



STARTENGO
S O L U T I O N S



STARTENGO
ACADEMY

Liste des formations

Titre	Référence	Type	Catégories	Durée
Utiliser les retours d'expériences pour optimiser [E-Classroom]	MAFRS	Module E-classroom	Management	03h00m
Comprendre la veille commerciale [E-Classroom]	MST007FRSV	Module E-classroom	Management	02h00m
Comprendre et déployer un process de veille commerciale [Présentiel]	MST007FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Maîtriser les techniques de questionnement & closing [Présentiel]	VEN011FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Maîtriser le modèle Startengo A.S.O.M. (Analyse Stratégie Opérations Mesure) - un prérequis pour manager [Présentiel]	MST001FRM	Module Présentiel	Management	14h00m
Savoir conduire un projet de Benchmarking - ou comment s'inspirer des Best Practices [Présentiel]	MST008FRM	Module Présentiel	Management	14h00m
Lever les objections - quand le client dit « NON ! » [E-Learning]	VEN001FRSE	Module E-learning	Management	00h19m
Savoir vendre une offre additionnelle [E-Learning]	VEN006FRSE	Module E-learning	Management	00h20m
Savoir adapter son offre à une cible [E-Classroom]	VEN0005FRSEC	Module E-classroom	Management	00h03m
Savoir adapter son offre à une cible client [E-Learning]	VEN005FRSE	Module E-learning	Management	00h22m
Organiser son développement par la conquête et la fidélisation [Présentiel]	VEN002FRM	Module Présentiel	Management	14h00m
De la définition des objectifs à la mesure des résultats [Présentiel]	MST003FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Motiver et animer son équipe [Présentiel]	MRH006FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Savoir communiquer avec son équipe [Présentiel]	MRH001FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Mise en place d'un retour d'expériences [Présentiel]	MRH003FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Accompagner son équipe dans le changement [Présentiel]	MRH004FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
Gérer le turnover et l'évolution de son équipe [Présentiel]	MRH005FRM	Module Présentiel	Management	07h00m

Titre	Référence	Type	Catégories	Durée
Maîtriser la levée d'objections [Présentiel]	VEN001FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
De la définition des objectifs à la mesure des résultats [E-Classroom]	MST003FRS	Module E-classroom	Management	03h00m
Construire son plan de conquête clients & prospects [E-Classroom]	VEN002FRSV	Module E-classroom	Management	03h00m
Construire de A à Z son Plan Marketing annuel [E-Classroom]	ANI001FRS	Module E-classroom	Management	03h00m
Construire et travailler son plan de conquête [E-Learning]	VEN002FRSE	Module E-learning	Management	00h26m
Comprendre la levée d'objections [E-Classroom]	VEN001FRSV	Module E-classroom	Management	03h00m
Comprendre et gérer un process de veille commerciale [E-Learning]	MST007FRSE	Module E-learning	Management	00h20m
Nouveaux modes de consommation & évolutions des technologies automobiles - impacts sur l'après-vente [Présentiel]	MAC002FRM	Module Présentiel	Management	07h00m
2024 - Maîtriser les mutations du marché de l'après-vente (constats) - Partie 1/2	MST020FRSV	Module E-classroom	Management	03h30m
2024 - Maîtriser les mutations du marché de l'après-vente (évolutions 2035-2040) - Partie 2/2	MST021FRSV	Module E-classroom	Management	03h30m

Utiliser les retours d'expériences pour optimiser [E-Classroom]



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

En tant que manager, vous êtes **constamment en train de faire déployer des projets et actions à vos équipes**, vous définissez en amont des objectifs qualitatifs et quantitatifs que vous présentez aux acteurs du déploiement, parfait ! **Mais qu'en est-il du retour d'expérience** ? avons-nous atteint nos objectifs quali/quantis ? Oui / Non / Pourquoi ? Que devrions-nous mettre en place pour corriger le tir ou ne pas faire la même erreur la prochaine fois ? Pouvons-nous capitaliser sur "ce qui marche" ?...

Objectifs : Autant de questions que nous souhaitons aborder avec vous durant ce module de formation en E-Classroom de 3 heures, module qui vous permettra d'appréhender les principales étapes et outils d'un **retour d'expérience optimal**.

Une évaluation finale vous permettra de vous tester de manière plus approfondie et d'obtenir, si vous réalisez un score de 80% minimum, un certificat "Startengo ACADEMY".

Le programme :

- 1. Définitions & prérequis**
 - C'est quoi le ReX ?
 - Prérequis : L'importance de la mesure
- 2. Pourquoi un retour d'expériences**
 - L'écoute clients et des équipes opérationnelles
 - Quels objectifs quantitatifs associés au Rex ?
 - Quels objectifs qualitatifs associés au Rex ?
- 3. Process de retour d'expériences**
 - Préparation du ReX
 - Recueil des informations
 - Analyse et plan d'actions ReX
- 4. Les erreurs à ne pas commettre**
- 5. Question - Réponses - Conclusion**

Comprendre la veille commerciale [E-Classroom]



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 02h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Le processus de veille commerciale est une composante fondamentale pour pouvoir **recueillir les éléments marché en format "day to day" et permettre d'adapter sa stratégie et/ou ses actions** opérationnelles. C'est également une composante souvent mal intégrée ou managée en entreprise.

Objectifs : Nous vous apporterons dans ce module de formation une description détaillée du **processus de veille, nous nous focaliserons sur les informations à recueillir et sur les outils** qui pourront être déployés pour structurer votre veille commerciale.

Des exercices vous seront proposés sur les thèmes principaux pour vous permettre de tester vos connaissances au fur et à mesure de votre progression dans le module. Une évaluation finale vous permettra de vous tester de manière plus approfondie et d'obtenir, si vous réalisez un score de 80% minimum, un certificat "Startengo ACADEMY".

Le programme :

1. Le process de veille

- Préparation & lancement
- Recherche d'informations
- Qualification, traitement & action

2. Le type d'information

- Généralités
- Les informations quantitatives
- Les informations qualitatives

3. Les outils de veille

- Outils terrain
- Outils digitaux
- Autres outils

4. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

5. Cas pratiques

- Mises en situation
- Questions/réponses

Comprendre et déployer un process de veille commerciale [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Le processus de veille commerciale est une composante fondamentale pour pouvoir **recueillir les éléments marché en format "day to day" et permettre d'adapter sa stratégie et/ou ses actions** opérationnelles. C'est également une composante souvent mal intégrée ou managée en entreprise.

Objectifs : Nous vous apporterons dans ce module de formation une description détaillée du **processus de veille, nous nous focaliserons sur les informations à recueillir et sur les outils** qui pourront être déployés pour structurer votre veille commerciale.

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Préparer toutes les étapes nécessaires avant le déploiement d'une veille commerciale (Objectifs, périmètre, informations à recueillir, recherche, responsabilités)
- Déployer, en tant que chef de projet de la veille ou d'acteur, un process complet de veille maîtrisé et efficient (votre mission dans un process de veille)
- Utiliser de manière optimale les éléments de la veille pour générer un plan d'action associé (qualification, traitement, action)

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Le process de veille

- Préparation & lancement
- Recherche d'informations
- Qualification
- Traitement & action

2. Le type d'information

- Généralités
- Les informations quantitatives
- Les informations qualitatives

3. Focus sur la concurrence

- Les locaux
- Les e-commerçants français
- Les concurrents étrangers

4. Les outils de veille

- Outils terrain
- Outils digitaux
- Autres outils

5. Les outils de traitement & remontée

- Fiche de remontée terrain
- Base de données "qualification"
- Exercice dirigé

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Maîtriser les techniques de questionnement & closing [Présentiel]

TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise



Conclure est une phase essentielle de l'entretien avec un prospect ou un client, que cette phase soit réalisée par téléphone, vidéoconférence ou en face à face. **Il faut savoir et surtout oser conclure** .

Objectif : Vous pourrez, au travers de ce module, comprendre que vous devrez avant tout analyser le contexte et la situation dans laquelle vous devrez conclure, intégrer qu'il existe un **bon timing pour conclure et découvrir le process et les techniques de "closing"**.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier, pour chaque situation le nécessitant et avec précision, les prérequis (argumentaires, LE décisionnaire, diagnostic de situation) à maîtriser pour pouvoir "conclure"
- Déployer la (ou les) technique(s) de closing (argumentation, pression,...) adaptée(s) à l'objectif et à chaque situation
- Capitaliser sur ce qui "fonctionne" ou "ne fonctionne pas" pour s'adapter pour les nouvelles situations de closing

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Les enjeux de la conclusion

- Enjeux pour le client
- Enjeux pour soi
- Oser conclure

2. Objectifs "décision"

- Argumentaire préalable
- Agir sur les décideurs & prescripteurs
- Sentir la situation

3. Les techniques de closing

- Techniques d'argumentation
- Techniques de pression
- Autres techniques

4. Mobiliser autour des objectifs

- Donner de la visibilité en interne
- Communiquer sur les objectifs
- Répondre aux questions

5. Après le closing

- Respecter ses engagements
- Analyse à chaud & à froid
- Capitaliser sur l'échec ou la réussite

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Maîtriser le modèle Startengo A.S.O.M. (Analyse Stratégie Opérations Mesure) - un prérequis pour manager [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 14h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Dans un contexte toujours plus évolutif et concurrentiel, le manager d'aujourd'hui se doit d'être 360° et de pouvoir comprendre et **maitriser toutes les composantes amont et aval d'un développement commercial efficace et pérenne.**

Objectifs : Nous vous proposons au travers de ce module en présentiel de découvrir le modèle A.S.O.M. développé par Startengo. Vous pourrez sur les 2 journées (14h au total) de formation proposées acquérir les connaissances nécessaires pour analyser (où je suis ?), définir (votre stratégie), déployer (les actions) et mesurer (les résultats).

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Appliquer le modèle A.S.O.M. proposé à son propre cas d'entreprise ou pour la réalisation de missions auprès de partenaires
- Sélectionner les outils, à chaque étape, qui seront les plus adaptés à l'application du modèle dans les différents cas qu'ils réaliseront
- Accompagner, après de nombreux cas réalisés, des collaborateurs/partenaires dans l'application du modèle A.S.O.M.

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

Jour n°1 :

1. Présentation du modèle ASOM

- Définitions & objectifs
- Les phases du modèle

2. Phase n°1 - Analyse

- Définitions & objectifs
- Outils et méthodologie d'analyse
- Analyse interne & analyse externe
- Cas pratique d'analyse

3. Phase n°2 - Stratégie

- Définitions & objectifs
- Lien entre analyse et stratégie
- Outils et méthodologie de définition de la stratégie
- Cas pratique "Stratégie"

Jour n°2 :

1. Phase n°3 - Opérations

- Définitions & objectifs
- Plannification des étapes opérationnelles
- Conquête & déploiement commercial
- Animation & fidélisation du portefeuille clients
- Cas pratique "Opérations"

2. Phase n°4 - Mesure

- Définitions & objectifs
- Indicateurs de performance
- Processus d'optimisation
- Erreurs & best practice

3. Conclusion de la formation

- Synthèse
- Exercices d'évaluation

Savoir conduire un projet de Benchmarking - ou comment s'inspirer des Best Practices [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 14h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Dans un contexte toujours plus évolutif et concurrentiel, le manager d'aujourd'hui se doit d'être 360° et de pouvoir comprendre et **maitriser l'ensemble des outils d'analyse lui permettant de comparer les composantes son entreprise aux best practices des autres entreprises afin de s'en inspirer et d'en tirer le meilleur.**

Le Benchmarking est l'outil de référence pour y parvenir. Il permet de comparer son entreprise avec des référents marché, qu'ils soient sur le même domaine d'activité (concurrents par exemple) ou sur d'autres domaines d'activités (les leaders). Le but est bien d'identifier les bonnes pratiques qu'il s'agira de déployer.

Objectifs : Nous vous proposons au travers de ce module en présentiel d'identifier les facteurs clefs de succès de votre organisation et de vous comparer, sur ces critères clefs, aux référents dont vous pourrez vous inspirer. Ce module vous permettra de comprendre quelles sont les étapes de réalisation d'un Benchmarking efficace et de les maîtriser par la réalisation d'un cas pratique. Vous pourrez sur les 2 journées (14h au total) de formation proposées acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser un Benchmarking en toute maîtrise.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Construire un projet de Benchmarking en appliquant chaque étape au projet ciblé
- Déployer auprès des différents acteurs (objectifs, communication, plan d'actions) un projet de benchmarking, de le piloter et de suivre les résultats
- D'établir une comminication (à minima un reporting) détaillée concernant le projet de benchmarking qui aura été réalisé et de mettre en avant l'analyse de gap et le plan d'action associé

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

Le programme du module en détail :

Jour n°1 :

1. Définition : c'est quoi le Benchmarking ?

- Définition du Benchmarking
- Intérêts & objectifs

2. Méthodologie du Benchmarking

- Présentation du process
- Méthodologie du Benchmarking
- Exemples simplifiés de Benchmarking

3. Les 6 phases détaillées du Benchmarking :

- Définition du périmètre "données" : que doit-on comparer ?
- Définition du périmètre "cibles" : quels référents étudier ?
- Définition des indicateurs de comparaison : quels critères & mesures ?
- Phase de collecte d'information : quelles informations & comment les collecter ?
- Phase d'analyse : qui sont les meilleurs ? sur quels critères ? pourquoi ?
- Phase de reporting : quelle synthèse & quelles actions pour mon entreprise ?

Jour n°2 :

1. Cas pratique "réalisation d'un Benchmarking"

- Présentation du cas
- Réalisation en groupe
- Restitution & correction

2. Benchmarking - Erreurs & Best Practices

- Les erreurs à ne pas commettre
- Les Best Practices

3. Conclusion de la formation

- Synthèse
- Exercices d'évaluation

Lever les objections - quand le client dit « NON ! » [E-Learning]



TYPE : Module E-learning

DURÉE : 00h19m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Objectifs : Qui n'a pas vécu une présentation entrecoupée de « NON » émis par le client ou le prospect. Et des raisons de dire « NON », le client, il en a : « c'est trop cher », « je n'ai pas le temps », « j'ai tout ce qu'il me faut », « le concurrent fait mieux ». Ne comptez pas sur l'improvisation pour contourner ces obstacles ; Il vaut mieux être préparé et maîtriser les étapes et outils propres à la **levée des objections** ; C'est ce que vous propose ce module de 20 mn.

Tous les thèmes abordés sont illustrés par des animations avec voix-off permettant d'intégrer les idées et concepts abordés.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Détecter une objection émise par son interlocuteur, de la qualifier avec précision et de la catégoriser avant traitement
- Définir avec pertinence la technique la plus adaptée pour traiter et lever 100% des objections émises
- Appliquer l'ensemble des techniques de levée d'objections proposées pendant la formation
- De contrôler le résultat de la levée et d'adapter le déroulé de la présentation auprès de son interlocuteur

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Partage d'expériences

- Scènes « Mauvaises pratiques »
- Exercice
- Conclusion des erreurs

2. Définitions

- La levée d'objection
- Objectifs du module

3. Process

- Détection
- Qualification
- Catégorie
- Technique
- Levée
- Contrôle
- Reprise de la présentation

4. Synthèse

- Points clés à maîtriser

Savoir vendre une offre additionnelle [E-Learning]



TYPE : Module E-learning

DURÉE : 00h20m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

La vente additionnelle est un incontournable de l'activité de tous les commerciaux. Dans la quasi-totalité des cas, le facteur clé de votre réussite est la qualité et la pertinence de l'introduction de la proposition auprès de votre client.

Objectifs : A l'issue des 20 mn de ce module, vous saurez comment construire l'introduction la mieux adaptée à votre situation et à celle de votre client.

Tous les thèmes abordés sont illustrés par des animations avec voix-off permettant d'intégrer les idées et concepts abordés.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Préparer avant chaque visite client ses opportunités de "ventes additionnelles"
- Sélectionner le bon moment pour pouvoir introduire une offre additionnelle
- Choisir la bonne technique pour présenter une vente additionnelle à l'issue d'une vente initiale

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Partage d'expériences

- Scènes "Mauvaises pratiques"
- Exercice
- Ce qui aurait dû être fait

2. Définitions

- La vente additionnelle
- Objectifs du module

3. **Process**

- Contexte du vendeur
- Décision du vendeur
- Choix de l'offre
- Contexte du client
- Choix de la bonne technique d'introduction
- Adaptation
- Cycle de vente

4. **Synthèse**

- Rappel des facteurs clé de succès

Savoir adapter son offre à une cible [E-Classroom]

TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 00h03m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse



Plus l'offre que vous allez présenter à votre client ou prospect est proche de ses préoccupations, proche de son environnement, plus vos chances de concrétiser sont grandes et moins le chemin vers la conclusion sera semé d'objections. Le temps que vous investissez dans l'adaptation de l'offre est rentable tant du point de vue comptable que du point de vue relationnel. Il ne vous reste qu'à **connaître** les étapes et les outils pour mener correctement l'adaptation de l'offre à un client.

Objectifs : Découvrez au travers de ce module de formation en E-Classroom les principales étapes et outils pour savoir adapter son offre à une cible.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser tous les éléments constitutifs d'une offre en vue de l'adaptation pour un client donné (ou une typologie client)
- D'appliquer le process d'adaptation de l'offre avec exactitude (Adaptation > Simulation > Analyse > Arbitrage > Validation)
- D'ajuster son offre (plusieurs versions) pour qu'elle soit la plus adaptée au client et qu'elle soit en accord avec la POLCO de l'entreprise

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Partage d'expériences

- Scènes "Mauvaises pratiques"
- Exercice
- Ce qui aurait dû être fait

2. Définitions

- La raison d'adapter son offre
- Objectifs du module

3. Process

- POLCO et offre standard
- Besoins clients
- Adaptation
- Simulation
- Analyse
- Arbitrage

4. Synthèse

- Points clés à maîtriser
- Pour aller plus loin

Savoir adapter son offre à une cible client [E-Learning]



TYPE : Module E-learning

DURÉE : 00h22m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Objectifs : Plus l'offre que vous allez présenter à votre client ou prospect est proche de ses préoccupations, proche de son environnement, plus vos chances de concrétiser sont grandes et moins le chemin vers la conclusion sera semé d'objections. Le temps que vous investissez dans l'adaptation de l'offre est rentable tant du point de vue comptable que du point de vue relationnel. Il ne vous reste qu'à **connaître** les étapes et les outils pour mener correctement l'adaptation de l'offre à un client. C'est ce que vous propose ce module de 22 mn.

Tous les thèmes abordés sont illustrés par des animations avec voix-off permettant d'intégrer les idées et concepts abordés.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser tous les éléments constitutifs d'une offre en vue de l'adaptation pour un client donné (ou une typologie client)
- D'appliquer le process d'adaptation de l'offre avec exactitude (Adaptation > Simulation > Analyse > Arbitrage > Validation)
- D'ajuster son offre (plusieurs versions) pour qu'elle soit la plus adaptée au client et qu'elle soit en accord avec la POLCO de l'entreprise

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Partage d'expériences

- Scènes "Mauvaises pratiques"
- Exercice
- Ce qui aurait dû être fait

2. Définitions

- La raison d'adapter son offre
- Objectifs du module

3. Process

- POLCO et offre standard
- Besoins clients
- Adaptation
- Simulation
- Analyse
- Arbitrage

4. Synthèse

- Points clés à maîtriser
- Pour aller plus loin

Organiser son développement par la conquête et la fidélisation [Présentiel]

TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 14h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise



Découvrez au travers de ce module de formation les principales étapes et outils de **la construction et du déploiement d'un plan de conquête**.

Objectifs : Ce module de 7 heures en présentiel est composé de 5 parties. Des exercices vous seront proposés sur les thèmes principaux pour vous permettre de tester vos connaissances au fur et à mesure de votre progression dans le module.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier l'ensemble des cibles du plan de conquête et de les segmenter par typologies
- Définir les potentiels globaux et adressables de chaque cible identifiée
- Classer les cibles par priorité de "conquête" (potentiels versus difficulté à conquérir)
- Déployer la conquête auprès des cibles et avec les outils de la conquête

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Les enjeux de la conquête

- Pression concurrentielle
- Opportunités marché
- Le mythe de la fidélité

2. Identifier les cibles & leurs potentiels

- Définition des cibles
- Les spécificités des cibles
- Estimation du potentiel additionnel

3. Classement & stratégies

- Définition de la facilité de pénétration
- Classement des cibles et stratégies

4. Outils de déploiement & planning

- Approche PDCA
- Planning de déploiement
- Outils de déploiement

5. Optimiser son plan

- Indicateurs de performance
- Processus d'optimisation
- Erreur & best practice

6. Conclusion de la formation

- Synthèse

De la définition des objectifs à la mesure des résultats [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Définir les objectifs est une des étapes essentielles dans le management de son équipe. Qu'ils soient globaux, individuels, qualitatifs ou quantitatifs, les objectifs doivent être définis avec pertinence et précision pour permettre une compréhension facile de ceux qui devront les supporter et ainsi assurer une mobilisation optimale.

Objectifs : Au travers de ce module, nous vous accompagnerons dans cette étape de **définition et de déclinaison des objectifs; nous insisterons sur le besoin de définir des objectifs clairs, mesurables, déclinables** et pour lesquels un suivi régulier et structuré sera nécessaire pour les présenter et les communiquer aux équipes.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Définir les objectifs qualitatifs & quantitatifs requis, en niveau 1 (macro) et en niveau 2 (micro - individuels)
- Mobiliser les collaborateurs autour de objectifs à atteindre
- Construire les Key Performance Indicators (KPI) pour suivre le niveau de performance

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

- 1. Raison de la définition des objectifs**
 - Mobiliser l'entreprise
 - Définir un but à atteindre
 - Un outil de communication
- 2. Préalable à la définition des objectifs**
 - Position actuelle & constat
 - Stratégie définie en amont
 - Périmètre couvert

3. Définition des objectifs

- Objectifs qualitatifs & quantitatifs
- Objectifs macro et individuels
- Outils et exercice dirigé

4. Mobiliser autour des objectifs

- Donner de la visibilité en interne
- Communiquer sur les objectifs
- Répondre aux questions

5. Mesure de la performance

- Indicateurs macro & individuels
- Scorecard "performance"
- Valorisation des résultats

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Motiver et animer son équipe [Présentiel]

TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise



Pour faire avancer une équipe dans le sens des objectifs qui auront été définis, il existe **deux prérequis essentiels : la motivation des collaborateurs(trices) qui composent cette équipe et l'animation** de ces mêmes collaborateurs. Il faut clairement qu'ils aient envie d'avancer et qu'ils soient accompagnés au quotidien. Pour ce faire, le manager moderne doit utiliser l'équilibre en faisant preuve d'une approche directive mais également d'empathie : il doit challenger la performance mais également accompagner la progression.

Objectifs : En choisissant ce module, vous pourrez obtenir **des clés de lecture du "comment motiver et animer son équipe au quotidien"**. Nous vous proposerons de travailler sur la connaissance de son équipe, sur la communication et sur l'accompagnement, toujours dans un objectif d'équilibre "directivité-bienveillance".

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Comprendre, gérer et exploiter les différences au sein de son équipe
- Mobiliser et de conduire, en tant que leader, son équipe autour d'objectifs à atteindre
- Challenger la performance, autour de suivi de KPI, et de donner de la visibilité

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Connaître son équipe

- Réaliser un diagnostic
- Comprendre et assumer les différences
- Rechercher l'équilibre

2. Savoir communiquer

- Savoir être convaincant
- Adapter sa communication
- Outils et process de communication

3. **Accompagner son équipe au quotidien**

- Créer un esprit d'équipe
- Donner de la visibilité
- Challenger la performance

4. **Manager en situation complexe**

- Gestion de crise et du changement
- Gestion du stress "équipe/manager"
- Exercice dirigé

5. **Faire évoluer son équipe**

- L'importance de l'entretien individuel
- La formation comme lever
- Evoluer dans l'organisation

6. **Les erreurs à ne pas commettre**

- Erreurs
- Best practices

7. **Conclusion de la formation**

Savoir communiquer avec son équipe [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Etre un bon communicant lorsque l'on est manager n'est pas chose aisée. Le manager est en effet souvent confronté à des messages descendants qui traitent de la contrainte ou qui imposent une vision du haut management, et il doit également régulièrement dire "non" à ses équipes sur des demandes terrain. Il se doit donc de **maitriser l'art de la communication pour pouvoir "embarquer" son équipe : il doit savoir écouter, s'exprimer, s'adapter en fonction du récepteur et être convaincant.**

Objectifs : Pour le manager que vous êtes, nous vous proposons au travers de ce module de travailler votre communication et **d'apprendre à être un bon communicant** reconnu pour sa capacité à comprendre l'autre, à parler juste et à convaincre son auditoire.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Préparer sa communication interne auprès de son équipe
- Convaincre et de mobiliser au travers d'une communication adaptée
- Utiliser la réunion comme un outil de communication et de management

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Emetteur & récepteur

- Savoir s'exprimer
- Savoir écouter
- Communication verbale et non verbale

2. Savoir être convaincant

- Préparer sa communication
- Vendre ses messages
- Devenir un référent pour son équipe

3. Adapter sa communication

- Fonction du contexte et de l'objectif
- Communiquer dans la mobilité
- Exercice dirigé

4. Mieux se connaître

- Habitudes de communication
- Reflexes et gestuelle
- Corriger sa communication pour la rendre efficace

5. La réunion comme un outil de communication structurant

- Réunion dynamique
- Source d'échanges
- Source de détente

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Mise en place d'un retour d'expériences [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Si le fait de réussir ou d'échouer sur le lancement d'un nouveau produit, d'une opération commerciale ou promotionnelle est un élément factuel très important, il en est de même sur le pourquoi de cette réussite ou de cet échec. **Trop nombreux sont les managers qui s'arrêtent à un niveau analytique de premier plan** et ne prennent pas le temps de capitaliser sur ce qui a fonctionné ou d'optimiser/modifier ce qui n'a pas fonctionné. Le retour d'expériences est un outil clef pour le manager pour comprendre, analyser, capitaliser ou modifier et agir avec son équipe.

Objectifs : Nous proposons au travers de ce module de vous faire comprendre le "pourquoi d'un retour d'expériences", de vous **accompagner dans la maîtrise du process détaillé et des outils** à utiliser pour réussir vos retours d'expériences.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Déployer un retour d'expériences pour capitaliser sur les échecs et la réussite de l'équipe
- Définir le rôle de chacun dans un retour d'expérience et utiliser les outils à disposition
- Construire un plan d'action "Best Practices" ou "Correctif"

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Pourquoi un retour d'expériences et actions d'optimisation

- Identifier problématiques et best practices
- Capitaliser en interne
- Ajuster pour réussir

2. Process de retour d'expériences

- Définition du périmètre
- Recherche et compilation des informations
- Analyse et qualification

3. Les types d'outils à utiliser

- Questionnaires et entretiens individuels
- Matrices d'analyse
- Base de données

4. Le rôle de chacun dans le retour d'expérience

- Définition du périmètre
- Compilation des informations
- Réaliser un atelier de retour d'expérience

5. Process d'optimisation

- Sélection dans la base
- Root causes et définition du plan d'action
- Réalisation et communication

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Accompagner son équipe dans le changement [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Le changement est une composante structurelle contemporaine : le monde bouge, il change, les marchés, les entreprises et les gens avec. Le manager doit savoir **appréhender le changement, le comprendre, en connaître les impacts** et en faire une force en le travaillant avec son équipe. Le changement a parfois du bon ou du mauvais en fonction de la position dans l'entreprise mais dans tous les cas, il ne doit pas être subi mais anticipé par le manager et doit être accompagné en interne et en externe.

Objectifs : Durant cette journée, nous vous proposerons de travailler sur **l'aspect analytique associé au changement (quels changements ? pourquoi changer ? quels impacts ? ...)** et sur **l'importance de la préparation** pour le manager (anticiper le changement et communiquer sur le changement).

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Mener et planifier un projet de conduite de changement
- Identifier les impacts & points bloquants associés au changement
- Communiquer sur le changement auprès de l'équipe tout au long du changement

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Quels changements et pourquoi ?

- Type de changements
- Les raisons du changement
- Le timing lié au changement

2. Quels impacts ?

- Impacts sur le métiers et outils
- Impacts sur l'organisation
- Impacts sur les habitudes

3. Définir le changement

- Situation actuelle et état à atteindre
- GAP analysis et impacts
- Exercice dirigé

4. Anticiper les points bloquants

- Gérer le planning
- Anticiper les points bloquants
- Anticiper les objections "humaines"

5. Accompagner son équipe

- Expliquer le pourquoi
- Fournir une argumentation claire
- Communiquer avant/ pendant/ après

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Gérer le turnover et l'évolution de son équipe [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Les entreprises évoluent de plus en plus vite pour répondre à ce que le management identifie comme un besoin du marché, les organisations et les équipes bougent donc en conséquence. De plus, les collaborateurs se sont également habitués à changer de services et/ou entreprises sur des cycles rapides de 3 à 5 ans. Le manager d'équipe doit donc être capable de **gérer ces évolutions constantes pour garantir une stabilité associant expérience, expertise, dynamique et nouveauté** et ainsi de garantir une atteinte des objectifs et une satisfaction client optimale.

Objectifs : Durant cette journée de formation, nous passerons du temps à comprendre les besoins collectifs et individuels comme points d'entrée, nous définirons également le **processus que nous recommandons pour gérer et faire évoluer son équipe.**

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Gérer de manière optimale les arrivées (intégration/positionnement) et les départs (transition/capitalisation) au sein de son équipe de collaborateurs
- Appliquer un processus [objectifs & mesure > entretiens & accompagnement > anticipation & communication] de pilotage de son équipe au quotidien
- Faire évoluer ses collaborateurs verticalement (management) ou horizontalement (expertise) dans le bon timing et avec la bonne communication auprès de l'équipe

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Le constat

- Départs et arrivées font partie d'un cycle
- Anticiper, ne pas subir
- Rechercher l'équilibre

2. Comprendre les besoins

- L'équipe et son fonctionnement
- Besoins collectifs
- Besoins individuels

3. Processus à appliquer

- Objectif et mesure
- Entretiens et veille
- Anticipation et réaction

4. Mesurer la performance

- L'équipe et l'individu
- Indicateurs qualitatifs
- Indicateurs quantitatifs

5. Faire évoluer son équipe

- Gestion des arrivées et départs
- Promotion et montée en compétence
- Réorganisation

6. Les erreurs à ne pas commettre

- Erreurs
- Best practices

7. Conclusion de la formation

Maîtriser la levée d'objections [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

On dit souvent, à raison, **que la vente débute lorsque le client dit Non !** Etre capable de lever une(les) objection(s) est une compétence que doit maîtriser tout commercial pour réussir à convaincre et à aboutir à l'adhésion de son prospect/client.

Objectifs : Durant cette journée nous détaillerons la notion d'objection et vous apporterons la **méthodologie pour lever les objections ainsi que tous les outils** nécessaires à la levée des objections.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Détecter une objection émise par son interlocuteur, de la qualifier avec précision et de la catégoriser avant traitement
- Définir avec pertinence la technique la plus adaptée pour traiter et lever 100% des objections émises
- Appliquer l'ensemble des techniques de levée d'objections proposées pendant la formation
- De contrôler le résultat de la levée et d'adapter le déroulé de la présentation auprès de son interlocuteur

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. La notion d'objection

- Le vendeur et l'acheteur
- Les raisons d'objecter
- L'objection, quand, où, et quoi ?

2. Exercice dirigé Ishikawa/Métablan

3. Identification des objections

- Les catégories d'objections
- Les thèmes des objections
- Les éléments à maîtriser par le vendeur

4. **Les prérequis à maîtriser pour le vendeur :**

- Offre produits
- Tarifs et conditions
- Process & services

5. **Méthodologie de levée des objections**

- Principe général
- Techniques de traitement
- Techniques d'évitement

6. **Les erreurs à ne pas commettre**

- Les erreurs comportementales
- Les erreurs techniques
- Les best practices

7. **Conclusion de la formation**

- Synthèse
- Infos évaluation / satisfaction
- Recommandations

De la définition des objectifs à la mesure des résultats [E-Classroom]



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Définir les objectifs est une des étapes essentielles dans le management de son équipe. Qu'ils soient globaux, individuels, qualitatifs ou quantitatifs, les objectifs doivent être définis avec pertinence et précision pour permettre une compréhension facile de ceux qui devront les supporter et ainsi assurer une mobilisation optimale.

Objectifs : Au travers de ce module, nous vous accompagnerons dans cette étape de **définition et de déclinaison des objectifs; nous insisterons sur le besoin de définir des objectifs clairs, mesurables, déclinables** et pour lesquels un suivi régulier et structuré sera nécessaire pour les présenter et les communiquer aux équipes.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Définir les objectifs qualitatifs & quantitatifs requis, en niveau 1 (macro) et en niveau 2 (micro - individuels)
- Mobiliser les collaborateurs autour de objectifs à atteindre
- Construire les Key Performance Indicators (KPI) pour suivre le niveau de performance

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Définition & préalables

- Qu'est-ce que la définition des objectifs ?
- Préalables : position et stratégie

2. Définition des objectifs

- Objectifs qualitatifs & quantitatifs
- Objectifs macro et individuels

3. Mobiliser autour des objectifs

- Donner de la visibilité en interne
- Communiquer sur les objectifs
- Répondre aux questions

4. Mesure de la performance

- Indicateurs macro & individuels
- Scorecard "performance"
- Valorisation des résultats

5. Questions / réponses / échanges

6. Conclusion de la formation

Construire son plan de conquête clients & prospects [E-Classroom]



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Il existe peu d'entreprises (les chanceuses :)) qui peuvent prétendre ne pas avoir besoin de partir à la conquête et (malheureusement) votre structure n'en fait sans doute pas partie. **La conquête est essentielle pour pénétrer un marché et capter le potentiel associé.** C'est un process qui doit être reconduit régulièrement...et pas tous les 10 ans !

Objectifs : Découvrez au travers de ce module de formation de 3 heures en E-Classroom les principales étapes et outils de **la construction d'un plan de conquête.**

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier l'ensemble des cibles du plan de conquête et de les segmenter par typologies
- Définir les potentiels globaux et adressables de chaque cible identifiée
- Classer les cibles par priorité de "conquête" (potentiels versus difficulté à conquérir)
- Déployer la conquête auprès des cibles et avec les outils de la conquête

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Objectif du Plan de Conquête

- Objectifs du plan de conquête
- Limites associées

2. Process de construction

- Présentation du process
- Définition des cibles
- Les spécificités des cibles
- Estimation du potentiel additionnel
- Définition de la facilité de pénétration
- Classement des cibles et stratégies

3. **Les erreurs à ne pas commettre**

- Erreurs
- Best Practices

4. **Cas pratiques**

- Mises en situation
- Questions/réponses

Construire de A à Z son Plan Marketing annuel [E-Classroom]



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Le plan marketing est un des éléments les plus structurants permettant de **communiquer à l'ensemble des récepteurs internes** (équipe marketing, force de vente, management,...) et externes (clients directs & indirects, partenaires,...) de l'entreprise les actions qui seront déployées sur l'année à venir.

Objectifs : Au travers de ces 3 heures de formation, nous vous proposons de vous apporter toutes les **clefs de la construction d'un plan marketing annuel efficace**.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Définir les actions marketing permettant d'atteindre les objectifs annuels prédéfinis par la direction
- Sélectionner les actions par priorité et les planifier dans le temps
- Définir les acteurs internes et externes de la réalisation et construire le budget marketing
- Conduire la réalisation du plan marketing dans le temps

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Définition du plan marketing et pré-requis

- Définitions & périmètre du plan marketing
- Prerequis à la construction du plan marketing

2. Les types d'action du plan marketing

- Actions "produits & services"
- Actions de communication
- Actions d'animation

3. Construction du plan marketing

- Définition des objectifs par cible clients
- Définition des actions et priorisation
- Planification temporelle des actions
- Communication du plan Marketing

4. **Questions / réponses / échanges**
5. **Conclusion de la formation**

Construire et travailler son plan de conquête [E-Learning]



TYPE : Module E-learning

DURÉE : 00h26m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

A l'issue des 26 mn de ce module, vous saurez construire un plan de conquête quelle que soit la raison de son lancement ; vous saurez estimer le montant du chiffre d'affaires à conquérir et établir le calendrier du déploiement de la conquête. Evidemment, tout cela de manière structurée en tenant compte de votre environnement et de celui de vos cibles ainsi que du rôle que chacun doit tenir dans un tel projet.

L'objectif de ce module est de vous apporter ce dont vous avez besoin pour réussir le rôle qui vous est dévolu dans la construction du Plan de conquête

Tous les thèmes abordés sont illustrés par des animations avec voix-off permettant d'intégrer les idées et concepts abordés.

Une évaluation finale vous permettra de vous tester et d'obtenir, si vous réalisez un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY"

Le programme :

1. Partage d'expériences

- Scènes « Mauvaises pratiques »
- Exercice
- Ce qui aurait dû être fait

2. Définitions

- Les raisons de lancer une conquête
- Objectifs du module
- Résultats attendus d'un Plan de Conquête

3. Process

- Périmètre de la conquête
- Sélection des cibles
- Qualification des cibles
- Potentiels des cibles
- Facilité d'acquisition des cibles
- Priorisation des cibles
- Tactiques
- Planification
- Amélioration continue

4. Synthèse

- Points clés à maîtriser
- Pour aller plus loin

Comprendre la levée d'objections [E-Classroom]



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

La vente commence quand le client dit NON ! Il est donc fondamental, dans le process de vente et afin d'atteindre la phase de "closing", de comprendre quels sont les leviers pour lever les différentes objections émises par le client.

Objectifs : Découvrez au travers de ce module de formation en E-Classroom les principales étapes et outils de **la levée des objections**.

Une évaluation finale vous permettra de vous tester de manière plus approfondie et d'obtenir, si vous réalisez un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. La notion d'objection

- Le vendeur et l'acheteur - les raisons d'objecter
- L'objection, quand, où, et quoi ?

2. Identification des objections

- Les catégories et les thèmes d'objections
- Les éléments à maîtriser par le vendeur

3. Méthodologie de levée des objections

- Principe général de levée des objections
- Techniques de traitement et d'évitement

4. Les erreurs à ne pas commettre

- Les erreurs comportementales et techniques
- Les best practices

5. Cas pratiques

- Mises en situation
- Questions/réponses

6. Conclusion de la formation

Comprendre et gérer un process de veille commerciale [E-Learning]



TYPE : Module E-learning

DURÉE : 00h20m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

La « Veille Commerciale », voilà bien une notion galvaudée que beaucoup rangent au rang de bruit de fond de la vente ; alors que c'est un outil essentiel qui nécessite organisation et rigueur tant dans sa préparation que dans son déploiement.

Objectifs : Les 20 mn de ce module apporteront à qui veut retirer la substantifique moelle de la Veille Commerciale les fondamentaux à mettre en œuvre.

Tous les thèmes abordés sont illustrés par des animations avec voix-off permettant d'intégrer les idées et concepts abordés.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Préparer toutes les étapes nécessaires avant le déploiement d'une veille commerciale (Objectifs, périmètre, informations à recueillir, recherche, responsabilités)
- Déployer, en tant que chef de projet de la veille ou d'acteur, un process complet de veille maîtrisé et efficient (votre mission dans un process de veille)
- Utiliser de manière optimale les éléments de la veille pour générer un plan d'action associé (qualification, traitement, action)

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Partage d'expériences

- Scènes « Mauvaises pratiques »
- Exercice
- Ce qui aurait dû être fait

2. Définitions

- La veille commerciale
- Objectifs du module

3. Process

- Préparation
- Décision
- Acteurs
- Informations
- Outils
- Déploiement
- Qualification
- Stockage
- Traitement
- Actions
- Communication

4. Synthèses

- Rappels des facteurs clé de succès

Nouveaux modes de consommation & évolutions des technologies automobiles - impacts sur l'après-vente [Présentiel]



TYPE : Module Présentiel

DURÉE : 07h00m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Maîtrise

Le marché automobile en France connaît actuellement des évolutions majeures, tant sur le plan des modes de consommation des conducteurs que sur le plan des technologies développées et déployées par les constructeurs.

Objectifs : Au travers de ce module de formation, vous pourrez découvrir les **nouveaux modes de consommation associés à l'automobile, les technologies de véhicules et appréhender les impacts** qualitatifs et quantitatifs de chacune de ces évolutions sur le parc automobile et sur le marché de l'après-vente. Vous pourrez également, à partir des scénarii proposés, vous projeter sur le futur de l'après-vente en France.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Appréhender les évolutions des modes de consommation et des technologies de mobilité proposée pour challenger sa stratégie d'entreprise et/ou donner de la visibilité à son portefeuille client sur le futur de l'après-vente
- D'appuyer son argumentation sur des données tangibles et chiffrées (évolution du parc, chiffres clefs de l'après-vente,...), données qu'il pourra utiliser pour crédibiliser son discours
- D'échanger ou de débattre concernant le "futur de l'après-vente automobile" à partir de l'ensemble des connaissances qu'il aura acquises durant cette session de formation

Pré-requis de participation :

- Connaissances approfondies du marché automobile actuel.

Outils :

Afin de dynamiser la session, nous utiliserons Klaxoon ou Prezi afin de créer de l'interaction, de l'échange, afin de vous questionner...

Merci de prévoir un téléphone mobile afin de pouvoir participer.

Evaluation :

Nous validerons l'acquisition des connaissances par le participant à partir d'un questionnaire d'évaluation complet associant diverses typologies de questions (QCM, Drag&Drop, Questions à trou,...). Cette évaluation

finale permettra d'obtenir, si réalisation d'un score de 80% minimum, un certificat "Startengo E-ACADEMY".

Le programme :

1. Nouveaux modes de consommation

- Achats E-commerce ou Click&Collect
- Développement de la LLD & LOA
- Autopartage & covoiturage
- Utilisation des outils digitaux

2. Technologies de mobilité & connectivité

- Les véhicules "connectés"
- Les véhicules électriques
- Les véhicules autonomes
- Les drones de transport

3. Evolution du parc VL

- Principaux indicateurs
- Analyse des achats de véhicules
- Analyse du parc de VL(VP & VUL)
- Projection à court & moyen termes

4. Impacts sur l'Après Vente

- Principaux indicateurs
- Impacts sur la chaine de distribution/réparation
- Les modèles disruptifs de distribution/réparation
- Projection à court & moyen termes

5. Conclusion de la formation

- Synthèse

2024 - Maîtriser les mutations du marché de l'après-vente (constats) - Partie 1/2



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h30m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Synthèse

Le marché de l'après-vente en Europe et en France est en pleine mutation : concentration des acteurs, libéralisation des marchés, nouvelles technologies, évolution du parc automobile... les thèmes sont nombreux à investiguer et à appréhender les impacts qualitatifs & quantitatifs sur le marché dans sa globalité et chaque niveau de la chaîne de distribution "après-vente".

Plusieurs dimensions de périmètres seront abordées : nous verrons le périmètre géographique (Monde/Europe/France) ainsi que le périmètre véhicule, c'est-à-dire VL (Véhicule Léger), PL (Poids Lourd) et VUL (Véhicule Utilitaire Léger).

Objectif : En assistant à cette formation, vous pourrez prendre connaissance des différentes **évolutions du marché, comprendre leurs impacts à moyen et long terme** sur le marché "après-vente" et échanger avec d'autres participants et intervenants.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser l'ensemble des paramètres d'évolutions présentés et de les challenger pour sa propre activité
- D'appliquer les scénarii Startengo proposés à sa propre activité pour simuler l'impact
- D'utiliser tout ou partie des éléments présentés pour construire ou adapter sa stratégie

Le programme :

Jour n°1 | 8h30 - 12h00 :

- Connexion des participants
- Présentation des participants & attentes
- Les caractéristiques du parc automobile :
 - Zones de production
 - Etat des immatriculations
 - Analyse des parcs roulants
 - Fin de vie des véhicules

- Le marché de l'après-vente 2023
 - Chiffres clés après-vente
 - Acteurs & Stratégies après-vente
 - Analyse des modèles disruptifs

2024 - Maîtriser les mutations du marché de l'après-vente (évolutions 2035-2040) - Partie 2/2



TYPE : Module E-classroom

DURÉE : 03h30m

CATÉGORIES : Management

NIVEAU : Info

Le marché de l'après-vente en Europe et en France est en pleine mutation : concentration des acteurs, libéralisation des marchés, nouvelles technologies, évolution du parc automobile... les thèmes sont nombreux à investiguer et à appréhender les impacts qualitatifs & quantitatifs sur le marché dans sa globalité et chaque niveau de la chaîne de distribution "après-vente".

Plusieurs dimensions de périmètres seront abordées : nous verrons le périmètre géographique (Monde/Europe/France) ainsi que le périmètre véhicule, c'est-à-dire VL (Véhicule Léger), PL (Poids Lourd) et VUL (Véhicule Utilitaire Léger).

Objectif : En assistant à cette formation, vous pourrez prendre connaissance des différentes **évolutions du marché, comprendre leurs impacts à moyen et long terme** sur le marché "après-vente" et échanger avec d'autres participants et intervenants.

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser l'ensemble des paramètres d'évolutions présentés et de les challenger pour sa propre activité
- D'appliquer les scénarii Startengo proposés à sa propre activité pour simuler l'impact
- D'utiliser tout ou partie des éléments présentés pour construire ou adapter sa stratégie

Le programme :

Jour n°2 | 8h30 - 12h00 :

- Evolution de la relation client
- Projection après-vente 2025
 - Evolutions technologiques
 - Habitudes de consommation
 - Impacts sur le parc roulant
 - Adaptation des stratégies

- Projection après-vente 2035
 - Vision Startengo à 2035
 - Mutations du parc auto
 - Projection après-vente
 - Risque & opportunités