VIP Attitudes
Révélateur de Talents

Catalogue des formations 2025

VIP Attitudes

Vous trouverez la liste des 37 formations proposées par VIP Attitudes, dans les 6 domaines suivants :

- **Prospection, téléprospection (5 formations)**
- **Vente, négociation (13 formations)**
- **Management (8 formations)**
- **Relation clients (2 formations)**
- **Gestion du temps (2 formations)**
- **Développement personnel / efficacité professionnelle (7 formations)**

Chacune des formations est sommairement présentée.

Cela vous permet néanmoins de savoir si une formation répond à votre recherche.

Sur simple demande par email à contact@vipattitudes.fr ou à dfatoux@vipattitudes.fr

Ou par téléphone au **01 47 08 13 12** ou au **06 12 13 56 54**, nous aurons le plaisir de vous communiquer le programme complet et détaillé des formations qui vous intéressent.

VIP Attitudes est certifié **QUALIOPI et CNEFOP**.

« Plus que des formations, des chemins vers l'excellence »

VIP Attitudes
Révélateur de Talents

Pourquoi la durée conseillée des formations n'est pas une durée fixe mais souvent une fourchette ?

La durée d'une formation (et de sa préparation) dépend de plusieurs paramètres :

- **la taille de l'équipe à former** (pouvant aller de 1 à plus de 100 personnes)

- **la taille des groupes à former** (pouvant aller de 1 à 8 participants) ; cela influe sur les moyens pédagogiques à mettre en œuvre (dont la durée de la formation : plus il y a de personnes, plus il y a de mises en situation, donc une durée de formation forcément plus longue).

- **la gestion de groupes hétérogènes** (en compétences et en expérience) : cela nécessite une pédagogie particulière pour maintenir un rythme soutenu pour les plus expérimentés et un rythme plus lent pour les personnes réclamant davantage de temps pour s'approprier les enseignements.

- **la complexité des problématiques traitées** : cela nécessite d'établir des programmes 100% sur mesure, de bien cibler les thèmes à aborder, de définir la durée optimale à consacrer à chaque thème.

- **le niveau de maîtrise actuel des équipes** : par rapport aux attentes des commanditaires et des participants, il faut être bien conscient du niveau de départ de l'équipe à former. C'est indispensable pour quantifier le niveau de corrections et d'améliorations à apporter ainsi que le niveau de remise en cause que cela suppose (situation 1 : « je suis débutant et je veux devenir expert » est différent de la situation 2 : « j'ai de l'expérience et de la pratique et j'aimerais découvrir quelques techniques supplémentaires pour être plus efficace sur certains sujets »)

- **le niveau d'ouverture à de nouveaux concepts et la volonté de se remettre en cause** : cela oblige le formateur à prendre du temps pour faire en sorte que des participants, venant sans volonté de progresser et sans attente, soient motivés pour suivre la formation et deviennent des participants actifs.

- le niveau d'attente de l'entreprise et les objectifs visés : le client peut exprimer le souhait d'une « simple » formation pour un rafraîchissement ou un enrichissement des connaissances. Ou désirer une formation pour un accroissement sensible des performances, avec une notion de retour sur investissement. On comprend facilement qu'il y a nécessité dans ce dernier cas d'élaborer un itinéraire pédagogique précis et complet (avec éventuellement des accompagnements sur le terrain et/ou des journées de coaching et de suivi dans le temps).

Il faut du temps pour parvenir à générer des transformations profondes et durables dans les savoir-faire et savoir-être des apprenants.

- **le souhait de l'entreprise ou des participants d'obtenir un retour précis sur leurs points forts et leurs axes d'amélioration :** cela nécessite pour le formateur de pouvoir observer et analyser le niveau de maîtrise de chacun lors de jeux de rôle. Il pourra ainsi apporter des conseils personnalisés et faire du « coaching ». Ce processus requiert du temps car il suppose beaucoup de mises en pratique et l'utilisation éventuelle de la vidéo. Il faut dans tous les cas faire en sorte que chacun ressorte avec un plan de progrès précis et formalisé.

FORMATIONS en PROSPECTION

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Maitriser la prospection téléphonique	**• Toute personne impliquée dans une activité de prospection • Commercial, téléprospecteur, télévendeur, téléconseiller ; entrepreneur individuel**	**Augmenter ses performances en nombre de rendez-vous pris ou de devis réalisés**	**2 à 4 jours**
	Cette formation présente le best-of des meilleures méthodes, techniques et astuces pour prendre aisément des rendez-vous avec des décideurs. Elle apporte des réponses concrètes sur comment : passer aisément les barrages de l'accueil ; créer un impact immédiat par des accroches percutantes ; traiter efficacement les objections ; structurer son questionnement pour qualifier le prospect ; détecter des projets ; créer le besoin ; utiliser les réseaux sociaux pour identifier les bons interlocuteurs ; suivre avec rigueur ses prospects ; rédiger des emails impactants. Elle redonne entrain et plaisir à tous ceux qui sont réfractaires à la prospection téléphonique. C'est la formation phare de VIP Attitudes. Elle a fait l'objet de plusieurs centaines d'heures d'études et de développement sur ces dernières années.		
Maitriser la télévente	**• Commercial sédentaire, téléprospecteur, télévendeur, téléconseiller ; entrepreneur individuel**	**Augmenter ses performances en chiffre d'affaires réalisés en télévente**	**2 à 3 jours**
	Cette formation est dédiée aux commerciaux sédentaires spécialisées dans la télévente. Elle est toujours adaptée sur mesure pour tenir compte des spécificités de la télévente dans votre contexte spécifique. Il sera utile de préciser - dans votre demande - s'il s'agit de vendre à des prospects et/ou à des clients existants ; à des entreprises et/ou à des particuliers ; si l'acte de vente peut être réalisé en one-shot ou s'il faut passer par une phase de devis et de relance ; s'il s'agit de traiter des demandes entrantes et/ou de réaliser des appels sortants proactifs. Dans tous les cas, le processus de vente doit être bien formalisé, avec un accent mis en particulier sur l'argumentation, le traitement des objections et les techniques de conclusion. Des exercices pratiques sont proposés pour augmenter les capacités de persuasion et de résilience du téléopérateur.		
Prospecter sur le terrain et sur les salons	**• Tout collaborateur prospectant sur le terrain sans prise de rendez-vous préalable**	**Initier des contacts prometteurs en face à face avec des prospects, sans rendez-vous préalable**	**1 à 2 jours**
	Que ce soit en prospection physique sur le terrain ou lors d'un salon, le commercial doit faire une excellente bonne première impression. Son discours d'introduction doit être parfaitement maîtrisé, les premières questions de qualification connues par coeur. Il doit développer une aptitude naturelle à nouer rapidement des liens avec des inconnus. Son audace et sa ténacité l'aideront à surmonter les obstacles et les objections qui se présenteront à lui. La formation l'aidera à savoir réagir de manière professionnelle à tout type de situation.		
Prospecter avec Linkedin	**• Commercial qui utilise Linkedin comme outil de prospection**	**Bâtir un réseau relationnel solide pour assoir sa notoriété et générer des opportunités d'affaires**	**1 à 2 jours**
	Cette formation aborde les fonctionnalités de Linkedin qu'il faut maitriser pour en faire un outil puissant de prospection. Les règles de l'art du Social Selling et de la communication digitale sont rappelées pour une utilisation optimale de Linkedin. En améliorant sa visibilité et sa notoriété et en entretenant un dialogue constructif avec ses correspondants, l'utilisateur assidu de Linkedin pourra s'attirer de nombreuses opportunités d'affaires (qu'il n'aurait pas forcément obtenu avec d'autres médias).		
Gagner en efficacité commerciale grâce à l'IA	**• Aucun**	**Concevoir rapidement des communications commerciales à fort impact**	**1 jour**
	L'utilisation de l'intelligence artificielle via des sites dédiés permettent de générer des contenus de très bonne qualité que ce soit pour bâtir des argumentaires, trouver des accroches percutantes, créer des slogans publicitaires, définir des modèles d'emails, faire des comparatifs concurrentiels, etc. La formation explique comment se servir de ChatGpt et de Jasper, deux outils très performants en génération de contenus commerciaux.		

FORMATIONS COMMERCIALES (1/3)

<table>
<tr><th>Formations</th><th>Public concerné</th><th>Finalité</th><th>Durée conseillée</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Du vendeur au Top Vendeur</td><td>• Commercial expérimenté (au moins une année dans la vente)</td><td>Conquérir des parts de marché dans des environnements fortement concurrentiels.</td><td>3 à 4 jours</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cette formation est destinée aux commerciaux confirmés. Un commercial ambitieux doit viser l'excellence pour faire la différence face à ses concurrents. Il doit maitriser les approches commerciales et les techniques de vente qui font le succès des champions de la vente, et ce pour chaque étape de la vente.

Au-delà de sa capacité à démontrer sa valeur ajoutée, ses capacités relationnelles et son sens de l'adaptation l'aideront à générer un capital confiance très élevé, élément indispensable pour maximiser ses ventes. Il doit être capable de motiver un prospect à changer de fournisseur après lui avoir démontré les nombreux bénéfices et perspectives de croissance que lui apporterait sa solution.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Les Clés de la vente</td><td>• Commercial débutant / junior
• Commercial expérimenté mais n'ayant jamais suivi de formation commerciale
• Collaborateur non commercial, en contact avec des prospects et des clients, souhaitant jouer un rôle commercial plus important</td><td>Acquérir les fondamentaux de la vente ; maitriser les techniques de vente.</td><td>3 à 4 jours</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cette formation est destinée aux commerciaux autodidactes, juniors ou n'ayant pas suivi une formation initiale dans la vente. Les participants consolident leurs acquis terrain par l'approfondissement des fondamentaux de la vente.

Ils découvrent les clés qui leur permettront d'aborder chaque étape de la vente avec confiance et professionnalisme : présentation, découverte client, argumentation, traitement des objections, relance des devis, conclusion et négociation.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Conclusion et Relance gagnantes</td><td>• Tout professionnel devant relancer les devis émis avec l'objectif d'aboutir à une conclusion gagnante</td><td>Augmenter sensiblement son taux de transformation "contrats signés / devis émis"</td><td>2 à 3 jours</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cette formation met l'accent sur les étapes finales de la vente. Le commercial se doit de mettre en place une méthodologie rigoureuse de suivi et de relance de ses devis. Il doit oser conclure quand les feux sont au vert ; comprendre les raisons de l'indécision du client ; utiliser judicieusement les différents media pour maintenir des rapports constructifs avec son client ; entreprendre les actions pertinentes pour aboutir à une issue favorable.

Un focus est mis sur le traitement des objections et les techniques de négociation. Il est impératif de savoir conclure sans se sentir obligé de devoir baisser son prix pour remporter des affaires.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Traiter les objections avec aisance</td><td>• Aucun</td><td>Savoir dépasser l’obstacle des objections pour parvenir à un accord</td><td>2 à 3 jours</td></tr>
<tr><td colspan="3">Toute personne qui doit convaincre une autre personne rencontrera au cours de son argumentation des objections qui feront obstacle à son objectif. La formation transmet l’art de rebondir face aux objections, sans se montrer déstabilisé.

Elle fournit de nombreuses techniques pour traiter les objections, des plus simples ou plus compliquées. L’amélioration de cette aptitude est fondamentale pour tout commercial qui souhaite prendre des rendez-vous, conclure ses ventes, défendre son prix car elle a une incidence directe sur son taux de transformation, son chiffre et ses marges.</td></tr>
</table>

FORMATIONS COMMERCIALES (2/3)

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Négocier et préserver ses marges	**• Tout professionnel amené à négocier et à défendre ses marges**	**• Augmenter la marge des affaires signées. Remporter des affaires tout en étant plus cher que la concurrence.**	**2 à 3 jours**
	Savoir défendre ses marges et faire accepter ses hausses de tarifs doit faire partie des aptitudes clés d'un commercial. Face à toute demande de remise, le commercial expérimenté sait répliquer en démontrant la valeur ajoutée de son offre. La formation rappelle les règles d'or de la négociation raisonnée et de la relation gagnant/gagnant. Elle met l'accent sur les méthodes et les techniques de négociation qu'il faut maîtriser pour faire face aux acheteurs les plus coriaces. Aucune concession ne devrait être faite sans contrepartie.		
Développer son portefeuille clients	**• Tout commercial en charge du développement d'un portefeuille clients**	**Accroître le chiffre d'affaires réalisé avec les clients existants et augmenter ses parts de marché**	**2 à 3 jours**
	Accroître son chiffre d'affaires avec les clients existants suppose de connaître leur véritable potentiel de vente. Une segmentation judicieuse est ensuite nécessaire pour identifier les clients les plus prometteurs et définir des plans d'actions pertinents pour chacun d'entre eux. Les approches telles que le cross-selling (la vente complémentaire), la vente additionnelle, la vente rebond et l'upsellling sont les méthodes présentées pour augmenter les ventes. Les participants apprennent à pratiquer le "spin selling" pour faire émerger et reconnaître de nouveaux besoins. Au-delà de la dimension économique, la finalité est de transformer une simple relation client-fournisseur en un véritable partenariat.		
Vendre à distance en B to B	**• Tout collaborateur réalisant des actions commerciales à distance**	**Vendre ses produits et services sans avoir à se déplacer physiquement chez le client**	**2 à 3 jours**
	Cette formation présente la manière d'exploiter au mieux l'ensemble les différents médias mis à la disposition des commerciaux sédentaires (téléphone, visio, email, réseaux sociaux). L'enjeu est de parvenir à une efficacité quasi-équivalente à la vente en face à face tout en parvenant à raccourcir le cycle de vente. Les participants découvrent les techniques spécifiques de la vente à distance. La formation explique comment créer une relation de confiance avec son client, bien qu'étant à distance. Note : pour les entreprises - en sédentarisant leur force de vente au détriment de la vente itinérante - c'est une façon de réduire leur empreinte carbone et de satisfaire leurs obligations en matière de transition écologique (Bilan GES). D'où la possibilité d'un financement plus important auprès des OPCO.		
La vente stratégique aux Grands Comptes	**• Tout collaborateur réalisant des actions commerciales avec des Grands Comptes** **• Les KAM (Key Account Manager) ou Responsables Grands Comptes**	**Conquérir et développer des clients Grands Comptes**	**2 à 3 jours**
	Conquérir un client Grand Compte demande d'élaborer une stratégie spécifique pour chaque compte. C'est par définition une vente complexe, longue et à fort enjeu. Au cours de la formation le participant travaille sur ses dossiers Grands Comptes actuels. Après avoir établi une cartographie précise de ses comptes, il analyse ses acquis et ses avancées mais également les informations manquantes et ses points de faiblesses. Il en déduit le plan d'actions stratégique le plus adapté à la situation du moment. La formation s'inspire grandement de la méthodologie "Strategic Selling" reconnue sur le plan international depuis plus de 40 ans.		

FORMATIONS COMMERCIALES (3/3)

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Vendre par la prescription	**• Tout collaborateur amené à devoir collaborer avec des prescripteurs**	**Etre davantage consulté pour des projets ; être référencé et préconisé dans les appels d'offre ; parvenir à se positionner comme la marque préférée (ou fabricant / distributeur préféré) des prescripteurs**	**2 jours**
	Le participant comprend au travers cette formation qu'une visite chez un prescripteur ne se résume pas à présenter son catalogue de produits. C'est le début de la construction d'une démarche de partenariat. Cela inclut la mise en œuvre de toutes les techniques connues de la vente classique pour faire en sorte que le prescripteur soit convaincu de l'intérêt de collaborer avec lui. La clé repose sur un suivi efficace. Il doit aboutir à des prescriptions effectives, aux gains de nouveaux marchés et un partenariat gagnant-gagnant et durable avec le prescripteur.		
Vente additionnelle et reconquête	**• Commercial sédentaire ; personnel dédié au service client, à l'administration des ventes**	**Augmenter le panier moyen auprès des clients existants à l'occasion d'appels entrants ou par le biais d'appels sortants**	**1 à 2 jours**
	La formation aborde les différentes manières d'accroître ses ventes auprès des clients qui nous contactent. En vente rebond, en vente complémentaire (cross-selling) lors de la passation d'une commande et lors de toute autre opportunité que l'on saura saisir pour réaliser une vente additionnelle. On peut également profiter d'un bon relationnel avec le client pour réaliser des appels sortants et lui proposer des offres promotionnelles ou des produits/services qu'il n'utilise pas. La manière de renouer le contact avec un client dormant ou perdu est également abordé.		
Développer les opportunités d'affaires chez ses clients	**• Ingénieurs, techniciens, consultants, informaticiens, chefs de projet réalisant des prestations pour des clients**	**Développer la relation commerciale et détecter de nouveaux projets bien que n'intervenant pas comme commercial**	**1,5 à 2 jours**
	Cette formation permet d'exercer un rôle commercial tout en œuvrant sur le projet du client ou en réalisant des prestations de service (conseil, ingénierie, informatique, bureautique, logistique, maintenance, entretien, etc.). Les participants apprennent à savoir questionner leurs clients de façon à détecter de nouvelles opportunités d'affaires pour leur entreprise. Ils travaillent leur présentation personnelle : comment présenter et valoriser les différents services de leur entreprise de manière concise et comment mettre en évidence des axes de progrès chez le client pour le motiver à recevoir et étudier votre offre.		
Vendre en magasin et augmenter le panier moyen	**• Vendeurs et conseillers en magasin**	**Augmenter ses ventes en magasin ; augmenter le panier moyen**	**1 à 2 jours**
	La formation traite de tous les facteurs qui font le succès de la vente en magasin : la qualité de l'accueil, la qualité des renseignements, les conseils personnalisés, la valorisation de ses articles, l'adaptation aux différents types de clients, le traitement des objections et les manières subtiles de conclure une vente sans forcer.		
Animer et faire performer son réseau de distribution	**• Responsable en charge de l'animation d'un réseau de revendeurs**	**Développer ses ventes indirectes via son réseau de distributeurs**	**2 à 3 jours**
	La formation porte sur le management et l'animation d'un réseau de distributeurs. Elle insiste sur les compétences de l'animateur de réseau lorsqu'il doit former ses distributeurs à ses produits et faire appliquer les bonnes pratiques commerciales. Elle détaille tous les leviers qu'il est possible d'actionner pour apporter son soutien aux forces de vente du distributeur et dynamiser son réseau. L'enjeu consiste à bâtir une relation de partenariat solide et pérenne avec chacun de ses distributeurs.		

FORMATIONS en MANAGEMENT (1/2)

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Conduire son équipe commerciale au succès	**. Directeur commercial, responsable commercial, chef des ventes**	**Assurer les conditions du succès de son équipe commerciale en agissant sur tous les leviers de l'efficacité commerciale**	**3 à 4 jours**
	Cette formation présente les bases fondamentales du management d'une équipe commerciale. Tous les sujets liés à la performance individuelle et collective des commerciaux sont abordés. A l'issue de la formation, les participants disposent d'une boîte à outils complète pour traiter les situations les plus sensibles (démotivation, manque de performances, manque d'implication). Les managers commerciaux ont un rôle primordial à jouer dans la motivation de leurs équipes et dans leur montée en compétences. Ils doivent développer un solide leadership pour pouvoir faire adhérer à tout instant aux décisions prises sur la politique commerciale, sur les aspects stratégiques, organisationnels et marketing.		
Développer les compétences de ses commerciaux	**. Directeur commercial, responsable commercial, chef des ventes**	**Assurer la montée en compétences de ses collaborateurs dans une perspective d'accroissement des performances commerciales**	**2 jours**
	On peut apprécier la valeur ajoutée d'un manager commercial par sa capacité à faire grandir ses commerciaux et à les amener vers l'excellence. La formation présente les nombreux leviers à sa disposition pour transmettre les connaissances et développer les aptitudes. L'accent est mis sur sa faculté à identifier les axes de progrès de chaque collaborateur et à définir et suivre des plans de progrès personnalisés. Elle donne les postures à adopter pour se faire accepter comme un coach-formateur inspirant.		
Manager son équipe avec succès	**. Tout manager encadrant des collaborateurs**	**Garantir la bonne cohésion de son équipe pour parvenir à la réussite collective ; donner les moyens à chacun de s'épanouir et de réussir à son poste.**	**3 à 4 jours**
	Cette formation présente les bases fondamentales du management d'équipe. Tous les sujets liés à la performance individuelle et collective sont abordés. A l'issue de la formation, les participants disposent d'une boîte à outils complète sur les techniques de management. De nombreuses applications pratiques aident à développer les qualités et les postures nécessaires pour faire face aux situations managériales les plus délicates (manque de performance ou de compétence, démotivation, conflits internes, insubordination, attitudes déplacées).		
Etre un manager de proximité efficace	**. Toute personne encadrant une équipe travaillant à ses côtés : responsable de magasin, chef d'agence, chef de chantier, chef de projet, etc.**	**Assurer au quotidien la bonne exécution des tâches à réaliser ; bâtir une véritable cohésion d'équipe**	**2 à 3 jours**
	La formation fournit les clés pour être un bon manager de proximité et acquérir une autorité naturelle. Le responsable d'équipe doit tisser un lien étroit avec ses collaborateurs et créer les conditions d'un travail en équipe efficace. Il doit savoir se faire respecter et traiter rapidement tout comportement déviant.		

FORMATIONS en MANAGEMENT (2/2)

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Animer et motiver une équipe de téléacteurs	**. Responsable d'une plate-forme téléphonique, d'une équipe de téléprospecteurs, télévendeurs, téléconseillers, services ADV, SAV, hotline**	**Animer et motiver au quotidien une équipe de téléacteurs**	**2 jours**
	Le manager d'une équipe de téléacteurs doit veiller en permanence à la motivation et au moral de chacun de ses équipiers. Il doit être capable de détecter et d'agir sur les facteurs de performance qui font défaut, et ce de manière quotidienne. Par son soutien et une formation permanente, il s'attache à faire monter en compétences son équipe.		
Devenir un leader charismatique	**. Toute personne désirant renforcer son leadership**	**Développer son leadership et assoir son autorité naturelle**	**2 jours**
	Le manager doit acquérir sa pleine légitimité pour assoir son autorité. Le développement de son leadership et de son charisme l'aideront grandement à fédérer son équipe autour de lui. Il lui sera aussi plus facile de faire adhérer ses collaborateurs à des changements parfois impopulaires. La formation propose des mises en situation concrètes pour travailler les qualités intrinsèques d'un leader charismatique.		
Manager une équipe à distance	**. Tout manager qui supervise des collaborateurs travaillant en home-office ou sur des sites distants**	**Parvenir à manager efficacement son équipe alors qu'on la pilote à distance**	**2 jours**
	De plus en plus d'entreprises ont mis en place le travail à distance pour certains collaborateurs, parfois pour l'ensemble de leurs salariés. Abandonner le modèle d'un environnement de travail classique induit inéluctablement un changement dans les modes de management et les processus habituels. L'enjeu dans le management à distance est de savoir organiser une communication régulière - en individuel et en collectif - pour garantir la cohésion d'équipe, développer l'autonomie et l'implication de ses collaborateurs, apporter le soutien nécessaire à chacun.		
Manager d'anciens collègues	**. Personne nommée à la tête d'une équipe composée d'anciens collègues**	**Réussir ses débuts en tant que nouveau manager**	**1 jour**
	Cette formation évite au manager de commettre des erreurs fatales dans la prise en main de son équipe. Il doit démontrer rapidement qu'il a toute sa légitimité au nouveau poste qu'il occupe. Il doit statuer sur la bonne posture à tenir par rapport à ses anciens collègues. La formation fournit les remèdes aux écueils prévisibles et le mode d'emploi pour une prise de poste réussie.		

FORMATIONS en RELATION CLIENT

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Relation et Satisfaction client	**• Tout collaborateur délivrant un service (accueil, ADV, SAV, …) • Tout consultant, technicien ou ingénieur dans la conduite de projets**	**Assurer une satisfaction client optimale par une qualité de service exemplaire**	**2 jours**
	Les collaborateurs au service clients se doivent d'adopter les bonnes attitudes pour délivrer une excellente qualité de service. Il s'agit pour eux de satisfaire les clients en traitant les demandes et les réclamations avec diligence, tout en préservant les intérêts de leur société. La formation s'adresse également aux ingénieurs, consultants, chefs de projet intervenant dans les locaux du client. Les participants prennent la pleine conscience de leur impact relationnel et de l'image qu'ils renvoient de leur société. Ils sont le vecteur numéro 1 de la fidélisation des clients et toute entreprise devrait porter une attention particulière à leur bien-être et leur montée en compétences. Dans un monde très concurrentiel, l'enjeu est de délivrer une qualité de service supérieure à celle de ses concurrents.		
Gérer avec succès les litiges et les réclamations	**• Collaborateur exerçant au service clients, à l'ADV, au SAV, au service réclamation**	**Gérer les litiges et les réclamations avec le double objectif de la satisfaction client et de la rentabilité**	**1 à 2 jours**
	La formation met l'accent sur la gestion des situations tendues et conflictuelles avec un client, en particulier lors des réclamations et des litiges. Les participants travaillent toutes les situations qui leur ont posé problème et celles qu'ils redoutent le plus.		

FORMATIONS en GESTION DU TEMPS

Mieux gérer son temps et vendre plus	**. Commerciaux**	**Savoir prioriser ses tâches et mieux gérer son temps pour gagner en efficacité commerciale**	**2 jours**
	Le challenge pour un commercial est de pouvoir dégager le maximum de temps pour réaliser des actions à forte valeur ajoutée (celles qui lui permettront d'atteindre ses objectifs, notamment son temps de contact et d'échange avec ses clients). Il lui incombe d'articuler judicieusement les autres tâches autour de ses priorités et d'éliminer au maximum les "voleurs de temps". Cette formation permet aux commerciaux de prendre conscience de ce qui est préjudiciable dans leur mode de fonctionnement actuel et d'y apporter les correctifs nécessaires.		
Gérer son temps et ses priorités	**. Tout public**	**Savoir prioriser ses tâches et mieux gérer son temps pour gagner en efficacité professionnelle**	**2 jours**
	Face aux diverses missions et tâches à mener, on peut être vite gagné par le sentiment de manque de temps et de dispersion, si ce n'est d'épuisement. En appliquant les lois et les méthodes éprouvées d'une bonne gestion du temps, les participants parviennent à mieux s'organiser et à prioriser leurs tâches. Ils redécouvrent le plaisir d'être en maitrise de leur temps.		

FORMATIONS en DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Communiquer efficacement en toutes circonstances	**. Tout public**	**Savoir trouver la communication juste et adaptée pour être compris et se faire comprendre**	**2 jours**
	Les participants redécouvrent les clés d'une communication efficace, avec tous les facteurs à maitriser pour parvenir aux objectifs qu'on se fixe (empathie, écoute bienveillante, type de questions, reformulation, mots négatifs, non verbal ; travail sur l'élocution et les émotions. De très nombreuses mises en situation sont proposées (plus de 20 ateliers en 2 jours).		

FORMATIONS en DEVELOPPEMENT PERSONNEL (suite)

Formations	Public concerné	Finalité	Durée conseillée
Gérer les situations relationnelles sensibles et complexes	**. Tout public**	**Savoir traiter avec tact et méthode les situations tendues, conflictuelles ou à fort enjeu**	**1 à 4 jours**
	Plus d'une vingtaine de situations (managériales, relationnelles, humaines, conflictuelles) peuvent être abordées dans cette formation. Elle est à géométrie variable car elle traite uniquement les situations qui posent le plus de souci aux participants. De nombreux jeux de rôle et ateliers en sous-groupes sont organisés pour modéliser les bonnes pratiques et s'y exercer. Exemples : savoir dire non, recadrer un collaborateur, présenter une décision impopulaire, gérer un conflit, traiter les objections, donner un feedback constructif, générer des prises de conscience, etc.		
Développer son intelligence émotionnelle et relationnelle avec le DISC	**. Tout public**	**Savoir adapter sa communication et sa posture en fonction des différentes personnalités**	**2 jours**
	Au cours de la formation, les participants découvrent leur profil de personnalité selon l'outil D.I.S.C (Dominance - Influence - Stabilité - Conformité). Ils utilisent leur compréhension des différents profils de personnalité pour adapter leurs discours et leurs comportements en fonction des personnes avec qui ils doivent coopérer. L'outil D.I.S.C. permet également de savoir comment aborder les diverses situations qui réclament tact et habileté relationnelle.		
Développer ses « soft skills »	**. Tout public**	**Développer ses qualités humaines et relationnelles pour accroître son efficacité professionnelle**	**2 à 4 jours**
	Cette formation propose une série d'ateliers et de travail sur soi pour aiguiser des qualités et des aptitudes qui sont nécessaires pour affronter les défis quotidiens de la vie professionnelle. Plus d'une dizaine de « soft skills » peuvent être abordées : empathie, communication persuasive, résilience, confiance en soi, charisme, bienveillance, gestion des émotions, leadership, … C'est une formation à la carte et donc à durée variable dans le sens où les participants et le commanditaire choisissent les « soft skills » à aborder dans la formation.		
La prise de parole en public	**. Tout public**	**Réussir à captiver son auditoire ; réaliser des présentions impactantes**	**1 à 2 jours**
	La formation donne les clés pour réussir ses prises de parole en public. Elle présente les méthodes et les recettes pour réaliser des présentations dynamiques, claires, structurées, voire interactives et participatives quand cela est requis. Les ateliers pratiques permettent d'exercer ses talents d'orateur et de présence scénique.		
Conduire efficacement une réunion	**. Tout public**	**Conduire des réunions productives et participatives**	**1 à 2 jours**
	La formation présente les divers types de réunion que l'on peut réaliser en milieu professionnel. Elle insiste sur la nécessité de bien préparer et rappelle les conditions de réalisation idéale (matérielle et logistique). Elle détaille les principales formes d'animation et de pédagogies. Elle prépare l'animateur à gérer les aléas et les comportements perturbants ou déstabilisateurs de certains participants.		
Gérer son stress et ses émotions	**. Tout public**	**Etre en meilleur contrôle de son stress et de ses émotions pour retrouver un quotidien plus serein**	**1 à 2 jours**
	La formation s'adresse à des personnes parfois submergées par le stress ou envahies par des émotions négatives. Les participants découvrent des outils simples et efficaces qu'ils pourront appliquer pour apaiser leur esprit rapidement, avoir davantage de concentration et renforcer leur résilience face aux imprévus (techniques de relaxation et de recentrage : respiration, pleine conscience, ancrage). Il est important de comprendre l'origine de son stress pour le traiter à la source et le transformer en énergie positive.		

VIP Attitudes
Révélateur de talents

NOS ENGAGEMENTS

1) Formations pratiques avant tout : 1/3 de théorie, 2/3 de pratique

Exposés théoriques entrecoupés de nombreux échanges avec le groupe, d'ateliers pratiques, jeux de rôle, mises en situation et travaux en sous-groupes ou individuels.

Tous les consultants de VIP Attitudes sont des consultants seniors (plus de 30 années d'expérience professionnelle).

2) Un plan de progrès personnalisé pour chaque participant

Les points forts de chaque participant sont mis en relief au cours de la formation.
Les axes de progrès sont identifiés et discutés avec le participant.
Chaque participant rédige en fin de formation son plan de progrès personnalisé.

3) Des formations qui ont fait leurs preuves

Issues de plus de 30 années de recherche sur les facteurs de succès dans la vente et le management.
Plus de 4000 personnes ont bénéficié des formations VIP Attitudes depuis 2007.
Formations validées et appréciées par des professionnels issus de tous les secteurs d'activité (voir témoignages en dernières pages).

4) Des supports de formation riches et complets fournis à chaque participant

5) Un nombre limité de participants

Nous conseillons de limiter à 8 personnes la taille maximale d'un groupe à former.
Il est important de pouvoir échanger avec chaque participant et de faire participer chacun aux mises en situation.

6) Finançables par votre OPCO

Jusqu'à 100 % (selon vos accords de branche). Numéro agrément formation : 11 92 1587292.
Une convention de formation est adressée au titre de la formation professionnelle continue.

VIP Attitudes est référencé QUALIOPI et CNEFOP.

7) Dispensables en intra dans vos locaux ou en distanciel (visio)

Partout en France et à l'étranger.
Selon un programme sur-mesure pour tenir compte de vos spécificités et de vos objectifs.

8) Coaching à la carte et suivi individualisé pour accompagner les collaborateurs

Selon des formules très flexibles, à l'heure, en présentiel ou en visio.
En individuel ou petits groupes (2 à 3 personnes).

VIP Attitudes
Révélateur de talents

Daniel FATOUX, 65 ans

Fondateur et Directeur de VIP Attitudes

Ingénieur des Mines, DESS en Gestion

36 années d'expérience dans la vente et le management

Certifié QUALIOPI et CNEFOP

Daniel Fatoux compte plus de 36 années d'expérience professionnelle dans la vente, le management, le conseil et la formation.

Ingénieur de l'Ecole des Mines de Douai, il complète sa formation par un DESS en gestion des entreprises à l'IAE d'Aix en Provence.

Très vite il se passionne pour la vente (Ingénieur d'Affaires chez OTIS). Il rejoint le groupe Mercuri où il se spécialise dans le développement commercial et la formation de cadres au management commercial.

Pendant 5 années, il dirige une équipe commerciale importante au sein d'une filiale de France Telecom.
Puis au sein d'ELIS, il pilote un vaste chantier de mise en place d'un CRM pour la force de vente (350 commerciaux). Il prend en charge la formation commerciale, rebâtit l'offre de formation interne et assure son déploiement sur le plan national.

En 2000, il rejoint Solution 6, société australienne de services informatiques. Basé à Londres, il assure la commercialisation à travers l'Europe de logiciels de gestion.

En 2003, il crée la filiale française de Caliper, leader américain en évaluation du personnel et en détection de talents commerciaux. Il en assure la gestion et le développement commercial de 2003 à 2006.

En 2007, il décide de créer sa propre société de conseil et de formation (**VIP Attitudes**) afin de répondre à des problématiques plus globales de développement commercial et d'agir sur l'ensemble de la chaîne de l'efficacité commerciale : évaluation, recrutement, formation, coaching, management.

Daniel Fatoux a formé plusieurs milliers de commerciaux en Europe, au Maghreb et aux Etats-Unis pour le compte de sociétés internationales et de nombreuses PME.

Il a consacré plus de 23 années de travail et de recherche sur les facteurs clés de réussite dans la vente, la prospection, la relation client et le management.

Références

Adia, Afaq-Afnor, Afpa, Alcan, Amcor, Apec, Arkema, Attachmate, Axa, Barclays, Bouygues Rénovation Privée, Bureau Veritas, Cadremploi, Caisse d'Epargne, Cap Gemini, Comptoir des Langues, EasyFairs, Elis, Orange, Fuchs, Groupe Le Conservateur, Groupe Novalis Taitbout, Good Year Dunlop, Groupama, Hyundaï, Le Petit Futé, Leroy Somer, Loubsol, Loxam, Lynx Optique, Lu, Maaf, Microsoft, Nestlé, Nike, Promogim, Reebok, Rico, Securitas, Sicli, Société Générale, Skoda, Sodexho, Strafor, TBWA, Teva Pharma, Thalès, Ticket Restaurant, Uniroyal, Vinci, VolvoTrucks, World Courier …
et plusieurs centaines de PME / PMI !

VIP Attitudes
Révélateur de talents

Quelques témoignages

Vente

« Cette formation est très intéressante quel que soit son niveau et même si on est très expérimenté. Elle permet une remise en cause pertinente et percutante sur nos pratiques et nos habitudes. L'exercice de la « bande annonce » est particulièrement redoutable ! »
N.T. Directeur Commercial - Bureautique

« Le formateur anime avec beaucoup d'aisance et de convivialité. J'ai particulièrement apprécié sa capacité à reformuler par des exemples concrets et très simples pris dans le métier de chacun des participants. C'est lumineux et fait ressortir la nécessité pour moi de progresser dans ce domaine. Mon objectif, "démystifier la vente" est atteint ! »
J.L.M. Directeur - Société d'Evénementiel

« Il est probant que l'expertise commerciale n'est pas une science exacte mais une expérience empirique et cognitive des plus intéressantes. Mr Fatoux est en ce sens à l'aise dans cet exercice de "passeur" donnant ainsi envie et force à ceux qui l'entendent et l'écoutent. Merci de ce support qui, plus qu'une formation, s'avère être une voie vers l'excellence »
W.D.S. Directeur Commercial - Sécurité et Tracking

« Une approche précise et pertinente sur ce que j'appellerais, la vente intelligente. On redonne ses lettres de noblesse au "vendeur" en lui apportant des outils et techniques qui l'aideront à pratiquer une approche plus humaine »
L.B. Chef d'entreprise - Conseil aux professionnels de la beauté

« Dans le cadre de mon rôle de chef d'entreprise il était nécessaire que je sache formuler mes activités de la manière la plus attractive possible. Grâce à ce stage, je peux à présent appréhender les aspects les plus importants de la vente et de la négociation avec plus de sérénité et de confiance.
Ce stage a révélé en moi une véritable volonté d'appliquer ces outils et d'aller encore plus loin dans mes connaissances.»
R.C.L. Chef d'Entreprise - Agence de Communication

« Stage dynamique, convivial et basé sur la pratique. Très bonne formalisation des techniques de vente, très didactique et pédagogique. Il me sera facile de retranscrire les enseignements de cette formation à mon équipe »
H.D. Directeur Commercial - Informatique (logiciels bâtiment)

« Rattachement à des cas concrets plus fort que dans d'autres formations. Petit groupe favorisant l'échange et l'individualisation des ateliers »
H.B. Directeur Commercial - Télésurveillance

« Convivial et bénéfique. Esprit d'émulation où chacun apporte à l'ensemble. Formation vivante et appliquée sans trop de théorie. Du vécu ! »
L.P. Directeur Commercial - Electronique professionnelle

« Merci au formateur qui nous a permis de confirmer que nous pouvons tous être porteurs de talents. Un grand merci pour la dynamique insufflée »
C.C. Technico-Commercial - Logiciels pour professionnels de la santé

« Une formation qui tient ses promesses. Elle nous donne confiance pour aborder les situations que l'on redoutait. Des exemples très pragmatiques pour assimiler rapidement et mettre en pratique très rapidement. On ressent vraiment l'expérience et la maîtrise de la vente du formateur »
A. B. Responsable Marketing - Equipement de la maison

« Ce qui m'a plus dans ce stage, c'est les échanges entre les participants. Le formateur nous laisse nous exprimer et ensuite revient sur ce qui a été dit. Ensuite ce n'est pas un schéma "strict". Le formateur adapte son plan en fonction des questions de chacun. Enfin il est ouvert et agréable, il nous met à l'aise.»
C.K. Chargée de Projet - Agence de Publicité

« Pour un commercial aguerri, il est toujours difficile de recevoir une formation car il est convaincu que cela ne peut pas lui apporter grand chose. Quelle erreur ! Merci de vos enseignements. Quelques points ont été corrigés mais le succès repose souvent sur des détails, c'est bien la différence entre un vendeur et un Top Vendeur.»
G.V. Agent Commercial - Energies renouvelables

« Le stage effectué chez VIP Attitudes m'a permis d'obtenir un grand nombre de clés qui me sont nécessaires, voire indispensables pour augmenter ma performance commerciale. J'avais des lacunes et des incompréhensions sur mes échecs. Je les ai aujourd'hui comprises, acceptées et j'ai les moyens de corriger mon attitude, mes techniques et mes stratégies commerciales.»
P-A. T. Responsable Dép. Travaux Spéciaux - Matériaux BTP

« Stage très pro, le titre correspondait au contenu. Une progression continue dans la montée en puissance. Un animateur à l'écoute, disponible, qui s'adapte à toutes les questions en toutes circonstances. Une présentation qui laisse penser que cela va être facile »
P.M. Directeur Général - Télécom VoIP

Prospection téléphonique

« Approche très pro. Vrai contenu. Adaptation à mes problématiques. Va m'aider à transformer davantage au téléphone »
A.D. Commercial – Impression / Publipostage

« Stage pratique avec énormément d'exemples et de phrases percutantes, applicables de suite »
D.P. Attachée Commerciale - Solutions d'impression

« Une formation intéressante où chacun est impliqué dans des jeux de rôles. Beaucoup de choses apprises pour se former à la téléprospection ou approfondir ses connaissances.»
I.B. Assistante Commerciale - Hydraulique et pneumatique

« Stage complet et très productif. M'a permis de changer ma vision de la prospection et donne une perspective beaucoup plus attractive. Je suis arrivée en voyant la prospection comme un « fardeau», je repars avec une vraie motivation et une envie forte de tester toutes les techniques présentées ! »
M.D. Assistante Marketing - Assurances

« En choisissant cette formation, j'espérais ne plus vivre la prospection comme une corvée. Objectif atteint : après 2 jours, je suis sûr que j'y trouverai non seulement un côté ludique, mais même du plaisir.»
S.R. Responsable commercial - Peinture industrielle

« Un nouveau souffle pour moi, aguerrie à la téléprospection depuis des années. Beaucoup d'interactivité, formation très active et pas du tout figée »
B.J. Responsable Télémarketing - Impression numérique

« Très bon stage pour les débutants. Bonne pédagogie avec beaucoup de pratique et de mises en situation.
Très bonne interactivité avec le formateur »
B.A. Commercial - Société de nettoyage

« Formateur à l'écoute de mes questions, de mes interrogations et de mes doutes. Très bon stage pour moi.
Un grand merci.»
S.L.D. Assistante commerciale - Adhésifs

« Stage très intéressant permettant de canaliser au mieux nos différents arguments. Cela donne envie de mettre en application les méthodes et les astuces présentées dès demain »
M.D. Technico-commercial - Commerce de végétaux d'appartement et du jardin

Management

« Cette formation tranche des autres que j'ai pu faire sur le management. Les concepts abordés sont effectivement très pertinents par rapport à la crise. On sent le vécu des formateurs. Les nombreux jeux de rôle m'ont permis de voir que mon approche n'était pas toujours optimale dans mes entretiens et réunions. Merci encore pour vos précieux conseils »
R.P. Directeur Commercial - Machines pour le travail du bois

« C'est vrai que la période que nous traversons m'amène un stress quotidien. Grâce à vos méthodes, je vais enfin aborder mon management de manière plus sereine et plus efficace. Les échanges avec les autres participants ont été très instructifs pour moi »
C.D. Directeur Commercial - Solutions d'impression

« J'ai apprécié les guides pratiques d'entretien et surtout la méthodologie pour faire accepter des changements au sein d'une équipe. Je pense qu'il me sera plus facile de faire adhérer mes collaborateurs sur des décisions délicates à présenter »
V.Q. Directrice commerciale - Equipements de traitement d'eau

« Suite à cette formation je vais revoir mon organisation personnelle. J'ai vu que je devais davantage soutenir mon équipe au quotidien. Une formation qui m'a ouvert les yeux sur les rôles essentiels du manager en temps de crise »
V.B. Chef des Ventes - Produits biologiques pour la santé

« Une formation qui fait du bien et qui bouscule les idées reçues. Les outils présentés sont à la fois simples et pertinents et devraient faire partie de la boîte à outils de tout responsable commercial. J'ai apprécié les réflexions en sous-groupe et d'avoir pu bénéficier de l'expérience des autres participants »
JP.D. Responsable commercial - Transport et Logistique

« Pendant ces 3 jours, j'ai pu me poser un peu et prendre du recul par rapport à mes pratiques. J'ai vu les réajustements importants à faire dans l'animation de mes collaborateurs »
X.F. Chef des Ventes - Supports publicitaires

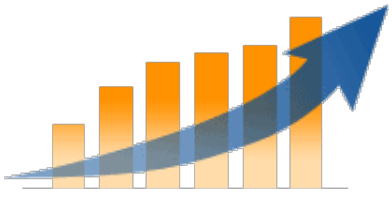
Gestion du Temps

« Une formation vraiment adaptée aux problèmes des commerciaux. Ce que j'ai apprécié, c'est que ce ne sont pas des recettes de cuisine à appliquer à la lettre, mais plutôt un éclairage qui me guide à prendre moi-même les bonnes décisions »
Laurence T. Commerciale en assurances

« J'ai pris conscience des principes clés qui régissent une bonne organisation. J'ai vu les erreurs qui m'empêchaient d'être plus efficace. J'ai apprécié la qualité d'écoute et les explications claires du formateur. Le ton n'est jamais jugeant et vous avez su vous adapter à mon contexte. J'ai hâte de déployer les méthodes à mon équipe »
Bernard D. Chef de Ventes Bureautique

« J'étais très « désordre » dans la planification de mes visites. Je me sens prête à m'organiser différemment et à agir de manière plus rationnelle. Une formation qui a répondu parfaitement à mes attentes »
Maryse G. Attachée commerciale Produits d'entretien

« Monsieur, je vous remercie vivement pour Anne-Lise. Vous lui avez apporté rigueur et organisation dans son travail (...), elle a su prendre confiance en elle »
Lionel S. Directeur Commercial Cosmétiques



VIP Attitudes
Révélateur de talents

FORMULAIRE pour recevoir les programmes complets

ou pour faire une demande de devis personnalisé

Votre société :

Adresse :

Vos prénom et nom :

Fonction :

Téléphone et Email :

Activité de votre entreprise :

Votre projet

Fonction des collaborateurs :

Nombre de participants :

Souhaits de formation (titres ou thèmes) / vos objectifs et attentes

Dates souhaitées (périodes de l'année)

Lieu(x) de délivrance envisagé :

Notes particulières :

Merci d'adresser votre demande par email contact@vipattitudes.fr ou par contact direct : 06 12 13 56 54 / 01 47 08 13 12