

LB2F

Audit - Conseil - Formation



LB2F

www.lb2f.com

Tél. 06.19.91.25.97 – contact@lb2f.com – lbaptistini@free.fr

LB2F / Loïc Baptistini - 7 place Michel de L'hospital – 63000 CLERMONT-FERRAND

Siret 51855167600019 - Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 83630410263

MA VISION DE LA FORMATION

Des femmes et des hommes compétents pour un meilleur épanouissement personnel et des entreprises performantes



Se former, former ses collaborateurs, c'est acquérir de bonnes connaissances théoriques et techniques.

C'est aussi favoriser l'exploration de voies nouvelles pour son développement professionnel et personnel pour une meilleure performance et un meilleur équilibre.

MES VALEURS



- **Ecoute**
- **Implication personnelle**
- **Dynamisme**
- **Adaptation**
- **Innovations**
- **Alternance théorie et pratique**
- **Interactivité**
- **Professionnalisme**
- **Résultats**
- **Confidentialité**

MA METHODE PEDAGOGIQUE



Mes formations privilégient une alternance dynamique entre apports théoriques et techniques avec mise en pratique ainsi qu'une participation active individuelle ou collective.

Elle associe une grande diversité de méthodes facilitant la compréhension et assurant, ainsi, une meilleure acquisition des connaissances. Les participants seront mis en situation de s'approprier les outils et techniques à mettre en œuvre.

Les enjeux des interventions sont de :

- Capitaliser sur les savoir-faire existants et les faire partager,
- Apporter de nouveaux outils et méthodes,
- Arrêter des plans d'actions
- Aider les acteurs à mettre en place durablement ces nouvelles pratiques et à adopter de nouveaux comportements,
- Créer une intelligence collective et développer de nouveaux modes de coopération

Les formations s'appuient notamment sur :

- Des modules successifs dans un déroulé chronologique cohérent (apport de savoir, de méthodes, d'exercices pratiques).
- Une diversité des supports (projection, paper-board, book)
- Une illustration permanente par des exemples réels
- Un rythme soutenu des interventions
- Un discours dynamique et motivant
- Une adaptation constante à la situation de l'auditoire et aux valeurs de l'entreprise
- La remise d'un book de synthèse
- Une évaluation de fin de formation
- Une assistance

Consultant LB2F c'est être :

Concepteurs et animateurs de formation

Fournisseurs de "solutions de formation" sur mesure

Développeurs de compétences

Architectes de vos parcours formation

LB2F

www.lb2f.com

Tél. 06.19.91.25.97 – contact@lb2f.com – lbaptistini@free.fr

LB2F / Loïc Baptistini - 7 place Michel de L'hospital – 63000 CLERMONT-FERRAND
Siret 51855167600019 - Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 83630410263

MES FORMATIONS SUR MESURE INTRA ENTREPRISE

Des femmes et des hommes compétents pour des entreprises performantes



Former vos collaborateurs c'est leur donner de bonnes connaissances techniques, mais aussi favoriser l'exploration de voies nouvelles pour la performance de votre organisation et leur développement professionnel et personnel

La formation sur mesure apporte une réponse adaptée à la problématique spécifique de votre entreprise.

Les avantages :

- Des formations en adéquation à vos besoins
- Une adaptation à votre entreprise, à sa culture, à la population concernée,
- Une intégration de cas pratiques
- Une organisation souple et réactive
- Une gestion administrative de la formation simplifiée
- Un coût de facturation à la journée quel que soit le nombre de participants
- L'évaluation et le suivi de la formation : questionnaires d'évaluation,
- Une mise en place de plans d'action
- Une assistance conseil
- Une mesure d'impact et d'efficacité de l'action

Les actions de coaching développent le potentiel et le savoir-faire de chacun en situation professionnelle.

MES DOMAINES DE COMPETENCES



EFFICACITE MANAGERIALE: Audit, Conseil, Bases du management, Accompagnement à la création d'entreprise Management et gestion commerciale, Motivation et stimulation d'équipes, Animation de réunions, Stratégies et techniques d'achat, Gestion de projet, Coaching, Redressement d'entreprise



PERFORMANCE COMMERCIALE: Études de marchés, Plans d'actions commerciales, Stratégie et optimisation de la politique commerciale, Développement d'argumentaires, Animation et encadrement de force de vente, Organisation et lancement d'opérations commerciales,



RELATION CLIENT: Prospection, Gestion de portefeuille client, Action vente, Vente en magasin, Vente en pharmacie, Vente en institut et spa, Vente immobilière, Vente assurance/banque, Vente à domicile, Vente de publicité presse, Training vidéo, Accompagnement terrain, Formations commerciales,....



COMMUNICATION ET DEVELOPPEMENT PERSONNEL: Concevoir sa publicité, Conduite de réunion, Prise de parole en public, Entretiens en face à face, Gestion des conflits, Gestion du temps gestion du stress, Manager son temps et ses priorités, Coaching,.....

NOS PRINCIPAUX DOMAINES D'INTERVENTION :

ACCUEIL / ASSISTANTE

Accueil physique / téléphonique / commercial
Organisation / Secrétariat

CREATION REPRISE D'ENTREPRISE

Accompagnement
Coaching

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Gestion du temps
Gestion du stress
Organisation

ESTHETIQUE / SPA

Vente
Optimisation commercial

GESTION DE PATRIMOINE / BANQUE / ASSURANCE

Produits financiers / Produits immobiliers

MANAGEMENT

Motivation et stimulation d'équipes
Techniques de Management
La conduite et l'animation de réunion
La prise de parole en public
Les entretiens en face a face
Gestion des conflits
Coaching

MARKETING / PUBLICITE

Plan média
Marketing direct
Communication publicitaire
Internet

PRESSE ECRITE

PQN/PQR/PHR
Gratuit
Relations Presse

RH / FORMATION

Recrutement
Plan de formation
Entretiens annuels et professionnels

VENTE

Vente en magasin / Domicile
Optimisation de point de vente
Développement d'argumentaires
Organisation et lancement d'opérations commerciales
Animation et encadrement de forces de vente
Training vidéo
Accompagnement terrain
Stratégie et techniques d'achat

MES TARIFS FORMATION SUR MESURE

Nombre de jours de préparation	Honoraires journaliers
1 à 5	500 €
Nombre de jours de formation par an	Honoraires journaliers
1 à 5	1 500 €
6 à 10	1 300 €
+ de 10	1 100 €
Hébergement et transports du consultant en sus	

Organisme non assujetti à la TVA

MES FORMATIONS INTER-ENTREPRISES





EFFICACITE MANAGERIALE

LB2F

www.lb2f.com

Tél. 06.19.91.25.97 – contact@lb2f.com – lbaptistini@free.fr

LB2F / Loïc Baptistini - 7 place Michel de L'hospital – 63000 CLERMONT-FERRAND

Siret 51855167600019 - Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 83630410263

LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeant, Manager et futurs Managers PRE- REQUIS : ➤ Exercer ou être amener à exercer des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ La démarche pédagogique est ludique et participative : les participants sont constamment sollicités pour découvrir et pratiquer les savoir-faire et savoir-être indispensables au management des équipes.
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Cette formation a pour but de travailler tous les aspects du management d'équipes, afin d'acquérir les clefs d'un management efficace et motivant	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LES BASIQUES ➤ Les 4 phases de l'entreprise ➤ La règle des 20/80 ➤ Les missions du Manager ➤ Recruter, Intégrer, Animer, Former, Contrôler, Montrer, Informer, Gérer ➤ Les fondamentaux ➤ Les règles du jeu comportemental ➤ Les 3 modes de management ➤ Vos tendances (Test) ➤ Les 3 composants de la performance ➤ Nos valeurs et nos référents ➤ Les typologies Individuelles ○ Maslow ○ Soncas ➤ Mise en pratique (Analyse d'équipe) LA MOTIVATION ➤ Le cercle MERCI ➤ Bilan doute / confiance ➤ 10 Moyens de motiver ➤ Echelle de valorisation ➤ Les signes de la motivation et de la démotivation ➤ La pression d'enjeu et de moyen ➤ Mise en pratique (Motiver son équipe : plan d'action)	LES OUTILS DU MANAGER ➤ L'assertivité (Test) ➤ Le Pouvoir du manager ➤ Etre Leader ➤ Les 4 phases du Leadership ➤ Les 7 conditions d'un management efficace ➤ Développement de chaque condition LA BOITE A OUTILS MANAGERIALE ➤ Les règles du jeu ➤ Le non constructif ➤ Sanction ➤ Traitement de l'erreur ➤ Recadrage ➤ La reprise d'autorité ➤ Mise en pratique (Tableaux des erreurs et des fautes) LA COMMUNICATION ➤ Schéma ➤ Déperdition du message ➤ La communication non verbale ➤ Donner du sens EECC ➤ Mise en pratique ➤ Les directives MPDC ➤ Mise en pratique

CYCLE MANAGEMENT

PUBLIC CONCERNE : ➤ Cadres et managers PRE- REQUIS : ➤ Exercer ou être amener à exercer des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ La formation se concentre sur les aspects concrets et opérationnels de l'animation et du management d'une équipe au quotidien. ➤ La démarche pédagogique est ludique et participative : les participants sont constamment sollicités pour découvrir et pratiquer les savoir-faire et savoir-être indispensables au management des équipes.
OBJECTIFS DU STAGE : Cette formation a pour but de travailler tous les aspects relationnels du management d'équipes : ➤ Développer son assertivité ➤ Se positionner comme leader ➤ Mieux connaître ses collaborateurs ➤ Motiver les personnes et les équipes ➤ Renforcer ses capacités de communication ➤ Maîtriser la gestion de conflit ➤ Accompagner et optimiser les résultats de vos collaborateurs	DUREE : 3 journées, soit 21 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
S'AFFIRMER COMME MANAGER ➤ Analyser avec la méthode PAEI : Produire, Administrer, Entreprendre, Intégrer ➤ Développer son assertivité (test) ➤ La typologie collaborateur : autonomes, anxieux distancés, enthousiastes ➤ Connaître son style de management : Participatif, directif, persuasif, délégatif ➤ Motiver son équipe LA COMMUNICATION MANAGÉRIALE ➤ Schéma général de la communication ➤ Les règles de base de la communication ➤ Faire passer une idée, un ordre ➤ Le non constructif ➤ Féliciter, critiquer, réprimander, recadrer ➤ Les 8 règles d'or ➤ Les entretiens en face à face ➤ Les entretiens annuels ➤ Mise en pratique (Vidéo)	LA CONDUITE DE RÉUNIONS ➤ Les techniques de prise de parole en public ➤ Discerner : les faits, les opinions et les sentiments, les indifférences ➤ L'écoute, la reformulation, les questions ➤ La réponse aux objections ➤ L'analyse de ses réactions en cas d'opposition ou de conflit ➤ Les méthodes démonstratives, participatives LA PRÉPARATION DE LA RÉUNION ➤ Les sujets à aborder ➤ Le temps imparti, le "conducteur" ➤ Les interventions organisées ➤ Les outils et le matériel LA RÉUNION ➤ Accueil, susciter l'intérêt ➤ Faire participer et faire adhérer ➤ Conclure ➤ Le compte-rendu et l'évaluation de la réunion ➤ Training vidéo

LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer ou être amené à exercer des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Accompagner et optimiser les résultats de vos collaborateurs ➤ Identifier les potentiels de vos collaborateurs ➤ Maîtriser la méthodologie et les outils de fixation des objectifs ➤ Évaluer les performances ➤ Agir sur la motivation de ses collaborateurs	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujéti à la TVA)
PROGRAMME :	
LES OBJECTIFS ➤ Le travail par objectifs ➤ Objectif SMAC L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE ➤ La performance ➤ Savoir ➤ Vouloir ➤ Pouvoir	LES 4 CLES DE L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE ➤ Les contrats de progrès : ○ Changement ○ Responsabilisation ○ Développement ○ Formation ATELIER PRATIQUE « COMMENT FIXER LES OBJECTIFS » ➤ Exercices de mise en pratique

SAVOIR MOTIVER

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer ou être amené à exercer des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation d'entretiens en face à face
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Découvrir les leviers de motivation générale de l'homme ➤ Identifier les sources de motivation de ses collaborateurs ➤ Agir sur la motivation de ses collaborateurs	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LES ENJEUX DE LA MOTIVATION ➤ Définition ➤ Traductions ➤ Besoins / Désirs ➤ Contribution / Rétribution ➤ Don / contre-don LES NIVEAUX D'IMPLICATION ➤ Motivation individuelle / motivation collective ➤ Les facteurs de démotivation (facteurs de satisfaction et facteurs d'insatisfaction) ➤ Motivation intrinsèque et motivation extrinsèque LES SIGNES DE RECONNAISSANCE (POSITIFS / NEGATIFS)	LES BESOINS PSYCHOLOGIQUES ET BESOINS PHYSIOLOGIQUES ➤ Sentiment de compétence ➤ Sentiment d'autonomie ➤ Perception de contrôle de son environnement ➤ Perception d'une différenciation positive LA REMUNERATION ➤ La rémunération comme outil ➤ Le salaire fixe ➤ L'augmentation générale ➤ La prime d'ancienneté ➤ Salaire variable ➤ Prime collective LA FORMATION LES REGLES D'OR DU MANAGEMENT

MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation d'entretiens de coaching
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Identifier les potentiels de vos collaborateurs ➤ Maîtriser la méthodologie et les outils de coaching ➤ Évaluer les performances ➤ Accompagner et optimiser les résultats des vos collaborateurs	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LA COMMUNICATION MANAGÉRIALE ➤ Les règles de base de la communication ➤ La synthèse du savoir communiquer ➤ Faire passer une idée, un ordre ➤ Le non constructif ➤ Féliciter ➤ Critiquer, réprimander, recadrer ➤ Les 8 règles d'or L'ACCOMPAGNEMENT ➤ Les objectifs visés par l'accompagnement ➤ Les différents types d'accompagnement ➤ Les freins à l'accompagnement terrain ➤ Vendre l'accompagnement à ses collaborateurs ➤ Fréquence ➤ Planning prévisionnel ➤ Préparation de la journée ➤ La conduite de la journée d'accompagnement ○ Le brief ○ Le comportement du coach ○ Le débriefing	LES CONTRATS DE PROGRÈS ➤ Objectif SMAC ➤ La méthode OPDC ➤ La performance : Savoir, Vouloir, Pouvoir ➤ L'analyse de la performance ➤ Les contrats de progrès ○ Changement ○ Responsabilisation ○ Développement ○ Formation ➤ L'engagement individuel post formation

LES ENTRETIENS ANNUELS & PROFESSIONNELS

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques et applications pratiques ➤ Jeux de rôles et simulations (vidéo) ➤ Exercices, tests et entraînements permettent à chaque participant de s'auto-corriger
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Mettre en place la procédure des entretiens annuels d'activité, d'évaluation et de formation ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'entretien ➤ Utiliser des outils : fiche d'entretien annuel et document de synthèse ➤ Renforcer les certitudes concernant l'importance des outils d'évaluation de carrière	DUREE : 2 journées soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
L'ENTRETIEN ANNUEL & PROFESSIONNEL ➤ Définition, finalité, contenu et utilité pour les responsables ➤ La préparation matérielle des entretiens ➤ Les différentes phases d'un entretien : ➤ Ouverture ➤ Ordre des séquences d'expression ➤ Négociation des objectifs ➤ Synthèse et conclusion ➤ Les engagements réciproques et leur suivi UTILISATION DES DOCUMENTS ➤ Invitation du collaborateur ➤ Planning des entretiens ➤ Formulaire de préparation ➤ Formulaire de synthèse et engagements de progrès ➤ L'utilisation, la "circulation" et le stockage des documents	LA COMMUNICATION DANS L'ENTRETIEN ➤ Les bases d'une communication efficace : ➤ l'empathie ➤ l'écoute et la maîtrise de l'entretien ➤ les typologies de collaborateurs LES COMPORTEMENTS DU RESPONSABLE ➤ Lors de l'invitation ou de la convocation ➤ Lors de l'accueil ➤ Pendant l'entretien et lors de l'utilisation de documents ➤ Lors de la clôture de l'entretien et de la prise de congés LE SUIVI DES ENTRETIENS ➤ Le tableau de bord ➤ Les points de vigilance du Responsable Hiérarchique autour de ces entretiens

CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Temps de réflexion individuels
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Motiver les personnes et les équipes ➤ S'organiser pour répartir et coordonner le travail ➤ Comprendre les réactions suscitées par le changement et ajuster le management de ses collaborateurs ➤ Gérer des situations critiques (faire face aux résistances de ses collaborateurs...) ➤ Articuler son action autour d'étapes clefs, comme l'annonce du changement, l'implication des collaborateurs ou la pérennisation du changement	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
COMMUNIQUER AVEC SON EQUIPE ➤ Les fondements de relations inter-personnelles satisfaisantes et fructueuses, la maîtrise des techniques de communication constituant la clé d'un management efficace MOTIVER SON EQUIPE ➤ Les aspects les plus dynamiques du rôle de leader : ➤ Entraîner, stimuler ➤ Informer, susciter l'intérêt et l'adhésion ORGANISER POUR MANAGER ➤ Dégager des priorités et définir des objectifs ➤ Répartir le travail et déléguer GERER ET CONDUIRE LE CHANGEMENT ➤ Comprendre le changement ➤ Quelques principes ➤ Manager une rupture	PHASE 1 : ➤ Comprendre et gérer ses propres émotions ➤ Le besoin de sécurité et l'effet Jokari ➤ L'écoute active PHASE 2 : ➤ Anticiper les impacts et accompagner les résistances ➤ Les 4 attitudes et leur gestion PHASE 3 : ➤ Déterminer un plan d'action ➤ Concevoir un cap et rendre chacun acteur ➤ Motiver chacun sur ses qualités et points forts ➤ Communiquer sur la bonne longueur d'ondes ➤ S'affirmer sans agresser PHASE 4 : ➤ Mettre en œuvre et accompagner pour pérenniser ➤ Le séquençement du temps ➤ Présenter un changement ➤ Traiter les objections ➤ Les 2 types de pression ➤ Les modes de suivi ➤ Le bilan de résultats négatifs ➤ Le bilan de résultats positifs

MAITRISER LA GESTION DE PROJET

PUBLIC CONCERNE : ➤ Toute personne susceptible de devenir chef de projet. PRE- REQUIS : ➤ Etre responsable ou futur responsable de projet dans un environnement TPE et PME	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Se familiariser avec une méthodologie de gestion de projet adaptée aux entreprises PME/PMI ➤ Maîtriser en tant qu'acteur et/ou chef de projet, les éléments permettant d'aborder une conduite de projet avec les meilleures conditions de réussite. ➤ Apprendre à établir un plan de mise en application des démarches actions et projets	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
Introduction à la gestion de projet LA GESTION DE PROJET – GENERALITES LES CARACTERISTIQUES D'UNE ACTION ET D'UN PROJET ➤ La finalité ➤ Les objectifs et résultats attendus ➤ Les enjeux ➤ Notion d'efficience et d'efficacité LA DEMARCHE ACTION ET LA DEMARCHE PROJET ➤ Différenciation entre action et projet ➤ Démarche action ➤ Démarche projet LA MISE EN ŒUVRE D'UNE GESTION DE PROJET ➤ Le pilotage d'un projet ➤ la charte de responsabilité ➤ le chef de projet ➤ l'équipe projet ➤ le management d'une équipe	LES REUNIONS DE PROJET ➤ les différentes réunions ➤ les comptes-rendus de réunions LA PLANIFICATION ET LE JALONNEMENT ➤ Planning et organisation des phases ➤ La gestion du risque ➤ Recommandations ➤ Plan d'action – création d'une démarche ➤ Construction de la démarche ➤ Mise en application de la gestion de projet LES OUTILS SUPPORTS ➤ Adaptation des différents supports (fiches action, cahier des charges...) aux besoins de l'entreprise

SAVOIR RECRUTER

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Acquérir une structure d'entretien. ➤ S'entraîner activement à conduire un entretien. ➤ Prendre conscience de ses attitudes d'écoute. ➤ Optimiser la période d'accueil et d'intégration.	DUREE : 2 journées soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LE POSTES ET LE PROFIL ➤ Connaître les éléments clés d'une définition de poste et de profil. ➤ Être précis dans la recherche des compétences et des comportements associés. ➤ Eviter les questions interdites. STRUCTURER L'ENTRETIEN ➤ Connaître les étapes clés de l'entretien de recrutement. ➤ Identifier les éléments clés que doit absolument repérer le manager lors des entretiens. ➤ Savoir se répartir les rôles quand il y a plusieurs recruteurs.	CONNAITRE LES TECHNIQUES D'ENTRETIEN ➤ Varier les attitudes d'écoute au cours de l'entretien. ➤ Formuler les bonnes questions pour valider les connaissances et les compétences du candidat. ➤ Les erreurs des "managers recruteurs". S'ENTRAINER ACTIVEMENT A L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT ➤ Pratiquer des jeux de rôle en tant que "manager recruteur". REUSSIR L'INTEGRATION DE SES COLLABORATEURS ➤ Connaître les méthodes et outils pour faciliter l'intégration. Savoir mettre en action le collaborateur pendant la période d'essai. ➤ Évaluer en toute objectivité une fin de période d'essai

SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE

Les 7 secrets d'un bon bilan

PUBLIC CONCERNE : ➤ Toute personne ayant accès à l'information financière principalement "non comptables" : - Chefs d'entreprises - Repreneurs PRE- REQUIS : ➤ Exercer ou être amené à exercer des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Apports théoriques illustrés par des études de cas pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Savoir interpréter et exploiter les informations fournies par la lecture d'un bilan	DUREE : 1 journée, soit 7 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : 250 € par jour / participant (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
Lequel d'entre nous n'a pas un jour été confronté au problème de la lecture et de la compréhension : ➤ De son propre bilan ? ➤ De celui d'un de ses concurrents ? ➤ De celui d'un client important ? COMMENT SE PROCURER UNE INFORMATION FINANCIERE FIABLE SUR LES PARTENAIRES ET CONCURRENTS DE VOTRE ENTREPRISE	COMMENT INTERPRETER CES DOCUMENTS A PARTIR DE REPERES SIMPLES : ➤ Le bilan ➤ Le compte de résultat ➤ L'annexe aux comptes annuels LES CLES DE L'ANALYSE FINANCIERE



PERFORMANCE COMMERCIALE

MIEUX CONNAÎTRE ET GÉRER SON PORTEFEUILLE CLIENT

PUBLIC CONCERNE : ➤ Commerciaux PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions commerciales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Connaissance de son environnement ➤ Alternance d'apports théoriques, et d'applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Connaître le rôle des fichiers ➤ Classer ses clients ➤ Maîtriser les typologies client ➤ Connaître son potentiel secteur ➤ Avoir une vision claire de ses réalisations ➤ Adopter les mesures correctives ➤ Gérer de façon réaliste et efficace son prévisionnel	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LE FICHIER ➤ Rôle du fichier : prospection, fidélisation ➤ Structurer et faire vivre son fichier ➤ La gestion du portefeuille client ➤ Ce que je dois savoir sur mon client ➤ Actualiser et créer un fichier prospect ➤ Application individuelle sur son secteur à partir d'un fichier prospect (Diane, Kompas)	LES TYPOLOGIES CLIENT ➤ Classification interne ➤ Application sur son portefeuille client UN SUIVI PRÉVISIONNEL ➤ Principes ➤ La contractualisation, le matelas ➤ Le prévisionnel hebdomadaire et mensuel ➤ Le travail par cible ➤ Les prévisions

LE PAC : ÉTABLIR SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Commerciaux et toutes personnes chargées de la commercialisation même ponctuelle de l'entreprise PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions commerciales ➤	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Valoriser le commercial dans son rôle de prospecteur ➤ Augmenter le taux de concrétisation chez les prospects ➤ Rechercher chez un client ou un prospect les « angles d'attaque ». ➤ Prendre des parts de marché à la concurrence ➤ Échanger les idées métiers des clients	DUREE : 2 journées soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ 9et 16 Décembre à Vichy ou Clermont Ferrand TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
RAPPELS ➤ Le fichier : prospection, fidélisation ➤ La gestion du portefeuille client ➤ Ce que je dois savoir sur mon client ➤ Le ciblage ➤ Le prévisionnel hebdomadaire et mensuel	RECHERCHER LES ACCROCHES ET ARGUMENTS ➤ Les objectifs ➤ La méthode CQQCOQP ➤ Le check liste découverte ➤ Argumentation et accroches ➤ Les prévisions de chiffre : réalisme et utilisations pratiques ➤ Mise en œuvre ➤ Mise en pratique sur son secteur et sur une cible prioritaire

DES DEVIS QUI FONT DIRE "OUI" AU CLIENT

PUBLIC CONCERNE : ➤ Responsables commerciaux, commerciaux, artisans, secrétaires commerciales ➤ Maîtrise des connaissances de base powerpoint et / ou Word	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Réaliser un devis à l'image de votre entreprise ➤ Rédiger un devis clair et efficace en deux parties ➤ Augmenter ➤ Connaître le taux de retour des devis	DUREE : 1 journée soit 7 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter)
PROGRAMME :	
REFLEXIONS LES MOTIVATIONS DU CLIENT ➤ Motivations de sécurité ➤ Motivations d'information ➤ Motivations d'appartenance ➤ Motivations de sympathie AVANT LE DEVIS ➤ Les questions à se poser ➤ Les questions à poser au client	LE DEVIS EN DEUX PARTIES ➤ Une partie commerciale ➤ Une partie technique LA BOITE A OUTILS DU DEVIS GAGNANT ➤ Les 10 erreurs classiques du proposant ➤ Les 15 règles d'or

CREEZ VOTRE ENTREPRISE AVEC SUCCES

PUBLIC CONCERNE : ➤ Pour les porteurs de projet PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques et utilisation d'outils ➤ La remise d'un document de synthèse pédagogique à chaque stagiaire
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Pour les porteurs de projet ➤ Appréhender les pré-requis nécessaires à la création d'entreprise Connaître le processus de création d'une entreprise ➤ Acquérir la méthodologie, les connaissances, les outils pour créer une entreprise du secteur beauté et coiffure	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
L'ANALYSE DE VOTRE PROJET ➤ La définition de l'idée et le projet personnel ➤ Définir le type de projet : ➤ Caractéristiques ○ Spécificités ○ Environnement ○ Contraintes ○ Risques LA DEMARCHE COMMERCIALE : L'ANALYSE DU MARCHE ET LES OUTILS ➤ Les types d'études : Etudes de faisabilité, de marché, concurrentielles ➤ L'analyse concurrentielle ➤ Choisir son positionnement ➤ Faire des scénarii de développement ➤ Conseils de réussite LES PREVISIONS FINANCIERES ➤ Comprendre le langage financier ➤ Le CA prévisionnel : Détermination des prix, Saisonnalité des ventes ➤ Les charges prévisionnelles : Les charges fixes, les charges variables, les investissements : Achat ou location, Notion d'autofinancement ➤ Rechercher et trouver les financements et les aides ➤ Bâtir le business plan : plan de financement, compte de résultat à 3 ans, budget de trésorerie, seuil de rentabilité	LES FORMALITES ET DERNIERS PRE-REQUIS ➤ Choisir son statut juridique, fiscal et social ➤ Connaître les formalités de création d'entreprise ➤ Installer l'entreprise : locaux, véhicule, matériel ➤ Démarrer l'activité : fournisseurs, stocks LES PREMIERS PAS DE VOTRE ENTREPRISE ➤ Les ressources humaines et le recrutement ➤ Concevoir et mettre en œuvre des actions commerciales ➤ Gérer votre trésorerie : enregistrer, contrôler les recettes et les règlements, suivre la situation de trésorerie quotidienne, gérer les excédents et insuffisances de trésorerie ➤ Connaître les documents financiers : le bilan, le compte de résultat ➤ Les échéances fiscales et sociales ➤ Contrôler la montée en régime de votre entreprise RENDEZ PERENNE VOTRE ACTIVITE ➤ La gestion d'entreprise : ○ Les marges ○ Les coûts ○ Les recommandations ○ Les écueils à éviter



RELATION CLIENT

LB2F

www.lb2f.com

Tél. 06.19.91.25.97 – contact@lb2f.com – lbaptistini@free.fr

LB2F / Loïc Baptistini - 7 place Michel de L'hospital – 63000 CLERMONT-FERRAND
Siret 51855167600019 - Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 83630410263

UNE PROSPECTION EFFICACE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Commerciaux et toutes personnes chargées de la commercialisation même ponctuelle de l'entreprise PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Préparer sa prospection ➤ Chercher les cibles ➤ La création de son plan d'action ➤ La création de son argumentaire ➤ Prendre RDV	DUREE : 1 journée soit 7 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
PREPARER SA PROSPECTION ➤ Les objectifs, les cibles, les marchés ➤ La recherche des prospects : les sources, les fichiers, la segmentation ➤ Construire ses phrases d'accroche ➤ Construire son argumentaire : méthodes CAP et SONCAS CONNAITRE LES STRATEGIES DE PROSPECTION ET LEURS OUTILS ➤ Aller vers le prospect : mailing, téléphone, prospection directe, internet ➤ Faire venir le prospect : salon, visite, réunion ➤ S'inviter chez le prospect : recommandation, essai gratuit	LA PROSPECTION DIRECTE OU TÉLÉPHONIQUE ➤ La visite directe : ○ L'attitude physique ○ Accrocher l'intérêt quel que soit l'accueil ➤ La prospection par téléphone : ○ La préparation de la communication ○ Le comportement téléphonique : voix, ton et débit ○ Le franchissement des barrières ○ La prise de rendez-vous par téléphone ○ Les réactions non prévues de l'interlocuteur : la réponse aux objections TRAINING : Exercices de mise en pratique sur son secteur et sur une cible prioritaire

ACTION VENTE : DU PROSPECT AU CLIENT

Module personnalisable selon le secteur d'activité

PUBLIC CONCERNE : ➤ Commerciaux et toutes personnes chargées de la commercialisation même ponctuelle de l'entreprise PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Acquérir les bases des règles de la communication commerciale ➤ Améliorer l'efficacité de la prospection directe et/ou téléphonique ➤ Connaître les mécanismes de vente ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'acte de vente ➤ Vendre mieux et plus	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LA COMMUNICATION AU SERVICE DE L'APPROCHE COMMERCIALE ➤ Les 7 règles de la communication ➤ La déperdition du message ➤ L'entretien : les 8 conditions pour réussir ➤ L'approche commerciale, la typologie client ➤ Les principes d'une négociation gagnant-gagnant L'ORGANISATION COMMERCIALE, PERSONNELLE ET LA GESTION DU TEMPS ➤ L'analyse du secteur de vente : les clients existants, les prospects ➤ L'évaluation des potentiels et la répartition des objectifs ➤ Le plan d'action, la constitution d'un fichier « prospects » ➤ L'utilisation rationnelle du téléphone comme outil commercial ➤ L'organisation des visites en fonction des objectifs	LA PROSPECTION DIRECTE OU TÉLÉPHONIQUE ➤ La visite directe : ○ L'attitude physique ○ Accrocher l'intérêt quel que soit l'accueil ➤ La prospection par téléphone : ○ La préparation de la communication ○ Le comportement téléphonique : voix, ton et débit ○ Le franchissement des barrières ○ La prise de rendez-vous par téléphone ○ Les réactions non prévues de l'interlocuteur : la réponse aux objections DU PROSPECT AU CLIENT ➤ Le premier contact : composantes, accroches, attitudes ➤ La découverte client : écouter, observer, réceptionner, questionner ➤ L'argumentaire : méthodes CAP et SONCAS ➤ La réponse aux objections ➤ Le prix et la négociation tarifaire ➤ La conclusion : signaux d'achat et prise de congés

L'ACCUEIL ET LA VENTE EN MAGASIN

Du client entrant à son passage en caisse

Module existant pour la parfumerie, l'institut, la pharmacie,

PUBLIC CONCERNE : ➤ Vendeuses et vendeurs en magasin PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Respect des critères commerciaux d'accueil ➤ Améliorer la découverte client ➤ Développer les ventes additionnelles ➤ Amélioration de l'accompagnement client ➤ Contrôle de la mise en application	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
L'ACCUEIL ➤ Les bases de l'accueil commercial ➤ L'accueil téléphonique ➤ Le sourire ➤ Mise en application : Jeux de rôles L'ECOUTE CLIENT ➤ La découverte et la vente conseil ➤ Les questions ouvertes et fermées ➤ Le langage positif ➤ Mise en application : Jeux de rôles	LA VENTE ADDITIONNELLE ➤ Que vendre en plus ? ➤ Conseiller et argumenter ➤ Mise en application : Jeux de rôles DU CLIENT ENTRANT A SON PASSAGE EN CAISSE ➤ Validation des étapes précédente ➤ Gestion des conflits ➤ Mise en application : Jeux de rôle

VENDRE A DOMICILE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Vendeurs et futurs vendeurs à domicile PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Acquérir les bases des règles de la communication commerciale ➤ Connaître les mécanismes de vente à domicile ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'acte de vente ➤ Vendre mieux et plus	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LA COMMUNICATION AU SERVICE DE L'APPROCHE COMMERCIALE ➤ Les 7 règles de la communication ➤ La déperdition du message ➤ L'entretien : les 8 conditions pour réussir ➤ L'approche commerciale, la typologie client ➤ Les ingrédients de la confiance ➤ La prise de pouvoir L'ORGANISATION COMMERCIALE, PERSONNELLE ET LA GESTION DU TEMPS ➤ Se fixer des objectifs ➤ Organiser son temps ➤ Le plan d'action, la constitution d'un fichier L'ACTIVITE ➤ La prise de rendez-vous et la recommandation ➤ Les actions commerciales personnelles	LE SCHEMA DE VENTE ➤ Les intérêts d'utiliser un schéma ➤ Le premier contact : composantes, accroches, attitudes ➤ La découverte client : écouter, observer, réceptionner, questionner ➤ L'argumentaire : méthodes CAP et SONCAS ➤ Apporter de la progressivité dans la vente ➤ La réponse aux objections ➤ Le prix et la négociation tarifaire ➤ La conclusion : signaux d'achat ➤ La prise de congés ➤ Le suivi MISE EN PRATIQUE ET SKETCHING VIDEO

LA VENTE PAR TELEPHONE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Les personnes des services Télémarketing PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques ➤ Analyse et apports de conseils techniques ➤ Jeux de rôle, simulations ➤ Enregistrement et analyse des exercices pratiques de simulations d'appels téléphoniques tout au long de la formation.
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Intégrer les principes fondamentaux de la relation commerciale adaptée au téléphone ➤ Recueillir les informations nécessaires au traitement commercial d'un appel téléphonique ➤ Mener l'entretien de façon proactive ➤ Élaborer le guide d'entretien et un argumentaire produit ➤ Préparer les réponses aux objections ➤ Conclure et développer le chiffre d'affaires des télévendeurs	DUREE : 3 journées, soit 21 heures ➤ 2 x 1 journée en salle ➤ 1 journée de Sketching et coaching DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : A Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA) ➤ Hors frais de déplacement
PROGRAMME :	
LES SPECIFICITES DE LA COMMUNICATION PAR TELEPHONE ➤ Les principes de communication ➤ L'adaptation du ton et du rythme verbal et du vocabulaire ➤ L'écoute et les différents types de questions STRUCTURER LES ETAPES D'UN APPEL ➤ Franchir les barrages ➤ La phrase d'accroche : Obtenir l'attention du décideur ➤ Le guide d'entretien ➤ La Poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés. ➤ Identifier les opportunités de rebond commercial ➤ Rester maître de la conversation ➤ L'argumentation convaincante (choisir ses arguments) ➤ Présenter et valoriser son offre de façon claire ➤ Présenter son prix positivement ➤ Mise en application (sketching)	APPROFONDISSEMENTS ➤ Le Cross Selling ou comment vendre des produits complémentaires ➤ Le Up Selling ou comment vendre des produits de gamme supérieure LA REFUTATION DES OBJECTIONS ➤ Comprendre les raisons de l'objection ➤ Mesurer le bien fondé de l'objection (vraie ou fausse objection) ➤ Établir la liste des objections classiques ➤ L'objection prix : les différentes techniques de réfutation LA CONCLUSION ➤ Repérer les signaux d'achat ou les freins à l'achat ➤ Savoir quand et comment conclure ➤ Reformuler la confirmation de l'engagement du client ➤ Le rebond fondé sur la posture de conseil. ➤ Les techniques et formulations du rebond. MISE EN APPLICATION SUR SITE (COACHING)

DEVENIR CONSEILLER EN GESTION DE PATRIMOINE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Gestionnaire de patrimoine, Assureurs, Banquier, Commerciaux PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Afin d'être la plus opérationnelle possible la formation alterne apports théoriques, et mise en pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Apprendre les bases du métier de conseiller ➤ Maîtriser les données techniques ➤ Connaître les produits financiers et immobiliers ➤ Structurer la relation client autour de 3 RDV ➤ Réaliser un bilan individuel de situation et définir une stratégie patrimoniale personnalisée ➤ Conforter la vente	DUREE : 4 journées (2x 2 jours) soit 28 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 300 € par jour / participant soit 1 200 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LE CONTEXTE ACTUEL ➤ Le marché et les perspectives ➤ L'effet de levier du crédit LE PATRIMOINE ➤ Les différentes phases patrimoniales ➤ L'organisation du patrimoine : Epargne de court terme, moyen terme et long terme ➤ Les 4 grandes familles de placements ➤ Impôt sur le revenu ➤ Les 3 modes de défiscalisation LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS ➤ Les dispositifs : Scellier, LMNP/ LMP, Demessine, Girardin Malraux / MH ➤ Les besoins actuels et futurs ➤ Les conditions d'application ➤ Les avantages / Les inconvénients ➤ Le décompte financier LES VALEURS MOBILIERES ➤ Les obligations, les actions et les O.P.C.V.M. ➤ Les F.I.P./F.C.P.I. et l'assurance vie	L'ACTIVITE ➤ La prise de rendez-vous et la recommandation ➤ Les actions commerciales personnelles LE SCHEMA DE VENTE ➤ Les intérêts d'utiliser un schéma ➤ Les principes d'une bonne relation ➤ La communication interactive ➤ Le R1 ○ La découverte patrimoniale ○ Le questionnement adapté ○ La mise en justification ○ Les différents objectifs patrimoniaux ○ Déterminer et valider les critères de l'investisseur ➤ Le R2 ○ Savoir reformuler les objectifs ○ Apporter de la progressivité dans la vente ○ Traiter les objections et conclure ➤ Le R3 ○ Conforter la vente et traiter les objections, ○ Valider le montage financier MISE EN PRATIQUE ET SKETCHING VIDEO

VENDRE L'IDÉE PUB

PUBLIC CONCERNE : ➤ Commerciaux en publicité	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Connaissance de son environnement ➤ Alternance d'apports théoriques, et d'applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Devenir force de proposition ➤ Valoriser le commercial dans son rôle de conseiller en communication ➤ Intégrer la logique de plan média ➤ Présenter et vendre l'idée pub	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter)
PROGRAMME :	
L'IDÉE PUB ➤ Définition ➤ Objectifs RECHERCHER L'IDÉE PUB ➤ La méthode QQOCP ➤ L'exploitation du quoi ? Et du Ou ? ➤ Le clavier à idées LA PRESENTATION DE L'IDEE PUB ➤ Préparation ➤ Présentation de la maquette	LE PLAN DE COMMUNICATION ➤ Présenter le but ➤ Argumenter le plan LES 3 HYPOTHÈSES DU BUDGET ➤ Budget supplémentaire ➤ Le remplacement ➤ La redistribution ou le Mix Média TRAINING VIDEO ➤ Exercices de mise en pratique de vente de l'idée pub et correction individuelle (sketch de vente vidéo)



COMMUNICATION ET DEVELOPPEMENT PERSONNEL

LB2F

www.lb2f.com

Tél. 06.19.91.25.97 – contact@lb2f.com – lbaptistini@free.fr

LB2F / Loïc Baptistini - 7 place Michel de L'hospital – 63000 CLERMONT-FERRAND
Siret 51855167600019 - Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 83630410263

L'ACCUEIL AU TÉLÉPHONE

« Qu'il soit exceptionnel ou quotidien, l'entretien téléphonique est un acte professionnel qui véhicule l'Image de Marque de soi-même et de son entreprise »

PUBLIC CONCERNE : ➤ Secrétaires-standardistes PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Exposés, échanges, débats ➤ Jeux de rôle, simulations ➤ Enregistrement et analyse des exercices pratiques de simulations d'appels téléphoniques tout au long de la formation.
OBJECTIFS DU STAGE : Cette formation doit permettre aux participants de : ➤ Revoir leurs comportements au téléphone ➤ D'améliorer la qualité de l'accueil au téléphone ➤ S'entraîner aux techniques d'entretien par téléphone ➤ Savoir renseigner ➤ Faire face aux interlocuteurs et aux situations difficiles	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
L'ACCUEIL TELEPHONIQUE ➤ Le rôle de l'accueil : détermination des tâches attribuées, listage par ordre d'importance et de priorité ➤ Les formules de présentation, le sourire, la voix, le ton, l'articulation, le débit et le volume ➤ L'organisation, ➤ La gestion de l'attente ➤ Faire face aux situations conflictuelles ➤ Faire patienter, calmer, renseigner	L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE ➤ L'écoute « active » ➤ Le questionnement efficace ➤ Les expressions positives ➤ Les imperfections ou défauts à éviter : ○ dans la présentation ○ dans l'élocution ○ dans les expressions et le vocabulaire ➤ La transformation des réponses d'une façon positive ➤ L'adaptation à son interlocuteur ➤ La réponse aux objections ➤ La reformulation ➤ Savoir conclure ➤ Entraînement téléphonique LA GESTION DES SITUATIONS ET DES INTERLOCUTEURS DIFFICILES ➤ Identifier les types d'interlocuteurs : angoissés, agressifs, mécontents, impatients, ➤ Désamorcer les tensions ➤ Attitudes face à la manipulation ou la séduction

LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION

PUBLIC CONCERNE : ➤ Personnel d'encadrement, techniciens devant animer des réunions d'information, de présentation commerciale, d'expression des salariés, de formation interne, des débats, colloques et conférences,... PRE- REQUIS : Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : Très actives, elles s'appuient sur des échanges d'expériences et sur des mises en situation : ➤ Simulation d'animation de mini-réunions ➤ Puis analyse et apports de conseils techniques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Développer et améliorer les capacités de communication des participants ➤ Expérimenter des techniques et des outils pratiques pour faciliter la participation et l'expression "du public" ➤ Accroître la flexibilité des "orateurs" ➤ Améliorer la "productivité" des réunions	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LES MOYENS DE COMMUNICATION VERBALE APPLIQUÉS À LA CONDUITE DE RÉUNIONS ➤ Discerner : les faits, les opinions et les sentiments, les indifférences ➤ L'écoute, la reformulation, les questions ➤ La réponse aux objections ➤ L'attitude de compréhension ➤ L'analyse de ses réactions en cas d'opposition ou de conflit ➤ Les méthodes démonstratives, participatives LES TECHNIQUES DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC ➤ La voix ○ Connaissance de sa voix, diction ○ Débit verbal, respiration ➤ L 'approche non verbale ○ Le corps, les attitudes, les gestes ○ Le visage, le regard	LA PRÉPARATION DE LA RÉUNION ➤ Les sujets à aborder ➤ Le temps imparti, le "conducteur" ➤ Les interventions organisées ➤ Les outils et le matériel LA RÉUNION ➤ Accueil ➤ Savoir attirer l'attention et susciter l'intérêt ➤ Faire participer ➤ Faire adhérer ➤ Conclure ➤ Le compte-rendu ➤ L'évaluation de la réunion

L A PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

PUBLIC CONCERNE : ➤ Toute personne désirant devenir améliorer sa prise de parole en public et devenir un vrai communicant PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Très actives, elles s'appuient sur des échanges d'expériences et sur des mises en situation ➤ Analyse et apports de conseils techniques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Développer et améliorer les capacités de communication des participants par des techniques simples permettant de mieux se faire comprendre	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter)
	TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LA COMMUNICATION ➤ Schéma de la communication ➤ La déperdition du message ➤ Positiver et argumenter l'information ➤ Faire passer un message ➤ Les typologies d'interlocuteurs : ○ La pyramide de Maslow ○ Le SONCAS LES TECHNIQUES DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC ➤ Diction ➤ Connaissance de sa voix ➤ Respiration ➤ Pose de la voix ➤ Débit verbal	L'APPROCHE NON VERBALE ➤ Le corps ➤ Les attitudes ➤ Les gestes ➤ Découverte corporelle ➤ Le visage ➤ Le regard LA MISE EN PRATIQUE ➤ Vidéo ➤ Analyses et axes de progression

LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeant, responsable de service, responsable d'équipe, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation d'entretiens en face à face
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Renforcer leurs capacités de communication ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'entretien en face à face (vidéo) ➤ Renforcer les certitudes concernant l'importance des entretiens en face à face	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
COMMUNIQUER ➤ L'empathie ➤ L'écoute et la maîtrise de l'entretien ➤ Les typologies de collaborateurs LES DIFFERENTS TYPES D'ENTRETIENS ➤ Les généralités ➤ Faire passer une idée, un ordre ➤ Les entretiens de formation ➤ Fixer un objectif ➤ Le non constructif ➤ Féliciter ➤ Critiquer, réprimander, recadrer ➤ Les 8 règles d'or	LES COMPORTEMENTS DU RESPONSABLE ➤ Lors de l'invitation ou de la convocation du collaborateur ➤ Lors de l'accueil de ce collaborateur ➤ Pendant l'entretien et lors de l'utilisation des documents ➤ Lors de la clôture de l'entretien et de la prise de congés ➤ Training vidéo

PREVENIR ET GERER LES CONFLITS

PUBLIC CONCERNE : ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Comprendre les mécanismes du conflit ➤ Dissocier l'émotif et le rationnel ➤ Suivre une stratégie positive de résolution de conflit	DUREE : 2 journées soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
ANALYSER UN CONFLIT ➤ Les conflits de projet, de principes ou de valeur ➤ Les conflits relationnels CANALISER SES COMPORTEMENTS DANS UN CONFLIT ➤ Analyser et décomposer la situation ➤ Prendre en compte ses émotions et ses croyances ➤ Tester la bonne foi REPERER LA STRATEGIE DE SON INTERLOCUTEUR ➤ Saisir le cadre de référence ➤ Observer le non verbal ➤ Pointer les motivations et les bénéfices éventuels ➤ Identifier les jeux psychologiques ➤ Tester la bonne foi	RAMENER A UNE DISPOSITION POSITIVE ➤ Le recadrage positif ➤ L'humour ➤ Le repositionnement gagnant gagnant RESOUDRE ➤ Comment clarifier et s'assurer des intentions communes ➤ Chercher les points d'accord et les valider ➤ Construire une solution gagnant gagnant ➤ Prendre des engagements concrets

MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES

Obtenir rapidement des performances dans l'organisation de son temps personnel et du travail collectif par la mise en œuvre de nouveaux réflexes simples et pratiques

PUBLIC CONCERNE : ➤ Manager, Collaborateur ➤ Binôme Assitante/Manager ➤ Equipe de travail PRE- REQUIS : ➤ Aucun pré-requis	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Pédagogie essentiellement active, basée sur des apports théoriques et des mises en situation
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Ne plus subir le temps ➤ Définir ses vrais objectifs et les choix qui s'imposent ➤ Recenser les tâches à effectuer, définir ses priorités et les planifier dans sa gestion du temps ➤ Assurer la rentabilité d'une organisation logique de la communication et d'un stockage dynamique de l'information	DUREE : 2 journées, soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
LE TEMPS... ➤ Gérer ses émotions et la perception du temps ➤ Ma relation à l'urgence ➤ Comment passer de la gestion du temps à l'optimisation du temps ? ➤ Les différents outils de la gestion du temps – leurs avantages et inconvénients ➤ Organiser son espace de travail pour éviter ou mieux évacuer le stress ➤ Planifier ses actions et garder une marge d'adaptabilité ➤ Plan de journée, plan de semaine et aléas : définir les priorités. Devenir réaliste ➤ Gérer les interruptions au quotidien ➤ Savoir dire NON	LES PRIORITES... ➤ Se doter d'une vision réaliste de sa mission réelle et recensement des tâches prioritaires ➤ Les tâches répétitives et systématiques ➤ Les travaux occasionnels ➤ Les temps « morts », les temps gâchés et les temps perdus ➤ Les tâches et temps utiles et inutiles ➤ La distinction de l'urgent et de l'important, les vrais critères de hiérarchisation QUELLES SONT MES PRIORITES ET POUR QUELS OBJECTIFS ? ➤ Priorités et harmonie de vie, ou l'équilibre entre ma vie « du bureau » et ma vie « personnelle »

LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS

PUBLIC CONCERNE : ➤ Tout personnel désirant maîtriser son «stress» professionnel et personnel par des techniques de gestion de soi PRE- REQUIS : ➤ Exercer depuis au moins 3 mois des fonctions managériales	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Questionnaires « tests » sur le stress ➤ Jeux de rôle et simulations de situations « stressantes » ➤ Débats et conseils de l'animateur ➤ Plan d'action individuel d'amélioration d'attitudes et de comportements
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Définir les causes de stress ➤ Analyser les effets du stress et mieux les contrôler ➤ Trouver des solutions adaptées pour retrouver l'équilibre et mieux s'affirmer ➤ et s'organiser dans : ○ Son environnement professionnel ○ Sa gestion du temps	DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
DEFINITION DU STRESS ➤ Les facteurs de stress ➤ Les causes profondes de stress (gestion du temps, organisation, gestion des priorités) ➤ Inventaire des causes et des niveaux de stress en identifiant les actions à caractère « stressant justifié » ➤ Inventaire des forces et faiblesses de chacun LES SOLUTIONS DE MAITRISE DU STRESS ET DU TEMPS ➤ Se doter d'une vision réaliste de sa mission réelle et recensement des tâches prioritaires ➤ Les tâches répétitives et systématiques ➤ Les travaux occasionnels ➤ Les temps « morts », les temps gâchés et les temps perdus ➤ Les tâches et temps utiles et inutiles ➤ La distinction de l'urgent et de l'important, les vrais critères de hiérarchisation	➤ Utiliser des outils adaptés : les différents outils de la gestion du temps – leurs avantages et inconvénients ➤ Tenir compte des priorités des autres : les objectifs stratégiques, les objectifs communs et les objectifs personnels ➤ Identifier les fausses urgences ➤ Gérer ses émotions et la perception du temps ➤ Savoir dire « non » sans froisser ➤ Différer à un moment ultérieur précis – prendre date ➤ Se fixer des objectifs de progrès : ○ choisir des axes de progrès prioritaires ○ Organiser son espace de travail pour éviter ou mieux évacuer le stress ○ Planifier ses actions et garder une marge d'adaptabilité

CONCEVOIR SA PUBLICITÉ

LES CLEFS DE L'EFFICACITÉ PUBLICITAIRE

PUBLIC CONCERNE : ➤ Chefs d'entreprises, Responsables commerciaux et toutes personnes chargées de la communication même ponctuelle de l'entreprise PRE- REQUIS : ➤ Maitrise des connaissances de base powerpoint et / ou Word	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Acquérir les bases des règles de la communication publicitaire ➤ Concevoir sa publicité ➤ Analyser les différents médias en présence : forces et faiblesses ➤ Optimiser son budget communication	DUREE : 1 journée soit 7 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 250 € par jour / participant (Organisme non assujéti à la TVA)
PROGRAMME :	
CONCEVOIR SA PUBLICITE ➤ Discernement des vrais objectifs ➤ Méthodologie de conception d'une annonce ➤ Créativité linguistique et graphique ➤ Réalisations globales d'annonces presse efficaces	MESURES D'AUDIENCE ET ANALYSE DU SUPPORT ➤ Presse quotidienne régionale ➤ Presse gratuite ➤ Radio ➤ Affichage ➤ Prospectus ➤ Internet ➤ Le mix-média Presse/Prospectus

FORMATION DE FORMATEUR

PUBLIC CONCERNE : ➤ Toute personne devant assurer des formations PRE- REQUIS : ➤ Maitriser la prise de parole en public et la conduite de réunion	DEMARCHE PEDAGOGIQUE : ➤ Alternance des apports théoriques et applications pratiques ➤ Jeux de rôles et simulations de séances de formation (vidéo) et entraînements permettant à chaque participant de s'auto-corriger
OBJECTIFS DU STAGE : ➤ Expérimenter des techniques et des outils pédagogiques pratiques utilisables en formation et/ou en animation de groupes de travail ➤ Accroître la flexibilité des formateurs ➤ s'adapter à des publics de cultures et de niveaux différents ➤ Harmoniser les techniques de communication verbale ou écrite	DUREE : 3 journées soit 21 heures DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : ➤ Clermont Ferrand (Nous consulter) TARIF : ➤ 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
PROGRAMME :	
RAPPELS SUR LA COMMUNICATION LES ETAPES ➤ La préparation ➤ Quels types de formation ? ➤ "Formelle" : en salle de cours ➤ En situation réelle de travail ➤ En groupe ou individualisée ➤ L'introduction : l'accueil et la première minute ➤ La progression : l'argumentation ; le blocage des acquis ➤ Les réactions non prévues de l'interlocuteur : la réponse aux objections ➤ La conclusion : le contrôle et le suivi LE GROUPE ET SA DYNAMIQUE ➤ Les comportements de participants ➤ Comment réagir en situation délicate ?	LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET LEURS CONSEQUENCES ➤ Identification ➤ Rédaction ➤ le choix des méthodes utilisées ➤ la sélection des supports de formation LE ROLE ET LES TECHNIQUES DU FORMATEUR ➤ L'exposé et les méthodes démonstratives ou magistrales ➤ Les méthodes participatives ➤ Les méthodes de découverte ➤ Les mises en situation, les exercices d'application ➤ Les principes d'alternance ➤ La conception et l'utilisation d'outils et aides "pédagogiques" L'EVALUATION EN FORMATION : ➤ Les outils d'évaluation : ➤ L'appréciation des acquis, ➤ L'évaluation de l'animation ➤ Après l'évaluation : les actions correctives

BULLETIN D'INSCRIPTION

Merci de compléter le bulletin d'inscription ci-dessous et de le retourner à :

LB2F

Loïc Baptistini
7 place Michel de L'hospital
63000 CLERMONT-FERRAND

La signature du présent bulletin vaut acceptation des conditions générales de vente au verso.

ENTREPRISE :

NOM / Prénom / Fonction du sous signé, habilité à engager l'entreprise :

Adresse :

Effectif : Secteur d'activité :

Code NAF : N° de Siret :

Tél. : Fax : E-mail :

Adresse de convocation (si différente) :

NOMS des participants	Prénoms	Fonctions	E-mail

FORMATION CHOISIE	Dates	Lieu	Coût de la formation
Merci de joindre le chèque à l'ordre de LB2F au bulletin d'inscription	TOTAL (tarifs non assujettis à la TVA)		

Fait à, le

Nom et fonction du signataire

Signature

Cachet de l'entreprise

Les informations contenues dans ce bulletin d'inscription font l'objet d'un traitement informatisé exclusivement réservé à notre service de gestion des stages de formation. Conformément à la loi n° 78.17 du 6 janvier 1978, dite "informatique et libertés", vous disposez d'un droit d'accès et de rectification.

LB2F

www.lb2f.com

Tél. 06.19.91.25.97 – contact@lb2f.com – lbaptistini@free.fr

LB2F / Loïc Baptistini - 7 place Michel de L'hospital – 63000 CLERMONT-FERRAND

Siret 51855167600019 - Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 83630410263

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

Toute commande de formation implique l'acceptation sans réserve par le Client et son adhésion pleine et entière aux présentes conditions générales de vente qui prévalent sur tout autre document du Client, et notamment sur toutes conditions générales d'achat.

DOCUMENTS CONTRACTUELS

LB2F fait parvenir au Client, en double exemplaire, une convention de formation professionnelle continue établie selon les articles L6353-1 et L6353-2 du Code du travail. Le Client s'engage à retourner dans les plus brefs délais à **LB2F** un exemplaire signé et portant son cachet commercial.

Une attestation de présence peut être adressée au Client sur demande.

FORMATIONS INTERENTREPRISES

Ouverture d'une session de formation : **LB2F** se réserve la possibilité d'ajourner une session de formation et ce sans indemnités, au plus tard une semaine avant la date prévue, pour des raisons pédagogiques.

Conditions d'annulation et de report Toute annulation par le Client doit être communiquée par écrit. Pour toute annulation, moins de 10 jours francs ouvrables avant le début du stage, le montant de la formation restera immédiatement exigible à titre d'indemnité forfaitaire.

Propriété intellectuelle : Tous les droits de propriété intellectuelle relatifs aux supports de formation et autres ressources pédagogiques mis à disposition du client dans le cadre des formations sont la propriété exclusive du **LB2F**. En conséquence, le client s'interdit de reproduire, adapter, modifier, commercialiser ou diffuser à des tiers non participant aux formations les dits supports.

PRIX ET REGLEMENTS

Tous nos prix sont indiqués en euros. Ils sont non soumis à la TVA au taux en vigueur. Toute formation commencée est due en entier.

Les factures sont payables en euros, à l'inscription, sans escompte et à l'ordre de **LB2F** **Ioïc Baptistini**.

REGLEMENT PAR UN OPCA

Si le Client souhaite que le règlement soit émis par l'OPCA dont il dépend, il lui appartient :

- de faire une demande de prise en charge avant le début de la formation et de s'assurer de la bonne fin de cette demande ;
- de l'indiquer explicitement sur son bulletin d'inscription ou sur son bon de commande ;
- de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'OPCA qu'il aura désigné.

Si l'OPCA ne prend en charge que partiellement le coût de la formation, le reliquat sera facturé au Client.

Si **LB2F** n'a pas reçu la prise en charge de l'OPCA au 1er jour de la formation, le Client sera facturé de l'intégralité du coût du stage.

En cas de non-paiement par l'OPCA, pour quelque motif que ce soit, le Client sera redevable de l'intégralité du coût de la formation et sera facturé du montant correspondant.

REFUS DE COMMANDE

Dans le cas où un Client passerait une commande à **LB2F**, sans avoir procédé au paiement de la commande, **LB2F** pourra refuser d'honorer la commande et de délivrer les formations concernées, sans que le Client puisse prétendre à une quelconque indemnité, pour quelque raison que ce soit.

INFORMATIQUE ET LIBERTES

Le Client est informé que les informations à caractère personnel qui sont communiquées à **LB2F** en application et dans l'exécution des commandes et/ou ventes pourront être communiquées aux partenaires contractuels de **LB2F** pour les besoins desdites commandes.

Conformément à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978, dite Loi Informatique et Libertés, mise à jour par la loi du 6 août 2004, le Client dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux données personnelles le concernant. Ce droit est exerçable en faisant une demande par e-mail ou par courrier adressé à **LB2F**.

COMMUNICATION

Le Client autorise expressément **LB2F** et ses filiales à mentionner son nom, son logo et à faire mention à titre de références de la souscription à une commande et de toute opération découlant de son application dans l'ensemble de leurs documents commerciaux.

RENONCIATION

Le fait pour **LB2F** de ne pas se prévaloir à un moment donné de l'une quelconque des clauses des présentes, ne peut valoir renonciation à se prévaloir ultérieurement de ces mêmes clauses.

LOI APPLICABLE

Les Conditions Générales et tous les rapports entre **LB2F** et ses Clients relèvent de la Loi française.

ATTRIBUTION DE COMPETENCES

Tous litiges qui ne pourraient être réglés à l'amiable seront de la COMPETENCE EXCLUSIVE DU TRIBUNAL DE COMMERCE DE CLERMONT FERRAND quel que soit le siège ou la résidence du Client, nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie.

Cette clause attributive de compétence ne s'appliquera pas au cas de litige avec un Client non professionnel pour lequel les règles légales de compétence matérielle et géographique s'appliqueront. La présente clause est stipulée dans l'intérêt de la société **LB2F** qui se réserve le droit d'y renoncer si bon lui semble.

Fait à, le

Nom et fonction du signataire
Signature

Cachet de l'entreprise