un message essentiel
- Utiliser un vocabulaire riche, diversifié, adapté au contexte
- Quelques éléments sur la gestion du temps

La méthodologie s'appuie sur :

- Des apports théoriques
- Des propositions d'écriture spécifiques pour une structuration progressive du document
- Des échanges entre les participants

INTERVENANTE

Emilie Devienne

est coach et anime des ateliers d'écriture. Elle est aussi l'auteure de plusieurs essais après avoir mené une première carrière dans la communication au Canada et en France.

DATES

PARIS 2008 : 16/09
2009 : 6/03 - 11/09

PUBLIC

Les personnes qui ont déjà réfléchi à ce qu'elles voulaient entreprendre dans le cadre d'une reconversion professionnelle ou d'un repositionnement sur le marché du travail.

ATELIER

Échanges de pratiques consultants (AEP)

À compter de la rentrée, Links Conseil innove et met à la disposition de ses consultants un rendez-vous mensuel, l'AEP ou Atelier d'Échanges de Pratiques. Il est ouvert à toutes celles et ceux qui souhaitent, dans un cadre confidentiel et bienveillant, parler de leur pratique professionnelle, de leur posture de consultant, des difficultés qu'ils rencontrent, des projets qu'ils souhaiteraient mettre en œuvre. L'AEP allie théorie et pratique.

2 heures

Paris
Aix-en-Provence

4 à 5 participants

120,00 € net de TVA

Code A03

OBJECTIFS

- Améliorer sa pratique de consultant
- Élargir sa réflexion sur son métier
- Découvrir de nouvelles manières d'agir
- Partager ses expériences avec d'autres confrontés à des situations similaires
- Se familiariser avec quelques repères théoriques selon les cas

PROGRAMME

L'AEP repose sur l'écoute et l'engagement des participants à travailler sur des questions très concrètes concernant leur travail : relation avec un client, souci pendant la mise en œuvre d'une mission...

L'AEP se tiendra une fois par mois au siège de Links Conseil à Paris ainsi qu'en Région PACA (Aix-en-Provence).

Il sera animé par Emilie Devienne, coach, membre Associé de la Société Française de Coaching et consultante chez Links Ressources.

- sur Paris : 16h - 18 h
- sur Aix-en-Provence : 16h - 18h

INTERVENANTE

Emilie Devienne

est coach et anime des ateliers d'écriture. Elle est aussi l'auteure de plusieurs essais après avoir mené une première carrière dans la communication au Canada et en France.

PUBLIC

Tout consultant souhaitant échanger sur son métier.

DATES

PARIS 2008 : 9/10 - 13/11 - 11/12
2009 : 15/01 - 12/02 - 12/03 - 9/04 - 14/05
11/06 - 9/07 - 10/09 - 8/10 - 12/11 - 10/12

AIX 2008 : 25/09 - 30/10 - 27/11 - 18/12
2009 : 29/01 - 26/02 - 26/03 - 30/04
28/05 - 25/06 - 24/09 - 29/10 - 26/11 - 17/12

Traduire vos compétences en offre attrayante pour vos clients

De nombreux consultants, malgré leurs réelles compétences et leur savoir-faire technique ont du mal à vendre leurs prestations de conseil et à réaliser le chiffre d'affaire souhaité. Avant de se former à la vente du conseil, il y a un pré-requis essentiel et indispensable : construire une offre attrayante et des produits conseil valorisés.

OBJECTIFS

Vous permettre d'améliorer votre chiffre d'affaire par :

- Une augmentation du nombre de vos contrats
- Une augmentation du nombre de journées par contrat
- Une augmentation de votre prix de vente

3 journées

Paris et Rennes

8 participants

790,00 € net de TVA

Code A04

PROGRAMME

1) Construire une intervention conseil en process (produit) d'une manière valorisante pour les clients :

- Elaborer les différentes étapes d'une intervention
- Elaborer le schéma d'intervention en précisant les différentes phases pour chaque étape
- Réaliser une proposition de mission développant la valeur apportée au client

2) Elaborer une offre de conseil, personnalisée, différenciée et attrayante pour les clients :

- Différencier son offre commerciale de son champ d'intervention possible
- Construire une offre de conquête, de fidélisation, pour les prescripteurs
- Définir le fil conducteur de son offre de conseil précisant la valeur apportée au client
- Différencier les notions de moyens, résultats
- Présenter son offre en 1mn 30 secondes ou en détails (10mn)
- Formaliser par écrit la présentation de son offre, base de sa plaquette, de son site, etc

L'approche pédagogique

Cette formation se déroulera sur trois jours avec trois semaines d'écart entre chaque journée, afin de permettre aux participants un travail personnel de recherche et de formalisation, indispensable à la réussite de chacun.

L'approche pédagogique est basée sur l'apprentissage, avec une forte implication de chaque participant par des mises en situation et de la vidéo.

INTERVENANT

Erwan GOUÉZ est membre de l'ABCE Bretagne, et fondateur de la société Partage et Valeurs, qui a pour mission d'aider à conquérir et fidéliser ses clients.

DATES

PARIS 2009 : 12/02 + 23/02 + 20/03

RENNES 2009 : 23/04 + 15/05 + 5/06

PUBLIC

Consultant, formateur.

Développer, concrètement et durablement, son chiffre d'affaires de consultant

Session 1

« Commercial et Consultant : une exigence double pour bien réussir »

De nombreux Consultants, spécialistes dans un ou plusieurs domaines de compétences, sont peu aguerris à la démarche commerciale. Détenir les clés des compétences et situations commerciales propres au Consultant soutient sa motivation et son aptitude à développer son activité.

2 journées théoriques
et pratiques

Paris et régions

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code A05

OBJECTIFS

- Dédramatiser la démarche commerciale pour le Consultant
- Devenir rapidement opérationnel en termes de chiffre d'affaires
- Savoir élaborer rapidement la stratégie commerciale propre à chaque Consultant
- Travailler sa relation client : de la conquête à la fidélisation

PROGRAMME

1) Le Consultant – Le Client – L'Offre

1. Le métier de commercial

- 1.2 La part commerciale du métier de consultant
- 1.3 L'organisation type du consultant

2. Le Client du Consultant

- 2.1 L'environnement du Client
- 2.2 Qu'est-ce qu'un client ?
- 2.3 Le client potentiel du consultant
- 2.4 La segmentation

3. De la compétence du consultant à l'offre commerciale

- 3.1 Traduction d'une compétence en services rendus
- 3.2 Spécification du besoin et adaptation de l'offre par segment et par client
- 3.3 Construire une offre commerciale différenciante

2) La constitution de son fond de clientèle

1. Trouver des clients

- 1.1 Prospecter
- 1.2 Réseauter
- 1.3 Communiquer

2. Capitaliser sur des acquis commerciaux

- 2.1 Fidéliser
- 2.2 More work

3. Prévoir et gérer pour mieux vendre

- 3.1 Équilibrer son portefeuille client
- 3.2 Rentabiliser
- 3.3 Planifier et monter sa stratégie de consultant

INTERVENANTES

Armelle CHALLE, après avoir exercé des fonctions de direction commerciale dans plusieurs sociétés, puis travaillé dans l'univers des services B2B, est consultante en développement des ventes, marketing & communication depuis 2 ans.

Isabelle TANFI a travaillé dans l'univers du B to B et des services en qualité de responsable marketing, puis Directrice des Ventes. Elle est consultante en Accompagnement Commercial Marketing et International depuis 3 ans.

PUBLIC

- Consultants en devenir, consultants débutants
- Consultants confirmés qui souhaitent étendre leur prospection

DATES

PARIS 2008 : 15 & 16/12
2009 : 24 & 25/03 - 12 & 13/10

RÉGIONS 2008 : 9 & 10/10
2009 : 22 & 23/06

Développer, concrètement et durablement, son chiffre d'affaires de consultant

Session 2

« Commercial et Consultant : une exigence double pour bien réussir »

Cette seconde session doit permettre de dépasser les concepts de base et entrer dans le cas concret de chaque participant par enrichissement mutuel et approfondissement du sujet. Chaque module de la formation sera abordé selon le même angle : les pré-requis, l'objectif du module, le contenu et la méthode à appliquer.

OBJECTIFS

- Valider les acquis de la première session et approfondir à partir de votre propre cas.
- S'inscrire dans une phase applicative et d'approfondissement pour laquelle les apprenants viennent avec les outils de la précédente session travaillés et renseignés afin d'entrer dans une démarche explicative, corrective.

1 journée pratique

Paris et régions

8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code A06

PROGRAMME

1) L'organisation type du Consultant

1. Chacun apporte le tableau de bord de sa propre répartition des tâches
2. Vérifier la mise en œuvre de l'organisation pertinente, appliquée au consultant
3. Utilisation de tableau de bord du consultant – répartition des tâches...
4. Rappels théoriques et objectifs d'organisation vers lesquels il faut tendre

2) Segmentation et Prospection ciblée

1. Apporter le tableau de sa propre segmentation, complété et travaillé
2. Bien segmenter sa clientèle pour servir sa stratégie de prospection
3. Descriptif stratégie de prospection, Plan de prospection, Fichier prospects,...
4. Intervention personnalisée sur ciblage et qualification du fichier prospects

3) Communication

1. Avoir renseigné précisément les tableaux
2. Venir avec sa stratégie de communication la plus aboutie possible
3. Conception de sa stratégie de communication et supports de communication
4. Travail individuel à partir de questions sur les tableaux et supports

4) Fidélisation et more work

1. Avoir défini ses méthodes et moyens de fidélisation pour l'ensemble des clients
2. Échanger sur les méthodes et moyens recensés pour fidéliser ses clients
3. Outil référent – schéma
4. Travail individuel sur comment capitaliser sur ses acquis commerciaux

5) Plan d'action commerciale (PAC)

1. Apporter les éléments stratégiques les plus renseignés possibles
2. Mesurer l'implication de chaque apprenant dans son plan d'action commerciale
3. Ensemble des supports évoqués
4. Intérêt d'appliquer le PAC comme outil central de pilotage de son activité

DATES

PARIS 2009 : 24/04 – 3/07 – 16/12

RÉGIONS 2009 : 17/11

PUBLIC

Consultants ayant suivi la session 1 et qui ont mis en place les outils proposés.

INTERVENANTES

Armelle CHALLE,

après avoir exercé des fonctions de direction commerciale dans plusieurs sociétés, puis travaillé dans l'univers des services B2B, est consultante en développement des ventes, marketing & communication depuis 2 ans.

Isabelle TANFI a

travaillé dans l'univers du B to B et des services en qualité de responsable marketing, puis Directrice des Ventes. Elle est consultante en Accompagnement Commercial Marketing et International depuis 3 ans.

Familiarisez-vous avec la conduite d'entretien

«Soyez à l'aise dans tout face à face !»

1 journée théorique et pratique

Paris et régions

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code A07

INTERVENANTES

Armelle CHALLE, après avoir exercé des fonctions de direction commerciale dans plusieurs sociétés, puis travaillé dans l'univers des services B2B, est consultante en développement des ventes, marketing & communication depuis 2 ans.

Isabelle TANFI a travaillé dans l'univers du B to B et des services en qualité de responsable marketing, puis Directrice des Ventes. Elle est consultante en Accompagnement Commercial Marketing et International depuis 3 ans.

OBJECTIFS

Permettre à chaque Consultant de maîtriser les principales situations de conduite d'entretien à caractère commercial, à tout stade d'une affaire avec un client : de la prospection à la fin de la prestation.

PROGRAMME

1) Introduction : identifier et distinguer les contextes et situations d'entretiens

1. Identification des différents contextes
2. Identification des différentes situations
3. Distinction des nécessaires différences en conséquence

2) Conduite d'entretien en prospection

1. La préparation
2. La prospection téléphonique
3. La prospection en face à face
4. Après (Approche par jeux de rôles)

3) Autour d'une offre commerciale

1. La préparation du rendez-vous
2. Le rendez-vous de découverte du besoin
3. Le contenu de l'offre commerciale
4. La remise de l'offre
5. La relance après la remise de l'offre
6. La conclusion de l'offre (approche par exercices, jeux de rôles, démonstration)

4) Pour fidéliser et générer du More-Work

1. La préparation, le repérage
2. L'obtention du rendez-vous
3. Le déroulement du rendez-vous
4. Les documents à remettre
5. Après (approche par exercices, jeux de rôles, démonstration)

5) Pour entretenir la relation professionnelle à potentiel

1. L'organisation
2. Les rencontres / rendez-vous
3. Des éléments à remettre ?
4. Après... (approche par exercices, démonstration)

6) Bilan

1. Les points clés de l'entretien commercial
2. Quelle organisation nécessaire ?
3. Quels réflexes ?

PUBLIC

Tout consultant souhaitant échanger sur son métier.

DATES

PARIS 2008 : 17/12
2009 : 26/02 - 14/10

RÉGIONS 2009 : 15/06

Négocier efficacement avec les acheteurs

Adaptez vos pratiques face aux acheteurs de grands comptes

Les grandes entreprises font désormais souvent appel à leurs services achats pour sélectionner les meilleurs consultants et négocier des conditions commerciales qui leurs soient favorables. Cette formation vous aidera à trouver les clés de votre succès face aux professionnels des Achats à travers théorie et pratique.

OBJECTIFS

- Mieux comprendre les mécanismes qui régissent les achats dans les grands groupes
- Adapter son comportement pour augmenter ses chances de réussite
- Eviter les principaux pièges face aux acheteurs

1 journée

Paris

8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code A08

PROGRAMME

1) Mieux connaître les modes de fonctionnement des Achats dans un grand groupe

- Les principes généraux
- Les indicateurs de la performance
- Les leviers à connaître

2) Les particularités pour les achats de prestation intellectuelle

- Dans quelles conditions une grande société fait-elle appel à un consultant ?
- Les processus de sélection habituels sont-ils applicables ?
- Quels critères pour juger la performance d'un consultant ?

3) L'acheteur est-il incontournable ?

4) Choisir les moyens de prospection appropriés à sa posture

- L'acheteur est votre premier contact
- La relation est déjà engagée avec l'utilisateur de la prestation
- Connaître l'entreprise pour adapter son comportement

5) Engager la relation dans les meilleures conditions

- Les pièges à éviter
- Ce qu'il ne faut pas oublier

6) Mener un entretien et le conclure

- Positionner la qualité de sa prestation
- Défendre la valeur de sa prestation

INTERVENANT

Franck LAUFÉRON

a acquis l'essentiel de son expérience d'acheteur dans l'industrie automobile. Il a successivement exercé des responsabilités d'Acheteur Projet, d'Acheteur de Production et d'Acheteur de Prestations Intellectuelles, avant de prendre la responsabilité d'un service achats. Il se consacre désormais au conseil et à la formation aux techniques d'achats.

DATES

PARIS 2008 : 2/10
2009 : 10/04 - 23/09

PUBLIC

Consultant, formateur.

Comment trouver des clients et des partenaires par les sites Internet de mise en relation professionnelle

1 journée

Paris

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code A09

INTERVENANT

Geoffroy BOULARD

Après une expérience en conseil à la création d'entreprise et développement de réseau, Geoffroy BOULARD a intégré Links Conseil où il est en charge du développement de la communication internet et de la communauté Links Connexion.

OBJECTIFS

- Maîtriser les outils de développement d'un réseau virtuel, optimiser le «marketing de réseau».
- Savoir présenter ses compétences permettant de trouver des clients, des partenaires

PROGRAMME

1) L'intérêt d'un site de mise en relation professionnelle

- Présentation générale des fonctionnalités d'un site, exemple : VIADEO

2) Pourquoi développer son réseau relationnel

- Comment parvenir à trouver les bons interlocuteurs

3) L'importance des filleuls

- Les invitations directes
- Les signatures automatiques
- La relance des invitations

4) Comment rendre son profil attractif

- Recherche de vos avantages
- Les liens Internet

5) Rédiger son offre commerciale

- Mise en avant des points forts

6) La consultation des profils

- Comment consulter un profil
- L'historique des visites
- Gagner en visibilité

7) Les mises en relation

- Mise en relation directe
- Mise en relation indirecte
- Contacter une personne que l'on connaît

8) Les hubs, les annonces, les recommandations

- L'importance des hubs (LINKS CONNEXION)
- Les messages stratégiques
- Comment passer une annonce
- Faire du buzz commercial

PUBLIC

Tout consultant.

DATES

PARIS 2009 : 27/03 - 16/10

Pédagogie de la formation

Concevoir, animer une formation ne s'improvise pas. Cette formation se base sur une approche évolutive tant par rapport aux théories de la psychopédagogie cognitive, qu'aux besoins changeants de la population des formateurs. Avec un aller/retour constant entre théorie et pratique.

OBJECTIFS

- Mieux comprendre les mécanismes d'apprentissage de l'adulte et l'ingénierie d'apprentissage
- Construire une action pédagogique cohérente avec les objectifs visés
- Analyser des méthodes et des outils pour animer et évaluer les actions de formations

2 journées
+ 1 jour 1 mois après

Paris

8 à 12 participants

790,00 € net de TVA

Code B01

PROGRAMME

1) Comment apprend-on ?

- Repérer les mécanismes d'apprentissage chez l'adulte
- Comprendre ce qui motive un adulte à se former
- Prendre conscience des préférences d'apprentissages et les conséquences

2) Construction d'une formation

- Savoir définir des objectifs pédagogiques et des thèmes
- Concevoir une formation pour un public hétérogène
- Réussir l'adéquation méthodes, techniques/supports pédagogiques
- Organiser et planifier le contenu d'une formation
- Les moyens pédagogiques
- Les séquences pédagogiques

3) Animer une action de formation

4) La relation pédagogique

- Le comportement du formateur
- Comprendre la dynamique de groupe
- Créer un climat favorable à l'apprentissage
- Les techniques d'animation
- Choisir le bon mode de questionnement
- L'importance de la technique de débriefing

5) Comment créer une dynamique de l'apprentissage en continu ?

6) Mener un entretien et le conclure

- Qu'évaluons-nous ?
- Quand évaluons-nous ?

3^e journée un mois plus tard - Démarche pédagogique :

- Solution mixte : pendant l'intersession, utilisation du logiciel « Apprendre à former » : ancrage des acquis du module et préparation du module suivant
- Application et analyse de pratiques
- Préparation d'un cas réel

DATES

PARIS 2008 : 25 & 26/09
2009 : 2 & 3/04 + 4/05 - 4 & 5/06 + 29/06
24 & 25/09 + 26/10

PUBLIC

Professionnels expérimentés et « techniciens » confirmés qui souhaitent compléter leur offre commerciale et bâtir, à partir de leur expertise « technique », des programmes de formations.

INTERVENANT

Jonathan LEVY

Formateur d'enseignants et de formateurs d'adultes.

Né en Angleterre, où il a fait ses études en pédagogie et Sciences de l'Éducation, il vit et travaille en France depuis 26 ans. Quinze ans d'expérience au sein d'une grande organisation internationale comme responsable des projets, pédagogie et apprentissage. Chez LINKS depuis 2003, Il conçoit et anime des dispositifs de formation pédagogique de formateurs dans les secteurs de l'éducation, du travail social, des ONG et des entreprises.

Méthodes et relations pédagogiques face à la diversité

Une pédagogie novatrice doit tenir compte, dans un contexte de diversité culturelle, de ce que c'est « apprendre », acte riche de sa complexité, des différentes conceptions pédagogiques, des modèles et théories pédagogiques et enfin des méthodes et techniques. La diversité des cultures devient source d'enrichissement mutuel lorsqu'elle est abordée sur le mode relationnel qui fait appel au multiculturel pour le transformer en interculturel (interactions et partage au prix de malentendus, tensions voire même des conflits) qui finit par dessiner les horizons du transculturel (un espace en permanente expansion faite de l'apport de tous les acteurs).

Et dans ces deux domaines, les apports théoriques (pour être validés et opérationnels) sont mis en dialogue permanent avec les expériences de terrain par l'intervenant comme par les apprenants.

2 journées

Paris

8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code B02

PROGRAMME

Jour 1 : pédagogie et diversité des apprenants :

- La **Formation** et la **diversité des cultures**
- Répondre aux nouvelles attentes issues des réalités en mouvement
- Considérer le couple enseignement-apprentissage dans ses rapports avec les partenaires acteurs que sont formateurs ou apprenants
- Quelle **pédagogie** pour un terrain caractérisé par la **diversité culturelle** ?
- Comment la diversité culturelle peut interroger et innover la pédagogie ?
- Quels liens établir entre les différents partenaires en tenant compte de leurs rôles respectifs, du dialogue des générations qui s'inscrit dans un dialogue des cultures ?

Jour 2 : méthodes et techniques pédagogiques ; comment faire ? Comment créer ?

Journée en forme d'atelier de créations et expérimentations des méthodes, techniques, et outils pédagogiques en individuel et groupes face à des apprenants divers et variés.

Démarche pédagogique:

- Apports méthodologiques et conceptuels
- Utilisation des différents moyens pédagogiques : études de cas, simulations, jeux, projets, films, exercices d'autodiagnostic...
- Solution mixte : avant et après la formation, utilisation du logiciel « Apprendre à former » : ancrage des acquis du module et préparation du module suivant
- Application et analyse de pratiques
- Une méthodologie et des supports adéquats viennent à l'appui : à la diversité des cultures et des expériences individuelles correspondent la diversité des supports issus de différentes disciplines.

INTERVENANT

Jonathan LEVY

Formateur d'enseignants et de formateurs d'adultes.

Né en Angleterre, où il a fait ses études en Pédagogie et Sciences de l'Éducation, il vit et travaille en France depuis 26 ans. Quinze ans d'expérience au sein d'une grande organisation internationale comme responsable des projets, pédagogie et apprentissage. Chez LINKS depuis 2003, Il conçoit et anime des dispositifs de formation pédagogique de formateurs dans les secteurs de l'éducation, du travail social, des ONG et des entreprises.

PUBLIC

Ce deuxième module de 2 jours est destiné principalement aux participants ayant suivi le premier module ou aux formateurs très expérimentés.

DATES

PARIS 2009 : 27 & 28/04 - 3 & 4/11

Maîtrise des écrits professionnels

Quel que soit l'écrit que vous devez rédiger, vous avez quelque chose en tête, vous le transcrivez sur le papier et il faut que la personne qui vous lise ait une vision exacte et précise de ce que vous aviez en tête. La technique que ce stage vous fournira pourra être utilisée pour tous les écrits.

OBJECTIFS

Nous analysons, avec les stagiaires, ces différents blocages et étudions les moyens de les vaincre. A cet effet, l'art d'écrire est divisé en différentes phases. Le but, à chacune de ces phases, est de pouvoir répondre à la question « Concrètement, maintenant, qu'est-ce que je fais ? » Les exemples sont choisis dans les écrits que les stagiaires rédigent quotidiennement.

1 journée

Paris

8 participants

425,00 € net de TVA

Code B03

PROGRAMME

Matinée : exposé théorique

1) Trouver les idées

- D'où viennent les difficultés ?
- Comment les surmonter ?
- Techniques de recherche adaptées aux différents types d'écrits. (Résumé, réponse à un client, synthèse, lettre commerciale...)

2) Le plan

- L'art de classer les idées
- L'introduction et la conclusion.
-

3) Technique de rédaction

- Vaincre une mauvaise habitude
- Le premier jet
- La relecture du premier jet
- Technique d'allègement
- L'art d'adapter son vocabulaire à son interlocuteur
- Comment éviter les fautes de ponctuation et d'orthographe ?

Après-midi : perfectionner vos documents

- Essais pratiques, applications des méthodes sur ses écrits
- Apporter les corrections à vos propres écrits
- Choisir une bonne mise en page

Il est indispensable que les stagiaires apportent des écrits concrets qu'ils doivent rédiger dans le cadre professionnel.

INTERVENANT

Bernard FRIPIAT

Auteur dramatique belge, Bernard Fripiat intervient dans le monde de l'entreprise. Il anime des stages consacrés à la prise de parole en public, à la préparation aux examens (écrits et oraux) et à la technique d'écriture. Il a également créé une méthode d'orthographe. Il est l'auteur de différents ouvrages publiés.

DATES

PARIS 2008 : 7/11
2009 : 27/02 - 28/09

PUBLIC

Tout consultant, formateur, cadre, manager souhaitant rédiger avec aisance et efficacité.

Rédiger et négocier un contrat de prestations intellectuelles

Toute relation d'affaire a des incidences juridiques. Ainsi, pour toute nouvelle prestation, il convient d'en appréhender les conséquences et les risques pour réaliser ses missions dans un contexte connu et sécurisé.

1 journée

Paris

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code B04

OBJECTIFS

Mieux cerner les enjeux de la contractualisation de la relation client et ainsi optimiser la négociation commerciale.

PROGRAMME

1) Quelques règles de base du droit des contrats

Les essentiels juridiques

- Formation et conditions de validité du contrat
- Cas de nullité du contrat
- Les modes de preuves contractuelles
- Evolution du contrat
- Les pourparlers
- Les clauses essentielles pour une bonne sécurité juridique
- L'exécution du contrat
- Les spécificités des contrats conclus sur Internet

2) Elaborer un contrat de prestations intellectuelles en 3 étapes

Connaître son client

- Informations juridiques et financières sur le client

Définir l'objet du contrat et les obligations des parties

- Contexte et attentes du client
- Description des prestations (objectifs, moyens, résultats)
- Identification et évaluation des risques de la mission

Prévoir les clauses nécessaires

- Le préambule
- Les clauses communes
- Les clauses relatives à l'exécution du contrat
- Le cahier des charges
- Gestion du conflit avec les conditions générales d'achat

INTERVENANTE

Anne SABATAY

Après avoir exercé en qualité d'avocate au barreau de Paris, puis au sein de sociétés de services, Anne SABATAY est Directrice Juridique de Links Conseil depuis 2003.

PUBLIC

Consultants, commerciaux, indépendants, créateurs d'entreprises etc.

DATES

PARIS 2008 : 13/10
2009 : 29/04 - 21/10

Appels d'offres : les clés d'un bon dossier pour accéder à la commande publique

Sur la base d'une présentation des principes de la commande publique, cette formation a pour objectif de vous permettre d'acquérir une méthodologie d'analyse du cahier des charges et de mise au point d'une proposition gagnante.

OBJECTIFS

- Décrypter les fondamentaux et les bonnes pratiques des appels d'offres, notamment les procédures adaptées.
- Acquérir une méthodologie gagnante.

1 journée

Paris

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code B05

PROGRAMME

1) Le cadre réglementaire

- Les types de marchés
- Le code 2006 et les PME

2) les acteurs : connaître les intervenants et leurs modes d'action

- Le binôme acheteur- expert technique
- La commission d'appels d'offres

3) Maîtriser le cadre administratif pour réussir sa réponse

- Les documents constitutifs d'une consultation et leur utilisation : procédures
- Les documents constitutifs de la réponse à une consultation
- Les documents constitutifs du marché
- Paiement de la prestation
- Quel statut juridique
- Les délais

4) Analyser le besoin

- Les exigences de la demande
- Chiffrer la charge pour répondre au juste besoin
- Définir sa marge de manœuvre
- Décider de l'opportunité de répondre

5) Les fondamentaux de la proposition commerciale : démontrer la bonne compréhension des attentes du cahier des charges

- Le contexte de la demande et objectifs.
- Les solutions proposées pour chaque exigence : périmètre et originalité de votre proposition
- Projet de calendrier

6) Etude de cas

- Entraînement sur des cas pratiques

INTERVENANT

Bernard BIGOT

Après une carrière dans l'administration où il a été Responsable Achats et rapporteur devant la Commission des marchés publics de l'État du Ministère des Finances, Bernard BIGOT a enrichi son expérience en développant l'activité marchés publics du pôle conseil de la société LINKS. Consultant depuis l'été 2007, il est spécialisé dans le conseil et la formation pour accéder à la commande publique.

DATES

PARIS 2008 : 23/10
2009 : 19/03 - 22/10

PUBLIC

PME et Consultants souhaitant s'investir pour accéder seul ou en groupement à la commande publique.

Lire et interpréter les comptes d'une entreprise

Posséder une culture économique et financière est indispensable pour en gérer les impacts sur votre activité et prendre les bonnes décisions. La lecture des documents comptables et financiers est un savoir indispensable pour participer à votre stratégie et comprendre les problématiques des clients.

1 journée

Paris

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code B06

OBJECTIFS

- Apprendre à lire et interpréter les documents de base
- Décrypter les rubriques pour mieux comprendre leurs interrelations
- Comprendre les politiques d'allocation des dépenses et ressources
- Différencier les flux comptables des flux réels
- Découvrir les principaux indicateurs financiers

PROGRAMME

1. Les schémas financiers d'une activité économique : comment ça marche ?

- Les cycles de financement, d'investissement et opérationnels
- Les principes de base de la comptabilité
- La vision patrimoniale
- La vision trésorerie

2. Les documents comptables et financiers :

- Présentation (bilan, compte de résultat, le tableau des flux de trésorerie, ...)
- Eléments de compréhension
- Les indicateurs et leurs fonctions

3. La relation résultat, trésorerie et bilan :

- Tableau de financement, fonds de roulement, besoin en fonds de roulement
- Rentabilité, liquidité, solvabilité
- Les distorsions possibles

4. Eléments d'analyse des états financiers :

- Les principes de l'analyse financière
- L'analyse de la performance de gestion : les soldes intermédiaires de gestion, la capacité d'autofinancement, la rotation des actifs d'exploitation
- L'analyse de la solvabilité : les principaux postes du bilan, l'équilibre financier, l'analyse de la trésorerie, l'évolution des agrégats du tableau des flux de trésorerie
- Les indicateurs et leur fonction
- Les principaux ratios d'analyse financière
- Le contrôle des coûts
- Les décisions d'investissement
- La sélection de projets
- La création de valeur
- Exercices

INTERVENANT

André ALTMAYER

a débuté dans des cabinets d'audit puis exercé des fonctions de Direction Financière dans des filiales françaises de groupes européens.

Actuellement Directeur Financier à Temps Partagé et enseignant en Ecoles de Commerce et d'Ingénieurs ainsi que chez Démos.

Diplômé Sup de Co Reims et Insead Executive Programme.

PUBLIC

Consultants, non spécialistes des finances, intervenant directement ou indirectement dans l'élaboration de la stratégie d'une entreprise.

DATES

PARIS
2008 : 24/10
2009 : 30/03 - 30/10

Concevoir un business plan

Outil de gestion et de développement de projet

Le business plan démontre la cohérence du projet avec la stratégie de l'entreprise ou du porteur de projet, ainsi que sa faisabilité technique et sa rentabilité financière. Quelle que soit la nature du projet, son porteur a besoin d'acquérir des outils pour fédérer les hommes et remporter l'adhésion de tous.

OBJECTIFS

- Fournir une méthodologie de construction d'un business plan.
- Identifier les facteurs clés de succès d'un projet.

PROGRAMME

1. Les enjeux, objectifs et destinataires du business plan, de quoi s'agit-il ?

- Les finalités d'un business plan
- Les différents cas d'établissement d'un business plan
- Les destinataires d'un business plan : investisseurs, banques...

2. L'analyse stratégique et opérationnelle

- L'étude de marché et la localisation de l'activité
- L'analyse concurrentielle
- La détermination des objectifs stratégiques
- L'organisation opérationnelle
- Facteurs clefs de succès et atouts dans les activités choisies (SWOT / FFOM)
- Montage juridique

3. L'analyse économique et financière

- Moyens nécessaires : investissement, besoins en fonds de roulement
- Profitabilité : prévisions de ventes, structure des coûts, comptes de résultats prévisionnels
- Rentabilité : VAN, TRI
- Financement : sources de financement et coûts correspondants, plan de financement
- Trésorerie : plan de trésorerie

4. Les points clé

- Croissance globale de l'activité et de l'économie
- Cohérence entre la politique marketing, la politique de prix, les objectifs de chiffre d'affaires et les moyens mis en œuvre
- Analyse de sensibilité du résultat financier
- Le management du projet

5. Les risques

- Risques d'exécution
- Risques sur les résultats attendus

6. Le Contenu du Business Plan

1 journée

Paris

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code B07

INTERVENANT

André ALTMAYER

a débuté dans des cabinets d'audit puis exercé des fonctions de Direction Financière dans des filiales françaises de groupes européens. Actuellement Directeur Financier à Temps Partagé et enseignant en Ecoles de Commerce et d'Ingénieurs ainsi que chez Démos. Diplômé Sup de Co Reims et Insead Executive Programme.

DATES

PARIS 2008 : 24/11
2009 : 25/05 - 13/11

PUBLIC

Consultants, non spécialistes des finances, intervenant directement ou indirectement dans l'élaboration de la stratégie d'une entreprise, porteurs de projet.

Maîtriser le management de projet et réussir vos interventions

Véritable acteur du changement, le consultant intervient auprès des entreprises dans un contexte à chaque fois spécifique avec des enjeux et des acteurs variés. Ce stage vise à former les consultants aux démarches et outils du management de projet pour améliorer leurs interventions ou participer avec efficacité à un projet collectif.

2 journées

Paris

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code B08

OBJECTIFS

- Être capable de situer tout projet dans son contexte en analysant tous les enjeux, notamment les enjeux humains
- Connaître les fondamentaux de la gestion de projet : planification, dispositif de travail, outils
- Acquérir les méthodes de la démarche de management de projet

PROGRAMME

1. Clarifier la notion de projet

- Savoir identifier les éléments caractéristiques : enjeux, acteurs, ressources, contraintes

2. Préparer et démarrer le projet

Les éléments de la formalisation :

- La lettre de cadrage
- la grille d'analyse des risques
- la description des étapes du projet et des résultats attendus
- la planification des travaux
- l'évaluation des ressources nécessaires
- le dispositif de travail et de pilotage du projet

3. Connaître les méthodes et outils de lancement, de pilotage et de clôture des projets

4. Clarifier le rôle et les compétences spécifiques du chef de projet

5. Savoir repérer les leviers du changement et apprendre à concevoir un dispositif

- Plan de communication
- Plan de migration...

6. Savoir adapter son management aux différentes étapes du projet pour développer une efficacité collective.

INTERVENANTE

Odile RENAUD-EYCHENNE

Consultante puis manager dans des cabinets de conseil et de formation pendant plus de 20 ans, elle a participé et dirigé de nombreuses missions de la conception à la mise en place de projets de ré-organisation stratégique ou de management au sein des grandes entreprises du secteur privé et du secteur public ou para public. Elle intervient sur le thème « management de projet » pour partager les enseignements tirés de son expérience.

PUBLIC

Consultants et experts, amenés à participer ou à conduire des projets, notamment dans des environnements en mutation : projets d'organisation, mise en place de nouvelles technologies.

DATES

PARIS
 2008 : 9 et 10/10
 2009 : 18 et 19/06 – 19 et 20/11

Perfectionner son expression orale

Niveau 1

Chaque professionnel est de plus en plus souvent amené à prendre la parole en public. Il faut alors exprimer clairement ses idées et savoir adopter les comportements efficaces dans les échanges. Une bonne prise de parole peut faire la différence.

OBJECTIFS

- Développer et valoriser ses qualités personnelles d'expression
- Acquérir maîtrise et assurance dans les situations de prise de parole
- S'approprier les principales techniques de prise de parole en public

2 journées

Paris

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code C01

PROGRAMME

1. Se présenter : valoriser son image professionnelle

- Principes de base de la communication et clarification des objectifs
- Développer sa fluidité en adaptant ses propos à chaque type d'interlocuteur
- Utiliser l'effet miroir pour dépolluer son discours

2. Animer une réunion et présenter son " produit " ou ses " prestations "

- Rappel du " code de bonne conduite " d'une réunion
- Comment faire passer un message, convaincre, gérer les perturbations, répondre aux objections
- Appuyer son propos avec une intonation et une gestuelle adaptées

3. S'exprimer face à un groupe

- Établir et maintenir un climat de confiance et de confidentialité
- Faire émerger les véritables besoins et y répondre ; argumenter
- Accompagner les personnes : gérer les difficultés relationnelles et d'apprentissage

4. Déminer les « pièges », optimiser la communication et pratiquer une saine affirmation de soi

- Identifier et gérer les personnalités difficiles
- Optimiser et développer son style de communication
- Pratiquer une saine affirmation de soi, renforcer l'estime de soi

INTERVENANTE

Sylvie POTTIER

a travaillé en entreprises pendant 10 ans à Londres et 5 ans en France, dans le domaine de la communication en qualité de chef de publicité, chef de produit ou encore dans la gestion d'équipes. Elle est actuellement et depuis une quinzaine d'années consultante formatrice en communication relationnelle et interpersonnelle. Elle est coach certifiée dans l'accompagnement individuel des personnes dans les étapes de changement de la vie professionnelle.

DATES

PARIS 2008 : 11 et 12/09/08
2009 : 22 et 23/06 – 5 et 6/10

PUBLIC

Tout consultant ou formateur, manager, cadre, personne amenée à parler en public

Perfectionner son expression orale Niveau 2

Entraînement vidéo à la prise de parole en public

A partir d'exercices individuels de prise de parole en public qui seront enregistrés en vidéo et visionnés, l'animatrice et le groupe donneront leurs impressions sur les aspects positifs ainsi que les points à améliorer, et dans ce cas, des suggestions pratiques seront proposées à chaque participant. De nombreux échanges pertinents de la part des participants seront encouragés. De plus, un rappel des apports théoriques sera fait par l'animatrice, si nécessaire, notamment sur l'affirmation de soi.

2 journées

Paris

De 6 à 10 participants

595,00 € net de TVA

Code C02

OBJECTIFS

- Prendre conscience de l'image professionnelle qui est véhiculée à travers la communication orale
- Améliorer l'impact que l'on peut avoir sur son auditoire
- Réviser les principales techniques de prise de parole en public.

PRÉ-REQUIS

Chaque participant doit, d'une part, accepter de participer activement à tous les exercices et, d'autre part, de préparer ou du moins de penser (déterminer le sujet, l'entreprise, le type de public et le contexte) à des situations précises de prises de parole à titre professionnel.

PROGRAMME

Celui-ci sera déterminé plus précisément en fonction des besoins exprimés par les participants lorsqu'ils auront rempli le document de pré-stage (un questionnaire qui leur sera adressé par mail dès leur inscription et qui sera retourné à l'animatrice), ainsi que par la taille et la composition du groupe.

Il s'agira d'exercices de présentation de soi, de sa prestation, auprès de nouveaux clients, d'utilisateurs chez un client, ou lors de prospection commerciale ou pour proposer de nouvelles prestations à un client existant.

Il peut s'agir aussi de participer et/ou conduire tous types de réunions professionnelles, de faire des présentations à l'aide de visuels, d'animer des groupes de formation, d'avoir à convaincre un auditoire, ou de négocier...

INTERVENANTE

Sylvie POTTIER

a travaillé en entreprises pendant 10 ans à Londres et 5 ans en France, dans le domaine de la communication en qualité de chef de publicité, chef de produit ou encore dans la gestion d'équipes. Elle est actuellement et depuis une quinzaine d'années consultante formatrice en communication relationnelle et interpersonnelle. Elle est coach certifiée dans l'accompagnement individuel des personnes dans les étapes de changement de la vie professionnelle.

DATES

PARIS 2009 : 9 et 10/03 – 9 et 10/11

PUBLIC

Tout consultant, cadre ou Agent de Maîtrise ayant suivi le Niveau 1, ou bien toute personne ayant besoin d'exercices pratiques pour améliorer sa communication orale.

Optimiser sa prise de parole en public

Chaque consultant est régulièrement appelé à prendre la parole en public (réunions, formations, conférences, présentation de projet ou de compétences etc...). Cette formation-action conçue comme un véritable « training » lui permettra d'optimiser ses prises de parole en public et de savoir passer des messages clairs et « percutants. »

OBJECTIFS

- Parler en public avec naturel et efficacité
- Préparer ses interventions pour mieux capter l'attention et convaincre
- Mieux gérer son trac en connaissant son potentiel de communicant
- Devenir l'ambassadeur et le promoteur de son activité

2 journées

Rennes

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code C03

PROGRAMME

1. Les basiques de la prise de parole en public :

- Analyse du public et temps imparti
- Objectifs, résultats, message essentiel et angle
- Structurer ses idées via un plan
- Accroche, chute, anecdotes, exemples, chiffres et statistiques : comment rendre un exposé vivant et concret ?
- La préparation et la répétition : 80% de la réussite

2. Faire passer des messages simples, clairs et percutants :

- E=MC2 (énergie de la communication)
- Les 5 C (court, clair, concis, concret, compréhensible)
- La méthode Aida et la méthode Bac
- Bâtir un argumentaire
- Utiliser les objections comme des ressources
- Plus d'impact grâce aux aides visuelles (paper-board, powerpoints, etc.)
- L'excellence en communication d'après la PNL (programmation neurolinguistique)

3. La gestion du trac et des émotions :

- La respiration et l'ancrage
- La voix, l'articulation et le débit de parole
- Parler avec son corps : la gestuelle
- Les états ressources (VAKOG)
- Le « know nothing state. »
- La visualisation positive et les ancrages

INTERVENANTE

Véronique TRUB

Après 10 ans d'expérience en formations pour adultes et initiales, ainsi que dans l'animation de colloque, réunion et débat, Véronique TRUB est consultante en communication depuis 2 ans.

DATES

RENNES 2008 : 6 et 7/10
2009 : 13 et 14/04 – 7 et 8/09

PUBLIC

Tout consultant souhaitant être plus à l'aise lors de prise de parole en public.

Savoir prévenir, gérer les conflits et opinions conflictuelles

Savoir repérer les situations potentiellement conflictuelles, les anticiper, se positionner soi-même, et pouvoir les gérer au mieux afin de les désamorcer est une nécessité pour tout consultant ou cadre.

2 journées

Paris

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code C04

OBJECTIFS

- Savoir traiter les simples divergences d'opinion, communiquer positivement
- Reconnaître les situations de tension et de blocage, comprendre les mécanismes du conflit
- Connaître les principes de la médiation, savoir adopter une posture neutre
- Se positionner avec fermeté et souplesse, face à ses interlocuteurs

PROGRAMME

1. Repérer les différentes formes de conflits et leurs sources

- Identifier les différents facteurs générateurs de conflits et les signaux faibles
- Connaître les différentes étapes d'escalade et de désescalade du conflit
- Savoir sortir du triangle dramatique conflictuel

2. Mieux se connaître dans une situation conflictuelle

- Comprendre les mécanismes psychologiques (les états du moi)
- Repérer les facteurs comportementaux et émotionnels qui nous animent
- Connaître les 4 comportements clés

3. Pouvoir gérer les situations relationnelles difficiles

- Utiliser à bon escient les principes d'affirmation de soi
- Savoir accueillir positivement une critique, la gérer, et y répondre
- Exprimer une critique ou un refus de façon positive
- Faire face aux attitudes négatives de son interlocuteur.

4. Savoir dénouer une situation conflictuelle

- Repérer les 4 positions de vie
- Identifier les étapes d'acceptation d'un changement imposé et appliquer les solutions adaptées
- Connaître les principales stratégies de la négociation
- Apprendre à négocier gagnant/gagnant

NB : Cette formation n'aborde pas l'activité syndicale au sein des entreprises.

INTERVENANTE

Sylvie POTTIER

a travaillé en entreprises pendant 10 ans à Londres et 5 ans en France, dans le domaine de la communication en qualité de chef de publicité, chef de produit ou encore dans la gestion d'équipes. Elle est actuellement et depuis une quinzaine d'années consultante formatrice en communication relationnelle et interpersonnelle. Elle est coach certifiée dans l'accompagnement individuel des personnes dans les étapes de changement de la vie professionnelle.

DATES

PARIS 2009 : 25 et 26/06 - 17 et 18/09

PUBLIC

Tout consultant, manager, cadre ou toute personne désireuse de développer ses capacités à faire face à des situations conflictuelles. Groupe de 8 à 12 personnes.

Optimiser son organisation, son dynamisme et sa gestion du temps

Apprendre à mieux s'organiser pour gérer au mieux son temps et son énergie devient une nécessité pour tout consultant, cadre, ou personne souhaitant naviguer plus sereinement entre sa vie professionnelle et sa vie privée.

OBJECTIFS

- Découvrir les forces et les faiblesses de son organisation
- Savoir repérer les facteurs limitants, s'autoriser à les dépasser
- Découvrir sa relation au temps pour mieux la gérer
- Développer et entretenir son énergie, sa prise de décision et sa créativité

2 journées

Paris

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code C05

PROGRAMME

1. Faire l'état des lieux et identifier les zones d'amélioration

- Faire l'inventaire de sa gestion du temps
- Déterminer les facteurs chronophages
- Repérer les facteurs individuels propices au déploiement de l'énergie active, créative et à la prise de décision.

2. Connaître les principes d'une bonne gestion du temps et s'organiser pour faire face au changement

- Clarifier le périmètre de sa mission, anticiper et accepter le changement,
- Hiérarchiser ses activités et agir au bon moment
- Utiliser au mieux les outils d'organisation et de gestion du temps

3. Prévenir les perturbations qui parasitent les activités professionnelles

- Savoir évaluer correctement la valeur des différentes tâches
- Savoir faire un tri, dire non, et pratiquer une saine affirmation de soi
- Éviter les conflits et gérer les intrusions

4. Optimiser la gestion de sa vie professionnelle, de son dynamisme, et préserver sa santé

- Connaître les principes de la gestion de l'énergie
- Faire un auto-diagnostic et établir un plan de gestion du dynamisme
- Atténuer les effets du stress et garder un équilibre suffisant

INTERVENANTE

Sylvie POTTIER

a travaillé en entreprises pendant 10 ans à Londres et 5 ans en France, dans le domaine de la communication en qualité de chef de publicité, chef de produit ou encore dans la gestion d'équipes. Elle est actuellement et depuis une quinzaine d'années consultante formatrice en communication relationnelle et interpersonnelle. Elle est coach certifiée dans l'accompagnement individuel des personnes dans les étapes de changement de la vie professionnelle.

DATES

PARIS 2009 : 18 et 19/05 – 1 et 2/10

PUBLIC

Tout consultant, manager, cadre ou toute personne désireuse de développer ses facultés organisationnelles, sa relation au temps, son énergie et sa créativité.
Groupe de 8 à 12 personnes.

Développer son efficacité par une meilleure gestion du stress et de la confiance en soi

Le stress et les émotions peuvent être de merveilleux moteurs ou supports de la réussite. Cependant, quand le stress est trop important ou qu'il dure, il devient un frein perturbateur de la raison et du bon sens. C'est pourquoi, savoir gérer son stress est un atout professionnel permettant d'optimiser son efficacité.

2 journées

Paris

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code C06

OBJECTIFS

- Comprendre et mieux gérer les mécanismes du stress et des émotions
- Développer la confiance en soi afin de gagner celle de l'autre
- Apprendre à se détendre dans l'activité

PROGRAMME

1) Compréhension des mécaniques

Le stress

- Définition du stress
- L'adaptabilité
- Que se passe-t-il en cas de stress ?
- Le stress psychologique

Les émotions et l'intelligence émotionnelle

- Les émotions, qu'est-ce que c'est ?
- Liens entre émotions, stress, valeurs, besoins
- La place des émotions dans le monde de la communication
- La confiance en soi

Méthode et pédagogie pour les 2 points ci-dessus :

Alternance entre exposés théoriques, réflexion en groupe. Pour une meilleure intégration, des cas concrets seront apportés par l'animateur. S'ils le souhaitent, les stagiaires pourront apporter d'autres cas concrets.

2) Gestion de son propre stress et de ses émotions

Gérer son propre stress par la pratique d'exercices visant à :

- Se relaxer, récupérer après des moments de tension
- Dynamiser le positif
- Créer des réflexes pour rester « positif dans des situations de tension ».

Méthode et pédagogie pour la gestion de son stress :

Alternance entre apports théoriques, échanges au travers du groupe et pratique d'exercices de relaxation dynamique (assis et debout, proche de situations de travail)

Pour optimiser la formation, le déroulement se construira au fur et à mesure avec les stagiaires et en fonction de leurs attentes et questions.

INTERVENANT

Robert KNECHT

Une expérience d'une vingtaine d'années en entreprise a éveillé son goût pour la résolution des problèmes humains et notamment la conciliation entre l'efficacité et le bien-être. Depuis plus de 10 ans, il intervient dans la gestion du stress pour diverses catégories socio-professionnelles. Il est titulaire d'un Master Spécialiste en Sophrologie Caycédienne avec une reconnaissance internationale.

DATES

PARIS 2008 : 29 et 30/09
2009 : 23 et 24/01 – 7 et 8/12

PUBLIC

Tout consultant, formateur, cadre, manager.

Développer son efficacité relationnelle dans son approche client

S'adapter à son interlocuteur est primordial car toute communication en entreprise est une négociation. Dans chaque situation de la vie professionnelle, entre collaborateurs ou avec les partenaires extérieurs, chacun doit être en mesure de s'affirmer positivement et de développer des relations fondées sur l'écoute, le respect et l'esprit de solutions partagées.

OBJECTIFS

- Maîtriser les techniques de base de la communication
- Etablir des attitudes adaptées à son interlocuteur
- Gérer les interlocuteurs difficiles
- Pratiquer le questionnement centré sur le besoin de l'autre
- Etre capable d'instaurer des relations d'influence constructives

2 journées

Paris

De 8 à 12 participants

595,00 € net de TVA

Code C07

PROGRAMME

Jour 1

- Les bases de la communication
- Entre notre perception et le réel
- Notion d'interaction dans les échanges interpersonnels
- Réagir aux comportements passifs, agressifs et manipulateurs
- Identifier les attitudes qui empêchent une bonne écoute (grille de Porter)
- Etablir le rapport de confiance
- La synchronisation
- Langage verbal et non-verbal

Jour 2

- Pratiquer l'écoute active
- Les types de reformulation
- Savoir produire des messages
- Pratiquer un entretien de confrontation positive
- Approfondissement des techniques de questionnement
- Exercices pour approfondir les apprentissages
- Détermination des objectifs de changement pour la mise en application des apprentissages

Méthode et moyens pédagogiques

- Outils empruntés au coaching individuel pour comprendre, provoquer et conduire des changements de comportement
- Apports théoriques reliés directement aux problématiques du professionnel
- Mises en situation de cas vécus comme difficiles par le professionnel
- Débriefing des exercices sous forme de feed-back

INTERVENANT

Didier BOUVET

Après avoir exercé des responsabilités managériales durant 25 ans dans un Groupe paritaire de protection sociale, Didier BOUVET exerce aujourd'hui en qualité de consultant coach formateur pour des cadres dirigeants et de proximité. Formé aux méthodes d'efficacité personnelle, membre de la Fédération internationale du Coaching, il anime ses formations de façon interactive et par apprentissages à partir des attentes concrètes des participants.

DATES

PARIS 2008 : 13 et 14/11
2009 : 1 et 2/06 – 26 et 27/11

PUBLIC

Consultant, formateur, cadre, manager.

Intégrer la dimension du développement durable dans son offre

Le développement durable est désormais au cœur des enjeux politiques et sociétaux. Au travers d'exemples et de propositions d'outils, nous verrons comment la mise en œuvre d'une stratégie de développement durable permet à l'entreprise d'augmenter sa performance commerciale, sa notoriété, sa gestion des ressources humaines et d'optimiser ses coûts.

1 journée

Paris

De 8 à 12 participants

425,00 € net de TVA

Code C08

OBJECTIFS

- Apprendre à identifier les enjeux stratégiques du développement durable pour l'entreprise
- Acquérir la démarche d'analyse et de mise en œuvre d'un plan stratégique autour du développement durable, véritable atout pour l'entreprise

PROGRAMME

1) Qu'est-ce que le développement durable ?

- Bref historique
- Sources
- Performance économique, sociale et environnementale (performance globale)
- Enjeux géo-stratégiques et géo-économiques
- Entreprises et développement durable

2) Appropriation par le consultant d'une démarche conseil de l'entreprise intégrant le développement durable

- Quel est concrètement l'intérêt d'une stratégie de développement durable pour l'entreprise
- Comment prendre en compte les préoccupations sociétales et sociales, l'entreprise au cœur de la cité - gérer sa responsabilité sociale et environnementale (RSE)
- Initier une démarche de performance globale de l'entreprise (l'importance des démarches de certification - Iso 14 000, ...)
- Un levier exceptionnel pour dynamiser les ressources humaines de l'entreprise (fédérer, motiver, fidéliser et recruter)
- Stimuler la créativité et l'intelligence collective de l'entreprise au service du client et de l'évolution de l'offre de produits et services
- Comment dynamiser la politique de recherche et développement de l'entreprise
- Se différencier de la concurrence et optimiser la communication et l'image (revisiter la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise)
- Comment réduire ses coûts (charges et investissements) - redéfinir la politique des achats de l'entreprise
- Mettre en place une veille stratégique dans l'entreprise

INTERVENANT

Pierre LETHU

Après avoir exercé pendant 15 ans la profession d'avocat conseil spécialisé en fusion acquisition, Pierre LETHU intervient depuis 5 ans dans la formation et le conseil dans les domaines de la stratégie, du management et de la conduite du changement.

DATES

PARIS 2008 : 17/09
2009 : 23/03 - 30/09

PUBLIC

Consultants intervenant dans les domaines de la stratégie, de l'organisation, du management de l'ingénierie et des ressources humaines souhaitant intégrer la dimension développement durable dans leur mission de conseil et d'expertise auprès de leur client.

Remplir un bulletin par stagiaire

LINKS FORMATION – 1&3 rue du Départ – 75014 PARIS

Contact : **Stéphanie RAULT**
 Email : srault@links-conseil.com
 Tél. : 01.56.54.82.03 – Fax : 01.56.54.82.01

MODE D'EMPLOI

- Vous nous retournez votre bulletin d'inscription.
- Nous accusons réception de votre inscription.
- Nous vous adressons un email de confirmation et une convention de formation au plus tard 3 semaines avant la date de la formation.

■ FORMATION CHOISIE

Code de la formation : Date :
 Intitulé :

■ STAGIAIRE

Prénom : Nom :
 Fonction :
 Tél. : Email :

■ ENTREPRISE

Nom :
 Adresse :
 CP : Ville :
 Tél. : Responsable formation de l'entreprise :

■ ADRESSE DE FACTURATION OU ORGANISME À FACTURER :

Organisme :
 Adresse :
 CP : Ville :
 Tél. :

La signature de ce bulletin vaut acceptation des modalités d'inscription.

Date :

Cachet de l'entreprise (obligatoire)

Signature

INFORMATIONS PRATIQUES

- **Horaires des formations** De 9h00 à 17h30.
- **Accueil** À partir de 8h50.
- **Lieu** Il est précisé sur la convocation.
- **Programme** Il est adressé au stagiaire avec la confirmation de l'inscription.
- **Convocation** Elle est adressée au stagiaire 15 jours avant le début de chaque formation, avec un plan d'accès.
- **Convention de formation** Elle est adressée à l'entreprise ou au stagiaire avec la confirmation d'inscription, dès réception du bulletin.
- **Attestation de suivi de formation** Elle est adressée au stagiaire à l'issue de la formation.
- **Conditions de participation** Toute inscription à une formation est soumise aux conditions générales de participation qui figurent dans ce parcours de formation.

Objet et champs d'application

Toute commande de formation implique l'adhésion pleine et entière aux présentes conditions générales de prestations.

Modalités d'inscription

Les inscriptions sont enregistrées dans la mesure des places disponibles et dans l'ordre de réception des demandes. À réception du bulletin d'inscription, une convention de formation vous est adressée et sera à nous retourner signée. Links Formation accuse réception de votre inscription et vous adresse au plus tard 15 jours avant la date de démarrage de la formation une convocation.

Conditions de règlement

Le règlement du coût du stage doit être effectué à réception de la facture, par chèque comptant sans escompte libellé à l'ordre de Links Formation. Cette facture est émise soit avant la formation lorsqu'il s'agit d'apprenants particuliers, soit à l'issue de la formation accompagnée d'une attestation de présence lorsqu'il s'agit d'apprenants envoyés par leur entreprise.

Règlement par un OPCA

En cas de facturation à un organisme payeur, l'entreprise et/ou le stagiaire s'engage à effectuer toutes les démarches nécessaires à la prise en charge et au règlement de la facture que Links Formation adressera à cet organisme. En cas de défaillance de l'organisme payeur, l'entreprise et/ou le stagiaire s'engagent à payer les sommes dues dans les délais initiaux prévus. En cas d'absence partielle ou totale, l'entreprise et/ou le stagiaire s'engagent expressément à régler la totalité du stage.

Conditions d'annulation et de report

Pour être effective, toute annulation de participation à une formation doit être confirmée par courrier ou email. Pour tout désistement intervenant moins de 10 jours calendaires avant le début de la formation, le prix de la formation sera intégralement dû. Links Formation se réserve la possibilité de reporter ou d'annuler une formation jusqu'à 8 jours calendaires avant le début du stage, pour des raisons générales d'organisation, notamment si l'effectif minimal n'est pas atteint.

Informatique et libertés

Le stagiaire peut exercer son droit d'accès, de rectification et d'opposition conformément aux dispositions de la loi du 6 janvier 1978.

CALENDRIER DES FORMATIONS DE SEPTEMBRE 2008 À DÉCEMBRE 2009

	2008	SEP.	OCT.	NOV.	DEC.
DÉVELOPPER VOTRE OFFRE					
Optimiser la relation «client» - Paris ●			17		5
Optimiser la relation «client» - Régions ◆	19-26			14	
Passer de l'idée au projet ●	16				
Atelier Echanges de pratiques consultants	25 ◆	9 ● 30 ◆	13 ● 27 ◆	11 ● 18 ◆	
Développer votre chiffre d'affaire - 1			9 & 10 ◆		15 & 16 ●
Conduite d'entretien ●					17
Négocier efficacement avec les acheteurs ●		2			
ACQUÉRIR DES TECHNIQUES					
Pédagogie de la formation ●	25 & 26				
Maîtrise des écrits professionnels ●			7		
Contrats de prestation ●			13		
Appels d'offres ●			23		
Lire et interpréter les comptes d'une entreprise ●			24		
Concevoir un business plan ●				24	
Maîtriser le management de projet ●			9 & 10		
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL					
Perfectionner son expression orale Niveau 1 ●	11 & 12				
Optimiser sa prise de parole en public ◆ (Rennes)			6 & 7		
Gestion du stress et de la confiance en soi ●	29 & 30				
Développer son efficacité relationnelle ●				13 & 14	
Intégrer la dimension développement durable dans son offre ●	17				

● Paris ◆ Régions

2009	JAN.	FEV.	MARS	AVR.	MAI	JUIN	JUI.	AOÛT	SEP.	OCT.	NOV.	DEC.
DÉVELOPPER VOTRE OFFRE												
Optimiser la relation «client» - Paris ●	6		17		12				15		24	
Optimiser la relation «client» - Régions ◆	27	10-24	3	7-21					8-22	13	17	1-15
Passer de l'idée au projet ●			6						11			
Atelier Echanges de pratiques consultants	15 ● 29 ◆	12 ● 26 ◆	12 ● 26 ◆	9 ● 30 ◆	14 ● 28 ◆	11 ● 25 ◆	9 ●		10 ● 24 ◆	8 ● 29 ◆	12 ● 26 ◆	10 ● 17 ◆
Traduire vos compétences en une offre attrayante		12 & 23	& 20 ●	23	& 15 &	5 ◆						
Développer votre chiffre d'affaire			24 & 25 ●			22 & 23 ◆				12 & 13 ●		
Atelier Développer votre chiffre d'affaire				24 ●			3 ●				17 ◆	16 ●
Conduite d'entretien			26 ●			15 ◆				14 ●		
Négocier efficacement avec les acheteurs ●				10					23			
Trouver des clients et partenaires par le biais d'Internet ●			27							16		
ACQUÉRIR DES TECHNIQUES												
Pédagogie de la formation ●				2 & 3	4	4 & 5 + 29			24 & 25	26		
Méthodes & relations pédagogiques face à la diversité ●				27 & 28							3 & 4	
Maîtrise des écrits professionnels ●		27							28			
Contrats de prestation ●				29						21		
Appels d'offres ●			19							22		
Lire et interpréter les comptes d'une entreprise ●			30							30		
Concevoir un business plan ●					25						13	
Maîtriser le management de projet ●						18 & 19					19 & 20	
DÉVELOPPEMENT PERSONNEL												
Perfectionner son expression orale Niveau 1 ●						22 & 23				5 & 6		
Perfectionner son expression orale Niveau 2 ●			9 & 10								9 & 10	
Optimiser sa prise de parole en public ◆ (Rennes)				13 & 14					7 & 8			
Gérer les conflits et opinions conflictuelles ●						25 & 26			17 & 18			
Gestion du temps ●					18 & 19					1 & 2		
Gestion du stress et de la confiance en soi ●	23 & 24											7 & 8
Développer son efficacité relationnelle ●						1 & 2					26 & 27	
Intégrer la dimension développement durable dans son offre ●			23						30			

Des sessions supplémentaires pourront être organisées selon la demande.