

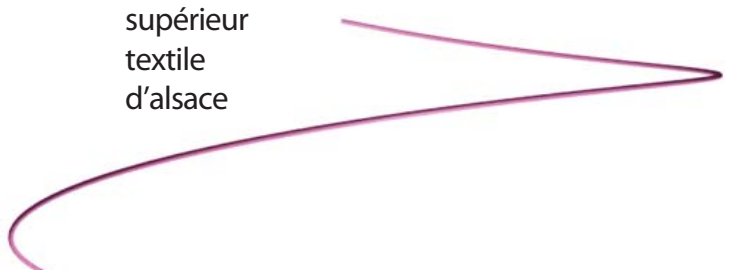


Formation
continue

ista

institut
supérieur
textile
d'alsace

2010 / 2011



sommaire

marketing / merchandising

● Les fondamentaux du marketing	9
● Marketing et Plan de collection	9
● Tendances et phénomènes de mode	10
● Développer une démarche « Commerce équitable »	10
● Les fondamentaux du merchandising	11
● Construire et mettre en place sa charte Merchandising	11
● Comment aménager ses vitrines	12

vente / commerce

● Développer le potentiel de son point de vente par son personnel	14
● Du conseil à la vente	14
● Améliorer la relation clientèle pour vendre plus et mieux	15
● Réussir l'accueil commercial	15
● Manager, dopez vos actions	16
● Construire un plan de prospection commerciale	16
● Le téléphone efficace	17
● Pratique du commerce international : le crédit documentaire	17

technique produit

● Connaître les aspects techniques de son produit	19
● Connaître les procédés de fabrication d'un article textile	19
● Matières textiles et Processus de fabrication	20
● Connaître les textiles surfaciques	20
● Les fondamentaux de la confection	21
● Technique de confection pantalon	21
● Confection : qualité et prix de revient	22
● Les techniques d'enduction	22
● Le DENIM sous tous ses aspects	23

création

● Comprendre et maîtriser la couleur	25
● Maîtriser la couleur avec Photoshop	25
● Découvrir et exploiter la couleur	26
● Maîtrise des outils CAO/DAO et d'infographie	26

management

● Conduire et déployer un projet	28
● Manager le changement	28
● Manager et diriger efficacement son service	29
● Manager et communiquer	29
● Formation tuteur	30
● Prise de parole en public	30
● Mise en place et pratique des entretiens individuels	31
● Réussir ses entretiens de recrutement	31
● Le tutorat de la Génération Y : les clés de la réussite	32
● Motiver et fidéliser la Génération Y	32
● Techniques de management de l'encadrement de 1 ^{er} niveau	33
● Management et accompagnement de la stratégie des dirigeants TPE	34
● CQPI Animateur d'équipe	34
● Savoir s'organiser pour gagner du temps	35
● Comprendre l'entreprise : structure et fonctionnement	35



Le Mot du Directeur

Depuis plus de 20 ans, l'ISTA forme les nouveaux talents du textile aux métiers de chef de produit, d'acheteur, de responsable de collection ou de service création, de responsable merchandising, de rayon ou de magasin ou encore de responsable commercial ou marketing.

Forts de cette expérience et des relations de partenariat que nous avons tissées au fil des ans avec les entreprises et les experts du secteur, nous avons conçu des programmes de formation continue destinés spécifiquement aux salariés du textile, de l'habillement, de l'ameublement et de la distribution.

Qu'il s'agisse de séminaires intra ou inter-entreprises, de formations courtes ou de cycles plus approfondis visant la mise en place de projets au sein de l'entreprise, vous trouverez, j'en suis certain, la réponse à la plupart de vos besoins de formation continue dans ces pages.

Notre programme compte plus de 40 séminaires et couvre les 5 thématiques suivantes : le marketing et le merchandising, la vente, la connaissance du produit, la création textile et enfin le management.

De plus, notre équipe d'intervenants est à même d'élaborer avec vous une formation sur-mesure, pour un groupe ou pour un seul salarié, de l'action ponctuelle à la mise en œuvre d'un itinéraire de développement échelonné sur plusieurs mois.

A ce jour, plus de 1000 salariés ont enrichi leurs connaissances et leur savoir-faire grâce à une formation ISTA, contribuant ainsi à faire gagner leur entreprise en compétences et en compétitivité.

D'ici là, n'hésitez pas à nous contacter et à visiter notre site internet www.ista.asso.fr.

Frédéric MOUGIN
Directeur de l'ISTA

● pour plus d'informations
thierry.bimboes@ista.asso.fr



Choisir un spécialiste du textile pour développer vos talents internes

Les marchés du textile évoluent rapidement et avec eux les besoins d'actualisation des compétences, à la fois marketing, commerciales, techniques, créatives et managériales.

Pour être compétitives et préserver leur capacité d'innovation, les entreprises de toute la filière investissent de plus en plus dans leur capital humain, favorisant le développement personnel et professionnel de leurs salariés. La formation continue représente pour elles non seulement un outil de management des ressources humaines, mais aussi un formidable levier de motivation et de fidélisation des collaborateurs.

A l'ISTA nous avons dédié nos programmes de formation continue exclusivement aux salariés de la filière textile, qu'il s'agisse pour eux d'acquérir de nouveaux savoirs, de développer ou de valider leurs compétences, de se spécialiser ou d'évoluer vers d'autres fonctions au sein de l'entreprise. Nos formations s'adressent à tous les niveaux de responsabilité et à tous les profils de postes.

Plus de 40 séminaires d'un à 15 jours, s'articulent, de l'initiation à l'expertise, autour de cinq thématiques essentielles pour les métiers du textile, de l'habillement, de l'ameublement et de la distribution :

- le marketing et le merchandising
- la vente et le commerce
- la technique produit
- la création textile
- les techniques de management

Nous vous proposons par ailleurs des formations sur-mesure qui répondront au plus près à vos attentes : le référentiel de la formation sera élaboré en étroite collaboration avec vous, prenant en compte le(s) profil(s) du ou des salariés concernés, ainsi que les objectifs de la formation, son rythme, sa durée, son contenu et les méthodes pédagogiques les mieux adaptées. Un réel plan de développement interne peut ainsi être construit avec vous, afin de soutenir votre stratégie de ressources humaines.

Nos séminaires sont proposés en intra (au sein même de votre entreprise) ou en inter-entreprises, à Mulhouse dans les locaux de l'ISTA et dans d'autres villes de France dans des salles de formations dédiées. Si la formule intra-entreprise présente pour le salarié l'avantage de la proximité de son environnement de travail, de nombreux participants sont aussi favorables aux échanges et au partage d'expériences professionnelles qui animent les séminaires regroupant plusieurs profils, issus d'entreprises de secteurs différents.

Bien entendu nos formations sont éligibles aux dispositifs proposés par le DIF (Droit Individuel à la Formation).

Pour les salariés des entreprises de la filière Textile Habillement ayant une expérience métier d'au moins 3 ans, le titre de Chef de Produits Textiles ISTA est accessible aujourd'hui par la voie de la VAE. Pour les entreprises, la VAE est un véritable outil de gestion des ressources humaines : elle permet de faire progresser chaque salarié tout en développant les compétences collectives de l'entreprise.

Le calendrier des formations est actualisé régulièrement. Pour en savoir plus, consultez www.ista.asso.fr.

L'ISTA au cœur du Campus Textile d'Alsace

Notre institut de formation est installé dans un écrin de verdure au cœur de la ville de Mulhouse, berceau de l'industrie textile depuis des décennies. De la volonté et de l'engagement des industriels locaux est né un lieu unique qui regroupe, en un pôle de compétences et de savoirs, des universités, des entreprises et des experts qui tous servent les métiers du textile.

Ainsi, l'ISTA propose à vos salariés un cadre de travail et un réseau professionnel qui contribueront à la qualité de leur expérience pédagogique. Outre les équipements et les locaux à la pointe de la modernité, les relations quotidiennes avec les entreprises du textile facilitent les échanges et alimentent les discussions, ouvrant les horizons et les esprits.

Les intervenants ISTA sont tous des professionnels qui forment à leur métier, au travers de cours fondamentaux et d'exercices pratiques. Leur approche pédagogique puise dans leur expérience au quotidien de l'industrie textile, de la création, du marketing, de la vente, de la communication et du management en entreprise. Ils apportent à la fois des savoirs théoriques, un savoir-faire opérationnel et des méthodologies éprouvées. Nous accordons aussi une place importante à la dimension du savoir être, qui si souvent fait la différence dans la relation aux autres, clients ou fournisseurs, responsables ou collègues.

Références

ADIDAS (67)	DANNY DECOR (68)	KIABI (59)	SAIC VELCOREX (68)
AMES EUROPE (88)	DECOUVELAERE (88)	KOHLER FRANCE	SE RAPP (68)
APBP (67)	DELLALUI (25)	TEXTILES (88)	SEMPATAP (68)
BANDES SOMOS (68)	DMC (68)	KM CONCEPT (68)	SERDICO (67)
BERNHARDT FASHION	DORE DORE 1819 (75)	LANDOLT (68)	SIAT & LANG (68)
FRANCE (67)	DOLLFUS & MULLER (68)	LECLERC (68)	SL PRODUCTIONS (68)
BIG STAR	EMC DISTRIBUTION (94)	LINVOSGES (88)	SYSTEME U (94)
INTERNATIONAL (68)	FNAPP FRANCE (68)	MARCEL BAUER (67)	TALLYWEJL TRADING (CH)
BRAGARD (88)	FRANCOIS HANS (88)	MDSA (25)	TEXCIL (68)
C & A (75)	GARNIER THIEBAUT (88)	MOBILIER EUROPEEN (68)	TEXTILES EN BIAIS (68)
CAWE (67)	GLOBE SARL (68)	MOD'M (67)	TREVEST (25)
CARREFOUR (77)	GRAVIT (68)	NORPROTEX (84)	VIRTUOSE (68)
CASINO (77)	INNOTHERA (88)	ORSAY (AII.)	VISUMAT INTERNATIONAL (68)
CORA (68)	INTERGLAS	PHILEA TEXTILES (68)	ZG RAIFFEISEN (D)
CORDERIES MEYER	TECHNOLOGIES (68)	PRINTEMPS (75)	ZUBER RIEDER (25)
SANSBOEUF (68)	ITO LAB (67)	PUMA (67)	
CITADIUM (75)	KELNET (68)	PROVERA (77)	

Témoignages

“Le cycle en Techniques du Management donne une vision globale de l’entreprise tout en nous formant à la finance, au marketing, aux ressources ou encore à la gestion de conflits.

Le rapport final et la soutenance devant un jury de professionnels cristallisent l’ensemble des compétences acquises. Grâce à cette formation à l’ISTA mon comportement de manager a évolué vers une approche plus ouverte et plus participative.”

Virgil De Oliveira, Responsable de Production, Corderies Meyer Sansboeuf

“Nous référençons environ 400 produits à la saison : en connaître toutes les caractéristiques techniques, les procédés de fabrication et savoir en faire une description claire est essentiel. La formation que j’ai suivie avec cinq autres collègues a parfaitement répondu à nos attentes. Elle a été déclinée en deux temps : d’abord au sein de notre entreprise, puis par un module organisé à Mulhouse comportant également des visites d’entreprises textiles. Je comprends aujourd’hui mieux les contraintes de certains de nos fournisseurs.”

Emmanuelle Dorn, Assistante Chef Produits System U

“Dans le cadre de la formation initiale de l’ISTA j’ai eu l’occasion d’être membre du jury et d’accueillir une stagiaire en alternance. En tant que participante et cliente en formation continue j’ai pu apprécier personnellement la qualité des intervenants et des enseignements.”

Elisabeth KOENIG, Directrice de la filiale, Bernhardt Fashion France



“Je souhaitais développer les compétences managériales d’une équipe à travers un référentiel de formation commun et les doter d’outils de gestion de la performance. Le programme proposé par l’ISTA permettait d’appliquer les enseignements à court terme sur divers projets tels que la gestion de stock, la relation client et la communication interne. La formule inter-entreprises a aussi permis d’enrichir les personnalités des participants.”

Denis LAUREAU, PDG de Virtuose

“L’ISTA m’a proposé une formation sur mesure, un véritable condensé de savoir techniques et de méthodes pédagogiques. J’ai apprécié l’accompagnement personnalisé et le professionnalisme de l’intervenante.”

Nicolas LESTREZ, Directeur des ventes, BRAGARD



“En deux jours, j’ai appris à mieux identifier les tissus, les techniques de fabrication et les procédés d’ennoblissement, de teinture et d’impression. Nous avons analysé des échantillons et des fiches techniques, découvert le langage du textile et ses composants, autant d’éléments qui m’aident aujourd’hui à mieux conseiller mes clients.”

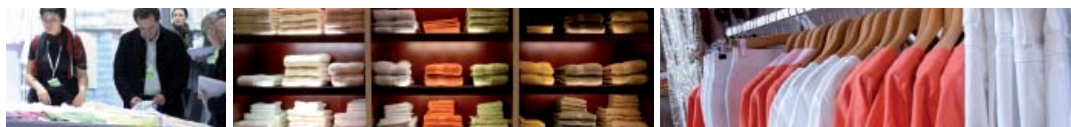
Gisèle BASTIAN, Assistante Commerciale, BERNHARDT FASHION FRANCE

“J’ai trouvé à l’ISTA une grande écoute et la capacité à répondre de manière très concrète à notre demande. Nous avons ainsi pu développer en interne un cycle d’initiation de nos commerciaux aux diverses techniques et matières textiles. Ce travail a porté ses fruits puisque nous le poursuivons auprès de certains de nos clients.”

Caroline AMET, Responsable des Ressources Humaines BRAGARD

“Etre un bon manager c’est être au service de ses collaborateurs, les aider dans leur mission. L’empathie et l’écoute sont aussi importantes que la technique et les indicateurs de performance.”

Gérard MAECHLING, Intervenant ISTA, Cycle Techniques de Management



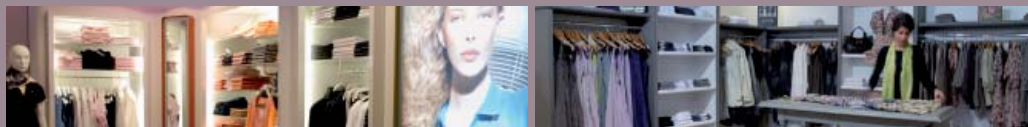
marketing merchandising

- S'il est un marché sensible aux évolutions de notre temps, à la saisonnalité et aux attentes changeantes de ses clients, c'est bien celui de la mode et de l'industrie textile en général. Etre au fait des tendances créatives, des innovations techniques ou encore des composantes de prix et des modes de distribution est vital pour les entreprises du textile.

La démarche marketing permet de décrypter les tendances en amont de la création, de mieux définir votre offre et de la positionner sur un marché dont la mondialisation est le quotidien. Elle apporte à vos salariés une méthodologie de travail structurante et des outils d'analyse et de prospective facilitant le lancement de nouvelles collections.

Depuis les fondamentaux théoriques jusqu'aux outils pratiques d'élaboration d'une collection, nous initiions vos salariés aussi bien au marketing stratégique et opérationnel qu'à l'analyse des tendances et à la mise en œuvre d'une démarche commerciale éco-citoyenne et responsable.

Le merchandising est quant à lui l'illustration même de l'écoute que vous portez au consommateur. Il met véritablement en scène votre produit sur le lieu de vente dont il optimise la rentabilité en facilitant l'acte d'achat. Vos salariés découvriront les dimensions essentielles de l'attrait visuel d'un magasin, de l'organisation de son espace et de sa gestion au quotidien, sans oublier l'aménagement créatif d'une vitrine. Ils apprendront également à définir et à mettre en œuvre une charte du merchandising dans le cadre d'une politique globale de marketing.



● Les fondamentaux du marketing

objectifs Comprendre l'importance du marketing dans l'entreprise. S'initier à la démarche marketing, à ses outils et à leur mise en pratique afin de développer chez chaque participant un esprit marketing et stimuler sa créativité.
Comprendre ce qu'est le marketing aujourd'hui et ses objectifs.
Distinguer marketing opérationnel et marketing stratégique.
Bien identifier les quatre composantes du marketing-mix.

programme Première partie : Le marketing aujourd'hui
Historique
Rôle du marketing
La place du marketing dans l'entreprise
Les concepts
Les évolutions

Deuxième partie : La démarche marketing
Les éléments clés : Besoin - Marché - Produit
Du marketing stratégique au marketing opérationnel

Troisième partie : Les composantes du marketing
L'offre
La demande
La stratégie
Le marketing-mix
Le marketing demain

Public
Chef de Produits, acheteur, commercial ou toute personne souhaitant acquérir les connaissances en marketing.

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Session Mars 2011

Intervenant
Formateur ISTA en marketing. Ancien directeur d'une entreprise textile spécialisée en vêtements d'image. Ancien manager des ventes d'une société éditrice de tissus de décoration

● Marketing et Plan de collection

objectifs Acquérir les éléments marketing propres à permettre aux participants d'évaluer leurs collections actuelles, d'élaborer et lancer de nouvelles collections (élargir leurs horizons, stimuler leur créativité, professionnaliser leur démarche).
- Comprendre ce qu'est le marketing, ses concepts, ses outils, son évolution
- Situer la démarche marketing dans le contexte de son entreprise et de sa fonction
- Utiliser les outils et concepts dans le processus d'élaboration de sa collection

programme Qu'est-ce que le marketing
Définition
Marketing stratégique / marketing opérationnel
Les mutations actuelles : du marketing d'études à celui d'offre
L'entreprise à l'écoute active
Ecouter et comprendre : les fondamentaux
Notre entreprise : mieux se connaître pour agir
Construire son marketing-mix
Les composantes : produit, prix et analyse de la valeur, distribution, communication
Construire son offre : conception d'une collection - analyse - valeur
Agir
Plan d'action marketing et commercial
Réguler
Evaluation, correction et prise en compte des autres plans d'action de l'entreprise

Public
Chef de Produit, Acheteur

Tarif 2 600 Euros HT (6 jours)

Sessions Décembre 2010
Juin 2011

Intervenant
Formateur ISTA en marketing. Ancien directeur d'une entreprise textile spécialisée en vêtements d'image. Ancien manager des ventes d'une société éditrice de tissus de décoration

● Tendances et phénomènes de mode

objectifs Comprendre les tendances et phénomènes de mode.
Savoir les décrypter pour les intégrer dans son contexte professionnel (création, développement, commercialisation...).

Se construire une méthode d'analyse et de suivi des tendances des saisons à venir.

1. L'univers de la mode

Les acteurs de la mode aujourd'hui

Temps et délais de préparation d'une collection

2. Les différentes sources d'information pour détecter les nouvelles tendances

Les événements saisonniers pour les professionnels (Salons professionnels, défilés...) - La presse professionnelle - Les voyages - La cible - Les stars et les médias - La publicité - La concurrence

3. Analyse de l'information et constitution du référentiel

Comment analyser et traiter les informations recueillies

Construire son référentiel (Book de tendances - Revue de presse - Actualisation)

Les tendances de la saison à venir

Tendances lourdes

Tendances récurrentes

Tendances occasionnelles

Public

Chef de Produits, Responsables de collection, Acheteur, Styliste, Commerciaux, Personnel de vente, toute personne souhaitant comprendre la mode.

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant

Consultante en style et développement produit. Ancienne directrice de collection d'une marque de PAP masculin. Ancienne responsable Marketing/Style d'un groupe de distribution.

● Développer une démarche «Commerce équitable»

objectifs Permettre aux participants d'initier une démarche de progrès, introduire des pratiques citoyennes et responsables au sein de son entreprise, de son service :

- comprendre les principes et le fonctionnement du commerce équitable aujourd'hui
- identifier les pratiques actuelles - mesurer leur poids et efficacité
- développer une méthodologie permettant d'initier une démarche

Présentation des structures du commerce équitable en France et à l'international

Commerce équitable et développement durable

Reconnaissance officielle du commerce équitable en France

Décryptage : comment distinguer l'équitable de l'éthique du solidaire, du bio

Les grandes structures du commerce équitable : FLO, Max Havelaar.

Etat des lieux

Données chiffrées

Gamme de produits textiles équitables

Les différents modes de distribution

Enjeux et perspectives

De l'intention à l'action

Le profil de l'acheteur-type - Les niches pour se repérer

Les raisons d'un succès

Le consomm'acteur et l'exigence du sens

Objections et réponses argumentées

Public

Chef de produits, Responsable de collection, Acheteur, Styliste, Commercial, toute personne souhaitant comprendre les mécanismes du commerce équitable

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant

Spécialiste en commerce équitable et développement durable acquise dans sa fonctions de Chargée de formation en matière d'achats publics équitables et Chargée de mission à l'étranger

● Les fondamentaux du merchandising

objectifs Comprendre et maîtriser les trois dimensions opérationnelles du merchandising (visuel, organisation, gestion) au niveau de son rayon textile afin de le rendre plus attractif, plus rentable et satisfaire au mieux sa clientèle.
Rechercher l'implantation des produits la plus efficace pour générer le plus fort chiffre d'affaires.
Optimiser et rentabiliser l'espace disponible.
Aider le client à trouver plus vite son produit en suscitant l'envie et en déclenchant l'acte d'achat.

programme

Qu'est-ce que le merchandising aujourd'hui ?
Définition - Les points clés - La règle des 5«rights» - Les 3 sortes de merchandising
Le merchandising d'organisation
L'objectif - Le zoning, le classement - Les flux de circulation - Les types de produits (les «best») - Les différents effets : de masse et qualitatifs
- Les grands principes d'implantation
Le merchandising de gestion
L'assortiment
L'efficacité verticale
Les différents types d'achat
Le merchandising de gestion
Les aides visuelles - Les vitrines
Le mobilier
Les couleurs et l'éclairage

Public
Responsable de magasin, Chef de département textile, Responsable de rayon, Personnel de vente, toute personne souhaitant comprendre le merchandising

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Professionnel de la distribution «Mode et Luxe» dans des fonctions de Direction générale, de Marketing, spécialiste en merchandising visuel, de gestion et d'organisation depuis 8 ans

● Construire et mettre en place sa charte merchandising

objectifs Avoir une vision claire de ce qu'est le merchandising.
Comprendre et définir une politique merchandising.
Elaborer une charte merchandising en fonction des spécificités de son activité.

programme

Introduction au merchandising
Origines
Définitions et intérêt du merchandising

Les éléments clés d'une politique merchandising
Définir une politique merchandising : les éléments clés
Définir un point de vente type

Construire sa charte
Les composants de la charte
Test en magasin

L'élaboration définitive de la charte
La rédaction de la charte
La mise en en page en accord avec la charte graphique de l'enseigne et de la marque

Public
Responsable marketing, Responsable merchandising, toute personne en charge de l'élaboration d'une charte merchandising

Tarif 8 400 Euros HT (8 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Professionnel de la distribution «Mode et Luxe» dans des fonctions de Direction générale, de Marketing, spécialiste en merchandising visuel, de gestion et d'organisation depuis 8 ans

● Comment aménager ses vitrines

objectifs

Formation très pragmatique qui a pour objectif de vous donner les moyens de mettre en pratique les techniques d'aménagement de vitrines les plus adéquates selon votre activité.

programme

1. La vitrine : carte d'identité, 1er vendeur du magasin
2. La présentation marchande ou vente visuelle
3. Le produit
4. Les différents types de présentation
5. Les différents styles de vitrines
6. L'animation de la vitrine (décors)
7. La composition des volumes
8. La couleur

Public
Responsable de magasin, Chef de département textile, Responsable de rayon textile, Personnel de vente

Tarif 500 Euros HT (1 jour)

Sessions Sur demande

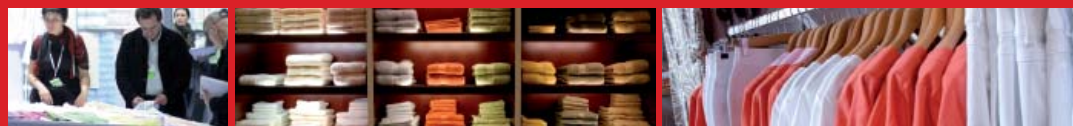
Intervenant
Formatrice spécialiste en merchandising visuel et étalagisme

vente commerce

- Pour bien vendre il faut à la fois développer un état d'esprit au sein du personnel, structurer une démarche commerciale et mettre en place une organisation de terrain. Il faut aussi savoir créer et entretenir une relation avec le client.

Ainsi chaque détail compte, de la qualité de l'accueil et du service, de visu comme au téléphone, en passant par le conseil, la présentation des produits et la communication, l'organisation et la gestion du point de vente.

Nous vous aidons à développer le potentiel commercial de votre personnel, de la prospection à la vente, de l'accueil au conseil, tout en le formant aux techniques de gestion et d'organisation pour optimiser la rentabilité de votre point de vente. Nous leur fournissons également des outils pour définir et mettre en œuvre un plan d'action commercial complet et pour mieux appréhender les règles du commerce international.



● Développer le potentiel de son point de vente par son personnel

objectifs

Dans un double objectif de meilleur service à la clientèle et d'amélioration de la rentabilité d'un point de vente, cette formation basée sur 4 modules complémentaires permettra aux participants de développer leurs compétences tant dans les domaines de la connaissance du produit, de sa relation de conseil et de vente à la clientèle, de la présentation des produits et de la gestion de ses produits et de son point de vente.

programme

Module 1 : Matières et formes (connaissance du produit)
Connaître les différentes matières textiles utilisées dans le PAP
Décrire leurs particularités de manière professionnelle
Reconnaître les formes et les caractéristiques principales d'un vêtement - Connaître les grands principes d'entretien des matières
Module 2 : Du conseil à la vente
Comprendre l'état d'esprit du client - Savoir l'accueillir - Découvrir ses attentes - Argumenter et convaincre - Pratiquer la vente additionnelle ou de remplacement - Conclure la vente et fidéliser le client - Maîtriser les situations difficiles
Module 3 : Merchandising (présentation et mise en valeur des produits)
Les notions fondamentales - Définir une politique de merchandising - Appliquer les techniques de merchandising dans son point de vente
Module 4 : Gestion
Connaître les principes de base de gestion d'un point de vente - Identifier les forces et faiblesses - Tirer le meilleur profit financier

Public
Responsable de point de vente, Personnel de vente, Responsable de rayon, Vendeuse

Tarif 2 600 Euros HT (6 jours)

Session Sur demande

Intervenant
Formateurs spécialistes dans leur domaine ayant une expérience terrain significative

● Du conseil à la vente

objectifs

Maîtriser les différentes techniques de vente pour offrir un meilleur service au client et augmenter le chiffre d'affaires de son point de vente

programme

1. Le vendeur seul face au produit
Connaître ses clients
Connaître ses produits
Préparer ses ventes
Valoriser la présentation des produits sur le lieu de vente
Communiquer
Gérer les achats, ventes, stocks
Etablir des tableaux de bord
2. Le vendeur face au client sans le produit
Accueillir - Recevoir - Observer - Questionner
Découvrir - Ecouter - Reformuler - Faire preuve d'empathie
3. Ensemble, le vendeur, le client, le produit
Présenter, argumenter : décrire et présenter, personnaliser, répondre aux objections
Conclure : choisir le bon moment et la bonne technique de conclusion
Prendre congé et fidéliser
Mettre au point des opérations publicitaires et promotionnelles

Public
Responsable de point de vente, Personnel de vente, Responsable de rayon, Vendeuse

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Mars 2011

Intervenant
Formateur ayant 28 années d'expérience de vente terrain et de direction commerciale.

● Améliorer la relation clientèle pour vendre plus et mieux

objectifs Donner au personnel de vente d'un point de vente les outils et réflexes indispensables pour améliorer les relations avec la clientèle.
Le programme comprend 4 sessions de 3 h 30 étalées idéalement sur 4 semaines

programme

Module 1 : Rappel rapide des fondamentaux de la vente. Focus sur l'accueil.

Module 2 : Les besoins des clients. Présenter et vendre tous les services du magasin

Module 3 : Soigner la relation client. Comment bien quitter un client.

Module 4 : La gestion des clients pressés et des files d'attente les jours d'affluence

Module 5 : Comment passer le relais à une collègue sans froisser le client

Module 6 : Synthèse des 5 sessions précédentes

Public
Responsable de rayon, Conseillère de vente, Personnel de vente

Tarif 2 400 Euros HT (4 x 1/2 journée) pour un groupe de 6 à 8 personnes en formation intra

Session Sur demande

Intervenant
Formateur ayant 28 années d'expérience de vente terrain et de direction commerciale.

● Réussir l'accueil commercial

objectifs Développer un accueil professionnel afin de favoriser les ventes de l'entreprise et véhiculer une image professionnelle de l'entreprise.

programme

1. L'accueil commercial
Le contexte de l'accueil - Qui accueillons-nous ? - But de l'accueil - Le moment - Les moyens de réussir son accueil - Les méthodes - Que faire pour faciliter votre action ? - Comment faire pour éviter les difficultés ? - Les petits «plus» qui nous démarquent

2. L'accueil physique
Attirer l'attention - Susciter l'intérêt - Etre accueillant : chaleur, sympathie, intérêt - Savoir habilement faire connaissance - Ecouter très attentivement tout ce qui vous est dit - Utiliser le dialogue - Les petits «plus» pour être efficace en accueil physique - Que faire en cas de dysfonctionnement (d'insatisfaction)

Simulations
Accueil physique
Accueil téléphonique
Debriefing individuel avec évaluation personnalisée

Public
Responsable d'un point de vente, Personnel de vente, Responsable de rayon, Vendeuse, Commercial sédentaire

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Session Sur demande

Intervenant
Formateur ayant 28 années d'expérience de vente terrain et de direction commerciale.

● Construire un plan de prospection commerciale

objectifs Formation à la démarche et à l'organisation commerciale en vue d'une prospection. A l'issue de la formation les participants seront capables de :

- Maîtriser les bases des techniques de vente
- Organiser leur prospection commerciale et la fidélisation des clients
- Acquérir un état d'esprit commercial

programme

- Etat d'esprit commercial
- Sensibilisation à l'attitude commerciale nécessaire dans toute relation commerciale
- Démarche commerciale
- Pyramide de la vente (étapes) - Schéma de décision - Typologies des interlocuteurs - Argumentaires (personnalisés suivant les cibles) - Maîtriser le téléphone (qualification de fichier et prise de rendez-vous)
- Entretien de vente en face à face (RV, salons...)
- Organisation commerciale
- Constituer son fichier
- Segmenter son fichier - (cibles)
- Fiche contact
- Tableaux de reporting
- Relance et suivi des contacts
- Gestion du temps

Public
Commercial et futur commercial

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Dirigeant d'une société de marketing direct, spécialiste de la vente terrain

● Manager, dopez vos actions

objectifs Cette formation/action vise l'élaboration, la mise en place et l'animation d'un plan d'action commercial complet et régulier. Ce plan d'actions définira les actions commerciales retenues, les objectifs de chiffre d'affaires visés et les budgets à respecter, plan d'action à soumettre à la direction pour arbitrage.

programme

- Rappels théoriques sur :
 - Les outils de promotion commerciale
 - La façon de les mettre en place et d'obtenir l'adhésion du personnel de vente et de back office
 - Le montage de budgets détaillés
 - La définition d'objectifs de vente exploitables
- Entraînement en 7 points
 - Historique des ventes
 - Définition ds actions commerciales rayon par rayon et calcul de leur impact sur les ventes
 - Mise en place de l'outil de budgétisation
 - 1ère budgétisation des ventes en situation d'actions commerciales «zéro»
 - 2ème budgétisation des ventes en tenant compte des actions commerciales
 - Budgétisation des coûts des actions commerciales
 - Ratio des budgets commerciaux/gains sur les ventes, action par action

Public
Responsable de point de vente, Personnel de vente, Responsable de rayon, Vendeuse

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions sur demande

Intervenant
Formateur ayant 28 années d'expérience de vente terrain et de direction commerciale.

● Le téléphone efficace

objectifs Améliorer la qualité des échanges téléphoniques pour optimiser les résultats commerciaux. Comprendre parfaitement les besoins du prospect/client qui appelle. Optimiser cette demande au niveau commercial par la vente additionnelle. Diffuser une image professionnelle de l'entreprise lors de ce contact en renforçant la forte résonance affective du téléphone.

programme

Module Téléphone
Le téléphone et l'entreprise - Etre «PRO» en réception d'appel - La préparation - La prise de contact - La forme de l'appel - En cas de dysfonctionnement - La performance au téléphone (ratio d'efficacité) - Bien s'organiser - Les outils nécessaires à sa mission - Le suivi des appels

Module commercial
L'entretien téléphonique est un acte de vente - Contexte - La démarche commerciale appliquée au téléphone - La détection des besoins - L'offre commerciale - Prise de commande immédiate - La fidélisation du client - Evoluer vers un client prescripteur - La relance éventuelle - Conclusion - Suivi - Bilan - Evaluation et appréciation de l'appel

Module interculturel
Personnalisation de chaque contact au travers de 12 nationalités - Orientation du contact vers le bon interlocuteur (spécialisation géographique, culturelle ou par clients) - Spécificités nationales - Accueil, habitudes, horaires, traditions, écrits...

Public
Toute personne utilisant le téléphone dans son activité professionnelle

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Mars 2011
Octobre 2011

Intervenant
Dirigeant d'une société de marketing direct, spécialiste de la vente terrain

● Pratique du commerce international : le crédit documentaire

objectifs Maîtriser la technique du crédit documentaire. Comprendre et utiliser un vocabulaire adéquat. Maîtriser la rédaction des différents documents.

programme

Module 1
Définition et mentions générales du crédit documentaire
Les formes du crédit documentaire
Les mentions obligatoires
Les conditions de réalisation
Les modalités d'utilisation

Module 2
Les étapes nécessaires au bon déroulement des opérations - Modèle d'instruction d'ouverture - Comment procéder à une modification - Vérification des documents - Remise en banque et suivi

Module 3
Analyse et étude de cas depuis l'ouverture jusqu'à l'encaissement
Savoir repérer :
- les acteurs
- les dates clés
- les obligations principales

Les pièges à éviter

Public
Administratifs et commerciaux export, personnel d'un service international

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Session Sur demande

Intervenant
Formateur ISTA en Commerce international. Ancienne responsable export d'une entreprise textile

technique produit

- De l'achat de matières premières à la vente du produit fini, en passant par la réalisation d'un cahier des charges, la construction d'une collection ou encore l'évaluation de la qualité, la connaissance des techniques textiles et des procédés de fabrication est fondamentale.

En maîtrisant la technique produit et son vocabulaire spécifique, vos salariés gagneront en professionnalisme dans leurs relations avec les différents acteurs de la filière textile - habillement, ameublement et distribution - qu'il s'agisse de fournisseurs ou de clients.

Les thématiques abordées touchent aussi bien la transformation de la matière textile que les étapes de fabrication d'un article, les propriétés des textiles et l'analyse de la chaîne de valeur d'un produit ou encore les techniques de base de la confection et ses circuits.

Grâce à une vision globale de la fonction achat et de la sous-traitance, vos salariés feront de meilleurs choix et sauront mieux négocier avec vos fournisseurs. Ils apprendront à élaborer des dossiers techniques, des cahiers des charges et des référentiels de qualité. L'ensemble des outils et des connaissances ainsi développés constitue un atout indéniable en situation de vente, tant auprès de votre réseau commercial qu'auprès du client final.



● Connaître les aspects techniques de son produit

objectifs

Connaître les principales caractéristiques techniques d'un produit textile pour gagner en professionnalisme dans ses relations avec les clients.
Mieux connaître son produit pour mieux le vendre.

programme

Les matières textiles
Naturelles - Artificielles - Synthétiques
La filature
Principes de base
Les étoffes
Tissus
Tricots
Non-tissés
«Tufted»
L'ennoblissement
Principaux procédés
La confection
Le vêtement
Les différentes parties du vêtement
Les finitions

Public
Chef de Produits, Acheteur, Commercial ou toute personne souhaitant acquérir les connaissances techniques de base d'un article textile

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Octobre 2010
Mai 2011

Intervenant
Formateur ISTA depuis 5 ans, diplômée de l'ISTA (1994)
Expérience professionnelle : Chef de Produit - Acheteur - Sales Manager dans différentes entreprises textiles / habillement

● Connaître les procédés de fabrication d'un article textile

objectifs

Comprendre les différentes étapes de transformation de matières textiles en articles textiles.
Distinguer et décomposer les différentes étapes de fabrication d'un article textile.
Assimiler les différents termes techniques spécifiques à ces étapes.
Savoir évaluer la qualité d'un produit.

programme

La filature
Le tissage
Le tricotage
L'ennoblissement
La confection

Public
Chef de Produits, acheteur, commercial ou toute personne souhaitant acquérir les connaissances techniques de base d'un article textile

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions : Avril 2011
Novembre 2011

Intervenant
Formateur ISTA depuis 5 ans, diplômée de l'ISTA (1994)
Expérience professionnelle : Chef de Produit - Acheteur - Sales Manager dans différentes entreprises textiles / habillement

● Matières textiles et processus de fabrication

objectifs

Acquérir les connaissances de base sur les matières textiles et les techniques de fabrication pour établir une relation professionnelle avec les différents acteurs de la filière textile/habillement/ameublement/distribution.

programme

1. Les caractéristiques des matières premières textiles
2. La préparation des fibres et fils
3. La fabrication des textiles surfaciques
4. Les contrôles
5. Les mesures
6. L'entretien des textiles

Public
Toute personne souhaitant acquérir les connaissances textiles de base. Tous publics

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Formateur ISTA depuis 6 ans, diplômé de l'ISTA (1988)
Expériences professionnelles : Sales Engineer et Responsable technique dans une entreprise de tissage de produits techni-

● Connaître les textiles surfaciques

objectifs

Connaître les textiles surfaciques et leurs propriétés pour mieux comprendre leur importance dans la composition et la tenue d'un article.
Mesurer leur place dans la chaîne de valeur d'un article textile.

programme

Chaîne et Trame
Terminologie de base relative aux tissus et au tissage
Conséquences du choix des technologies et armures sur le type de produit confectionné, les performances du produit, le prix

Maille
Terminologie de base relative aux tricotés et au tricotage
Conséquences du choix des technologies et liages sur le type de produit confectionné, les performances du produit, le prix

Non-tissés
Terminologie de base relative aux non-tissés
Conséquences du choix des technologies et consolidation sur les propriétés, performances, applications et prix

Public
Chef de produits, Acheteur

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Formateur ISTA depuis 6 ans, diplômé de l'ISTA (1988)
Expériences professionnelles : Sales Engineer et Responsable technique dans une entreprise de tissage de produits techni-

● Les fondamentaux de la confection

objectifs Donner une vision globale des circuits liés à la confection, du support textile à la livraison de produits finis, articles fabriqués en partenariat avec les fournisseurs et sous-traitants ou sourcing de produits finis.
Donner les principales clés de décisions suivant les options d'achats et grade de qualité.
Maîtriser le vocabulaire technique de base afin de pouvoir négocier d'égal à égal.
Avoir un guide pratique auquel se référer en cas de besoin.

programme

- Première partie : 1^{ère} journée
- Rappel de notions de base.
- Présentation synthétique des profils d'entreprises en confection.
- Les étapes en confection
- Deuxième partie : 2^{ème} journée
- Les étapes en confection (suite)
- Troisième partie : 1^{ère} journée
- Le calcul du prix de revient : analyse
- La qualité en confection
- La documentation utile
- Quatrième partie : 2^{ème} journée
- La documentation utile (suite)
- La réglementation
- Les évolutions technologiques
- Les fonctions clés de demain

Public
Chef de Produits, acheteur, commercial ou toute personne souhaitant acquérir les connaissances de base en matière de confection.

Tarif 1 800 Euros HT (4 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Ingénieur textile ayant exercé les fonctions de Responsable qualité, Responsable Bureau d'études, Directeur industriel et logistique d'entreprises textiles et d'habillement

● La technique de confection pantalon

objectifs Acquérir les connaissances de base en confection de pantalon(s).
Acquérir les connaissances de base pour traiter des documents techniques tels que dossier technique, cahier des charges, référentiels qualité.
Maîtriser le vocabulaire technique de base afin de pouvoir négocier d'égal à égal.
Disposer d'un support pratique auquel se référer en cas de besoin.

programme

- Découverte des machines de confection pour la fabrication de pantalons
- Contenu d'une gamme de montage : méthode d'élaboration des temps de confection
- La qualité en confection : application pratique pour la confection de pantalon
- Les méthodes de contrôle
- Les principales notions de coûts

Public
Manager impliqué dans les projets d'achats/sourcing.
Technicien, Cadre, Chef de Produit, Acheteur

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Ingénieur textile ayant exercé les fonctions de Responsable qualité, Responsable Bureau d'études, Directeur industriel et logistique d'entreprises textiles et d'habillement

● Confection : qualité et prix de revient

objectifs

Donner les principales clés de décision suivant les options d'achats et grade de qualité.
Maîtriser le vocabulaire technique de base afin de pouvoir négocier d'égal à égal.
Avoir un guide pratique auquel se référer en cas de besoin.

programme

Le calcul du prix de revient : analyse
Notion de coût minute
Temps de confection selon équipements de l'entreprise
Exemple de fiche de calcul du prix de revient
La qualité en confection
Contrôle qualité en coupe - en cours de confection - en fin de collection - sur la plate-forme
Evaluation des sous-traitants
La documentation utile
Gestion documentaire : présentation de méthodes de gestion documentaire compatible avec le management des processus
Le dossier technique : exemples et contenus
Un outil simple : les référentiels qualité
Gestion de production : les outils informatiques existants

Public
Chef de Produits, acheteur, Cadre, Technicien, Manager impliqué dans les projets d'achats/sourcing

Tarif 500 Euros HT (1 jour)

Sessions Sur demande

Intervenant
Ingénieur textile ayant exercé les fonctions de Responsable qualité, Responsable Bureau d'études, Directeur industriel et logistique d'entreprises textiles et d'habillement

● Les techniques d'enduction

objectifs

Comprendre les différentes techniques d'enduction et leurs applications.

programme

Objectifs et fonction des enductions des matières textiles
Les techniques d'enduction des matières textiles
Par saupoudrage
Par points
Par raclages
Contrecollages, laminations
Les matières textiles enduites
Habillement
Ameublement et décoration
Textiles à usages techniques (TUT)
Traitement innovant par l'enduction
Les textiles du futur
Tests, contrôles, entretien des matières textiles enduites
Les tests physico-chimiques, les contrôles de qualité, l'entretien des matières textiles enduites

Public
Chef de Produit - Acheteur

Tarif 500 Euros HT (1 jour)

Session Mai 2011

Intervenant
Formateur en matières textiles
Expériences professionnelles en tant que chimiste, chef de laboratoire et chef de produit d'entreprises de tissus techniques

● Le DENIM sous tous ses aspects

objectifs

Identifier les différentes étapes de conception d'un DENIM.
Comprendre ses spécificités techniques.
Analyser, reconnaître, identifier un DENIM.
Décrire un DENIM en utilisant un vocabulaire professionnel.

programme

Quizz introductif sur vos connaissances en matière de DENIM
Vos connaissance en matière de DENIM (vocabulaire)
Reconnaître et décrire les échantillons de DENIM
Les caractéristiques techniques du DENIM
La fabrication du tissu : la base
 Fil - Matières - Construction - Densités - Poids - Couleur -
 Tissage - Finition - Contrôles - Notions commerciales
 Les principaux acteurs du secteur
La confection
 Les grands ensembles
 Le PAP s'empare de la matière
Les délavages
 Les bases de traitement
 Les détails
 Notions commerciales
 Les principaux acteurs

Public
Chef de Produits, acheteur, commercial ou toute personne
souhaitant acquérir les connaissances de base en matière
de DENIM.

Tarif 500 Euros HT (1 jour)

Sessions : Novembre 2010
 Avril 2011

Intervenant
Ingénieur textile, spécialiste en développement et commercial
DENIM. parcours professionnel : Directeur commercial, respon-
sable Produit et Achats Matières d'un tisseur DENIM

création

- La création textile n'est pas qu'affaire de goût et de mode. Elle repose aussi sur quelques principes de base qui lui confèrent une valeur intemporelle et garantissent le succès d'une collection en magasin. Comprendre l'univers de la couleur et ses combinaisons les plus attractives permet de valoriser vos produits, d'orchestrer un merchandising efficace et de mieux conseiller les clients.

Au-delà des bases théoriques sur la couleur et l'analyse des tendances de la mode, vos salariés apprendront, à travers des exercices pratiques, à associer les teintes en harmonie de manière ciblée, en fonction des saisons et des publics.

Parmi les outils informatiques utilisés en création textile, les logiciels Point Carré et Adobe offrent aujourd'hui une large palette de fonctionnalités. Pour créer des gammes de couleurs et construire une collection, vos salariés seront initiés à PhotoShop, Illustrator et Indesign ainsi qu'aux procédés de CAO/DAO facilitant le dessin textile ou la création de modèles.



● Comprendre et maîtriser la couleur

objectifs

Savoir associer les couleurs pour construire et valoriser vos collections.
 Acquérir les bases coloristiques pour comprendre l'univers de la couleur.
 Apprendre à associer les coloris pour élaborer des collections attractives et ciblées.

programme

1^{ère} journée : Introduction théorique à la couleur
 Théorie de la couleur
 Terminologie
 Caractéristiques de la couleur
 Les contrastes

2^{ème} journée : Associer les couleurs
 L'harmonie ressentie
 L'harmonie expliquée
 Les familles de couleurs
 Expérimentation des acquis
 Psychologie de la couleur
 Symbolique de la couleur
 Histoire de la couleur à travers la mode
 Synthèse

Public
 Chefs de Produit, Acheteur, Responsable de collection, Styliste

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Décembre 2010
 Juin 2011

Intervenant
 Diplômée de l'ESAD, Formatrice en couleur à l'ISTA, a développé ses compétences en tant que dessinatrice free lance, responsable de collection et directrice artistique dans différentes entreprises textiles

● Maîtriser la couleur avec PhotoShop

objectifs

Savoir utiliser les fonctions «couleur» du logiciel PhotoShop pour construire vos collections et valoriser vos produits.
 S'approprier l'outil informatique pour créer des gammes de coloris, colorier des dessins simples, des photos...
 Mettre en valeur coloristiquement vos produits

vos

programme

Approfondissement des notions acquises lors de la formation « Comprendre et maîtriser la couleur »

L'interaction des couleurs

Les notions de luminosité, saturation et tonalité

Les contrastes

L'harmonie

Nouvelles notions

La couleur et l'espace profondeur de champ, premier et deuxième plan

Travail sur photo

Public
 Chef de Produit - Acheteur - Styliste - Responsable ed collection

Tarif 500 Euros HT (1 jour)

Sessions Sur demande

Intervenant
 Diplômée de l'ESAD, Formatrice en couleur à l'ISTA, a développé ses compétences en tant que dessinatrice free lance, responsable de collection et directrice artistique dans différentes entreprises textiles

● Découvrir et exploiter les couleurs

objectifs

Savoir associer les couleurs pour présenter les produits, les mettre en valeur et conseiller la clientèle. Acquérir les bases théoriques et pratiques pour se familiariser avec l'univers de la couleur. Apprendre à associer les coloris pour optimiser la présentation des produits et conseiller les clients.

programme

Les caractéristiques de la couleur

Le vocabulaire spécifique pour argumenter des propositions

L'association des couleurs :

- La définition des harmonies
- Les contrastes
- Les familles de couleurs

La symbolique des couleur comme valeur émotionnelle dans l'acte d'achat

- Observer la couleur à travers les tendances de mode

Public

Merchandiser, responsable de rayon, Conseillère de vente

Tarif 500 Euros HT (1 jour)

Sessions : Sur demande

Intervenant

Diplômée de l'ESAD, Formatrice en couleur à l'ISTA, a développé ses compétences en tant que Dessinatrice free lance, Responsable de collection et Directrice artistique en entreprises textiles

● Maîtrise des outils CAO/DAO et d'infographie

objectifs

Prise en main et approfondissement de différents logiciels de CAO/DAO et d'infographie pour en comprendre les principales fonctions et maîtriser les différentes commandes au travers de nombreux exemples d'application.

programme

CAO/DAO : les logiciels POINT-CARRE

Dessin textile
Jacquard
Tissage armé
Tissu magique
Maille
Modèles

INFOGRAPHIE : Les logiciels ADOBE

PHOTOSHOP CS3
ILLUSTRATOR CS3
INDESIGN CS3

Public

Chef de produit, Acheteur, Responsable de collection, Styliste, toute personne utilisant les logiciels de CAO/DAO et d'infographie

Tarif 350 Euros HT par jour

Sessions Sur demande

Intervenant

Spécialistes CAO/DAO et infographie

management

- Investir dans le développement personnel de vos équipes c'est aussi les initier au management et à la communication interpersonnelle ou encore leur donner les outils et les méthodes pour conduire le changement ou gérer un projet. L'ensemble de ces thématiques est abordé dans nos séminaires.

Vos salariés apprendront à conduire et déployer un projet grâce à des méthodes efficaces et structurées. Ils sauront intégrer le changement dans leur quotidien tout en améliorant leur capacité à diriger leurs équipes. Des techniques de communication, d'animation de groupe et de prise de parole en public développeront leur assurance. La dimension humaine est aussi au cœur de nos formations consacrées aux entretiens annuels d'évaluation, à la conduite d'entretiens de recrutement et à l'accueil de stagiaires au sein de l'entreprise.

Notre offre comprend également des programmes de formation labellisés par les partenaires sociaux des branches Textile Habillement. Conçus au niveau de la branche, ils répondent parfaitement aux besoins de vos salariés. Leur coût pédagogique est pris en charge par l'OPCA.

Parmi ces programmes figurent notamment :

- Un cursus dirigeants TPE/ PME
- Un cycle de techniques de management à destination des agents de maîtrise
- Un CQPI (Certificat de Qualification Professionnel Inter branches) d'animateur d'équipe.



● Conduire et déployer un projet

objectifs Conduire et déployer un projet impliquent la connaissance d'un processus rationnel et l'application d'un savoir-faire.
Cette formation a pour objectif de passer en revue les techniques et les instruments classiques de gestion de projet et se décompose en deux modules complémentaires

programme

Module 1 : Pratiquer la conduite de projet
Clarifier les enjeux et la finalité d'un projet
Mettre en oeuvre les différentes étapes (cadrer, structurer, planifier, créer, communiquer)
Sélectionner et animer l'équipe projet
Anticiper les difficultés et les traiter

Module 2 : Déployer un changement
Identifier et traiter les résistances
Utiliser à plein leurs alliés et répondre aux hésitants
Structurer leur Plan de changement
Sélectionner les outils de changement appropriés à partir d'une gamme de quarante qui leur sera proposée

Public
Chef de Projets, Membre d'un groupe de projet; Organisateur, Manager des services utilisateurs

Tarif 1 800 Euros HT (4 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Formateur consultant en management, spécialiste en gestion de projet et gestion des changements

● Manager le changement

objectifs Comprendre et développer un processus de changement.
S'ouvrir à des techniques de base pour intégrer le changement dans les équipes, les lieux de travail

programme

Problématique du changement
Diagnostic de l'environnement
Préparer le changement
Construire la transition
Mettre en place et conduire le changement
Mesurer, évaluer les évolutions

Public
Toute personne impliquée dans un processus de changement

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Spécialiste en management sur les problématiques de changement

● Manager et diriger efficacement son service

objectifs

- Bien comprendre et assumer les différentes facettes de sa fonction.
- Affirmer sa place et sa personnalité.
- Utiliser et perfectionner les pratiques de management efficace.
- Acquérir des méthodes et des outils d'animation d'équipe.
- Développer et utiliser son leadership.

programme

- Comprendre et maîtriser sa mission, ses fonctions, son statut et son rôle
- Les fondamentaux du management
- Les valeurs du management
- Affirmer sa place et sa personnalité
- Savoir communiquer
- Les outils du management :
 - La motivation des hommes au travail
 - Les objectifs
 - La délégation et le contrôle
 - L'efficacité du travail en équipe
 - Principes de mise en oeuvre

Public
Responsable de service, Manager

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Mars 2011
Novembre 2011

Intervenant
Ingénieur consultant - Formateur en management
Animateur de cycle de formation en management

● Manager et communiquer

objectifs

- Permettre au manager de développer sa communication avec ses collaborateurs.
- Savoir adapter son style de management.
- Se connaître et mieux connaître l'autre.
- Développer ses techniques de communication.

programme

- Les fondamentaux du management
- Les différents styles de management
- L'autonomie des collaborateurs
- Le principe d'adaptabilité à son style
- Les valeurs du management
- Le dilemme du manager
- Les quatre valeurs positives
- Mieux se connaître et mieux connaître l'autre
- L'analyse transactionnelle - Les signes de reconnaissance - La PNL
- Les préférences cérébrales
- Mieux communiquer
- Les attitudes spontanées
- La notion d'empathie
- Les attitudes facilitatrices
- Les outils d'investigation
- La gestion des conflits
- Exercices d'application

Public
Manager, Responsable de département, Responsable de service

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Décembre 2010
Mai 2011

Intervenant
Ingénieur consultant - Formateur en management -
Animateur de cycles de formation spécifiques en management

● Formation tuteur

objectifs Apporter aux tuteurs et futurs tuteurs les éléments en matière de pédagogie, de transmission des savoirs et de management pour accueillir des stagiaires en formation dans leur entreprise.

programme

- L'accueil, l'intégration du stagiaire
- La formation par alternance et la (les) mission(s) du stagiaire
- Savoir former - La transmission du savoir
- L'accompagnement
- Les liaisons avec l'organisme de formation

Public
Tuteur et futur tuteur

Tarif 230 Euros HT (1 jour)

Sessions Octobre 2010

Intervenant
Ingénieur consultant - Formateur en management
Animateur de cycle de formation en management

● Prise de parole en public

objectifs Intéresser et captiver son auditoire par une présentation claire et efficace de ses idées et de ses projets. Acquérir des méthodes pour capter l'attention de vos interlocuteurs. Savoir maîtriser son stress et ses émotions devant un public.

programme

- Découvrir les principales difficultés en expression orale
- Les difficultés techniques
- Les difficultés internes
- Les difficultés psychologiques
- La gestion des situations difficiles

Public
Toute personne souhaitant améliorer sa prise de parole devant un auditoire

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Décembre 2010
Juin 2011

Intervenant
Spécialiste en communication orale

● Mise en place et pratique des entretiens individuels

objectifs

Comprendre les enjeux de l'entretien individuel.
Définir, construire et mettre en place la procédure d'entretiens individuels.
Développer les aptitudes à mener des entretiens individuels en face à face.

programme

1^{ère} étape : Définir la procédure et les outils

Le cadre

La procédure

La documentation

2^{ème} étape : Pratique de l'entretien individuel en face à face

L'appréciation : situation de changement

Comment préparer un échange constructif

Réunir les bonnes conditions matérielles

L'entretien, un exercice de communication

Recadrer l'entretien : vers le progrès mutuel (salarié, chef d'équipe, entreprise)

Renseigner une grille de support

Entraînement à l'entretien (situations vidéoscopées)

Public

Futur auditeur, Cadre, Manager, Responsable de service, toute personne en charge de mener des entretiens individuels

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant

Ingénieur consultant - Formateur en management

Animateur de cycle de formation en management

● Réussir ses entretiens de recrutement

objectifs

Comprendre et maîtriser les différentes étapes d'un entretien de recrutement.
Développer ses qualités d'écoute, de questionnement, de compréhension, d'analyse.
Savoir conduire un entretien de recrutement avec professionnalisme.

programme

L'entretien : situation de communication

Les techniques d'investigation

L'analyse détaillée du besoin

Méthodologie de l'analyse de la candidature

L'analyse des motivations à court et moyen terme

Public

Toute personne pratiquant des recrutements individuels occasionnels ou réguliers dans le cadre de sa fonction

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant

Ingénieur consultant - Formateur en management -

Animateur de cycle de formation en management

● Le tutorat de la Génération Y : les clés de la réussite

objectifs Apporter aux tuteurs ou futurs tuteurs la capacité à décoder les attentes des jeunes Y à l'égard du tuteur et les comportements à mettre en oeuvre pour réussir pleinement dans cette mission. Cela implique :

- Comprendre le système de valeurs et les caractéristiques de la Génération Y.
- Identifier le positionnement à adopter en tant que tuteur pour répondre aux missions attendues et aux attentes des jeunes.
- Clarifier les méthodes à utiliser pour mettre en oeuvre un contrat impliquant et optimiser l'approche pédagogique

programme

1. Système de valeurs et caractéristiques de la Génération Y
Analyse de leurs mode de fonctionnement et de leurs attentes vis-à-vis de la mission de tuteur
Fossé générationnel et points de blocage possibles dans la relation et le déroulement d'un stage en entreprise
2. Les éléments clés de la réussite d'un tuteur
La vision d'un tuteur par un jeune Y
Effets de levier et conditions de réussite
3. Les pratiques gagnantes
L'accueil et l'intégration du stagiaire
Stratégie d'apprentissage : comment optimiser la manière d'apprendre
L'accompagnement et le suivi du projet pédagogique

Public
Tuteur ou futur tuteur

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Sessions Sur demande

Intervenant
Consultant - Formateur en management
Spécialiste de l'efficacité managériale et de la conduite des changements à forte implication humaine

● Motiver et fidéliser la Génération Y

objectifs Comprendre le fait générationnel et les enjeux de la cohabitation intergénérationnelle.
Mettre en évidence le fossé générationnel et les principales sources de tension.
Identifier les pratiques managériales à privilégier pour optimiser la relation et le pilotage au quotidien.

programme

1. Caractéristiques des Y et fossé générationnel
 - Analyse de leurs modes de fonctionnement et de leurs attentes vis-à-vis de l'entreprise et du management
 - Fossé générationnel et points de blocage
2. Ce qui doit évoluer dans les pratiques managériales
 - Les bases du contrat
 - Le management individualisé
3. Postures et comportements à adopter
 - Recrutement en intégration : repérage des aptitudes et démarches de co-construction du processus d'intégration
 - Pilotage et accompagnement : responsabilisation et engagement, évaluation de la performance
 - Cadrage et recadrage : respect des règles et de l'organisation

Public
Futur auditeur, Cadre, Manager, Responsable de service, toute personne en charge de mener des entretiens individuels

Tarif 950 Euros HT (2 jours)

Session Novembre 2010

Intervenant
Consultant - Formateur en management
Spécialiste de l'efficacité managériale et de la conduite des changements à forte implication humaine

● Techniques de management de l'encadrement de 1er niveau

objectifs

Permettre aux participants de prendre la pleine mesure de leur rôle et de leurs fonctions d'encadrement de proximité, d'optimiser la performance de leur atelier, de manager efficacement leur équipe au quotidien. Un cursus spécifique adapté au personnel d'encadrement de 1er niveau des entreprises de la filière textile / habillement pour leur permettre de manager professionnellement leur activité et leur service. Cursus labellisé par les partenaires sociaux des branches Textile et Habillement.

Thème 1 : Management d'équipe

- Comprendre et assumer les différentes facettes de sa fonction de chef d'équipe
- Cerner les différentes typologies de management
- Affirmer sa place, sa personnalité et son leadership
- Acquérir les techniques et outils de management d'une équipe de production
- Etre en capacité d'accueillir et de former les collaborateurs

Thème 2 : Environnement d'entreprise

- Comprendre le contexte économique actuel et en mesurer l'importance sur le fonctionnement de l'entreprise
- Comprendre la place de son entreprise dans ce contexte
- Identifier les forces de son entreprise

Thème 3 : Organisation et gestion de la production

- Bien comprendre les indicateurs et objectifs financiers de l'entreprise
- Comprendre les différentes articulations et interactions entre groupements d'individus au sein de l'entreprise
- Appréhender les différents types d'outils disponibles pour améliorer la productivité d'une entreprise
- Bien comprendre à quoi servent les outils, comment les utiliser et leurs apports
- Faire comprendre l'intérêt des dernières évolutions de management par la qualité

Thème 4 : Sécurité / Environnement

- Connaître les principes de base en matière de sécurité et réglementation du travail
- Faire respecter et vivre les normes liées à la réglementation, aux règles d'entreprise et aux contrats clients
- Faire comprendre le pourquoi et l'intérêt des réglementations

programme

Thème 5 : Méthodologie de projet

- Clarifier les enjeux et finalités d'un projet
- Développer un projet dans ses différentes phases
- Analyser une situation
- Anticiper les problèmes
- Savoir rendre compte

Public
Chef d'équipe, Responsable d'équipe, Agent de maîtrise, toute personne encadrant une équipe

Tarif 3 150 Euros HT (15 jours)

Session Févr à juillet 2011

Intervenants
4 formateurs spécialistes en leur domaine

● Management et accompagnement de la stratégie des dirigeants de TPE / PME

objectifs

L'objectif du programme se situe à 3 niveaux :

- Permettre aux dirigeants d'impulser et de renforcer une démarche d'anticipation stratégique innovante, de formaliser leur stratégie globale, d'acquérir ou actualiser leurs connaissances dans le domaine de pilotage stratégique
- Accompagner les dirigeants dans la mise en oeuvre du projet stratégique
- Pérenniser les acquis au travers de cette mise en oeuvre et des techniques et outils y afférant

programme

Programme comprenant 5 phases majeures

- 1 Le diagnostic stratégique
- 2 La formalisation de la stratégie globale de l'entreprise
- 3 Le choix d'un projet stratégique en cohérence avec la stratégie globale
- 4 La mise en oeuvre du projet stratégique choisi au travers de plans d'action précisément définis
- 5 La mesure des résultats dans l'entreprise

Formation longue de 17,5 jours minimum comprenant séminaires, formations et accompagnements individuels en entreprise

Public
Dirigeants de TPE / PME

Tarif Nous consulter

Session Juin 2011

Intervenant
Différents intervenants, formateurs et consultants experts en leurs domaines

● CQPI « Animateur d'équipe »

objectifs

Certification professionnelle ayant pour objectif de valider les capacités et compétences professionnelles mises en oeuvre dans l'entreprise pour le personnel exerçant des fonctions d'animateur d'équipe.

A partir du référentiel de certification spécifique à la fonction d'animateur d'équipe sont déterminées les compétences et capacités des salariés qui pourront être consolidées par différents modules de formation.

programme

- Module 1 : La fonction d'animateur d'équipe
- Module 2 : Organiser l'activité de son secteur
- Module 3 : Adapter et améliorer l'activité
- Module 4 : Organiser le suivi d'activité
- Module 5 : Animer des actions de progrès de son secteur
- Module 6 : Gérer les collaborateurs de l'équipe au quotidien
- Module 7 : La conduite de l'entretien individuel : techniques et méthodes
- Module 8 : Management et communication
- Module 9 : Formaliser des informations utiles au fonctionnement de son secteur
- Module 10 Préparer la certification

Public
Animateur d'équipe

Tarif Nous consulter

Sessions Sur demande

Intervenant
Consultants formateurs en Management et en Organisation et Gestion de la production

● Savoir s'organiser pour gagner du temps

objectifs

L'objectif du programme se situe à 2 niveaux :

- Connaître et savoir utiliser efficacement les outils d'organisation personnelle et de gestion du temps
- Savoir élaborer et mettre en oeuvre une organisation individuelle intégrant les contraintes collectives

programme

Programme :

Le premier outil de la gestion du temps : l'agenda

Planifier les tâches

Organiser son poste de travail

Gérer les interruptions

Urgent ! Vous avez dit urgent !

Organiser l'information numérique

La messagerie

Le travail que l'on attend des autres

Les réunions - Mes droits et mes devoirs

Objectifs et priorités

Méthodes pédagogiques :

Apports de cours théoriques et d'exemples pratiques

Exercices de mise en situation

Accompagnement individuel en entreprise (1/2 journée)

Public

Toute personne souhaitant acquérir les outils d'organisation personnelle

Tarif 950 euros (2 jours)

Sessions Octobre 2010

Avril 2011

Intervenant

Formateur / Consultant spécialiste en organisation et gestion du temps

● Comprendre l'entreprise : structure et fonctionnement

objectifs

Comprendre les grands principes de l'économie d'entreprise

Comprendre l'organisation et la gestion d'une entreprise afin de mieux comprendre son fonctionnement

Comprendre les mécanismes de prise de décision économique

Repositionner les enjeux et les contraintes de gestion

Mieux comprendre l'organisation et l'interdépendance des services à l'intérieur de son entreprise

programme

Eléments analysés en année 1 :

Le résultat de l'entreprise (recettes et dépenses)

Les investissements, leurs coûts et leurs incidences sur le résultat de l'entreprise

Les parts de marché et les prix de vente

Le coût de production et le coût de revient

Eléments analysés en année 2 :

Budget prévisionnel de début d'année 2

Résultats de l'année 2

Ecart entre le budgété et le réalisé

Adéquation des moyens de production face au marché

Poids des charges et du gaspillage dans une entreprise

L'incidence de l'augmentation de la matière sur la gestion et les résultats

Public

Animateur d'équipe

Tarif Nous consulter

Sessions Sur demande

Intervenant

Consultants formateurs en Management et en Organisation et Gestion de la production

Méthode pédagogique : principe du jeu d'entreprise