MAXI TALENTS
Osez votre Envol !

CATALOGUE DE PRESTATIONS 2021

CONSEIL, FORMATION, BILAN DE COMPETENCES
COACHING PROFESSIONNEL

305 CHEMIN DES EMERIES 13580 LA FARE LES OLIVIERS
06 13 53 41 27
sandrine.touitou@maxitalents.com
SASU au capital de 1000 € - SIRET : 838 802 023 00013 — APE 7022 Z
Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 93131715613 du préfet de la région PACA - Organisme DATADOCK & QUALIOPI

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

SOMMAIRE DES PRESTATIONS

PRESENTATION DE MAXITALENTS 5

Qui sommes-nous ? Quel est notre savoir-faire ?
Quelles sont vos perspectives ?
Comment répondre à vos besoins ?
Quelques données chiffrées sur les activités
Ils nous font confiance

GUIDE DE NOS INTERVENTIONS 13

NOS PRESTATIONS DE COACHING 15

Prestations de coaching
Coaching professionnel individuel & d'équipe
Intervisions managériales

NOS PRESTATIONS D'AUDIT ET DE CONSEIL 19

Accompagnement & Conseil
Notre mission en 3 phases
La fidélisation de votre clientèle
La santé et le bien-être au travail

NOS OFFRES DE FORMATIONS 25

Nos méthodes et moyens pédagogiques
Encadrement et fonctionnement
Evaluation et Spécificités
Programmes de formation

NOS BILANS DE COMPETENCES 63

Définition et objectifs
Le déroulement en 3 phases
Les modalités d'intervention, pédagogiques et évaluation
Les modalités d'accès et de suivi

NOS CONDITIONS GENERALES DE VENTE 69

PRESENTATION DE MAXITALENTS

1) Qui sommes-nous ? p. 6
2) Quel est notre savoir-faire ? p. 7
3) Quelles sont vos perspectives ? p. 8
4) Comment répondre à vos besoins ? p. 9
5) Ils nous font confiance p. 10

QUI SOMMES-NOUS ?

NOTRE IDENTITE

MAXITALENTS est une **société de conseil, de coaching professionnel et de formation** dont l'objectif est d'accompagner les **professionnels de la santé** dans le développement de la **gestion des ressources humaines** (structuration du travail, montée en compétences, bien-être au travail, etc.) et la mise adéquation avec leur stratégie **marketing et commerciale.**

Forts de 17 années d'expériences dans le domaine de la santé, nous proposons des interventions sur-mesure avec pour toile de fond, l'épanouissement **professionnel et personnel** en lien avec la **performance économique, collective et individuelle**.

PRATIQUE & ETHIQUE

C'est avec une **posture** bienveillante, structurante et sans jugement que nous réalisons vos accompagnements. Par le biais de l'**écoute authentique**, nous facilitons l'identification des besoins **individuels, d'équipe et de groupe**.

Par la **responsabilité engagée et partagée**, nous mettons tout en œuvre pour vous permettre de trouver la réponse la plus adaptée, en toute écologie.

QUEL EST NOTRE SAVOIR-FAIRE ?

L'ADN DE NOTRE PROCESS

- Le **coaching professionnel** est au cœur de notre processus d'accompagnement. Cette technique **courte, pragmatique et orientée solutions** est adaptée aux exigences de l'environnement de l'entreprise et de l'écologie intérieure du coaché.
- Par **le décentrage et la mise en actions immédiate**, cette approche méthodologique favorise l'atteinte de l'objectif.
- C'est **l'engagement et l'authenticité** qui boostent la réussite des actions menées.
- Nos **interventions personnalisées** sont réalisées par des experts des domaines de la gestion d'entreprise, des ressources humaines, de l'accompagnement individuel et d'équipe et des professionnels de santé, ayant une expérience professionnelle reconnue.

NOS EXPERTISES

Nos accompagnements sont adaptés à votre réalité opérationnelle, en **présentiel ou à distance,** selon les besoins identifiés.

Notre organisme est certifié QUALIOPI et nos bilans de compétences peuvent être pris en charge par le Compte personnel de formation

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION

QUELLES SONT VOS PERSPECTIVES ?

GAGNER EN POSTURE MANAGERIALE

Pour avoir demain des **collaborateurs autonomes, impliqués qui permettront à votre entreprise de réussir**, agir dès aujourd'hui est une opportunité pour vous.

Miser sur le capital humain est un moyen de développer la fidélisation de votre patientèle et votre personnel, facteurs clés de succès de votre entreprise.

VOS BENEFICES

- **Financiers** : Productivité, Performance individuelle et collective, Rentabilité.
- **Organisationnels** : Structuration, Process, Démarche qualité.
- **Sociaux** : Cohésion d'équipe, Dialogue Social, Sentiment d'appartenance.
- **Individuels** : Compétences, Confiance, Reconnaissance du travail, Motivation.
- **Professionnels :** Image extérieure positive renforcée, Attractivité accrue (clients, fournisseurs, collaborateurs).

Un salarié motivé est le **meilleur prescripteur** de son entreprise.

COMMENT REPONDRE A VOS BESOINS ?

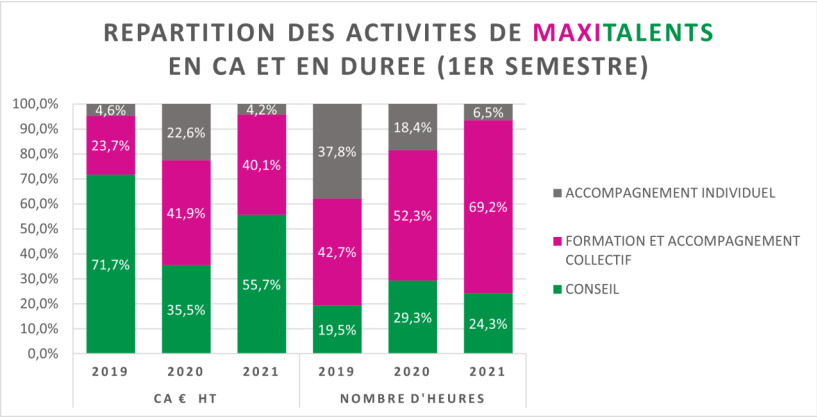
Consultez-nous pour exposer vos besoins et questionnements afin de vous proposer un accompagnement ajusté.

Des financements existent pour faciliter la mise en œuvre de vos démarches.

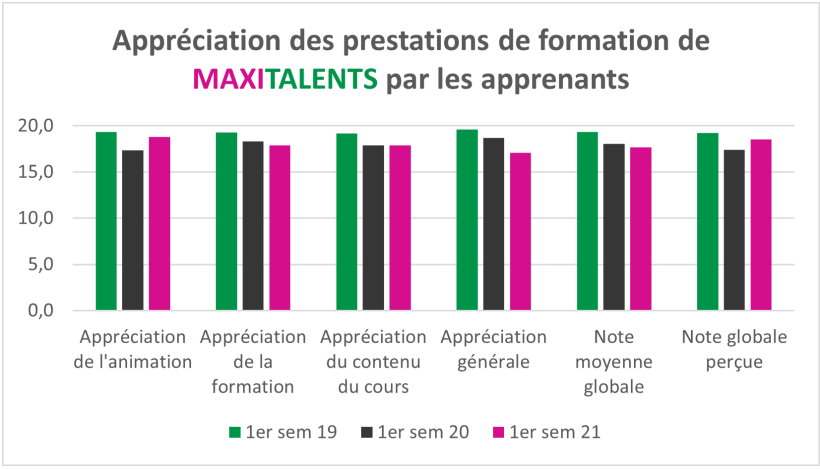
QUELQUES DONNEES CHIFFREES

DES PRESTATIONS ISSUES DES EXPERIENCES TERRAIN

Nous attachons de l'importance à réaliser des prestations issues de la réalité opérationnelle de nos clients. Ainsi, nos accompagnements s'enrichissent mutuellement et permettent à nos clients de profiter de nos retours d'expérience. Nos actions de formation sont alors conçues à partir de nos expériences terrain.



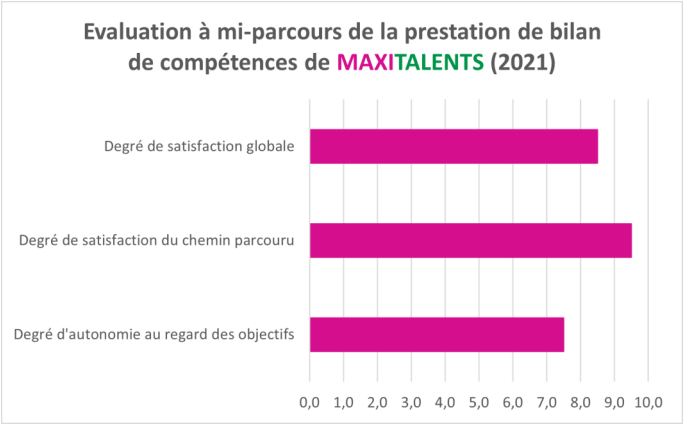
NOS REALISATIONS D'ACTIONS DE FORMATION 2019-2020



QUELQUES DONNEES CHIFFREES

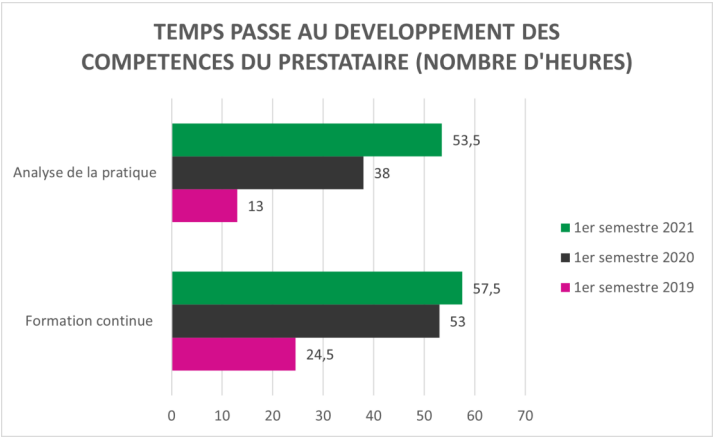
NOS REALISATIONS DE BILAN DE COMPETENCES 2019-2020

Le développement des compétences est continu pour proposer des accompagnements de qualité et répondre à la satisfaction de nos clients.



NOS ACTIONS DE DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES

Ces données ne tiennent pas compte de la participation à des conférences, ni aux lectures diverses permettant la montée en compétences.



ILS NOUS FONT CONFIANCE

Pharmacies d'officine de la région d'Occitanie, Hauts de France, de la région Sud, des Antilles et de la Guyane.

Petites ou grandes structures, nos interventions sont réalisées dans des secteurs d'activité différents. Ce choix nous permet d'enrichir nos pratiques grâce à la transversalité des missions.

Nous avons, néanmoins, une forte expertise dans le domaine de la pharmacie, marché ayant des spécificités réglementaires et dont les ajustements depuis plusieurs années ont un impact sur la pérennité des entreprises de ce secteur.

Les audits socioéconomiques et organisationnels sont réalisés sous la forme d'une GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences). Pour cette typologie de mission, une aide financière de la DIRECCTE, de la Région et de l'OPCOEP est possible.

Les actions de formation bénéficient d'une prise en charge par les OPCO.

MAXI TALENTS
Osez votre Envol !

GUIDE DES INTERVENTIONS

1) Prestations de coaching p. 13
2) Accompagnement & Conseil p. 17
3) Offres de formations p. 23
4) Bilans de compétences p. 61

PRESTATIONS DE COACHING

1) Qui suis-je ? p. 16
2) Coaching professionnel individuel et d'équipe p. 17
3) Intervisions entre pairs p. 18

LE SENS & LES VALEURS DU COACH

IDENTITE & PARCOURS PROFESSIONNELS

Coach professionnelle, consultante et formatrice spécialisée dans la **conduite du changement**, Sandrine TOUITOU est fondatrice de la société **MAXITALENTS**. Elle expérimente depuis **près de 20 ans** les **voies de la transformation intérieure** au profit des trois piliers de l'image de soi : la confiance en soi, l'estime de soi et l'amour de soi.

Résolument tourné vers la **mobilisation de notre énergie vitale**, le coaching professionnel, puissant **moteur de l'action,** nous permet d'atteindre nos objectifs. Parce que nos talents sont nos moteurs, leur révélation nous amène à oser réaliser nos rêves !

Parcours professionnel :
Titulaire d'une certification de **Coach professionnelle individuel et d'équipe,** de niveau I au RNCP du Centre International du Coach, d'une certification **Auditeur d'un Système de Management de la Qualité** par l'AFNOR, d'un Master II en **Management des ressources humaines, spécialisation psychologie des organisations** à la faculté de Grenoble-Lyon II et d'un Master II en **Marketing et communication** à l'ESC Toulouse.

NOTRE DEVISE & NOS VALEURS

Parce que la vie est faite d'obstacles à surmonter, notre devise, « *Le mieux au meilleur moment* » nous permet d'accueillir l'instant présent et de construire notre futur tout en engrangeant les **prises de conscience** utiles à la **liberté d'être soi.**

Nos Valeurs, à partir du mot R.E.S.P.I.R.E. :
Respect **E**ngagement **S**olidarité **P**roactivité **I**nnovation **R**esponsabilité **E**fficacité

ACCOMPAGNEMENT EN COACHING

MODALITES D'INTERVENTION

Les domaines d'intervention sont le **coaching professionnel individuel, d'équipe** et de groupe.

La finalité du coaching est de favoriser les apprentissages et l'autonomie individuelle et collective, suite à l'identification d'un **objectif SMART** fixé par le bénéficiaire.

Nous tenons à mettre en place des **méthodes d'évaluation** des prestations réalisées par le biais de bilans à base **d'indicateurs observables.**

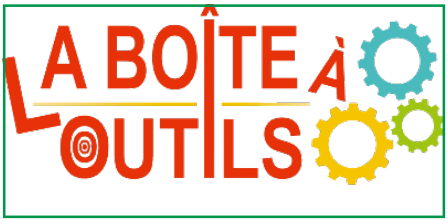
Le coaching professionnel peut être réalisé en **face à face ou à distance**, sur toute la France métropolitaine et les DOM.

MOYENS MOBILISES

Parce que le meilleur outil en coaching est le **coach lui-même**, nous veillons à concentrer notre attention sur notre **posture**, notre **écoute**, notre **présence** et l'utilisation d'**outils pertinents** au profit de la prestation proposée.

Dans le cadre du respect de notre **charte éthique**, nous mobilisons les moyens suivants :

- Nos concentrons notre attention sur la **clarté de nos propositions** ;
- Nous sommes accompagnés en **supervision individuelle et collective** ;
- Nous participons à des **rencontres entre pairs** pour bénéficier de regards croisés sur notre pratique ;
- Nous poursuivons une **formation permanente ;**
- Nous sommes membres d'un **laboratoire de recherche en Coaching** du CIC.



INTERVISIONS MANAGERIALES (*)

OBJECTIFS

L'intervision managériale est une **approche d'apprentissage** qui mise sur les interactions entre les participants et l'intelligence collective. Elle offre à chaque manager la possibilité d'exposer des problématiques rencontrées dans son quotidien, un espace et un temps d'échanges de sa pratique avec ses pairs et en présence d'une personne ressource.

L'intervision entre pairs constitue une **aide et un soutien précieux dans l'exercice de sa fonction** ainsi qu'un éveil à la curiosité et à l'enrichissement de ses connaissances.

L'animateur-coach permet au groupe de **structurer l'atelier** à travers une **écoute bienveillante**, la mise en place d'un **cadre** et l'apport de **savoir-faire** selon la situation abordée.

MODALITES D'INTERVENTION

Public concerné : Managers ayant des responsabilités fonctionnelles et / ou hiérarchiques

Modalités d'intervention : Présentiel et/ou à distance, groupe entre 4 et 6 personnes

Présentiel :

- Durée : **3h30 par séance**. Un engagement est pris pour **3 séances**, sur **3 à 6 mois maximum**.

- Coût (€ HT) en présentiel : 3 séances de 3h30 d'intervision managériale en présentiel est de 525 € HT par personne pour un groupe de 4, 420 € HT pour un groupe de 5 personnes et 350 € HT pour un groupe de 6 personnes. Les frais et débours sont en sus, selon la taille du groupe et le lieu d'animation de l'intervision managériale.

- Lieu : fixé selon la situation géographique des participants.

Distanciel (téléphone) : 3 séances de 1h, 150 € HT par personne pour un groupe de 4, 120 € par personne pour un groupe de 5 et 100 € par personne pour un groupe de 6, à répartir sur 3 à 6 mois. Cette modalité d'intervention est envisagé au minimum après une séance en présentiel.

Une alternance des séances en présentiel— distanciel peut être envisagée.

FONCTIONNEMENT

L'un après l'autre les participants prennent le rôle de client pour exposer un aspect pratique qu'ils veulent améliorer, un questionnement sur un sujet particulier ou un projet en cours.

A chaque situation exposée, les autres participants agissent comme consultants pour aider ce client à enrichir sa compréhension (penser et ressentir) et sa capacité d'action (agir), selon une méthodologie de clarification et d'exploration. Le processus de consultation en **six étapes** amène à **une synthèse des apprentissages.**

LES + PEDAGOGIQUES

- Transfert des apprentissages **immédiat** ;
- **Partage** de divers savoirs acquis par chacun ;
- Les situations abordées sont des **cas vécus** par les participants ;
- Un groupe d'intervision managériale peut devenir : un **groupe de support**, un **groupe d'entraide**, un **groupe d'échanges**, de savoirs et de pratiques.

(*) Les intervisions entre pairs s'appliquent à tous les métiers ; le seul prérequis est l'exercice du même métier.

PRESTATIONS DE CONSEIL

1) Accompagnement et conseil p. 20
2) Notre mission en 3 phases p. 21
3) Focus : la fidélisation de votre clientèle p. 22
4) Focus : la santé et le bien-être au travail p. 23

ACCOMPAGNEMENT ET CONSEIL

CONTEXTE : REGARD CROISE BUSINESS ET RH

Les TPE-PME doivent faire preuve d'agilité et d'adaptation dans un monde de mutations économiques, réglementaires et sociales. Entamer une démarche proactive à la fois du point de vue du business et des richesses humaines devient nécessaire. Cependant, leur énergie est surtout déployée sur l'opérationnel, plus que le stratégique par manque de temps.

QUELLES SOLUTIONS APPORTEES ?

La satisfaction et la fidélisation de la patientèle devient un des facteurs clés de succès des entreprises ; la qualité, son vecteur.
Pour cela, il est, à la fois, nécessaire de porter un **regard sur la stratégie d'entreprise** et, aussi, **de miser sur le capital humain,** comme leviers de croissance et de performance.

QUELS MOYENS ENVISAGES ?

MAXITALENTS propose d'**auditer** et d'**analyser** votre organisation puis d'établir des **préconisations spécifiques** aux besoins identifiés.
L'accompagnement porte, entre autres, sur les thématiques suivantes :

- Définir et mettre en place une **stratégie marketing et commerciale** ;
- Comprendre les **attentes et besoins de la patientèle** en vue de l'attirer et de la fidéliser ;
- Définir une **organisation du travail adaptée** et accompagner ce **changement structurel** ;
- Proposer une **prise en charge globale du client et un conseil de qualité** ;
- Accompagner la mise en œuvre d'un **Système de Management de la Qualité** ;
- Faire prendre conscience au **personnel de leur rôle clé** dans l'avenir de la pharmacie ;
- Développer l'**employabilité des collaborateurs** en adéquation avec cette nouvelle donne économique ;
- Faire émerger une **cohésion d'équipe** à travers les **valeurs identitaires** de votre organisation.
- Concilier **performances et bien-être au travail**.

De **nombreux financements** existent pour les TPE-PME sur les accompagnements en développement des ressources humaines. **MAXITALENTS** peut vous informer sur les prises en charge potentielles de ses prestations de conseil.

NOS MISSIONS

NOTRE MISSION EN 3 PHASES

AUDIT

- Diagnostic
- Entretiens individuels / collectifs
- Questionnaires
- Observations
- Enquêtes

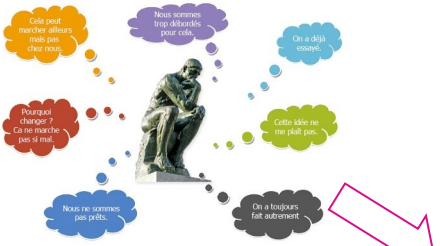
ANALYSE

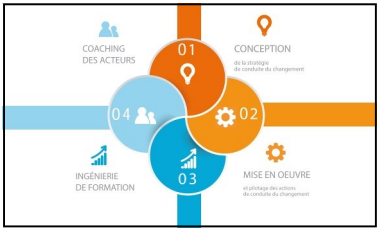
- Analyse du contenu
- Analyse d'outils quantitatifs
- Redéfinition de l'objectif initial

ACCOMPAGNEMENT

- Présentation des résultats
- Préconisations
- Plans d'actions
- Suivi des réalisations

CONDUIRE LE CHANGEMENT, CLE DE LA REUSSITE ?





FOCUS : LA FIDELISATION

FIDELISER VOTRE CLIENTELE, UN ENJEU FORT !

Le contexte concurrentiel de chaque secteur d'activité impose aux entreprises de se différencier.
MAXITALENTS vous accompagne dans la fidélisation de votre clientèle selon les axes suivants :

- La mise en place d'une **enquête de satisfaction** ;
- La mise en place de **visite mystère** selon un cahier des charges spécifique ;
- La proposition d'un **système de gestion de la file d'attente** adapté à vos spécificités et une formation à l'équipement choisi.

IDENTIFIER LE NIVEAU DE SATISFACTION DE SA CLIENTELE

Evaluer le niveau de satisfaction de votre clientèle est le reflet de votre capacité à la fidéliser et à recruter une nouvelle population. Cet axe de développement, inclus dans une démarche qualité, vous permet de remettre en question vos services et d'être dans un processus d'amélioration continue.

GERER L'ATTENTE DE SA CLIENTELE

Selon vos besoins, notre accompagnement se traduit par la création d'un **questionnaire de satisfaction**, la mise en place d'un moyen d'administration et de dépouillement des questionnaires et la proposition d'un plan d'actions pour le développement de votre officine.

A partir d'un certain niveau de fréquentation, nous recommandons la **mise en place d'un système de gestion de la file d'attente** car il évite :

- Des **conflits** et de l'agacement de la patientèle ;
- Un sentiment de **stress** des opérateurs avec un **risque d'erreur à la délivrance**.

Le recours à un système de gestion de la file d'attente a des **conséquences positives** pour :

- **La patientèle** : sécurité et confort;
- **Les opérateurs :** concentration à la prise en charge, gain de productivité ;
- **L'entreprise** : augmentation des ventes, outil de gestion managériale, visualisation du temps de prise en charge.

FOCUS : LA SANTE ET LE BIEN –ETRE AU TRAVAIL

QUAND LA RENTABILITE EST LE CRITERE N°1 DU MANAGER

Le contexte économique amène les managers à focusser sur la **rentabilité** et à viser l' « Excellence », notion qui impose une **exigence** envers eux-mêmes et leurs collaborateurs. La productivité en ligne de mire, la notion de bien-être au travail peut être perçue comme secondaire. Les professionnels ayant pour rôle la prise en charge de la patientèle sont, particulièrement, touchés par ces phénomènes qui engendrent des **dissonances cognitives**.

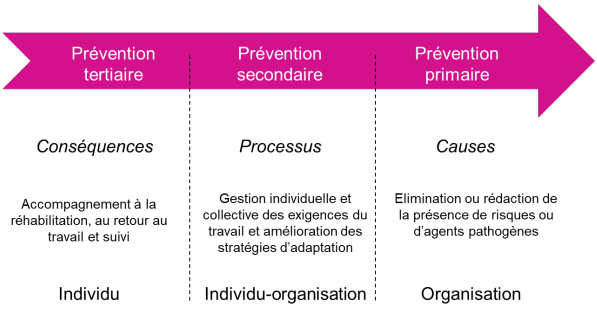
Comment prendre soin de mon patient quand la consigne de mon manager est d'augmenter la rentabilité sur le temps passé avec chacun d'eux ? Ou comment répondre aux besoins de ma patientèle quand mon objectif est d'améliorer, coûte que coûte, le niveau de son panier moyen ?

Le sujet du bien-être au travail ramène ainsi aux pratiques managériales, qui favorisent ou non **le sens et l'engagement** dont les salariés ont besoin pour se sentir bien. Les objectifs fixés, parfois difficilement atteignables, et le besoin en formation des managers sur le bien-être au travail peuvent engendrer des effets négatifs sur la santé des individus. Les réponses possibles des salariés à ces contextes sont, entre autres, le présentéisme, l'absentéisme, le sabotage et les conflits latents ou ouverts.

QUAND LE BIEN-ETRE AU TRAVAIL AUGMENTE LA PERFORMANCE

La productivité d'un salarié peut être favorisée par son sentiment positif d'appartenance à sa structure, de liberté, de responsabilité, d'autonomie et de considération.

MAXITALENTS vous accompagne dans cette démarche en mettant en place un diagnostic de la situation, des préconisations et la mise en œuvre des actions. Après une analyse de l'environnement, **MAXITALENTS** propose une intervention à trois niveaux : l'individu—l'organisation et l'interaction entre l'individu et l'organisation.



LES OFFRES DE FORMATION

1) Fonctionnement de l'organisme de formation p. 26
2) Sommaire des formations p. 29

NOS METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

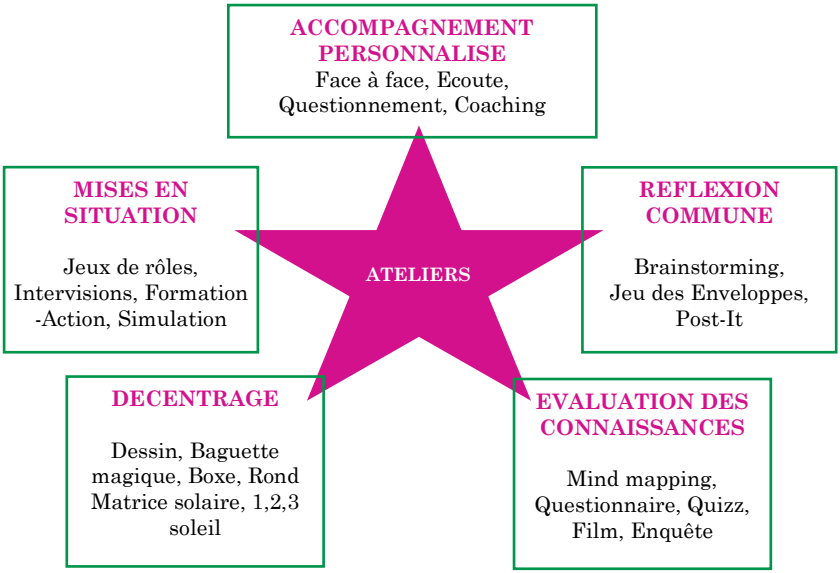
METHODOLOGIE D'APPRENTISSAGE

Adaptation, **sur-mesure**, tel est le sens de notre vision de la formation. Le fil conducteur de la formation est l'**alternance d'exercices réflexifs et pratiques** pour permettre les prises de conscience nécessaires à l'atteinte des objectifs pédagogiques. L'écoute, le pragmatisme et l'orientation solutions favorisent l'autonomie, la responsabilisation et l'engagement du bénéficiaire.

A partir des situations réelles des bénéficiaires, une **alternance d'exposés pratiques et théoriques** est proposée pour donner de la dynamique à la formation et une application directe des contenus théoriques.

TYPOLOGIES D'ATELIER

L'apprentissage est facilité par la **diversité des outils pédagogiques utilisés** ; certains en individuel et d'autres en collectif. Le choix des outils s'opère en fonction de l'intérêt du partage sur des pratiques, de l'évaluation des connaissances, des besoins identifiés pour chaque stagiaire, de la nécessité de s'enrichir des autres pratiques et de l'utilité de sortir de la situation réelle.



EVALUATION & SPECIFICITES

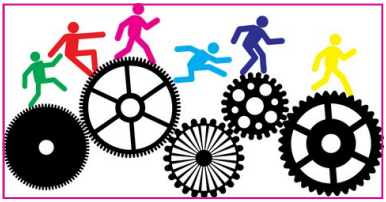
MODALITES D'EVALUATION

L'apprentissage se **mesure** tout au long de la formation (en amont, pendant et en fin de formation) puis un **bilan post-formation** est proposé.

Dès le démarrage, le stagiaire indique ses **objectifs de départ** et les indicateurs de réussite. En fin de formation, il sera en mesure d'évaluer à chaud le niveau d'atteinte de son objectif.

Les **supports d'animation de formation** utilisés **(**Paperboard, Vidéoprojecteur, Caméra), selon les besoins de la formation, sont des outils pour renforcer l'apprentissage.

Un **support de formation** est remis au stagiaire afin qu'il puisse s'y référer en cas de besoin lors de son retour sur son lieu de travail.



SPECIFICITES

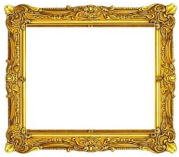
- Une pédagogie s'appuyant sur le coaching professionnel pour **rendre autonome et responsable** le stagiaire dans son apprentissage et la recherche de solutions alternatives.
- Des témoignages pour partager des **retours d'expérience.**
- Exemples tirés du **terrain.**
- **Accompagnement individuel** sur la durée de la formation totalement personnalisé.
- Groupe de stagiaires de structures différentes, de contextes différents pouvant exercer le même cœur de métier : **analyse de la pratique concrète** permettant une mise en œuvre rapide.

ENCADREMENT & FONCTIONNEMENT

ENCADREMENT

Les formateurs sont sélectionnés selon des **critères de qualité** :

- Leur **expertise** et leur expérience ;
- Leur aptitude à **animer un groupe** ;
- Leur sens de la **pédagogie** et du **relationnel** ;
- Leur capacité à **structurer** leur formation.



ACCESSIBILITE

L'inscription à nos programmes de formation s'effectue à l'issue d'un **rendez-vous d'information gratuit et sans engagement** sollicité par le bénéficiaire. Cet entretien permet d'**analyser la demande du bénéficiaire** et d'identifier l'adéquation entre ses besoins et les formations dispensées. Les **besoins de formation** peuvent également émerger à la suite d'un audit interne ayant mis en lumière des besoins de montée en compétences. Le **niveau de compétences** de départ est susceptible d'être questionné lors d'un second entretien et à partir d'un questionnaire, selon la prestation.

MAXITALENTS est fortement engagé dans une démarche qui vise à accueillir sans discrimination les personnes en situation de handicap. Lors de l'entretien d'admission, leurs besoins spécifiques sont pris en compte et font l'objet d'une adaptation de la formation, le cas échéant.

Le **délai d'accès à la formation** entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation se situe entre 15 et 30 jours avant le début de la formation.

La **validation de l'inscription** se traduit par l'envoi de la convention de stage et le livret d'accueil, sous réserve de réception du dossier complet du bénéficiaire.

MODALITES DE SUIVI ET DE VALIDATION

Pour valider la présence du stagiaire, une **feuille d'émargement** est signée à la fin de chaque demi-journée par le stagiaire et le formateur.

Un **certificat de réalisation** de l'action de formation est remis à chaque stagiaire.

Un **bilan de la formation** est envoyé aux stagiaires et au donneur d'ordre, en préservant l'anonymat.

CERTIFICAT DE REALISATION

Article L6313-1 code du ***travail***
Article R6332-26 code du ***travail***

STRATEGIE & GESTION D'ENTREPRISE 31

Comprendre les mécanismes de la gestion d'entreprise
Définir et mettre en œuvre sa stratégie marketing et commerciale
Organiser et dynamiser son espace de vente
Facebook, une solution digitale pour déployer son image
Développer sa stratégie négociations achats (niveau I, II)

MANAGEMENT 39

Management et leadership
Management d'équipe
La boite à outils RH du manager
Utiliser le coaching professionnel pour manager
Mettre en œuvre une démarche qualité (niveau I, II, III)
Assistant qualité : maîtriser pleinement la fonction
Réussir ses entretiens annuels d'évaluation
Réussir ses entretiens de recrutement

COMMUNICATION INTERPERSONNELLE 51

Les compétences relationnelles du manager
Donner des feedbacks constructifs

FORMATIONS SECTORIELLES 55

Pharmacie d'officine :

Accueillir et fidéliser sa patientèle
Développer son agilité relationnelle et comportementale au comptoir
Prendre en charge la femme enceinte et le bébé dans ses premiers pas
Médecine naturelle, quand la tradition fait son retour en officine
Mener un entretien de conseil et de vente en dermocosmétique
Accompagner et prévenir les situations de violence et d'agressivité
La santé et le bien être au travail, préserver son énergie

(*) La liste des formations n'est pas exhaustive car, selon les besoins identifiés, nous préconisons des formations sur-mesure. Certaines formations sont indiquées à titre d'exemples et n'ont pas encore été réalisées, sous cette forme.

Stratégie
&
Gestion d'entreprise

COMPRENDRE LES MECANISMES DE GESTION

La méconnaissance des enjeux et des risques à prendre dans la gestion d'une entreprise entraîne parfois des désaccords avec les décisions prises par la direction.
L'objectif de cette formation est de former d'une façon ludique, pragmatique et efficace **aux fondamentaux de la gestion d'entreprise**.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :
Acquérir une **lecture économique de l'entreprise** ;
Apprendre les **enjeux économiques** de l'entreprise ;
Comprendre les difficultés de la prise de décisions de la direction ;
Etre **plus acteur** de ses projets dans l'entreprise.

Public : Toutes personnes ayant besoin d'une lecture économique de son travail.
Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).
Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
Volume horaire : 10h30.
Coût : 480 € (frais en sus)
Inter ou intra entreprise, en présentiel.

Développer la culture économique dans l'entreprise.
Favoriser la prise de conscience des stagiaires, notamment sur la différence entre CA et bénéfices.
Valoriser le rôle de tous dans la chaîne de création de valeur.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Prendre des décisions stratégiques pour une entreprise fictive

Deux équipes simulent en parallèle le fonctionnement d'une entreprise soumise à des fluctuations saisonnières et à des aléas divers (variations brusques de la demande, incidents techniques, accidents du travail, etc.…).
Les participants doivent utiliser au mieux les ressources dont ils disposent (machines, trésorerie, stocks, main d'œuvre, …) tout en respectant les contraintes de fonctionnement de l'entreprise (capacités, moyens financiers, accords sociaux, …).
Les concepts de gestion d'entreprise sont illustrés et expliqués au fur et à mesure par la consultante.
Les participants sont mis en **situation de gestion d'une entreprise fictive** et doivent prendre des décisions managériales sur différents aspects :

- **La gestion des ressources humaines** : charges, formation, vacances, travail intérimaire, …
- **La gestion des ressources matérielles** : matières premières et produits finis.
- **La gestion financière** : bilan, compte de résultats, caisse.
- **La gestion commerciale** : fixation des prix, remises, prévision des ventes, relation client.

2ème partie : Prendre conscience de la lecture économique de son entreprise

1) Lecture des résultats financiers de l'entreprise
2) Faire le lien avec sa réalité économique
3) Apport théorique sur chaque concept de la gestion d'entreprise en lien avec le contexte de chacun

DEFINIR ET METTRE EN ŒUVRE UNE STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE

Cette formation-action a pour objectif de montrer comment concevoir une stratégie commerciale cohérente et d'en assurer le déploiement. Elle permet d'apprendre à positionner stratégiquement l'offre et à cibler les actions commerciales efficaces en fonction des secteurs d'activités visés.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Définir une stratégie commerciale sur la base de l'analyse marketing.
Acquérir et mettre en pratique les outils de l'analyse stratégique.
Choisir et déployer les meilleures solutions de communication et de commercialisation.

Public : Toutes personnes chargées du développement commercial.
Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).
Pré-requis : Avoir un projet d'entreprise.
Volume horaire : 28 heures
Coût : 1680 € (frais en sus)
Inter ou intra entreprise, en présentiel.

Une formation opérationnelle avec une mise en pratique immédiate par la réalisation d'un cas pratique tiré de la réalité opérationnelle du stagiaire.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.
Pendant la durée de la formation-action, le stagiaire va appliquer chaque notion apprise entre chaque journée de formation.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Définir sa stratégie commerciale : ses outils d'analyse

1) Définir et analyser son marché
- Identification de la cible
- Etude de marché
- Validation de la segmentation de clientèle

2) Le marketing stratégique : diagnostic de l'entreprise face à son marché
- Analyse de l'existant
- Etude de la concurrence
- Définition des axes stratégiques
- Objectifs et DAS

3) Le marketing opérationnel : le marketing mix

2ème partie : Déployer sa stratégie commerciale : optimiser les solutions de commercialisation

1) Applications terrains du marketing mix
2) Analyser son portefeuille clients
3) Recruter et fidéliser sa clientèle

ORGANISER ET DYNAMISER SON ESPACE DE VENTE

Mettre en pratique les techniques merchandising afin de rendre l'offre de la pharmacie attractive dans l'objectif de développer les ventes et fidéliser la clientèle.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Définir les intérêts et enjeux du merchandising pour la pharmacie, la patientèle et les laboratoires.
Mettre en pratique les règles merchandising.
Suivre les étapes avant la restructuration merchandising.
Développer la dynamique commerciale du point de vente par l'identification des zones chaudes, le choix des produits et les différents formats de balisage.

Public : Toutes personnes chargées de la dynamique commerciale d'un espace de vente.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Volume horaire : 7 heures (1 jour).

Coût : 320 € (frais en sus)
Inter entreprise, en présentiel.

Formation opérationnelle tirée de l'expérience terrain.
Partages des retours d'expérience entre pairs.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.
Pendant la durée de la formation-action, le stagiaire va appliquer chaque notion apprise

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Le merchandising et l'officine

1) Le marché de l'officine et ses évolutions
2) Le merchandising comme stratégie de développement

2ème partie : Le merchandising : définition, intérêts et enjeux

1) Définir ce qu'est le merchandising
2) Intérêts et enjeux : pour le client, la pharmacie et le distributeur
3) Identifier les différentes techniques de merchandising

3ème partie : Le merchandising depuis le parcours client

1) L'accueil
2) Le flux de circulation
3) L'offre produit, l'offre prix et la structuration d'un linéaire
4) L'information client et les différentes typologies de balisage

FAACEBOOK, UNE SOLUTION DIGITALE POUR DEPLOYER SON IMAGE

Inclure le réseau social Facebook comme outil de sa stratégie markéting, pour créer et gérer pages, groupes, événements afin de développer son image.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Maitriser Facebook dans une optique professionnelle.
Connaitre les possibilités offertes par ce réseau social.
Comprendre comment utiliser Facebook dans votre activité.
Connaitre les fonctionnalités avancées, par exemple les statistiques et la publicité.
Savoir automatiser les publications.

Public : Toutes personnes ayant pour mission de déploiement de la stratégie marketing de son entreprise.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Volume horaire : 7 heures (1 jour).

Coût : 320 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel .

L'apport des connaissances s'appuie sur la réalité opérationnelle des stagiaires en lien avec leurs expériences et leurs questionnements.
Les résultats de l'acquisition des connaissances est visible dès la fin de la formation.

En amont, un quizz est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités. Ce même quizz est également rempli en fin de formation pour évaluer les connaissances acquises. La création d'un outil Facebook permet au stagiaire d'identifier sa progression et ses points de progrès.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Pourquoi s'intéresser à Facebook ?

1) Ce que Facebook peut apporter : les intérêts et enjeux de ce réseau social
2) La réglementation autour de l'utilisation de Facebook
3) Identifier le vocabulaire et les paramètres de Facebook
4) Se repérer dans les écrans de Facebook
5) Utiliser les différentes fonctions de Facebook
6)

2ème partie : Page ou Groupe Facebook, quelles différences ?

1) Comprendre la différence entre Page et Groupe
2) Créer une Page / un Groupe et gérer les paramètres
3) Rendre votre Page / votre Groupe attractif

3ème partie : Dynamiser sa Page / son Groupe par la création d'évènements

1) Créer des évènements : Quelle typologie d'évènements ? Quel process ?
2) Diffuser vos évènements : invitations, partages, likes, trucs et astuces

3ème partie : Attirer le maximum de J'aime et de partages de sa Page

1) Identifier les acteurs permettant de déployer son image
2) Faire vivre votre Page, Groupe, Profil : fréquence, contenu, partages ?
3) Optimiser une Page pour le moteur de recherche interne de Facebook.
4) Interpréter les statistiques de votre Page, Profil, groupe comme point d'appui de votre stratégie marketing

DEVELOPPER SA NEGOCIATION COMMERCIALE (Niveau I)

Définir la stratégie d'achat et les outils pour mener à bien ses entretiens.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Préparer et conduire l'entretien de négociation d'achats.
Acquérir et pratiquer une méthode sûre et éprouvée pour atteindre ses objectifs, notamment de réduction des coûts d'achat.
Adopter les postures des acheteurs professionnels efficients.
Être plus à l'aise face à un vendeur chevronné dans le respect de l'éthique.

Public : Toutes personnes ayant pour mission la négociation achats.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Volume horaire : 14 heures (2 jours).

Coût : 640 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel .

L'apport des connaissances s'appuie sur la réalité opérationnelle des stagiaires en lien avec leurs expériences et leurs questionnements.
Les résultats de l'acquisition des connaissances est visible dès la fin de la formation.

En amont, un questionnaire est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités. Ce même questionnaire est également rempli en fin de formation pour évaluer les connaissances acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Préparer sa négociation d'achats

1) Anticiper ses négociations à chaque étape du processus achats.
2) Cibler ses objectifs.
3) Organiser les points à négocier.
4) Evaluer le rapport de force acheteur / vendeur et l'enjeu.
5) Affiner ses stratégies.

2ème partie : Utiliser les outils du négociateur achats

1) Le bilan chiffré : ventes et stock.
2) Les outils d'aide à la vente : le bilan.
3) La matrice objectifs—limites.

3ème partie : Utiliser les techniques du négociateur achats

1) Le questionnement.
2) La reformulation.
3) Concessions—contreparties.
4) Le compte rendu d'entretien.
5) Les 7 règles d'or du négociateur achats.

4ème partie : Démarrer efficacement l'entretien

1) Affirmer sa place de négociateur achats vis-à-vis des interlocuteurs internes.
2) Gérer les rapports de force.
3) Créer un climat propice à l'atteinte des objectifs.
4) Doser ses ressources.

5ème partie : Mener et conclure favorablement

1) Ecouter de manière active.
2) Savoir résister et concéder au bon moment.
3) Pratiquer l'empathie et l'assertivité.
4) Rester structuré et créatif.
5) Prendre le temps pour en gagner.

DEVELOPPER SA NEGOCIATION COMMERCIALE (Niveau II)

Optimiser les conditions d'achat auprès des laboratoires, améliorer la productivité des entretiens, assurer le suivi des engagements commerciaux.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Acquérir une méthodologie pour préparer sa négociation d'achats.
Mieux cerner les intentions de vos interlocuteurs.
Améliorer sa communication dans sa négociation.
Adapter son comportement pour établir une relation de confiance.
Optimiser le suivi de ses négociations commerciales.

Public : Toutes personnes ayant pour mission la négociation achats.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Volume horaire : 14 heures (2 jours).

Coût : 640 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel .

L'apport des connaissances s'appuie sur la réalité opérationnelle des stagiaires en lien avec leurs expériences et leurs questionnements.
Les résultats de l'acquisition des connaissances est visible dès la fin de la formation.

En amont, un questionnaire est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités. Ce même questionnaire est également rempli en fin de formation pour évaluer les connaissances acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Organiser sa négociation d'achats

1) Repérer les points cruciaux à chaque étape de la négociation.
2) Prendre en compte dès le début les véritables enjeux.
3) Jauger la marge de manœuvre de l'acheteur et du vendeur.

2ème partie : Observer et s'adapter face à ses interlocuteurs en négociation

1) S'entraîner à repérer le comportement non-verbal du vendeur : la calibration.
2) Améliorer ses techniques de synchronisation : les utiliser en situation de négociation achat.
3) Adapter son style de négociateur : choix du style de communication et des arguments adaptés à chaque style.
4) S'entraîner à développer sa "flexibilité mentale" : les 3 modes de perception.
5) Repérer les signes de conclusion de la négociation.

3ème partie : Gérer ses émotions pour défendre ses intérêts en négociation

1) Repérer le lien entre émotions, croyances et comportements.
2) Surmonter ses croyances et ses limites.
3) Se préparer mentalement à sa future négociation.
4) Analyser les situations tendues.
5) Tirer parti de ses émotions en cours de négociation.
6) Comprendre ce qui dans son propre comportement peut faire déraper la négociation.

3ème partie : Développer sa puissance de persuasion

1) Utiliser les techniques de persuasion.
2) Développer son assertivité.
3) Utiliser les ruptures en négociation.
4) Prendre en compte les points forts et les limites liés à son style de négociateur.

Management

MANAGEMENT & LEADERSHIP

Développer son impact personnel de manager.
Adapter ses comportements pour plus d'efficacité.
Créer une relation de confiance avec ses acteurs managés.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Comprendre les intérêts et les enjeux du leadership dans la fonction de manager.
Positionner son rôle de manager et développer son leadership personnel.
Adapter ses comportements en fonction de la situation et de ses interlocuteurs.
Utiliser les 4 leviers du leadership.

Public : Toutes personnes ayant pour fonction le management d'équipe.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Exercer une fonction managériale.

Volume horaire : 14 heures (2 jours) + 3h de coaching individuel.

Coût : 1380 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

Points forts :

La pédagogie basée sur le coaching pour rendre autonome et responsable de son apprentissage.
Le coaching individuel proposé favorise les prises de conscience sur l'acquisition de la thématique.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Intégrer les spécificités du leadership dans la fonction de manager

1) Agir pour obtenir l'adhésion et l'implication des différents acteurs
2) Faire reposer son leadership personnel sur la confiance en soi et des relations de confiance avec les acteurs
3) Utiliser les leviers du leadership du manager

2ème partie : Développer son leadership personnel

1) Prendre conscience de ses préférences comportementales pour s'adapter à celles de ses interlocuteurs
2) Expérimentations
3) S'entraîner avec les autres participants

3ème partie : Développer une relation de confiance avec ses différents interlocuteurs

1) Etablir et maintenir un contact positif avec ses interlocuteurs « l'inclusion »
2) Adapter son niveau d'influence aux situations et aux interlocuteurs « le contrôle »
3) Etablir un dialogue ouvert et sincère avec ses interlocuteurs « l'ouverture »
4) Identifier et s'adapter au cadre de référence des différents acteurs « les préférences de climat relationnel »
5) Construire la confiance en adaptant les comportements à ses interlocuteurs et aux situations.

MANAGEMENT D'EQUIPE

Acquérir les fondamentaux de la fonction de manager d'équipe.
Mobiliser les énergies individuelles des membres de l'équipe au service de l'entreprise.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Comprendre les intérêts et les enjeux de la fonction de manager.
Identifier son style de management : les points d'appui et les axes de progrès.
Mobiliser les énergies individuelles des membres de l'équipe au service du projet d'entreprise.
Activer les leviers pour responsabiliser et rendre autonome ses collaborateurs.

Public : Toutes personnes ayant pour fonction le management d'équipe.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Exercer une fonction managériale.

Volume horaire : 21 heures (3 jours) + 3h de coaching individuel.

Coût : 1800 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

La pédagogie basée sur le coaching pour rendre autonome et responsable de son apprentissage.
La présentation orale du projet d'équipe. Les 3h de coaching individuel.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Définir les objectifs et clarifier les enjeux du management d'équipe

1) Identifier les conditions de réussite d'une équipe
2) Définir un cadre de travail commun en formalisant les règles du jeu efficaces
3) Définir et formaliser des objectifs efficaces
4) Adapter son management à l'objectif

2ème partie : Susciter la motivation individuelle des membres de l'équipe

1) Agir sur les leviers de motivation pertinents
2) Traiter les problèmes de démotivation qui risquent d'impacter la performance de l'équipe

3ème partie : Responsabiliser et rendre autonome son équipe

1) Structurer sa démarche de délégation
2) Les 4 étapes de la délégation réussie
3) Développer l'autonomie de ses collaborateurs

4ème partie : Développer les comportements de management efficaces

1) Prendre conscience de ses styles de management préférentiels
2) Identifier ses points forts et ses axes d'amélioration : définir un plan d'actions
3) Adapter son style au contexte

5ème partie : Accompagner ses collaborateurs dans la montée en compétences

1) Traiter les erreurs dans une dynamique de progrès
2) Confronter un collaborateur sans le démotiver

LA BOITE A OUTILS RH DU MANAGER

Acquérir les outils RH de management.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Identifier la **place et la contribution** du pharmacien manager dans le déploiement de la politique RH de son officine.
Mettre en œuvre les démarches, les techniques et les outils associés aux différents processus RH dans lequel le manager intervient (évaluation, organisation du travail, développement des compétences, motivation, etc.)

Public : Toutes personnes ayant pour fonction le management d'équipe.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Exercer une fonction managériale.

Volume horaire : 14 heures (2 jours).

Coût : 840 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

La pédagogie basée sur le coaching pour rendre autonome et responsable de son apprentissage.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Donner du sens autour du projet RH

1) Faire le point sur le contexte de son entreprise
2) Identifier les intérêts et les enjeux du projet d'entreprise
3) Clarifier son rôle dans le projet d'entreprise
4) Rédiger son projet d'entreprise

2ème partie : Communiquer autour du projet d'entreprise

1) Clarifier les intérêts de la communication
2) Définir les modes de communication interne
3) Construire le plan de communication au profit du projet d'entreprise

3ème partie : Structurer l'entreprise au profit du projet d'entreprise

1) Identifier les outils permettant la structuration de l'entreprise
2) Clarifier les rôles et missions de chacun
3) Planifier les actions et les tâches

4ème partie : Déployer les compétences et l'employabilité de ses collaborateurs

1) Identifier l'adéquation entre les compétences des collaborateurs et le projet d'entreprise
2) Mettre en place le développement des compétences et l'employabilité des collaborateurs

5ème partie : Mobiliser les acteurs dans le développement du projet d'entreprise

1) Identifier les différentes approches de la motivation
2) Mettre en place un équilibre contribution-rétribution
3) Rendre autonomes et responsables ses collaborateurs

UTILISER LE COACHING POUR MANAGER

Acquérir les fondamentaux du coaching pour prendre une posture de responsabilisation et d'autonomisation de ses collaborateurs.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Acquérir de nouveaux outils issus du coaching pour pratiquer son métier avec pertinence et efficacité.
Développer une attitude coach pour aborder des situations délicates avec sérénité
Construire des stratégies de réussite poir l'obtention de meilleurs résultats dans sa pratique.
Accompagner une équipe vers plus d'efficience.

Public : Toutes personnes ayant pour fonction le management d'équipe.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Exercer une fonction managériale.

Volume horaire : 21 heures (3 jours) + 3h de coaching individuel.

Coût : 1800 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

Les apports de connaissance sont accompagnés de mises en situations permettant de pratiquer des entretiens de coaching.
Les 3 heures de coaching individuel favorisent la mise en mouvement de la performance du manager-coach.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Evoluer dans son rôle de manager : de responsable hiérarchique à manager coach

1) Les spécificités du rôle de manager coach
2) Les conditions de réussite du coaching de ses collaborateurs
3) Identifier ses ressources et ses freins personnels pour adopter une posture de manager coach

2ème partie : Adopter les bonnes pratiques du manager coach

1) Susciter la demande par du feedback
2) Cadrer et contractualiser la relation avec son collaborateur
3) Clarifier les règles du jeu de l'intervention du manager coach
4) Organiser le processus d'intervention

3ème partie : Utiliser les outils du coaching dans son management

1) Repérer les techniques de coaching utilisables par un manager
2) Développer les 3 dimensions de la maturité chez ses collaborateurs
3) S'entrainer aux techniques de questionnement et d'écoute active

METTRE EN PLACE UN SYSTEME DE MANAGEMENT DE LA QUALITE (SMQ) - NIVEAU I

Acquérir le sens et les outils pour la mise en œuvre d'un système de management de la qualité.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Connaître les enjeux d'une démarche qualité ;
Comprendre le concept d'une démarche qualité ;
Acquérir les étapes pour la mise en place d'un système de management de la qualité.

Public : Professionnel voulant mettre en place un SMQ.
Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).
Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.
Volume horaire : 14 heures (2 jours).
Coût : 840 € (frais en sus)
Inter ou intra entreprise, en présentiel.

Apprentissage très opérationnel basé sur l'utilisation de données réelles des participants pour démarrer la mise en œuvre d'un système de management de la qualité

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Connaitre les principes et concepts d'une démarche qualité

1) Le vocabulaire, les mots-clés : le minimum à connaitre du « jargon qualité »
2) L'historique et les concepts : les repères pour s'y retrouver
3) Les notions fondamentales : les 7 principes du management de la qualité
4) Les clés de lecture simples de la norme ISAO 9001 : 2015

2ème partie : Comprendre ce qu'est un système de management de la qualité

1) La définition, les paramètres, les enjeux
2) Les composantes d'un système de management de la qualité : contexte de l'organisme, leadership, planification, maîtrise, évaluation des performances, amélioration.
3) Les concepts clés à connaître
4) L'engagement de la direction
5) Le rôle de chaque membre de l'équipe : l'importance de l' « humain » en management de la qualité

METTRE EN PLACE UN SYSTEME DE MANAGEMENT DE LA QUALITE (SMQ) - NIVEAU II

Acquérir le sens et les outils pour la mise en œuvre d'un système de management de la qualité.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Connaître les enjeux d'une démarche qualité ;
Comprendre le concept d'une démarche qualité ;
Acquérir les étapes pour la mise en place d'un système de management de la qualité.

Public : Professionnel voulant mettre en place un SMQ.
Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).
Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.
Volume horaire : 14 heures (2 jours).
Coût : 840 € (frais en sus)
Inter ou intra entreprise, en présentiel.

Apprentissage très opérationnel basé sur l'utilisation de données réelles des participants pour démarrer la mise en œuvre d'un système de management de la qualité

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Découvrir les méthodes et outils liés à la démarche qualité

1) La relation client : écoute, réclamations, satisfaction
2) Le leadership : indicateurs et tableau de bord qualité, revue de direction
3) L'approche processus : description, analyse des risques, 5 M, maîtrise des processus, mesure et surveillance
4) La relation client fournisseur interne
5) Le système documentaire qualité
6) L'amélioration et les outils associés

2ème partie : Définir sa stratégie dans la démarche qualité

1) Analyser l'existant
2) Relever les dysfonctionnements
3) Définir son engagement qualité
4) Identifier et mettre en place les actions
5) Vérifier les résultats

2ème partie : Mettre en place les conditions de réussite

1) L'engagement de la direction
2) L'équipe, les rôles et les missions de chacun dans le système de management de qualité
3) Définir des objectifs clairs
4) Impliquer tous les collaborateurs

METTRE EN PLACE UN SYSTEME DE MANAGEMENT DE LA QUALITE (SMQ) - NIVEAU III

Acquérir le sens et les outils pour la mise en œuvre d'un système de management de la qualité.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Connaître les enjeux d'une démarche qualité ;
Comprendre le concept d'une démarche qualité ;
Acquérir les étapes pour la mise en place d'un système de management de la qualité.

Public : Professionnel voulant mettre en place un SMQ.
Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).
Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.
Volume horaire : 14 heures (2 jours).
Coût : 840 € (frais en sus)
Inter ou intra entreprise, en présentiel.

Apprentissage très opérationnel basé sur l'utilisation de données réelles des participants pour démarrer la mise en œuvre d'un système de management de la qualité

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Mettre en œuvre son projet

1) S'auto-évaluer
2) Animer le projet au quotidien
3) Organiser la base documentaire
4) Faire vivre sa démarche

2ème partie : Comprendre l'importance de la communication dans une démarche qualité

1) L'identification des attentes des différents acteurs en matière de communication : direction, encadrement, acteurs internes et externes
2) Pourquoi communiquer ?
3) Qui impliquer dans les actions de communication ?

3ème partie : Co-créer avec le groupe des éléments concrets de votre démarche qualité

1) Les procédures
2) Démarche de l'amélioration continue

ASSISTANT QUALITE : MAITRISER PLEINEMENT LA FONCTION

Maîtriser le champ et les limites de la fonction d'assistant qualité.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Maîtriser les différentes tâches et outils
Gagner en autonomie et en efficacité
Prendre des initiatives et promouvoir la démarche qualité au sein de l'entreprise

Public : Personnel ayant pour fonction « assistant qualité ».

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Cette formation ne nécessite pas de pré-requis.

Volume horaire : 14 heures (2 jours)
Coût : 640 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

Pédagogie active et pragmatique

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Maîtriser les concepts de la qualité

1) Les concepts et vocabulaires qualité
2) La vision globale du système de management de la qualité.
3) La fonction d'assistant qualité dans le système de management de la qualité
4) Les principales tâches et difficultés majeures de la fonction
5) Les principes de base de la norme ISO 9001 et du management de la qualité

2ème partie : Gérer les informations documentées

1) Les exigences relatives à la documentation ISO 9001
2) La hiérarchisation des informations documentées dans un système de management de la qualité
3) Les règles de gestion : accessibilité, diffusion, mise à jour, classement
4) La création et sécurisation des documents, liens, traçabilité des échanges
5) La mise en forme des informations documentées du système qualité
6) La documentation et le système d'information

3ème partie : Exploiter les données

1) Le suivi des plannings (réunions, revues)
2) La gestion et l'amélioration des indicateurs et des tableaux de bord
3) Le suivi des réclamations, non-conformités et actions d'amélioration
4) La rédaction d'argumentaires

4ème partie : Savoir communiquer et promouvoir

1) Les résistances et solutions possibles
2) L'identification d'un lien efficace entre les différents acteurs
3) Le développement d'argumentaires pour faciliter l'adhésion
4) La conduite de réunion

REUSSIR SES ENTRETIENS ANNUELS D'EVALUATION

Acquérir les fondamentaux dans la conduite d'un entretien annuel d'évaluation.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Repérer les **enjeux** de l'entretien individuel.
Identifier son **style de management** : les points d'appui et les axes de progrès.
Conduire un entretien individuel.
Aligner les **objectifs** individuels sur les objectifs de l'entreprise.

Public : Toutes personnes étant amenées à évaluer un collaborateur.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : Exercer une fonction managériale.

Volume horaire : 14 heures (2 jours).

Coût : 840 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Situer l'entretien annuel dans les processus RH

1) Identifier les enjeux et les conditions de réussite
2) Faire de l'appréciation un acte de management et de développement des compétences
3) Identifier les liens entre l'appréciation et les processus RH

2ème partie : S'approprier les objectifs des différentes étapes de l'entretien

1) Préparer l'entretien
2) Faire le bilan de l'année écoulée
3) Evaluer les résultats et les compétences
4) S'orienter vers le futur
5) Mieux comprendre le support d'entretien et le renseigner correctement

3ème partie : S'entrainer à mener des entretiens annuels

1) Entraînement sur les différentes phases de l'entretien annuel afin de s'approprier les méthodes et techniques

4ème partie : Fixer des objectifs et évaluer avec objectivité

1) Identifier les différents types d'objectifs
2) S'entraîner à rédiger des objectifs annuels alignés sur la stratégie de l'entreprise
3) Acquérir la méthode pour rédiger des faits significatifs et objectiver son évaluation.

5ème partie : Acquérir les savoir-faire relationnels pour faciliter l'entretien

1) Utiliser les comportements adaptés en fonction des phases de l'entretien
2) Savoir féliciter et formuler une critique constructive

REUSSIR SES ENTRETIENS DE RECRUTEMENT

Acquérir les fondamentaux de l'entretien de recrutement.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Décrire le poste et le profil du candidat recherché.
Mener un entretien de recrutement structuré.
Maîtriser les techniques de questionnement et de reformulation.
Objectiver ses décisions de recrutement.

Public : Toutes personnes étant amenées à recruter.
Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).
Pré-requis : Exercer une mission de recrutement.
Volume horaire : 14 heures (2 jours).
Coût : 840€ (frais en sus)
Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Situer Les enjeux et les étapes du recrutement

1) Identifier les enjeux et les conditions de réussite
2) Connaitre la législation en matière de recrutement et de non-discrimination
3) Connaître les différentes étapes d'un recrutement

2ème partie : Préparer et structurer ses entretiens

1) Définir le poste et établir le profil du candidat recherché
2) Hiérarchiser les compétences clés à rechercher en entretien
3) Se doter d'une structure type d'entretien

3ème partie : Maîtriser les techniques de questionnement

1) Savoir poser les bonnes questions et varier ses attitudes d'écoute (150 minutes)

- Identifier les différents types de questions et leur pertinence ;
- Savoir creuser la motivation et expliciter les implicites.
- S'entraîner à la reformulation.

4ème partie : Mieux se connaitre en tant que recruteur

1) Identifier les phénomènes qui troublent notre jugement

5ème partie : S'entraîner activement à l'entretien de recrutement

1) Adapter les entretiens aux spécificités des publics à recruter

6ème partie : Préparer et structurer ses entretiens

1) Utiliser un questionnement spécifique pour valider les aptitudes managériales, le travail en équipe, l'autonomie, etc.
2) Bâtir des mises en situation
3) Observer le candidat.

7ème partie : Décider et choisir

1) Savoir prendre des notes (60 minutes)
2) Se doter de grilles de synthèse pour étayer sa décision (60 minutes)
3) Rédiger un compte-rendu objectif.
4) Faire un retour constructif au candidat.

Communication Interpersonnelle

MAXI TALENTS
Osez Votre Envol !

LES COMPETENCES RELATIONNELLES DU MANAGER

Acquérir les fondamentaux de la communication dans le management.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Comprendre les intérêts et les enjeux de la **communication dans le management**.
Positionner son rôle de manager.
Renforcer sa communication pour améliorer son management.
Intégrer la **dimension émotionnelle** pour la maîtriser.
Exercer et développer ses compétences relationnelles dans les situations quotidiennes du management.

Public : Toutes personnes ayant pour fonction de manager.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Volume horaire : 14 heures (2 jours) + 3h de coaching individuel

Coût : 1380 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Diagnostiquer son style relationnel de manager

1) Se connaître : autodiagnostic de ses caractéristiques relationnelles
2) Utiliser ses modes de communication préférentiels
3) Renforcer ses atouts et mettre en évidence ses points d'amélioration

2ème partie : Développer son talent de communication

1) Identifier en quoi la qualité relationnelle avec l'équipe influence positivement l'efficacité
2) Valoriser ses talents de communication et les développer

3ème partie : Prendre en compte l'importance de la communication avec efficacité

1) Identifier les besoins de chaque collaborateur par rapport à la relation
2) Pratiquer l'observation bienveillante des comportements
3) Communiquer avec chacun de manière adaptée

4ème partie : S'affirmer et communiquer avec efficacité

1) Conduire une réunion d'équipe
2) S'exercer à la prise de parole en public
3) Faire face aux évènements inédits, urgents, à risque.
4) Communiquer avec chacun de manière adaptée.

5ème partie : S'entraîner à la communication dans les situations de management

1) Respecter le processus relationnel autant que le contenu du message
2) Pratiquer les techniques d'écoute
3) Adopter les comportements adéquats dans les contextes individuels et collectifs
4) Donner des feedbacks positifs
5) Pratiquer l'entretien de recadrage grâce au DESC
6) Féliciter et fêter les réussites

DONNER DES FEEDBACKS CONSTRUCTIFS

Acquérir la pratique du feedback et de ses objectifs.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Identifier la nature et l'objectif du feedback : recadrer le non-respect de règles, réagir face à une faible performance, féliciter un collaborateur.
Donner un feedback constructif.
Gérer les réactions au feedback.

Public : Toutes personnes ayant pour fonction de manager.

Groupe : 6 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Volume horaire : 7 heures (1 jour)
Coût : 420 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Prendre conscience de 'l'impact de sa communication

1) Identifier la place feedback dans sa communication managériale
2) Identifier les différents feedbacks et l'objectif visé

2ème partie : Savoir gérer les signes de reconnaissance

1) Identifier les différents outils pour donner de la reconnaissance
2) S'entraîner à formuler des signes de reconnaissance.

3ème partie : Donner les différents types de feedback

1) S'approprier les différents feedbacks
2) Traiter les erreurs avec le DESC.
3) Recadrer les fautes avec le DEPAR

4ème partie : Gérer les réactions émotionnelles du feedback

1) Apprendre à diminuer l'intensité émotionnelle
2) Adapter sa réponse aux réactions
3) S'entraîner à obtenir l'acceptation du feedback par le collaborateur

Formations Sectorielles

MAXI TALENTS
Osez Votre Envol !

ACCUEILLIR ET FIDELISER SA PATIENTELE

Créer une relation de confiance durable avec sa patientèle.
Fidéliser sa patientèle pour pérenniser son officine.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Prendre en charge sa patientèle dès la prise de contact (physique et téléphonique).
Identifier ses freins et ses potentiels dans son relationnel avec la patientèle.
Faciliter la gestion de l'attente, point clé dans la gestion de l'accueil et du stress généré.
Fidéliser par la relation de confiance établie dès l'accueil.

Public : Pharmaciens, pharmaciens adjoints, préparateurs amenés à conseiller et vendre.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : la connaissance des produits est conseillée

Volume horaire : 7 heures (1 jour)
Coût : 320 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.
A partir des connaissances transmises, les stagiaires coconstruisent leur protocole d'accueil et de gestes inoubliables pour la fidélisation de la patientèle.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Clarifier le rôle et les enjeux de l'accueil.

1) Resituer la place de l'accueil dans la prise en charge de la patientèle.
2) Identifier les 3 clés de la prise de contact : confiance, estime et crédibilité

2ème partie : Aller à la rencontre de sa patientèle

1) Communiquer, une action au cœur de l'accueil
2) Identifier l'impact de l'attente dans l'accueil de sa patientèle
3) Définir ses priorités et ses objectifs pour réussir l'accueil de sa patientèle
4) Trouver les clés dans sa prise de contact selon le type de comportement de sa patientèle

3ème partie : Fidéliser votre patientèle

1) Marquer votre patientèle par les gestes inoubliables
2) Coconstruire un protocole d'accueil dans une démarche de fidélisation de votre patientèle

DEVELOPPER SON AGILITE AU COMPTOIR

Acquérir les fondamentaux de la vente-conseil en officine.
Développer le conseil associé et les ventes en officine.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Claridier le rôle et les enjeux de l'accueil et la communication dans le conseil associé.
Identifier et mettre en pratique les différentes étapes du conseil associé.
Identifier ses potentiels et ses freins.
Répondre aux besoins des clients à partir de la structuration d'un entretien de vente-conseil.

Public : Pharmaciens, pharmaciens adjoints, préparateurs amenés à conseiller et vendre.

Groupe : 6 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : la connaissance des produits est conseillée

Volume horaire : 28 heures (4 jours)
Coût : 1650 € (frais en sus)

Inter et intra entreprise, en présentiel et en distanciel.

Mise en situations conrètes (jeux de rôles)
Alternance des sessions collectives et individuelles.
Accompagnement sur-mesure au service de la patientèle et de leur relation dans l'entreprise.
En intra, cela favorise la cohésion.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
Pendant, un tableau de bord de suivi pour mémoriser les ponts c'apprentissage clés.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire .

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Evolution du marché, du métier et des attentes de la patientèle.

1) Analyse du contexte de la pharmacie
2) Votre entreprise
3) Votre concurrence
4) Votre patientèle
5) Vos produits
6) Votre métier et vous

2ème partie : L'agilité relationnelle au cœur du conseil associé.

1) Définir l'agilité relationnelle et comportementale
2) Identifier les intérêts et enjeux de la communication
3) Comprendre les facteurs du stress, les mécanismes des malentendus et des conflits dans le conseil-associé.
4) Evaluer son niveau d'agilité relationnelle et comportementale pour identifier ses points forts et ses axes de progrès.
5) Expérimenter les interactions selon les profils de clients.

3ème partie : Les étapes du conseil associé

1) Identifier les 7 étapes de la vente conseil
2) Expérimenter la structuration d'un conseil associé avec une ordonnance et sans ordonnance
3) Faire le lien entre l'agilité relationnelle et la vente conseil

ACCOMPAGNER LA FEMME ENCEINTE ET LE BEBE

Prendre en charge les « maux » de la femme enceinte et du bébé .
Développer le conseil associé et les ventes en officine.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Acquérir du savoir et du savoir-faire dans la prise en charge de la femme enceinte et du bébé.
Savoir répondre aux différentes questions posées par la patientèle et l'orienter au mieux face aux symptômes identifiés.
Connaître les limites de son champ de compétences et de conseil dans les domaines abordés.

Public : Pharmaciens, pharmaciens adjoints, préparateurs amenés à conseiller et vendre.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : la connaissance des produits est conseillée.

Volume horaire : 14 heures (2 jours)
Coût : 640 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.
L'animateur de la formation est un professionnel de santé spécialisé.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Faire un état des lieux de l'accompagnement de la femme enceinte

1) Les différents accompagnements de cette catégorie de patientèle
2) Complémentarité des rôles de la sage-femme et des acteurs de la pharmacie

2ème partie : La surveillance obstétrique : le rôle du pharmacien

1) Identifier les différents examens de grossesse et leurs buts
2) Clarifier le rôle du pharmacien à chaque stade

3ème partie : Prévenir et traiter les différents maux de la grossesse

1) La sphère digestive
2) La sphère circulatoire
3) La sphère dermatologique
4) La sphère rhumatologique
5) La sphère génitale

4ème partie : Accompagner la fin de la grossesse et l'accouchement

1) La fin de grossesse : les cas de césariennes, les suites de couches
2) La maternité psychique
3) S'équiper pour l'arrivée de bébé
4) La rééducation périnéale : rôle informatif du pharmacien

5ème partie : Prévenir les maux de bébé

1) Identifier les différents besoins du nouveau -né
2) Identifier les quatre composantes de la douleur et apporter une réponse adaptée

6ème partie : Accompagner l'alimentation de bébé

1) Les recommandations de la Haute Autorité de Santé
2) L'allaitement : rêve ou cauchemar
3) La diversification alimentaire

MEDECINE NATURELLE, QUAND LA TRADITION FAIT SON RETOUR EN OFFICINE

Proposer des conseils ciblés et efficaces en médecine naturelle.
Développer vos ventes en compléments alimentaires naturels.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Intégrer l'approche naturopathique dans vos conseils en officine.
Adapter la prise en charge de sa patientèle par une approche naturelle.
Acquérir un savoir et un savoir-faire en termes d'analyse des situations.
Maintenir une relation de confiance avec votre clientèle en proposant des conseils personnalisés.

Public : Pharmaciens, pharmaciens adjoints, préparateurs amenés à conseiller et vendre.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : la connaissance des produits est conseillée.

Volume horaire : 42 heures (6 jours non consécutifs) *(*)*
Coût : 1920 € (frais en sus)
Inter entreprise, en présentiel.

(*) La formation est découpée en 5 modules. Le suivi du module 1 est un prérequis pour le suivi des autres modules.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes .
L'animateur de la formation est Naturopathe.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

Module 1 : Introduction à l'approche naturopathique (7 heures)

1) Médecines naturelles, c'est quoi ? Définitions et historique
2) Etat des lieux du système de santé et enjeux économiques
3) Le triangle de la santé : Allopathie / Homéopathie / Naturopathie
4) La vente-conseil au naturel : les 4 tempéraments hippocratiques et les bonnes questions à poser

Module 2 : Aromathérapie : adopter les bons réflexes (7 heures)

1) Les huiles essentielles : c'est quoi ? Comment et pour qui ?
2) Bien conseiller les huiles essentielles en toute sécurité
3) La trousse aromathérapie : le top 5 des HE

Module 3 : Alimentation-santé et Micro-nutrition (7 heures)

1) Nutrition, les macros-nutriments
2) La base de l'alimentation santé : l'équilibre acido-basique
3) Introduction à la micronutrition
4) Les oligo-éléments

Module 4 : Les conseils naturels au fil des saisons (14 heures)

1) Hiver : pathologies ORL, grippe et sphère digestive
2) Printemps : détoxification et terrain allergique
3) Eté : système circulatoire et gestion du poids
4) Automne : immunité et sphère nerveuse

Module 5 : Les besoins spécifiques, la naturopathie à tous les âges (7 heures)

1) Une grossesse au naturel
2) Nourrissons et enfants
3) Les séniors
4) Les sportifs

MENER UN ENTRETIEN DE CONSEIL ET VENTE EN DERMOCOSMETIQUE

Développer le conseil associé et les ventes en officine de produits dermocosmétiques.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Comprendre le fonctionnement de la peau.
Reconnaitre les différents types de peau.
Identifier les protocoles de soins en fonction des types de peau.
Appliquer les 7 étapes de la vente-conseil au domaine de la dermocosmétique.
Identifier le positionnement marque des marques.

Public : Pharmaciens, pharmaciens adjoints, préparateurs amenés à conseiller et vendre.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : la connaissance des produits est conseillée.

Volume horaire : 14 heures (2 jours)
Coût : 640 € (frais en sus)

Inter entreprise, en présentiel.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.
La formation est animée par une esthéticienne ayant une expérience dans le domaine de l'officine.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Comprendre le fonctionnement de la peau.

1) Composition, rôles et modes de fonctionnement de la peau
2) Evolution de la peau selon l'âge, l'environnement et le comportement

2ème partie : Identifier les différents types de peau

1) Les différents types de peau
2) Répondre aux besoins de chaque type de peau : protocole de soin

3ème partie : Mener un entretien de conseil et vente en dermocosmétique

1) Identifier les besoins de son client
2) Structurer sa proposition commerciale
3) Conclure un entretien de vente-conseil

4ème partie : Clarifier le positionnement des marques pour répondre aux besoins

1) Réaliser une cartographie des marques vendues en officine
2) Mettre en adéquation la marque et les besoins de son client.

ACCOMPAGNER LES SITUATIONS DE VIOLENCE

Acquérir les gestes et comportements adéquats en situation d'agressivité et de violence.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Diagnostiquer les différents types d'agressivité et de violence.
Choisir et prendre les dispositions de protection appropriées pour soi, l'équipe et les patients.
S'appuyer sur le groupe pour favoriser la résolution du conflit.
Diminuer son stress face à l'agressivité et la violence.

Public : Toutes personnes en relation avec du public pouvant avoir un comportement agressif.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : pas de prérequis.

Volume horaire : 28 heures (4 jours)

Coût : 1280€ +(frais en sus) (*)

Inter entreprise, en présentiel.

(*) Une enquête sur la situation de violence et d'agressivité est un plus pour l'apprentissage. Son coût supplémentaire est évalué selon les besoins de l'entreprise.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Qu'est-ce que l'agressivité et la violence ?

1) Etat des lieux de la situation : resituer la violence dans le contexte de chacun
2) Agressivité et violence en milieu hospitalier : données chiffrées.
3) Les repères juridiques en cas de violence
4) Les différentes manifestations de violence, ses mécanismes, ses sources et son rôle.

2ème partie : Comment prévenir l'agressivité et la violence ?

1) Prendre conscience de son propre comportement
2) Les représentations de chacun sur la violence, la sienne, celle de l'autre
3) Analyse de ses comportements générateurs de violence
4) Définir les objectifs individuels et collectifs en fonction des résultats de l'enquête

3ème partie : Désamorcer et gérer les situations difficiles, comment s'y prendre ?

1) Comment réagir face à l'agressivité ? Analyser, définir une stratégie d'intervention, améliorer
2) Le stress engendré par les situations d'agressivité et de violence envers soi
3) L'enjeu du désamorçage des situations : assurer sa sécurité et contribuer à celle de l'équipe

4ème partie : résolution du conflit et de l'affrontement, et après ?

1) Revisiter les faits en équipe pour ajuster et améliorer la gestion et la prévention des situations d'agressivité et de violence
2) Prendre en charge des victimes de violence : reconnaissance du statut de victime, accompagnement psychologique, etc.

LA SANTE ET LE BIEN ETRE AU TRAVAIL

Acquérir les fondamentaux pour préserver son énergie.

A la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

Comprendre les mécanismes du stress au travail pouvant agir sur votre santé au travail.

Agir sur les facteurs de stress en utilisant les techniques adaptées.

Public : Tous les collaborateurs qui souhaitent être sensibilisés au bien-être au travail.

Groupe : 8 personnes minimum (12 maximum).

Pré-requis : pas de prérequis.

Volume horaire : 14 heures (2 jours)

Coût : 640€ (frais en sus)) (*)

Inter et intra entreprise, en présentiel.

(*) Une enquête sur la situation du bien être au travail est un plus pour l'apprentissage. Son coût supplémentaire est évalué selon les besoins de l'entreprise.

L'apport des connaissances s'appuie sur des mises en situation concrètes amenées par les stagiaires.

En amont, un autodiagnostic est proposé au stagiaire pour se situer et définir ses priorités.
En fin, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par le stagiaire ; cela lui permet d'identifier comment il va mettre en pratique les notions acquises.

PROGRAMME DE FORMATION

1ère partie : Préserver son capital santé dans son environnement professionnel

1) Identifier les facteurs de stress ;
2) Prendre conscience des facteurs de risque.

2ème partie : Identifier les signaux d'alerte du stress

1) Les signaux physiologiques ;
2) Les signaux liés à l'hyper adaptabilité.

3ème partie : Observer l'impact des différents signaux sur soi-même

1) Comprendre les mécanismes du stress ;
2) Les repérer pour soi-même.

4ème partie : Mettre en place un plan d'actions pour agir au plus vite

1) Accepter le diagnostic de surmenage professionnel ;
2) Agir sur ses « stresseurs » personnels ;
3) Agir pour communiquer vers son management et expliciter ses difficultés.

LES BILANS DE COMPETENCES

1) Les objectifs et le déroulement p. 64
2) Les modalités d'intervention p. 65
3) La pédagogie p. 66
4) L'accessibilité, l'évaluation et le suivi p. 68

QU'EST-CE QU'UN BILAN DE COMPETENCES ?

OBJECTIFS

L'action de formation « bilan de compétences » entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue (article L6130-1 du code du travail) et la catégorie des actions d'adaptation et de développement des compétences du salarié par l'article L6313-3 du code du travail.

- Analyser ses **compétences personnelles et professionnelles**, ses aptitudes et ses motivations ;
- Définir son **projet professionnel** et, le cas échéant, un **projet de formation**.
- Utiliser ses **atouts comme un instrument de négociation** pour un emploi**,** une formation ou une évolution de carrière**.**

DEROULEMENT EN 3 PHASES

Phase préliminaire

La phase préliminaire a pour objet de :

- **D'analyser** la demande et le besoin du bénéficiaire.
- **Déterminer le format le plus adapté** à la situation et au besoin.
- **Définir conjointement des modalités** de déroulement du bilan.

Phase d'investiga-

La phase d'investigation a pour objet, soit :

- **Construire** son projet professionnel et en vérifier la pertinence.
- **Elaborer** une ou plusieurs alternatives professionnelles.

Phase de conclusion

La phase de conclusion a pour objet de :

- **S'approprier les résultats détaillés** de la phase d'investigation ;
- Recenser les conditions et moyens **favorisant la réalisation du ou des projets professionnels**.
- **Prévoir les principales étapes du ou des projets professionnels,** dont la possibilité de bénéficier d'un entretien de suivi avec le prestataire du bilan de compétences.

Le bilan se termine par la présentation au bénéficiaire d'un **document de synthèse**, établi par l'organisme prestataire. Le bénéficiaire du bilan est **seul destinataire** des résultats et du document de synthèse qui ne peuvent être communiqués à un tiers qu'avec son accord.

QUELLE EST LA MISE EN OEUVRE ?

MODALITES D'INTERVENTION

Quelles sont les personnes que nous accompagnons en bilan de compétences ?

Nous proposons **deux typologies de bilan** :

- Le bilan de compétences en vue d'une réorientation, auprès d'un public ayant déjà exercé une profession ;
- Le bilan de compétences en vue d'orientation, principalement auprès d'un jeune public.

Le public adulte concerne toute personne active, notamment :

- Les salariés du secteur privé,
- Les demandeurs d'emploi : la demande doit être faite auprès de Pôle emploi, de l'APEC,
- Les salariés du secteur public (fonctionnaires, agents non titulaires, etc.) .

DUREE ET TARIF

La durée globale du bilan de compétences est au maximum de 24h00. Ces heures sont réparties sur plusieurs semaines. La durée d'un entretien varie entre 1h30 et 2h00.

Les prestations de bilan de compétences sont réalisées sur-mesure ; leur tarification varie, alors, selon les objectifs du bénéficiaire. Le tarif de cette prestation est communiqué après l'entretien avec le bénéficiaire, lors de l'identification de ses besoins. Il comprend les entretiens, les outils, des tests et le rapport de synthèse.

MODALITES DE FINANCEMENT

Le bilan de compétences peut être financé selon les modalités suivantes :

- Eligibles au compte personnel de formation, soit réalisé hors temps de travail, sans en informer son employeur, soit en tout ou partie, pendant le temps de travail, avec accord de l'employeur.

- Inclues dans le plan de développement des compétences de l'entreprise ou d'un congé de reclassement. Dans le cas d'une prise en charge par l'entreprise, la rémunération du bénéficiaire est maintenue, sauf s'il interrompt le bilan en cours.

Dans tous les cas, il ne peut être réalisé qu'avec le consentement du salarié.

NOS METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

METHODOLOGIE

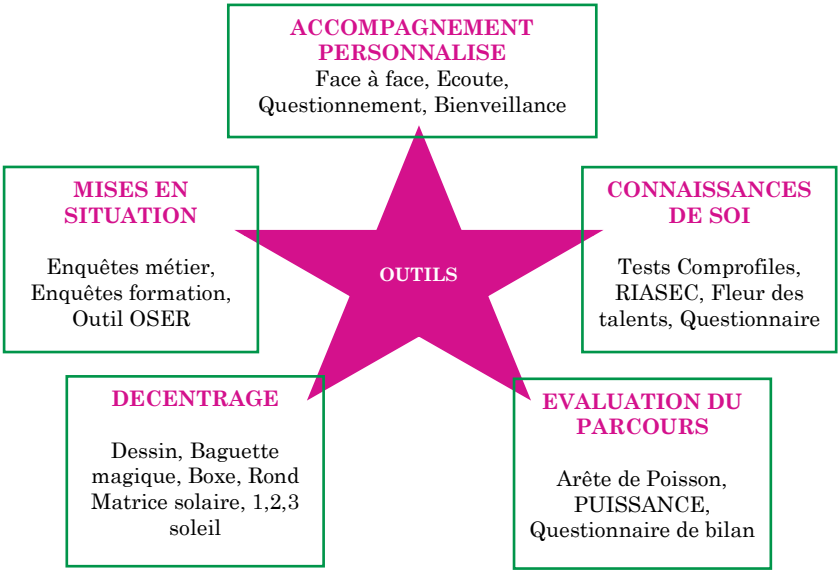
Adaptation, **sur-mesure**, tel est le sens de notre vision de l'accompagnement.

Le fil conducteur de nos interventions est **l'autonomisation du bénéficiaire** liant l'écoute, le pragmatisme et l'orientation solutions, à partir de la responsabilisation et l'engagement du bénéficiaire.

Notre posture d'accueil et de bienveillance a pour objectif de sécuriser le bénéficiaire, ce qui facilite sa progression.

TYPOLOGIES D'ATELIER

L'apprentissage est facilité par la **diversité des outils pédagogiques utilisés** ; certains en individuel et d'autres en collectif, selon l'accompagnement. Le choix des outils s'opère en fonction de l'intérêt du partage sur des pratiques, de l'évaluation des connaissances, des besoins identifiés pour chaque bénéficiaire, de la nécessité de s'enrichir des autres pratiques et de l'utilité de sortir de la situation réelle.



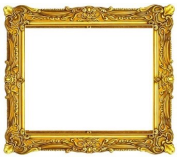
Et bien d'autres typologies d'atelier mêlant le jeu, le décentrage et la réflexion.

NOS EXPERTISES ET SPECIFICITES

NOS COMPETENCES ET EXPERTISES

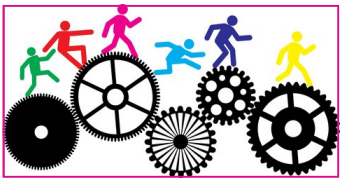
Les consultants-coach sont sélectionnés selon des **critères de qualité** :

- Leur **expertise** et leur expérience ;
- Leur aptitude à **accompagner le changement** ;
- Leur sens de la **pédagogie** et du **relationnel** ;
- Leur capacité à **structurer** leur accompagnement ;



NOS SPECIFICITES

- Une pédagogie s'appuyant sur le questionnement et la neutralité pour **rendre autonome et responsable** le stagiaire dans son apprentissage et la recherche de solutions alternatives.
- Des **exercices de décentrage** pour favoriser l'alignement du bénéficiaire avec ses motivations profondes**.**
- Exemples tirés du **terrain.**
- **Accompagnement individuel** sur la durée de la prestation totalement personnalisé.
- Nous proposons quelques **rencontres collectives**, avec l'accord du bénéficiaire, pour enrichir la connaissance de soi, avoir des regards croisés, développer de l'entraide et gagner en efficacité sur la mise en œuvre du projet professionnel.



ACCESSIBILITE, EVALUATION ET VALIDATION

ACCESSIBILITE

L'inscription s'effectue à l'issue d'un **rendez-vous d'information gratuit et sans engagement** sollicité par le bénéficiaire. Cet entretien permet d'**analyser la demande du bénéficiaire** et de proposer l'accompagnement qui est le plus en adéquation avec ses besoins.

Un **questionnaire de clarification des besoins** peut être proposé pour identifier les champs d'investigation et la durée spécifique.

MAXITALENTS est fortement engagé dans une démarche qui vise à accueillir sans discrimination les personnes en situation de handicap. Lors de l'entretien d'admission, leurs besoins spécifiques sont pris en compte et font l'objet d'une adaptation de la formation, le cas échéant.

Le **délai d'accès** à la prestation entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation se situe entre 15 et 30 jours avant le début de la prestation.

La **validation de l'inscription** se traduit par l'envoi de la convention de stage et le livret d'accueil, sous réserve de réception du dossier complet du bénéficiaire.

MODALITES D'EVALUATION

L'acquisition du savoir se **mesure** tout au long de la prestation grâce à un **carnet de bord rempli** puis au **rapport de synthèse remis** à la fin de l'accompagnement.

Dès le démarrage, le bénéficiaire indique ses **objectifs de départ** et ses indicateurs de réussite. En fin d'accompagnement, il est en mesure d'évaluer à chaud le niveau d'atteinte de son objectif.

Le **rapport de synthèse et tous les exercices réalisées** permette au bénéficiaire de s'y référer en cas de besoin et prendre conscience du chemin parcouru.

MODALITES DE SUIVI ET DE VALIDATION

Pour valider la présence du bénéficiaire, une **feuille d'émargement** est signée à la fin de chaque séance de travail par le bénéficiaire et le consultant-coach.

Un **certificat de réalisation** du bilan de compétences est remis à chaque bénéficiaire à la fin de la prestation de bilan de compétences..

CERTIFICAT DE REALISATION

Article L6313-1 code du ***travail***
Article R6332-26 code du ***travail***

LES CONDITIONS GENERALES DE VENTE

1) Bulletin d'inscription à une formation p. 70
2) Conditions générales de vente p. 71

BULLETIN D'INSCRIPTION

Par email : sandrine.touitou@maxitalents.com
Par téléphone : 06 13 53 41 27

FORMATION

Titre (*) ……
……

PARTICIPANT

N° SIRET de l'établissement du participant : ……..
☐ M. ☐ Mme Prénom (*) : …… Nom (*) : ……
Fonction : …… …..… Email (*) : ……
Raison sociale de l'établissement (*) : ……
Adresse (*): ……
Téléphone : ……..

RESPONSABLE INSCRIPTION

☐ M. ☐ Mme Prénom (*) :…… Nom (*) : ……
Fonction : …… … Email (*) : ……
Raison sociale (*) : ……
Adresse (*) : ……
Téléphone : ……..
N° Identifiant TVA (mention obligatoire) : ……..

FACTURATION

Etablissement à facturer (si différent du participant) ou OPCO : ……
……
……

(*) Mentions obligatoires

MAXITALENTS
SASU au capital de 1000€ - 305 chemin des Emeries
13580 LA-FARE-LES-OLIVIERS
Tél. 06 13 53 41 27 - Email : sandrine.touitou@maxitalents.com
SIRET : 838 802 023 00013 – APE 7022 Z
Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 93131715613 du préfet de région de Provence-Alpes-Côte d'Azur - OF agréé DATADOCK (QUALIOPI en cours).

CONDITIONS GENERALES DE VENTE MAXITALENTS

MAXITALENTS se réserve la possibilité de modifier ou de mettre à jour ses conditions générales à tout moment.

1. PRESENTATION

MAXITALENTS est un organisme de formation professionnelle dont le siège social est établi 305 chemin des Emeries à LA-FARE-LES-OLIVIERS (13580). **MAXITALENTS** développe, propose et dispense des formations en présentiel inter et intra entreprise. **MAXITALENTS** réalise également des études et du conseil opérationnel aux entreprises et des prestations de coaching (l'ensemble des prestations **MAXITALENTS** étant ci-après dénommé « l'Offre de services »).

2. OBJET

Les présentes conditions générales de vente (ci-après CGV) s'appliquent à toutes les offres de services **MAXITALENTS** relatives à des commandes passées auprès de **MAXITALENTS** par tout client professionnel (ci-après « le Client »).

Le fait de passer commande implique l'adhésion entière sans réserve du Client aux présentes CGV. Toute condition contraire et notamment toute condition générale ou particulière opposée par le Client ne peut, sauf acceptation formelle et écrite de **MAXITALENTS**, prévaloir sur les présentes CGV et ce, quel que soit le moment où elle aura pu être portée à sa connaissance. Le fait que **MAXITALENTS** ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes CGV ne peut être interprété comme valant renonciation à s'en prévaloir ultérieurement.

Le Client se porte fort du respect des présentes CGV par l'ensemble de ses salariés, préposés et agents.

Le Client reconnaît également que, préalablement à toute commande, il a bénéficié des informations et conseils suffisants de la part de **MAXITALENTS**, lui permettant de s'assurer de l'adéquation de l'Offre de services à ses besoins.

3. ETUDES ET CONSEILS OPERATIONNELS

Toute prestation d'étude et de conseil opérationnel fait l'objet d'une proposition commerciale et financière établie par **MAXITALENTS**. En cas d'acceptation par le Client, un acompte minimum de 30 % du coût total de la prestation sera versé par le Client. Le cas échéant, le prix de la prestation est révisable à la date anniversaire du contrat par application de la formule de révision visée au 7.2.3 ci-après. Pour la réalisation des missions d'études et de conseil opérationnel, **MAXITALENTS** facture le temps des consultants consacré à la mission, soit en fonction d'un prix par jour d'intervention, soit au forfait. Les frais techniques et logistiques liés à l'exécution de la mission sont à la charge du Client et ne sont en aucun cas inclus dans les honoraires. Sauf indication contraire dans la proposition, ces frais sont facturés à leur prix coûtant.

4. PRESTATIONS DE COACHING

Toute prestation de coaching fait l'objet d'une proposition commerciale et financière établie par **MAXITALENTS**. En cas d'acceptation par le Client, la totalité du coût de la prestation sera versée par le Client. Pour la réalisation de la prestation de coaching, **MAXITALENTS** facture le nombre d'heures de coaching prévu initialement, et le cas où une prestation de coaching serait ajoutée, sur l'accord des deux parties, celle-ci ferait l'objet d'une facturation supplémentaire. Les frais techniques et logistiques liées à l'exécution de la mission sont à la charge du Client et ne sont, en aucun cas, inclus dans les honoraires. Sauf indication contraire dans la proposition, ces frais sont facturés à leur prix coûtant.

5. FORMATIONS

5.1 Dispositions communes

Les prestations peuvent être réalisées en présentiel et en distanciel.

Dans le cas d'une prestation en distanciel, le participant devra s'assurer d'un matériel en bon état de marche afin de pouvoir suivre les enseignements.

Dans le cas d'une défaillance technique du participant, la société **MAXITALENTS** ne pourra pas être tenu responsable et ne pourra pas rembourser le participant.

Les dispositions du présent article concernent les formations interentreprises, longues ou courtes, disponibles au catalogue **MAXITALENTS** et réalisées dans les locaux de **MAXITALENTS** ou mis à disposition par **MAXITALENTS** et les formations intraentreprise développées sur mesure et exécutées dans les locaux de **MAXITALENTS**, du Client ou dans des locaux mis à disposition par le Client.

5.2 Formations interentreprises

5.2.1 Conditions financières

Le règlement du prix de la formation est à effectuer, à l'inscription, comptant, sans escompte à l'ordre de **MAXITALENTS**. Tous les prix sont indiqués hors taxes et sont à majorer du taux de TVA en vigueur. Les repas ne sont pas compris dans le prix de la formation, ils sont optionnels et sont directement facturés au Client qui se charge, le cas échéant, d'en obtenir le remboursement auprès de son OPCO.

5.2.2 Remplacement d'un participant

MAXITALENTS offre la possibilité de remplacer un participant empêché par un autre participant ayant le même profil et les mêmes besoins en formation.

Le remplacement d'un participant est possible sans indemnité jusqu'à 10 jours ouvrés. Si le remplacement intervient moins de 10 jours ouvrés avant le démarrage de la formation, il ouvre droit à une indemnité forfaitaire de 50 € au profit de **MAXITALENTS**.

5.2.3 Insuffisance du nombre de participants à une session

Dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour assurer le bon déroulement de la session de formation, **MAXITALENTS** se réserve la possibilité d'ajourner la formation au plus tard une semaine avant la date prévue et ce, sans indemnités.

5.3 Formations intraentreprise

Toute formation intraentreprise fera préalablement l'objet d'une proposition commerciale et financière par **MAXITALENTS**. Sauf disposition contraire dans la proposition **MAXITALENTS**, un acompte minimum de 50 % du coût total de la formation sera versé par le Client avant le démarrage de la formation.

Le cas échéant, le prix est révisable à la date anniversaire du contrat par application de la formule de révision visée au .2.3 ci-après.

6. BILANS DE COMPETENCES

6.1 Documents contractuels

Dans le cas d'un congé bilan de compétences : à l'issue d'un rendez-vous d'information gratuit et sans engagement réciproque sollicité par le bénéficiaire, celui-ci contacte l'organisme financeur pour récupérer le dossier de demande de prise en charge ; s'il choisit le **MAXITALENTS** comme prestataire, un deuxième rendez-vous est organisé au cours duquel le prestataire remplit la partie devis de l'organisme figurant dans le dossier de demande du congé bilan de compétences. A charge du bénéficiaire de renvoyer le dossier à son organisme financeur en y joignant les documents complémentaires demandés. Le bénéficiaire confirme l'aspect volontaire de sa démarche.

Dans le cas du Plan de Formation : à l'issue d'un rendez-vous d'information, gratuit et sans engagement mutuel, sollicité par le bénéficiaire, celui-ci reçoit de la part de **MAXITALENTS** un devis et un programme de formation détaillé avec un planning prévisionnel de rendez-vous.

Le bénéficiaire confirme l'aspect volontaire de sa démarche. Charge ensuite à ce dernier de faire la demande d'acceptation auprès de son employeur par lettre recommandée avec AR. Dans les 30 jours suivant la réception de la demande, l'employeur doit faire connaître par écrit à l'intéressé son accord. Il s'engage à retourner à **MAXITALENTS** un exemplaire daté, signé et portant le cachet commercial de l'entreprise. L'absence de réponse de l'employeur vaut acceptation de la prestation. **MAXITALENTS** fait parvenir au bénéficiaire en 3 exemplaires une Convention tripartite précisant les conditions de prise en charge du financement de sa formation dans le cadre du Plan de formation. Le bénéficiaire et son employeur signent les trois exemplaires de la convention tripartite.

Dans le cas d'un demandeur d'emploi, pôle emploi se substitue à son employeur ; la demande est formulée au référent pôle emploi et ensuite à l'OPCO concerné (La personne peut solliciter un financement dans le cadre du CPF).

Lorsqu'une personne physique entreprend une formation à titre individuel et à ses frais, le contrat est réputé formé lors de sa signature, il est soumis aux dispositions des articles L.6353-3 à L.6353-9 du Code du Travail. L'élaboration de la convention tripartite est à la charge de **MAXITALENTS**.

7. DISPOSITIONS COMMUNES AUX FORMATIONS

7.1 Documents contractuels

Pour chaque action de formation une convention établie selon les articles L. 6353-1 et L. 6353-2 du Code du travail est adressée en deux exemplaires dont un est à retourner par le Client revêtu du cachet de l'entreprise, accompagné de participation est adressée après la formation. Une attestation de présence pour chaque partie peut être fournie sur demande.

7.2 Règlement par un OPCO

En cas de règlement par l'OPCO dont dépend le Client, il appartient au Client d'effectuer la demande de prise en charge avant le début de la formation auprès de l'OPCO. L'accord de financement doit être communiqué au moment de l'inscription et sur l'exemplaire de la convention que le Client retourne signé à **MAXITALENTS**. En cas de prise en charge partielle par l'OPCO, la différence sera directement facturée par **MAXITALENTS** au Client. Si l'accord de prise en charge de l'OPCO ne parvient pas à **MAXITALENTS** au premier jour de la formation, **MAXITALENTS** se réserve

la possibilité de facturer la totalité des frais de formation au Client.

7.3 Annulation des formations à l'initiative du Client

Les dates de formation en présentiel sont fixées d'un commun accord entre **MAXITALENTS** et le Client et sont bloquées de façon ferme. En cas d'annulation tardive par le Client d'une session de formation planifiée en commun, des indemnités compensatrices sont dues dans les conditions suivantes :

- report ou annulation communiquée au moins 30 jours ouvrés avant la session : aucune indemnité ;
- report ou annulation communiquée moins de 30 jours et au moins 15 jours ouvrés avant la session : 30 % des honoraires relatifs à la session seront facturés au Client ;
- report ou annulation communiquée moins de 15 jours ouvrés avant la session : 70 % des honoraires relatifs à la session seront facturés au Client.

8. DISPOSITIONS APPLICABLES À L'ENSEMBLE DE L'OFFRE DE SERVICES MAXITALENTS

8.1 Modalités de passation des Commandes

La proposition et les prix indiqués par **MAXITALENTS** sont valables un (1) mois à compter de l'envoi du bon de commande. L'offre de services est réputée acceptée dès la réception par **MAXITALENTS** d'un bon de commande signé par tout représentant dûment habilité du Client, dans le délai d'un (1) mois à compter de l'émission dudit bon de commande.

La signature du bon de commande et/ou l'accord sur proposition implique la connaissance et l'acceptation irrévocable et sans réserve des présentes conditions, lesquelles pourront être modifiées par **MAXITALENTS** à tout moment, sans préavis, et sans que cette modification ouvre droit à indemnité au profit du Client.

8.2. Facturation - Règlement

8.2.1 Prix

Tous les prix sont exprimés en euros et hors taxes. Ils seront majorés de la TVA au taux en vigueur. Les éventuels taxes, droits de douane ou d'importation ainsi que les frais bancaires occasionnés par le mode de paiement utilisé seront à la charge du Client.

Les frais de déplacement du (ou des) consultant (s) ou du (ou des) formateur (s) ainsi que les frais de location de salle, de documentation et de location de matériel courant (vidéo projecteur, métaplan, Matériel de simulation marketing, …) sont facturés en sus.

8.2.2 Paiement

Sauf convention contraire, les règlements seront effectués aux conditions suivantes :

- le paiement comptant doit être effectué par le Client, au plus tard dans un délai de 30 (trente) jours à compter de la date de la facture ;
- le règlement est accepté par règlement domiciliè automatique (prélèvement), chèque, virement bancaire ou postal ;
- aucun escompte ne sera appliqué en cas de règlement avant l'échéance, sauf mention différente indiquée sur la facture.

En cas de retard de paiement, **MAXITALENTS** pourra suspendre toutes les commandes en cours, sans préjudice de toute autre voie d'action.

Toute somme non payée à échéance entraîne de plein droit et sans mise en demeure préalable, l'application de pénalités d'un montant égal à trois fois le taux d'intérêt légal. **MAXITALENTS** aura la faculté de suspendre le service jusqu'à complet paiement et obtenir le règlement par voie contentieuse aux frais du Client sans préjudice des autres dommages et intérêts qui pourraient être dus à **MAXITALENTS**. Conformément à l'article L 441-6 du Code de commerce, tout paiement postérieur à la date d'exigibilité donnera lieu au paiement d'une indemnité forfaitaire de 40 € pour frais de recouvrement. Une indemnité complémentaire pourra être réclamée, sur justificatif, si les frais de recouvrement exposés sont supérieurs au montant de l'indemnité forfaitaire.

8.2.3 Révision de prix

Le cas échéant, la proposition financière du PRESTATAIRE acceptée par le Client sera révisée à chaque date anniversaire du contrat par application automatique de la formule de révision de prix suivante : P1=P0 (S1/S0), Ou P1 = prix révisé en EUR HT, P0 = prix initial en EUR HT, S1 = indice Syntec à la date de renouvellement du contrat, S0 = indice Syntec à la date de signature du contrat où à la date anniversaire du contrat pour les périodes postérieures.

8.3. Limitations de responsabilité de MAXITALENTS

La responsabilité de **MAXITALENTS** ne peut en aucun cas être engagée pour toute défaillance technique du matériel ou toute cause étrangère à **MAXITALENTS**.

Quel que soit le type de prestations, la responsabilité de **MAXITALENTS** est expressément limitée à l'indemnisation des dommages directs prouvés par le Client.

La responsabilité de **MAXITALENTS** est plafonnée au montant du prix payé par le Client au titre de la prestation concernée.

En aucun cas, la responsabilité de **MAXITALENTS** ne saurait être engagée au titre des dommages indirects tels que perte de données, de fichier (s), perte d'exploitation, préjudice commercial, manque à gagner, atteinte à l'image et à la réputation.

8.4. Force majeure

MAXITALENTS ne pourra être tenue responsable à l'égard du Client en cas d'inexécution de ses obligations résultant d'un événement de force majeure. Sont considérés comme cas de force majeure ou cas fortuit, outre ceux habituellement reconnus par la jurisprudence des Cours et Tribunaux français et sans que cette liste soit restrictive : la maladie ou l'accident d'un consultant ou d'un animateur de formation, les grèves ou conflits sociaux internes ou externes à **MAXITALENTS**, les désastres naturels, les incendies, la non obtention de visas, des autorisations de travail ou d'autres permis, les lois ou règlements mis en place ultérieurement, l'interruption des télécommunications, l'interruption de l'approvisionnement en énergie, interruption des communications ou des transports de tout type, ou toute autre circonstance échappant au contrôle raisonnable de **MAXITALENTS**.

8.5. Propriété intellectuelle

MAXITALENTS est seule titulaire des droits de propriété intellectuelle de l'ensemble des formations qu'elle propose à ses Clients. À cet effet, l'ensemble des contenus et supports pédagogiques quelle qu'en soit la forme (papier, électronique, numérique, orale, …) utilisés par **MAXITALENTS** pour assurer les formations, demeurent la propriété exclusive de **MAXITALENTS**. À ce titre ils ne peuvent faire l'objet d'aucune utilisation, transformation, reproduction, exploitation non expressément autorisée au sein ou à l'extérieur du Client sans accord exprès de **MAXITALENTS**. En particulier, le Client s'interdit d'utiliser le contenu des formations pour former d'autres personnes que son propre personnel et engage sa responsabilité sur le fondement des articles L. 122-4 et L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle en cas de cession ou de communication des contenus non autorisée.

Toute reproduction, représentation, modification, publication, transmission, dénaturation, totale ou partielle des contenus de formations, sont strictement interdites, et ce quels que soient le procédé et le support utilisés.

En tout état de cause, **MAXITALENTS** demeure propriétaire de ses outils, méthodes et savoir-faire développés antérieurement ou à l'occasion de l'exécution des prestations chez le Client.

8.6. Confidentialité

Les parties s'engagent à garder confidentiels les informations et documents concernant l'autre partie de quelle que nature qu'ils soient, économiques, techniques ou commerciaux, auxquels elles pourraient avoir accès au cours de l'exécution du contrat ou à l'occasion des échanges intervenus antérieurement à la conclusion du contrat, notamment l'ensemble des informations figurant dans la proposition commerciale et financière transmise par **MAXITALENTS** au Client. **MAXITALENTS** s'engage à ne pas communiquer à des tiers autres que ses sociétés affiliées, partenaires ou fournisseurs, les informations transmises par le Client, y compris les informations concernant les Utilisateurs.

8.7. Communication

Le Client accepte d'être cité par **MAXITALENTS** comme client de ses offres de services, aux frais de **MAXITALENTS**. Sous réserve du respect des dispositions de l'article 7.5, **MAXITALENTS** peut mentionner le nom du Client, son logo ainsi qu'une description objective de la nature des prestations, objet du contrat, dans ses listes de références et propositions à l'attention de ses prospects et de sa clientèle notamment sur son site internet, entretiens avec des tiers, communications à son personnel, documents internes de gestion prévisionnelle, rapport annuel aux actionnaires, ainsi qu'en cas de dispositions légales, réglementaires ou comptables l'exigeant.

8.8. Protection des données à caractère personnel

En tant que responsable du traitement du fichier de son personnel, le Client s'engage à informer chaque Utilisateur que :

- des données à caractère personnel le concernant sont collectées et traitées par **MAXITALENTS** aux fins de réalisation et de suivi de la formation ;
- la connexion, le parcours de formation et le suivi des acquis des Utilisateurs sont des données accessibles à ses services ;
- conformément à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, l'Utilisateur dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification des données à caractère personnel le concernant et qu'à cette fin, une demande en ligne précisant l'identité et l'adresse électronique du requérant peut être adressée à **MAXITALENTS**.

Le Client est responsable de la conservation et de la confidentialité de toutes les données qui concernent l'Utilisateur et auxquelles il aura eu accès. **MAXITALENTS** conservera, pour sa part, les données liées à l'évaluation des acquis par l'Utilisateur, pour une période n'excédant pas la durée nécessaire à l'appréciation de la formation.

8.9. Droit applicable—Attribution de compétence

Les présentes conditions sont régies par le droit français. En cas de litige survenant entre le client et **MAXITALENTS** à l'occasion de l'exécution du contrat, il sera recherché une solution à l'amiable et, à défaut, le règlement sera du ressort du tribunal de commerce de Salon de Provence.

MAXI ALENTS
Osez votre Envol !

Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Cette offre de formation est éligible à
MON COMPTE FORMATION

CONSEIL, FORMATION, BILAN DE COMPETENCES & COACHING PROFESSIONNEL

MAXITALENTS — 305 chemin des Émeries—
13580 LA FARE LES OLIVIERS
06 13 53 41 27
SASU au capital de 1000 €
SIRET : 838 802 023 00013 — APE 7022 Z
Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro
93131715613 du préfet de la région PACA
sandrine.touitou@maxitalents.com
www.maxitalents.com
www.cercle-managers-eclaires.com
Facebook : Maxitalents
In : sandrine-touitou-maxitalents
cercle-managers-eclaires