



CATALOGUE SPÉCIFIQUE

2019

STAGES PERSONNALISABLES

Nous recherchons de nouvelles idées pour permettre à nos clients de pouvoir former chaque jour de façon plus efficace leurs collaborateurs.

Nous avons imaginé une nouvelle formule les **Stages personnalisables**. Il s'agit de stages dont le programme est défini dès le départ mais que nous personnalisons (exemples, mises en situations, jeux et exercices) pour vous et pour lequel, vous choisissez avec nous les dates d'animation. Vous avez ainsi une formation standard adaptée à votre entreprise.

La seule contrainte est de présenter un minimum de quatre collaborateurs à la formation avec une limite à huit collaborateurs.

Le Prix est fixe et inférieur au coût d'un stage sur-mesure.

CREER SON PROJET D'ENTREPRISE (CYCLE LONG)

TARIF PAR GROUPE : 32 000€HT

Dates et lieux : 20 Jours (140 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Avoir une représentation complète et opérationnelle d'une Société de la phase avant création à celles du développement et de l'atteinte du point d'équilibre et rentabilité.
- Comprendre qu'une société est un système complexe à concevoir et à mener sur les divers plans :
- Vision moyen et long terme
- Composition du Capital /actionnariat
- Juridique
- Comptable et financier
- Réglementaire et gestion des normes
- Marketing et communication
- Gestion de la production
- Commercial

CONTENU :

1) Clarification du projet : 3 jours

- L'origine du projet et idée de départ
- La vision
- Le marché
- Le choix de dimensionnement / loi de Fibonacci appliquée
- Cadrage des objectifs
- Diagnostic des besoins (production, fonction, investissement, logistiques, gestion,...)
- Présentation de l'équipe, analyse de sa complémentarité
- Forces et faiblesses du porteur et de l'équipe
- Plan d'action

2) Le juridique 2 jours

- Choix du statut des sociétés, inventaires et analyse de l'opportunité de chacun statut
- Rédaction des statuts
- La gestion juridique d'une société, ce qu'il faut anticiper
- Les implications du juridiques sur les autres aspects : marketing, communication, commercial, ...
- Gestion RH...

3) L'offre : 3 jours

- Reformulation de la vision et du projet
- Le business modèle
- L'approche Marketing liée aux produits et services proposés
 - Plaquette
 - Flyer
 - Site Internet
 - Réseaux sociaux
 - Mailing et emailing

4) Gestion commercial : 2 jours

- Définition stratégie et action commerciale
- Les étapes de la vente, les compétences associées et les outils
- Les techniques et training de vente
- Le storytelling, l'argumentaire et la communication propre à la vente
- L'anticipation des objections

5) Droit des contrats : 2 jours

Contrats commerciaux
Autres contrats l'élaboration de contrats avec des partenaires commerciaux
La RGPD

6) Gestion du personnel : 4 jours

Politique et méthodes de recrutement :

- Réseau relationnel, recommandations choisies
- Annonces
- Via le out- placement ou via un pré-recrutement utilisant l'intérim
- Utilisation des chasseurs de têtes et ou cabinet de recrutement
- Gestion concrète des hommes sur le terrain

Management en Z

- Miser sur l'autonomie
- Augmenter la pression
- Alléger la pression

La motivation et les récompenses

Poser des cadres clairs

Les recadrages

Gestion spécifiques des commerciaux

Définition d'une stratégie d'objectif

Concevoir l'intéressement évolutif

Challenger

7) Suivi et ajustement du projet sur le plan commerciale 4 X1 jour

Analyse de situation

Résolution de problème / recherche de solution

Accompagnement personnalisé

PUBLICS :

Porteur de projet et créateur d'entreprise

PREREQUIS :

Avoir un projet concret ou avoir à créer dans les trois mois suivants le début de la formation

METHODE PEDAGOGIQUE :

Formation en mode formation/action réalisé à partir de l'accompagnement concret des stagiaires sur leurs propres projets

EVALUATIONS :

Grille en Etoile d'évaluation du niveau de satisfaction

Questionnaire d'évaluation des degrés de satisfaction des attentes

Contrôle des acquisitions stagiaires par QCM et Quiz

FORMATEURS :

Rémy GERVAIS et Clément BOYE

SPECIFICITES :

Formation/action étalée sur 10 mois (hors vacances)

LEADER & CHARISME

TARIF PAR GROUPE : 19 000€HT

Dates et lieux : 14 Jour (98 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Identifier ou révéler ses capacités naturelles de leader
- Intégrer les points clés du développement de son leadership en entreprise
- Agir sur soi et transformer ses attitudes et comportements
- Acquérir les outils pour devenir un leader dans sa vie

CONTENU :

1.- Se connaître soi-même (2 jours)

- Vision de son contexte personne/ identification besoins et attentes
- État de son charisme / questionnaire d'évaluation
- le charisme une attitude, une position mentale et émotionnelle, un comportement
- Les structures de sa personnalité et celle des champions
- Les caractéristiques du fonctionnement mental
- Place des valeurs et des critères
- les trois piliers de l'assurance (confiance, estime de soi et sécurité intérieure)
- Les états du moi et les drivers
- Ses attitudes face à la prise de décision
- Son style de management

2.- Communiquer (2 jours)

- Les fondements de la communication
- Le modèle des grands communicants
- Établir, maintenir et conduire une relation de sécurité et de confiance
- Communiquer avec un objectif clair concret et précis
- Construire une vision partagée porteuse de sens
- Observation, écoute, reformulation et empathie
- Faire passer un message avec élégance
- Prise en compte du contexte de son interlocuteur
- Être en état de ressources et le transmettre
- Utiliser sa voix pour impacter

3.- Avoir une vision pragmatique (2 jours)

- Place de la vision dans le charisme
- Les niveaux de logique de l'expérience et trouver son alignement
- Le processus du rêve / de la vision au projet
- Scénarisation des modes de réalisation / plan d'action
- Les stratégies de ressources
- Communiquer sa vision / utilisation des trois canaux sensoriels
- Affirmation de soi par la voix, par le corps, par la pensée

4.- Connaître sa fonction (2 jours)

- La description de fonction
- clarifier les fonctions de membres de son équipe
- établir les feuilles de route
- Les outils de pilotage : (indicateurs de performance, tableaux de bord, budgets)
- Les outils et modèles de management
- Les outils du négociateur et du vendeur au service du manager

5.- Reconnaître et développer ses qualités de leader (2 jours)

- Les caractéristiques du comportement du leader
- Flexibilité et réactivité

- Rapidité et pondération
- Disponibilité et exigence
- Les composantes du charisme (attitude, posture, image et reflet, etc.)
- La responsabilité du leader
- Leader de niveau 5 ou générer et gérer l'abondance

6.- Coacher les collaborateurs (2 jours)

- Les compétences et caractéristiques du manager coach
- La position de coach accompagnateur
- Les outils du coach
- Motivation extrinsèque et motivation intrinsèque
- Les signes de reconnaissance
- Savoir fédérer autour d'un objectif
- L'orientation solution (voir ce qui est positif et le valoriser)
- Le feed-back, la nourriture des champions
- Évaluer et motiver : la forme de la restitution

7.- Savoir se positionner (2 jours)

- Maîtrise de ses états émotionnels
- Prise en compte des émotions
- Développer son empathie
- La distanciation
- Les techniques de prises de recul
- La relation contractuelle et gestion des limites
- Assertivité /Savoir dire non avec charisme

PUBLICS :

Futur chef d'entreprise, dirigeant et / ou en activité
Manager en poste ou en devenir

PREREQUIS :

Être en situation actuelle ou future de leadership
Avoir un projet en cours ou future

METHODE PEDAGOGIQUE :

Utilisation de jeux pédagogiques / deux personnes jusqu'à 5 personnes
Visionnage critique de sujets vidéo
Co-construction à partir des situations concrètes apportées par les participants
Apports théoriques et exercice de réflexion individuel accompagné

EVALUATIONS :

Recueil des besoins et attentes par écrit ainsi que la description de situations dans lesquelles le charisme serait utile, envoyés 15 jours avant le démarrage du stage et reprise des éléments de ce recueil en fin de parcours pour évaluer l'évolution et définir un plan d'action personnalisé

FORMATEURS :

Clément BOYE et Rémy GERVAIS

SPECIFICITES :

Ce parcours s'appuie sur des situations concrètes amenées par les participants communiquées 15 jours avant le démarrage du parcours

LES NOUVEAUX MODELES D'ORGANISATION

TARIF PAR GROUPE : 4 000€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Maitrise des modèles connus de conception, gouvernance et organisation des entreprises
- Découvrir les nouvelles modèles de gouvernance des entreprises
- Explorer les nouveaux paradigmes des entreprises libérées, holocratique, sociocratique

CONTENU :

Inventaire des modèles connus par les participants
Rapide tour historique des modèles d'organisation et gouvernance des entreprises
La théorie des organisations de Minx et de leurs évolutions
Les révolutions technologiques et leurs impacts
Les nouveaux modèles : entreprises libérées, holocratique, sociocratique
Les principes, conséquences, bénéfices de l'holocratie
Les principes, conséquences, bénéfices de la sociocratie
Travail à partir des apports de Frédéric Laloux

PUBLICS :

Chefs d'entreprise en exercice

PREREQUIS :

Avoir la volonté de transformer son entreprise selon les nouveaux modèles d'organisation

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre de l'apport méthodologique et du coaching collectif et individualisé
Utilisation de supports vidéo et d'analyse d'articles en mode co-développement
Travail à partir de jeux pédagogiques fait sur mesure pour le groupe
Adaptation des supports et contenus pédagogiques en fonction des données, contextes et natures des entreprises des participants

EVALUATIONS :

Diagramme en étoile

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 10 personnes maximum

CREER SON PROJET D'ENTREPRISE (CYCLE LONG)

TARIF PAR GROUPE : 28 000,00€HT

Dates et lieux : 20 Jours (140 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Avoir une représentation complète et opérationnelle d'une Société de la phase avant création à celles du développement et de l'atteinte du point d'équilibre et rentabilité.
- Comprendre qu'une société est un système complexe à concevoir et à mener sur les divers plans :
- Vision moyen et long terme
- Composition du Capital /actionnariat
- Juridique
- Comptable et financier
- Réglementaire et gestion des normes
- Marketing et communication
- Gestion de la production
- Commercial

CONTENU :

1) Clarification du projet : 3 jours

L'origine du projet et idée de départ

La vision

Le marché

Le choix de dimensionnement / loi de Fibonacci appliquée

Cadrage des objectifs

Diagnostic des besoins (production, fonction, investissement, logistiques, gestion,...)

Présentation de l'équipe, analyse de sa complémentarité

Forces et faiblesses du porteur et de l'équipe

Plan d'action

2) Le juridique 2 jours

Choix du statut des sociétés, inventaires et analyse de l'opportunité de chacun statut

Rédaction des statuts

La gestion juridique d'une société, ce qu'il faut anticiper

Les implications du juridiques sur les autres aspects : marketing, communication, commercial, ...

Gestion RH...

3) L'offre : 3 jours

Reformulation de la vision et du projet

Le business modèle

L'approche Marketing liée aux produits et services proposés

- Plaquette
- Flyer
- Site Internet
- Réseaux sociaux
- Mailing et emailing

4) Gestion commercial : 2 jours

Définition stratégie et action commerciale

Les étapes de la vente, les compétences associées et les outils

Les techniques et training de vente

Le storytelling, l'argumentaire et la communication propre à la vente

L'anticipation des objections

5) Droit des contrats : 2 jours

Contrats commerciaux

Autres contrats l'élaboration de contrats avec des partenaires commerciaux

La RGPD

6) Gestion du personnel : 4 jours

Politique et méthodes de recrutement :

- Réseau relationnel, recommandations choisies
- Annonces
- Via le out- placement ou via un pré-recrutement utilisant l'intérim
- Utilisation des chasseurs de têtes et ou cabinet de recrutement
- Gestion concrète des hommes sur le terrain

Management en Z

- Miser sur l'autonomie
- Augmenter la pression
- Alléger la pression

La motivation et les récompenses

Poser des cadres clairs

Les recadrages

Gestion spécifiques des commerciaux

Définition d'une stratégie d'objectif

Concevoir l'intéressement évolutif

Challenger

7) Suivi et ajustement du projet sur le plan commerciale 4 X1 jour

Analyse de situation

Résolution de problème / recherche de solution

Accompagnement personnalisé

PUBLICS :

Porteur de projet et créateur d'entreprise

PREREQUIS :

Avoir un projet concret ou avoir à créer dans les trois mois suivants le début de la formation

METHODE PEDAGOGIQUE :

Formation en mode formation/action réalisé à partir de l'accompagnement concret des stagiaires sur leurs propres projets

EVALUATIONS :

Grille en Etoile d'évaluation du niveau de satisfaction

Questionnaire d'évaluation des degrés de satisfaction des attentes

Contrôle des acquisitions stagiaires par QCM et Quiz

FORMATEURS :

Rémy GERVAIS et Clément BOYE

SPECIFICITES :

Formation/action étalée sur 10 mois (hors vacances)

POSITION, PLACE ET ROLE DU LEADER

TARIF PAR GROUPE : 6 500€HT

Dates et lieux : 5 Jours (35 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Faire le point sur sa position, attitudes et comportement de leader
- Développer de nouveaux repères et / ou élargir ses perceptions et compréhensions du leadership

CONTENU :

Jour 1 : le leader visionnaire, fédérateur

- Auto évaluation de son niveau de leadership et de sa maîtrise de ce recouvre la notion de leader
- Vision des participants et autoévaluation de leurs niveaux de leadership
- Le porteur de la vision de l'organisation et de son évolution à long terme
- Utilisation de la prospective pour avoir une longueur d'avance interne externe
- Stratégies partant d'une finalité et de valeurs fondatrices
- Définition d'un cap, d'étapes et de résultats chiffrables et qualitatifs
- Construction et entretien de la cohésion autour d'un projet fort

Jour 2 : L'attitude des leaders

- Pensée et langage orienté construction, futur, action, bénéfique pour tous
- Attitude : enthousiasme et évaluation positive des situations tournée vers le succès
- Entretien conscient de son autorité naturelle et son charisme
- Recherche d'augmentation de ses propres performances
- Remise en cause personnelle structurée et avec assurance
- Fonctionnement à l'intuition calibrée et maîtrisée
- Agilité dans les difficultés et turbulence / prise de décision rapide,
- Maîtrise de ses cinq sens : observation fine, écoute et observation des modulations

Jour 3 : le leader est conscient de son impact

- Modèle inspirant de courage,
- Champion reconnu en force mentale et ténacité face et dans les épreuves
- Adeptes du calme et sérénité en toutes circonstances et à la commande
- Ambition consciente et affirmée
- Gratitude exprimée pour ses collaborateurs
- En position d'observateur de lui-même, des autres comme du système et des processus
- Gestionnaire et utilisateur habile de ses émotions et sensations corporelles pour évaluer
- La formation permanente et l'accompagnement comme élément de la culture d'entreprise

Jour 4 : le leader est un manager libéré

- Management sur la base de proposition et de questions
- Pratique le faire adhérer au cap et à la finalité plus qu'imposer
- Expression libérée par une attitude sans jugement
- Création d'un cadre donnant un cadre sécurisant aux initiatives
- Fondation des actions sur la motivation et l'implication de chacun

- Maîtrise de l'art de donner des strokes positifs / valorisation des succès, initiatives et erreurs
- Développement d'une culture de la bienveillance et de la bienveillance

Jour 5 : le leader est un animateur

- En capacité de transmettre et fédérer tous les collaborateurs, fournisseurs et clients autour de l'orientation choisie
- Compétence à se relier à ses ressources et aider les autres à le faire
- Maître dans l'art de mettre en lien personnes et niveaux de fonctionnement de l'organisation
- Management sur la base d'une délégation autorégulée
- Définition des process et indicateurs d'auto vérification du bon déroulement des tâches
- l'art de vendre et storyteller ses idées comme celles de ses collaborateurs
- Maîtrise du langage d'influence
- Co-animation des changements viraux de la culture d'entreprise
- Mesure de ses écarts/ bilan évaluation des effets immédiat de la formation
- Définition d'un programme de transformation à trois niveaux personnel, managériale, leadership

PUBLICS :

Dirigeant, manager, chef d'entreprise en activité ou en projet

PREREQUIS :

Être en position de leader au sein d'une organisation ou en passe de le devenir

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre de l'apport méthodologique et du coaching collectif et individualisé

Utilisation de supports vidéo et d'analyse d'articles en mode co-développement

Travail à partir de jeux pédagogiques fait sur mesure pour le groupe

Adaptation des supports et contenus pédagogiques en fonction des données, contextes et natures des entreprises des participants

EVALUATIONS :

Recueil des besoins et attentes par écrit ainsi que la description de situation de communication à travailler envoyés 15 jours avant le démarrage du stage et reprise des éléments de ce recueil en fin de parcours pour évaluer l'évolution et définir un plan d'action personnalisé.

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 12 personnes maximum

LE MANAGEMENT TRANSVERSAL (CYCLE LONG)

TARIF PAR GROUPE : 14 000€HT

Dates et lieux : 10 Jours (70 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Découvrir les particularités de la transversalité d'une action et de son management
- Acquérir les méthodes, connaissance, outils permettant de contrôler un projet
- Créer une dynamique collective efficace et développer les compétences relationnelles
- Savoir déjouer et où dénouer les conflits
- Savoir gérer et apprivoiser le stress

CONTENU :

J1, J2

Les conditions particulières de la transversalité :

- Les deux volets du PT et les trois contraintes
- Acteurs et instances internes, externes
- Les caractéristiques de la transversalité (conceptuelles, organisationnelles, fonctionnelles, relationnelles)

Préparation de la mise place du projet :

- Concevoir la démarche de projet
- Processus de mise en action (démarrage)
- Avoir un plan d'action du projet actualisé
- Identifier les ressources (personnes, moyens, etc.)
- Connaître son budget (temps, argent, moyen matériel)
- Mise en place d'outil de suivi et d'actualisation de projet
- Définir les objectifs intermédiaires
- Prévoir la méthode et les outils de reporting de l'équipe

Gérer la circulation de l'info vers le responsable de projet et vers la hiérarchie

- Définir un rythme de réunion
- Avoir une méthode pour structurer et conduire les réunions
- Prévoir les méthodes et outils pour mesurer les états d'avancement du projet
- Identifier comment mesurer et valoriser les résultats
- Prévoir les outils de communication en interne et en externe
- Prévoir la rédaction de présentation du projet une fois fini

J3 et J4

Savoir vendre en interne son projet :

- Avoir un argumentaire
- Prévoir les rôles de chacun
- Définir les objectifs à atteindre et les planifier pour chaque rôle
- Préparer la présentation visuelle du projet

Choisir son équipe directe et indirecte

- Les principes de création d'une équipe (son rôle et celui de chacun, potentialités, le schéma de Balles)
- Identifier les complémentarités
- Réunir son groupe projet
- Présenter le projet et obtenir l'adhésion
- Identifier les contraintes de chacun
- Laisser la place aux suggestions et créativité de chacun

J5 et J6

Gérer les relations :

- Manager par la conviction, le charisme et la motivation
- Choisir le management participatif
- Adopter les compétences des « communicants efficaces »
- (relation de confiance, écoute active, reformulation et observation, précision du langage)
- Tester la transmission de ses messages

Gérer ses émotions, stress et désamorçage de conflits

- savoir se mettre en état de ressource
- savoir remettre en état de ressource un coéquipier et/ou l'équipe
- savoir prendre du recul et se dissocier

- savoir-faire prendre du recul à un équipier

J7 et J8

Notion de gestion du temps

- Avoir conscience de la réalité des délais et les valider
- définir un plan et sa propre stratégie d'objectif
- Faire des priorités / loi de Pareto et principe d'Eisenhower
- Faire une planification et gestion flexible des actions
- organiser une réunion pour communiquer les résultats

Mise en place du projet - passage de la conception à l'action

- Actualiser l'ensemble des données du projet
- Réactualiser les plannings
- Lancement officiel du projet - pose de la première pierre

Conduire le projet

- Faire des synthèses régulières de l'état d'avancement du projet
- Savoir gérer le budget
- Mesure des résultats
- Valorisation des résultats en interne et externe (production de marketing du projet)
- Garder la date de comme cap

J9 et J 10

Les conditions de réussite

- Communiquer individuellement du point de vue relationnel
- Les différentiels de rythme entre les différents acteurs
- Oser prendre des décisions radicales diplomatiquement
- Déléguer
- Valoriser, encourager et accompagner chacun
- Conduire des réunions régulières et communiquer les résultats

Présentation des projets par les binômes

- Tour d'horizons des méthodes pour présenter et emporter l'adhésion
- Rédaction des présentations des projets
- préparation des présentation visuelles (schéma, photos, graphiques, poster, PowerPoint, etc...)

PUBLICS :

Manager ou futur manager en charge de la conduite d'un projet

PREREQUIS :

Chaque stagiaire vient en formation avec un projet réel à manager et un projet déjà conçu et lancer ou en prévision de lancement

METHODE PEDAGOGIQUE :

Enseignement pratique, expérientiel, complété par des apports théoriques,
Le séminaire propose des démonstrations, exercices individuels et en sous-groupes.
Les stagiaires vont travailler en binôme en mode projet. Chaque binôme aura un projet à mener

EVALUATIONS :

En fin de séminaire chacun sera capable d'utiliser pour lui les outils de permettant de développer son efficacité managériale conceptualisée aux situations de management transversales. Il aura appliqué et fait un retour des utilisations dans son management les deux derniers jours du cycle

FORMATEURS :

Clément Boyé

SPECIFICITES :

10 jours en présentiel étalés sur 5 mois / 2 jours, par mois

MANAGEMENT ET INTUITION

TARIF PAR GROUPE : 12 000€HT

Dates et lieux : 9 Jours (63 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Découvrir et explorer le processus de l'intuition
- Connaître ses stratégies d'intuition et trouver son modèle de prise de décisions intuitives
- Développer les compétences et qualités associées à l'intuition (acuité sensorielle, confiance dans son environnement, etc....)
- Appliquer son modèle à différents contextes personnels et professionnels et à des prises de décision concrètes dans le futur proches ou plus lointain

CONTENU :

J1 à J3 : Les fondements de l'intuition

Intuition, mythe ou réalité

- Exploration et représentation
- Échange d'expériences
- Témoignages
- Exemples illustres
- Les expériences voisines : la synchronicité, ...
- Les synonymes courants : le sixième sens, la prémonition, les songes,...
- L'intuition et la prise de décision
- Vers une intuition maîtrisée
- Les situations managériales et l'intuition

Les composantes de l'intuition

- Un phénomène à la frontière entre rationnel et irrationnel
- Le rapport à la sécurité et l'insécurité
- Lien avec la confiance en soi, en les autres, dans l'environnement
- l'inconnu et l'inconscient
- Le rapport aux risques
- L'intuition, un mode de traitement des informations perçues
- L'intuition, un processus inductif
- La preuve par l'expérience
- Les mouvements de conscience
- Le rôle et la place des sens
- Les composantes particulières de la capacité à ressentir
- La capacité à se dissocier et s'associer physiquement et émotionnellement
- La fonction de l'enjeu et de la motivation
- Analyse d'expériences personnelles
- Les conditions de perception

J4 à J6 exploration de son mode intuitif

La structure mentale sous-jacente

- Connaissance sur le cerveau
- Les stratégies de décision
- Un état émotionnel particulier
- Les composantes et conditions de déclenchement de l'intuition
- Le processus de traitement de l'information
- L'aboutissement du processus de décision,
- Validation ou invalidation
- La place des croyances
- La curiosité et l'intuition
- L'hyper sensorialité et états de réceptivité
- Les questions à se poser pour identifier ses stratégies
- Fonctionnement prospectif

Développement des capacités intuitives

- Révéler son ou ses modes de fonctionnement intuitifs
- Auto-modélisation de sa compétence à intuitiver
- Apprendre à écouter, à s'écouter, à écouter son corps
- Ouverture de son acuité sensorielle
- Développement des états de confiance
- Développer le sens kinesthésique
- Connaissance et écoute de son écologie intérieure
- La visualisation des résultats
- L'écoute du corps
- Recadrage des croyances limitantes

J7 à J9 : Application des découvertes à son management

- Étalonnage de son intuition
- Le fonctionnement en mode intuitif, un choix à assumer
- Généralisation aux différentes situations à vivre
- Application à des décisions concrètes immédiates et à moyen terme
- Projection dans le futur
- Exploration d'outils faisant appel à l'intuition (Le rêve, Les schémas heuristiques, etc.)
- Application à des prises de décision concrètes
- Entraînement intensif par des exercices

PUBLICS :

Dirigeant d'entreprise ou d'institution et ou Manager ou avoir à prendre des décisions très rapidement tous les jours

PREREQUIS :

Être Manager

METHODE PEDAGOGIQUE :

La pédagogie basée sur l'implication personnelle des stagiaires et les interactions entre le formateur et les stagiaires (partage d'expériences vécues ou d'exemples rencontrés, l'expérimentation à ses situations et contextes personnels ou professionnels, transferts de compétences entre stagiaires, etc.)
Cette formation est conçue pour être métaphorique du sujet traité. De nombreuses mises en situation et exercices faisant appel à l'intuition seront proposés. La formation, tout en étant de type expérientielle, sera entrecoupée d'apports de connaissances théoriques au fur et à mesure des interrogations et prises de consciences vécues au sein du groupe. Les stagiaires seront amenés à explorer leurs propres processus mentaux liés à l'intuition dans le but d'étalonner leurs modes de fonctionnement intuitif naturel.

EVALUATIONS :

Pour avoir du recul sur ses modèles de fonctionnement intuitifs, la formation est organisée en 3 modules de 3 jours afin d'identifier entre les sessions les situations dans lesquelles l'intuition a été remarquable et celles dans lesquelles elle n'a pas donné de résultats.

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 8 personnes maximum.

METAPHORE ET MANAGEMENT

TARIF PAR GROUPE : 6 200€HT

Dates et lieux : 4 Jours (28 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Savoir construire une métaphore de communication et de changement
- Prendre conscient de la puissance vivifiante et destructrice des mots et du langage
- Développer l'acuité sensorielle et son écoute pour un recueil d'information optimisé
- Avoir acquis davantage de souplesse et de flexibilité dans la conduite de ses échanges
- Utiliser sa créativité au service d'un accompagnement personnalisé et adapté à chaque contexte.

CONTENU :

J1 : Tout est métaphore

Introduction

- Présentation des participants avec des métaphores
- Ouverture du stage par une métaphore conçu pour favoriser l'apprentissage

La métaphore : outil de communication et de changement

- Qu'est-ce qu'une métaphore exemples, à quoi ça sert
- les deux niveaux conscient /inconscient de communication, de perception et intégration
- Les différents types de métaphores
- Les univers métaphoriques
- La métaphore opérante
 - ✓ Quelle en est la structure,
 - ✓ l'isomorphisme
 - ✓ A quoi sert une métaphore
- Premier exercice de création d'une métaphore à partir de l'exposé d'un cas concret

J2 : Utilisations des métaphores

Les métaphores en communication

- les contextes pertinents
- la puissance vivifiante et destructrice des mots et du langage
- Écriture du message à faire passer
- Utilisation de la méthode feedback sandwich comme support

Utilisation pour accompagner le changement

- Notion de recadrage
- Expérimenter l'effet d'une métaphore opérante « recevoir, entendre et ressentir »
- distinction entre : contenu, le processus et la structure mentale
- Les structures linguistiques impactées par une métaphore
 - ✓ Un critère non respecté
 - ✓ Une valeur violée (un « bon » manager, un management « réussi »... ?)
 - ✓ Une croyance limitante, frein à l'action ou inhibitrice
- Usage de la métaphore pour libérer ou se libérer de croyances limitantes

J3 : Méthode pour créer une métaphore adaptée (personne, équipe et ou une situation particulière)

Création de métaphores à partir de situations d'école et de situations réelles

- Décodage du contexte
- Appel à sa créativité
- Écriture de sa métaphore
- Vérification de la pertinence de sa métaphore
- Savoir dire une métaphore à son interlocuteur
 - ✓ Le cadre et le moment
 - ✓ Le ton, l'état mental et émotionnel
 - ✓ S'entraîner à la délivrer

J4 : Utilisations spécifiques en management

- Comment intégrer une métaphore dans l'entretien individuel annuel,
- Comment utiliser une métaphore en réunion aux réunions de service et de groupe projet...
- Comment faire un recadrage avec une métaphore
- Quels effets à attendre pour celui qui la reçoit,
 - ✓ Les réactions corporelles et comportementales
 - ✓ Les décalages dans le temps
 - ✓ Ce qu'il faut faire après avoir utilisé une métaphore
- La résolution de « problèmes » et la « prévention des conflits » avec les métaphores
- Gérer le "résistances" au changement en utilisant des métaphores

Bilan de la formation

- Chaque stagiaire donne son évaluation sous la forme d'une forme d'une métaphore
- Pour finir une métaphore destinée à l'intégration inconsciente

PUBLICS :

Manager, chef de service, chef de projet, chargé de communication, responsable de ressources humaines

PREREQUIS :

Toutes personnes qui a en charge une équipe et qui souhaite la conduire vers la réussite, avec élégance et en tenant compte des particularités de chacun et de chaque contexte.

METHODE PEDAGOGIQUE :

Apprentissage à partir de situations et besoins concrets formulés par les stagiaires
 Alternance de découverte par la démonstration et l'expérimentation, d'apport théorique et méthodologique et de travaux pratiques, mise en situation, jeu de rôle, et travail individuel ou en sous-groupe de 2 et 3 personnes. La pédagogie est participative, ludique, expérientielle
 Le retour d'apprentissage après chaque séquence de type feed-back servira à fixer les apprentissages

EVALUATIONS :

Grille d'évaluation en étoile en fin de formation

FORMATEURS :

Clement BOYE et Nathalie GRAFFAND-BOYE

UNE DIRECTION REUSSIE

TARIF PAR GROUPE : 9 000€HT

Dates et lieux : 5 Jours (35 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Développer sa clairvoyance et avoir le cap
- Savoir-faire un recrutement efficace, pragmatique et durable
- Impulser une culture d'entreprise ou de service entraînant
- Être capable d'impacter par sa congruence
- Maîtriser les outils de projection, suivi et contrôle

CONTENU :

Jour 1

- Recueil des besoins attentes et contextes
- Conception biodynamique de son organisation
- Alignement des niveaux de cohérence de son action de l'évaluation à la vision
- Utilisation de méthodes de prospective
- La stratégie d'objectifs emboîtés

Jour 2

- Connaissance des besoins d'organisation et structuration de l'entreprise (rôle, places, compétences)
- Méthodes et processus de recrutement
- Identification des cadres de limite
- Mesure et connaissance des forces et faiblesses du collectif et de chaque individu
- La bonne équipe, complémentaire, autonome, proactive
- Délégation et autonomisation

Jour 3

- Place de la culture d'entreprise et ou de service
- Alignement stratégie, structure et culture
- Le processus d'adhésion et de motivation
- Développement des attitudes et comportement de congruence et impeccabilité
- Précision et vérification des ordres, consignes ou suggestions

Jour 4

- Des outils de gestions adaptés à son besoin
- Automatisation maximum / digitalisation des outils de gestion et suivi
- Utilisation pertinente de tableaux de bord
- Mise en place de reporting utile pour tous

Jour 5

- Management en Z/ chacun à sa place et dans son rôle
- L'arborescence de chaque poste
- La co-contractualisation des fonctions, missions et plan d'action
- Co-décision de s instrument, indicateurs et outils et méthode de mesure de la performance

PUBLICS :

Dirigeant d'entreprise, manager

PREREQUIS :

Être dirigeant ou en passe de le devenir avec un projet précis à explorer

METHODE PEDAGOGIQUE :

Formation structurée autour d'un jeu mettant en scène les situations rencontrées par un dirigeant
Identification des 5 besoins, 5 attentes, 5 objectifs et 5 questions par un questionnaire préalable qui sert de base à l'évaluation

EVALUATIONS :

Mesure de satisfaction et des écarts entre le questionnaire préalable l'aboutissement du stage

FORMATEURS :

Clément BOYE et Rémy GERVAIS

SPECIFICITES :

Groupe de 10 personnes maximum en résidentiel

ASSERTIVITE POUR LES COMMERCIAUX

TARIF PAR GROUPE : 4 000€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Connaître les fondamentaux du fonctionnement assertif
- Exploiter les tactiques efficaces de l'assertivité dans les relations commerciales
- Développer son charisme et son affirmation de soi face aux clients difficiles

CONTENU :

Les bases fondamentales de l'Assertivité
Prendre conscience de votre profil et de votre niveau d'Assertivité (affirmation de soi)
Caractérisation des contextes de conflits les plus fréquents
Gestion de ses émotions,
Accueil et gestion de l'émotion de l'autre
Décrypter les ruses clients (vrai ou faux conflits)
Gestion des situations difficiles face au client
Savoir reconnaître les erreurs et les utiliser
Surpasser et exploiter les conflits avec les clients

PUBLICS :

Commerciaux front office et back office

PREREQUIS :

Avoir des contextes de relations commerciales à gérer

METHODE PEDAGOGIQUE :

Utilisation des contextes rencontrés par les stagiaires, jeux de rôles, décryptage de films

EVALUATIONS :

Mise en situation et autoévaluation des progrès

FORMATEURS :

Rémy GERVAIS, Virginie LEROUX, Clément BOYE

SPECIFICITES :

12 personnes maximum

FAIRE FACE AUX CLIENTS DIFFICILES ET S'AFFIRMER

TARIF PAR GROUPE : 4 500€HT

Dates et lieux : 4 Jours (28 heures)

A Paris, nous consulter pour la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Se connaître pour mieux se maîtriser
- Développer ses capacités à être assertif
- Acquérir les techniques de résolution de conflits pour s'affirmer
- S'entraîner de façon intensive en négociation pour transformer les méthodes en réflexes naturels

CONTENU :

Mieux se connaître pour mieux maîtriser

- Evaluer sa résistance à la pression et aux conflits
- Connaître ses craintes face aux conflits Anticipation d'une négociation délicate
- Préparation de la négociation, scénarisation, gestion de ses états
- Définition de son cadre de limites
- Préviation des objections et réactions de ses interlocuteurs
- Simulation de négociation sans conflit et conflictuel

Gestion des situations conflictuelles

- Faire face aux conflits et aux critiques
- Gestion de ses émotions et de son stress
- Savoir négocier pour obtenir un compromis
- Apprendre à refuser sans perdre un client
- Savoir perdre pour gagner plus tard
- Savoir garder la porte ouverte
- Entraînement intensif

PUBLICS :

Commerciaux front office et back office

PREREQUIS :

Avoir des situations conflictuelles à gérer

METHODE PEDAGOGIQUE :

Utilisation de film pour analyser des situations mal gérées et des négociations réussies

Travail à partir des contextes concrets vécus par les stagiaires identifiées à l'aide d'un questionnaire préalablement envoyé et entraînement avec des situations-jeux de rôles

EVALUATIONS :

Questionnaire de fin de session

FORMATEURS :

Clément BOYE et Rémy GERVAIS

SPECIFICITES :

Stage ouvert à 10 personnes maximum

MANAGERS COMMERCIAUX, DEVELOPPEZ VOTRE LEADERSHIP

TARIF PAR GROUPE : 4 300€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Connaître le niveau de son leadership
- Prendre conscience de son style de Management
- Développer vos capacités relationnelles et motivationnelles dans votre Management commercial

CONTENU :

Identification de son style de management
Identification des contextes des stagiaires et besoin de développement de capacité à entraîner
Développement de son Leadership et son charisme
 Les composantes et niveaux de leadership
 Auto-évaluation de son degré de leadership et identification des points de progrès
Point sur la maîtrise des principales composantes du Management et place du leadership :
 La gestion des relations et congruence
 La motivation
 La tenue du cap et le contrôle des objectifs
 L'animation d'une équipe Exercice pour développer son leadership
Garder votre Leadership en situation de crise
 Auto évaluation et établissement d'un plan de développement de son leadership

PUBLICS :

Manager commerciaux débutant exclusivement

PREREQUIS :

Être en poste de management de commerciaux

METHODE PEDAGOGIQUE :

Utilisation de test pour identifier son style de management, décryptage de séquence de film pour caractériser les composantes du leadership. Jeux de rôle à partir de situation de management courant et mise en situation à partir des contextes apportés et vécus par les stagiaires

EVALUATIONS :

Établissement d'un programme de développement de son leadership

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 8 personnes maximum

PERFECTIONNEMENT DES COMMERCIAUX (CYCLE LONG)

TARIF PAR GROUPE : 17 000€HT

Dates et lieux : 12 Jours (84 heures)

A Paris, nous consulter pour la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Maîtriser des outils (PNL et AT) pour être encore plus performant
- Connaître et maîtriser les techniques des acheteurs.
- Maîtriser la négociation Grands Comptes
- Gérer efficacement votre temps et vos priorités

CONTENU :

Module 1 : Faire la différence par la maîtrise de soi - Anticipation de la négociation

- Création d'un climat de confiance, sécurité et sympathie avec le client
- Détermination du cadre de la négociation
- Formulation d'une proposition à partir d'un objectif préétabli
- Développer votre esprit de coopération et votre adaptabilité avec l'AT et la PNL

Module 2 : Déjouer les pièges des Acheteurs

- Connaissance de la logique acheteur
- Connaissances des objections possibles et ruses clients
- Scénarisation des possibles
- Déroulement de l'entretien du premier contact visuel à la conclusion
- Débloquent les situations difficiles pour conclure avec succès
- Gérer votre stress

Module 3 : Négocier avec les Grands Comptes

- Maîtrise de la logique des grands comptes
- Connaissances des techniques de déstabilisation
- Savoir gérer l'attente, la frustration et les mises à l'épreuve
- Négocier en face à face
- Préparer l'avenir

Module 4 : Gérer votre Temps pour Améliorer votre Efficacité Commerciale

- Les phases d'une négociation dans le temps
- Gérer stratégiquement votre Temps et vos Priorités
- Optimiser votre capacité organisationnelle
- Les secrets et outils pour gérer efficacement votre Temps
- Résistance à la pression du temps

PUBLICS :

Négociateur, commerciaux et manager commercial

PREREQUIS :

Avoir des situations de négociations commerciales à gérer

METHODE PEDAGOGIQUE :

Nombreuses mise en situation de négociation avec débriefing, travail en trinôme et démonstration

EVALUATIONS :

Identification des situations et évaluation à l'aide d'un questionnaire de son degré de maîtrise des situations de négociation

FORMATEURS :

Rémy GERVAIS et Clément BOYE

SPECIFICITES :

Cycle étalé sur 4 mois en groupe de 12 personnes maxi

PRATIQUER L'ECOUTE ACTIVE POUR LES COMMERCIAUX

TARIF PAR GROUPE : 4 000€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Améliorer l'écoute pour optimiser les relations avec vos clients
- Maîtriser les techniques pour aller de la découverte des besoins à la conclusion du contrat ;
- Être capable de répondre aux objections afin d'accroître votre force de conviction

CONTENU :

- Évaluation de son degré et qualité d'écoute
- Les fondamentaux de l'écoute - Réussite le contact commercial - Création d'une relation de confiance - Recherche de la précision de l'information - Précision de votre écoute - Comment se centrer sur les valeurs - Écoute dans la dynamique de la négociation
- Reformulation
- Entraînement

PUBLICS :

Manager et directeur commerciaux et commerciaux terrain

PREREQUIS :

Avoir besoin de gérer des contextes de ventes

METHODE PEDAGOGIQUE :

Mise en situation par des jeux de rôles, des exercices deux à deux et utilisation de film

EVALUATIONS :

Mesure de l'évolution par deux questionnaires, un en début de formation et un en fin

FORMATEURS :

Rémy GERVAIS, Virginie LEROUX, Clément BOYE

SPECIFICITES :

Groupe de 12 personnes maximum

CRE'ANIMATEUR (CYCLE LONG)

TARIF PAR GROUPE : 38 000€HT

Dates et lieux : 25 Jours (175 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Savoir positionner le problème ou la question à traiter
- Expérimenter la puissance à produire des idées en group
- Savoir adopter les attitudes de base qui favorisent la créativité
- Développer un mode de pensée créatif et une attitude orientée solution
- Connaître les techniques de la stimulation de la créativité
- Connaître des techniques d'aide à la résolution de problème

CONTENU :

J1 : Pose du cadre de la créativité

- Introduction créative et ludique
- Points sur les connaissances et expériences créatives de chacun
- Accords de groupe, cadrage des conditions de réalisation du stage
- Le contrat de créativité dans un groupe :
 - ✓ La suspension des jugements
 - ✓ Le « tout est possible »
 - ✓ Le jeu
 - ✓ La dissociation des phases de production
- Présentation des fondements de l'approche créative et différents courant existants
- Première expérience de créativité en groupe

j2 : Ressentir sa créativité et dépasser ses limites

- Connexion à sa créativité individuelle par des exercices de mise n forme créatives/ échauffement
- Entraînement à la flexibilité et fluidité verbale et mentale (Jeux – exercices)
- Identification de ses limites personnelles à autoriser à une créativité débridée
- Recadrage et dépassement des croyances limitantes sur sa capacité à être créatif, appréhension, jugement, etc.)
- Pourquoi notre cerveau à un fonctionnement par nature créatif ?
- Pourquoi le cerveau bloque votre créativité ?

J3, J4 , J5 : Exploration du processus créatif conduit

- Découverte du processus de production d'idées créatives par l'expérience
- Réalisation de 3 séances de recherche d'idées formulée par les stagiaires ou un commanditaire externe au groupe
- Co-analyse des 3 expériences et identification des phases méthodologiques
- Décryptage point par point d'un des processus

J 6 à J 10 : Préparation au métier de cré'animateur / maitrise des phases

- Les attitudes et les modes de pensée favorisant la créativité
- Les freins individuels et/ou collectifs
- Mise en condition de réussite d'un processus de créativité
- Le contrat
- La commande créative- clarification – contractualisation
- Cadrage de la question à traiter : « la question créative ou "défi créatif"»
- Définition des critères à trouver dans la solution fond et forme
- Les différentes phases de la créativité
 - ✓ Émergence de la question
 - ✓ Divergence- éloignement - détour
 - ✓ Convergence, la « bissociation », retour à la question et commande
 - ✓ Émergence de la solution - production triée/ critères - sélection
- Les méthodes, techniques, outils pour chaque phase
- Design de la solution : le « protocept » et le prototypage - fiche solution
- Choix et développement de trois solutions phares
- Rédaction du dossier de présentation des projets créatifs répondant à la commande

J 11 à J 15 : Préparation au métier de cré'animateur / Les catégories de Méthodes et techniques existantes

- Clarification

- Mise en condition du groupe/ Échauffement créatif
- Divergence : Éloignement, détour et rupture
- Relance : les questions, les moments, la gestion de l'énergie
- Icebreaker, Energizer
- Convergence : Techniques « bissociatives »
- Tri – sélection
- Prototypage
- Rédaction et présentation du dossier solution

J 16 à J20 : Intégration du rôle et de la pratique de créateur

- Le rôle, attitudes et comportements de l'animateur
- Les précautions à prendre par l'animateur
- Savoir accompagner l'accès d'une personne à sa créativité
- Savoir changer les croyances et peurs en ressources créatives
- La création de techniques de stimulation
- Élaboration d'un plan d'animation créative
- Passage de l'autre côté du miroir, devenir animateur
- Les applications des techniques de créativité
- Évaluation de sa prestation

J 21 à J 25

- Analyse d'une animation filmée réalisée en situation en réelle entre la 4° session et la 5° et filmée
- Rédaction du dossier solutions
- Rédaction d'un rapport d'analyse et préparation de sa présentation en grand groupe
- Présentation du projet créatif devant un jury
- Autoévaluation de ses progrès

PUBLICS :

Responsable de service ou collaborateurs dans un service de recherche d'idée et ou d'innovation en entreprise
Personnes en recherche de nouvelles compétence et ou d'un nouveau métier

PREREQUIS :

Avoir déjà fait un stage de découverte de sa créativité utilisant de techniques de stimulation ou être déjà rodé à la créativité de par son métier ou une activité artistique

METHODE PEDAGOGIQUE :

La pédagogie est expérientielle

A partir de nombreux exercices pratiques et d'exemples concrets fournis par les participants, les stagiaires découvriront le processus, la démarche et les outils de la créativité

Les participants en cours de formation deviennent animateur en animant à tour de rôle, des séquences de stimulation de groupe, sur des sujets concrets proposés par les participants eux même Ils doivent mettre en œuvre le processus créatif de l'énoncé du problème jusqu'à la production de solution formalisée et la présentation du projet

EVALUATIONS :

Les processus de stimulation de la créativité plusieurs fois, a construit un processus et l'a animé

En fin de chaque semaine chaque stagiaire fait le point sur ce qu'il a appris, ce qui sait faire, ce qui ne sait pas encore faire et sur ses besoins et demandes. En fin de parcours il fait la synthèse et établi un plan de progression et training

FORMATEURS :

Clément BOYE, Stéphanie GIRE

SPECIFICITES :

Formation étalée sur 5 mois / 1 semaine par mois

COACHING ET CREATIVITE

TARIF PAR GROUPE : 4 200€HT

Dates et lieux : 3 Jours (21 heures)

A Paris, nous consulter la personnalisation des contenus et des dates

OBJECTIFS :

- Développer ses capacités à être créatif
- Intégrer le processus de stimulation d'idées nouvelles
- Acquérir des méthodes et outils pour combiner coaching et méthode de créativité

CONTENU :

J1

- Présentation des participants et recueil des besoins et attentes
- Présentation du cadre de la formation
- Le coaching :
 - ✓ Les fondements du coaching
 - ✓ Principe et processus
 - ✓ Le positionnement du coach
 - ✓ La stratégie d'objectif
 - ✓ Exemple d'entretien d'un créa-coach
- La démarche créative
 - ✓ Origine
 - ✓ La logique créative
 - ✓ La question créative
 - ✓ Principe de stimulation de la créativité
 - ✓ Le détour créatif
 - ✓ La rupture
 - ✓ Le cadre comme si
 - ✓ Le changement de position de perception
 - ✓ Aperçu des méthodes de stimulation créative

J2

- Les outils de la créativité au service du coaching :
 - ✓ Les schémas heuristiques créatifs
 - ✓ La foire aux questions
 - ✓ Diagramme de vie
 - ✓ Les 6 chapeaux de De Bono
 - ✓ Émotion et créativité
 - ✓ La résolution de problème par la créativité
 - ✓ La table de concassage

J3

- Processus de coaching créatif
 - ✓ Diagnostic avec le score dessiné
 - ✓ La stratégie du rêve
 - ✓ L'échelle d'abstraction
 - ✓ La marelle des créateurs
 - ✓ La spirale POP (processus de transformation créatif)
- Mettre en place un programme d'évolution personnalisé
- Bilan et évaluation de fin de formation

PUBLICS :

Coach certifié, manager- coach, futur coach en cours de formation, psychothérapeute

PREREQUIS :

Être coach certifié ou en cours de formation

METHODE PEDAGOGIQUE :

Découverte par l'expérience : le formateur proposera des exercices et des jeux à partir desquels les participants prendront conscience de la posture et des compétences d'un coach créatif
Alternance d'apports théoriques, mises en situation, applications et exercices pratiques

EVALUATIONS :

Grille en étoile d'auto-évaluation

FORMATEURS :

Clément BOYE

SPECIFICITES :

10 participants maximum

**Pour obtenir des informations complémentaires sur
nos produits et pour toute inscription :**

Contactez Rémy GERVAIS

 : **06.19.55.23.77**

Skype : remy.gervais

OU

 : [**contact@rgdirection.fr**](mailto:contact@rgdirection.fr)

[**http://formations.rgdirection.fr**](http://formations.rgdirection.fr)