

# CATALOGUE DE FORMATION SR CONSEIL

**Notre ingénierie pédagogique de « formation-action » répond au besoin concret des professionnels.**

Savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. C'est pourquoi nos formations explicitent les fondements conceptuels mais aussi les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations au travers d'animations ludiques et participatives.

Nos formateurs témoignent d'une expérience significative dans le milieu médico-social (Service à la Personne, handicap, petite enfance & personnes âgées) avec notamment un accompagnement de nombreuses structures associatives.

➤ **Notre Offre de conseil & formation peut s'adapter à vos besoins :**

Deux formes d'accompagnement vous sont proposées selon les thèmes :

- Des formations longues qui feront l'objet d'une construction "sur mesure"  
(400€ / jour + 300 € / jour et par stagiaire avec un maximum de 12 à 15 stagiaires)

- Des formations courtes / un prix par jour et par stagiaire de 300 €

Minimum 3 stagiaires – maximum 12 stagiaires

Sylvie ROUILLON VALDIGUIÉ  
Consultante Stratégie & Management

**SR CONSEIL - EIRL**

**1 bis quai Lucien Lombard 31000 Toulouse**

304 rue Saint-Honoré 75001 Paris

Av Jouy d'Arnaud 66750 Saint Cyprien

Mobile : 06 03 90 14 82

E-mail : srouillonconseil31@gmail.com

SIRET 483 992 558 00013

HABILITATION ANESM H2010-07-462

**N° Formateur : 73310766031**

➤ **Notre Offre de formation peut s'adapter à vos besoins**

Nous vous proposons de construire, avec vous, la formation la plus adaptée à vos besoins, à votre activité et à vos quotidiens.

Deux formes d'accompagnement vous sont proposées :

- Des formations courtes présentées dans ce catalogue
- Des actions de formation "sur mesure" qui font l'objet d'une ingénierie co-construite.

Enfin, consultantes expérimentées, sachez que nous pouvons vous conseiller sur vos projets tout au long de l'année.

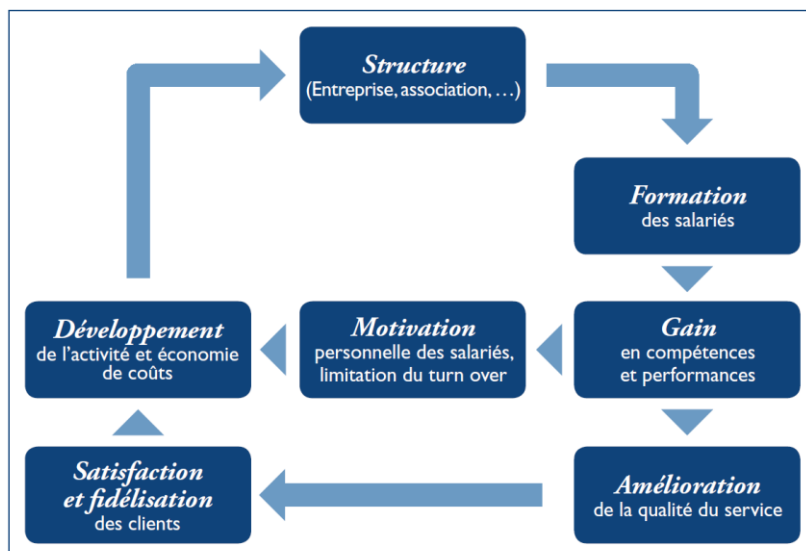
➤ **Les personnes concernées**

Nos actions de formation s'adressent au personnel d'intervention (Technicien d'Intervention Sociale et Familiale, Auxiliaire de Vie Sociale, aide à domicile, infirmier, aide-soignant...), au personnel d'encadrement et de direction (directeur, responsable de secteur, infirmier coordinateur) et aux administrateurs bénévoles qui ont en charge la gouvernance des structures.

➤ **Souplesse sur le lieu de formation**

Nous élaborons votre action de formation pour répondre au plus près à vos besoins et nous organisons la formation soit sur site (en intra), soit avec plusieurs structures de votre région (inter délocalisée).

La formation permet de créer un cercle vertueux au sein d'une organisation en agissant bénéfiquement sur la qualité du service et la fidélisation des salariés et des clients.



**NE VOUS EN PRIVEZ PAS !**

## Elaborer son Plan Marketing

### Détecter les opportunités de son environnement

#### Objectif

A partir de la stratégie de la structure retravailler les fondamentaux (forces/faiblesses – opportunités/menaces, segmentation, positionnement). Puis à partir d'exemples concrets, livrés par les participants, travailler sur les méthodes et les outils à mettre en œuvre pour engager un plan marketing adapté.

#### Contenu

Cette formation vous guide pour :

- Connaître les principes de l'action commerciale
- Mettre en place un Plan en cohérence avec la stratégie
- Suivre et évaluer son plan d'action commerciale

#### Public

Tout professionnel chargé de la gestion commerciale d'une structure ESS

#### Durée

- Formation de 2 jours ou formation/action de 3 jours

#### Prérequis

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation

#### Détail de la formation /accompagnement

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire. Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

##### Jour 1 : Resituer et retravailler les fondamentaux

Les questions stratégiques : les 5 questions clés pour poser sa stratégie

Définition des Domaines d'activités stratégiques

Regard sur les cibles : prioriser et segmenter

Une évaluation de la situation de chaque participant est proposée et des tableaux d'analyse et outils pratiques sont fournis et explicités.

##### Jour 2 : méthodes et outils à mettre en œuvre et élaboration concrète

Construire le PAC : présentation des différents outils

Evaluer son PAC

Une analyse en amont des PAC de chaque participant permet des retours individuels et des conclusions collectives.

Cette formation peut être réalisée en formation-action sur 3 jours. Le jour 3 est alors situé à + 1 mois de la formation de base.

Entre les 2 jours et le jour supplémentaire les stagiaires disposent d'un suivi à distance (1 RDV téléphonique + assistance mail).

Le **Jour 3** est consacré à l'élaboration concrète du PAC de chaque stagiaire.

#### Méthodes pédagogiques

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

#### Suivi post formation

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

## Construire son Plan d'Action Commerciale

### Objectif

A partir de la stratégie de la structure retravailler les fondamentaux (forces/faiblesses – opportunités/menaces, segmentation, positionnement). Puis à partir d'exemples concrets, livrés par les participants, travailler sur les méthodes et les outils à mettre en œuvre pour engager un développement commercial et bâtir son Plan d'Action Commerciale.

### Contenu

Cette formation vous guide pour :

- Connaître les principes de l'action commerciale
- Mettre en place un PAC en cohérence avec la stratégie
- Suivre et évaluer son plan d'action commerciale

### Public

Tout professionnel chargé de la gestion commerciale d'une structure ESS

### Durée

- Formation de 2 jours ou formation/action de 3 jours

### Prérequis

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation

### Détail de la formation /accompagnement

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire. Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

#### Jour 1 : Resituer et retravailler les fondamentaux

Les questions stratégiques : les 5 questions clés pour poser sa stratégie

Définition des Domaines d'activités stratégiques

Regard sur les cibles : prioriser et segmenter

Une évaluation de la situation de chaque participant est proposée et des tableaux d'analyse et outils pratiques sont fournis et explicités.

#### Jour 2 : méthodes et outils à mettre en œuvre et élaboration concrète

Construire le PAC : présentation des différents outils

Evaluer son PAC

Une analyse en amont des PAC de chaque participant permet des retours individuels et des conclusions collectives.

Cette formation peut être réalisée en formation-action sur 3 jours. Le jour 3 est alors situé à + 1 mois de la formation de base.

Entre les 2 jours et le jour supplémentaire les stagiaires disposent d'un suivi à distance (1 RDV téléphonique + assistance mail).

Le **Jour 3** est consacré à l'élaboration concrète du PAC de chaque stagiaire.

### Méthodes pédagogiques

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

### Suivi post formation

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

## Comment trouver ses clients ?

<b>Objectif</b>	A partir de la stratégie de la structure retravailler les fondamentaux (forces/faiblesses – opportunités/menaces, segmentation, positionnement). Puis à partir d'exemples concrets, livrés par les participants, travailler sur les méthodes et les outils à mettre en œuvre pour engager un développement commercial et bâtir son Plan d'Action Commerciale.
<b>Contenu</b>	Cette formation vous guide pour : <ul style="list-style-type: none"><li>• Connaître les principes de l'action commerciale</li><li>• Mettre en place un PAC en cohérence avec la stratégie</li><li>• Suivre et évaluer son plan d'action commerciale</li></ul>
<b>Public</b>	Tout professionnel chargé de la gestion commerciale d'une structure ESS
<b>Durée</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation de 2 jours ou formation/action de 3 jours</li></ul>
<b>Prérequis</b>	Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation

### Détail de la formation /accompagnement

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire. Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

#### Jour 1 : Resituer et retravailler les fondamentaux

Les questions stratégiques : les 5 questions clés pour poser sa stratégie  
Définition des Domaines d'activités stratégiques  
Regard sur les cibles : prioriser et segmenter  
Une évaluation de la situation de chaque participant est proposée et des tableaux d'analyse et outils pratiques sont fournis et explicités.

#### Jour 2 : méthodes et outils à mettre en œuvre et élaboration concrète

Construire le PAC : présentation des différents outils  
Evaluer son PAC  
Une analyse en amont des PAC de chaque participant permet des retours individuels et des conclusions collectives.

Cette formation peut être réalisée en formation-action sur 3 jours. Le jour 3 est alors situé à + 1 mois de la formation de base.

Entre les 2 jours et le jour supplémentaire les stagiaires disposent d'un suivi à distance (1 RDV téléphonique + assistance mail).

Le **Jour 3** est consacré à l'élaboration concrète du PAC de chaque stagiaire.

### Méthodes pédagogiques

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

### Suivi post formation

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

## Développer et fidéliser sa clientèle : proximité et affinité

<b>Objectif</b>	Connaitre les techniques pour conquérir de nouveaux clients et apprendre à mieux fidéliser ses anciens clients.
<b>Contenu</b>	Cette formation vous guide pour : <ul style="list-style-type: none"><li>• Développer vos compétences commerciales</li><li>• Etablir une stratégie de développement et de fidélisation adaptée à votre environnement</li></ul>
<b>Public</b>	Tout professionnel chargé de la gestion commerciale d'une structure
<b>Durée</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation de 2 jours ou formation/action de 3 jours</li></ul> Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments déjà mis en place dans leur entreprise pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.
<b>Coût</b>	Prix par jour et par stagiaire : 300 € (minimum 3 stagiaires)

### Détail de la formation /accompagnement

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire. Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

#### Jour 1 : Développer sa clientèle

Bâtir son Plan d'action commerciale, choisir ses outils de marketing direct  
Un focus sur les outils et méthodes des différentes phases d'une démarche marketing  
Quels outils pour quelles actions : fichiers et outils de CRM

#### Jour 2 : Fidéliser ses clients

Fidélisation : définition et évaluation de la situation de chacun  
Les trois paramètres fondamentaux : donner au client le sentiment qu'il est traité comme un client privilégié, donner au client des preuves qu'on est proche de lui, donner au client des preuves d'empathie.  
Les différents programmes de fidélité : welcome pack et autres programmes.  
Evaluer la satisfaction du service apporté et proposer des améliorations

Cette formation peut être réalisée en formation-action sur 3 jours. Le jour 3 est alors situé à + 1 mois de la formation de base.  
Entre les 2 jours et le jour supplémentaire les stagiaires disposent d'un suivi à distance (1 RDV téléphonique + assistance mail).

Le **Jour 3** est consacré à l'élaboration concrète des politiques de chaque stagiaire.

## Le marketing de l'innovation Osez !

<b>Objectif</b>	La démarche donne les clés pour mettre en œuvre pas à pas une stratégie d'innovation marketing, mais aussi savoir comment impliquer et convaincre les communautés / équipes à la mise en œuvre de projets innovants.
<b>Contenu</b>	Cette formation vous guide pour : <ul style="list-style-type: none"><li>• Fournir un socle théorique pour développer l'intelligence de l'innovation,</li><li>• Savoir organiser et piloter le processus dans le contexte de l'ESS,</li><li>• Connaître les outils méthodologiques de l'innovation</li><li>• Pérenniser les pratiques</li></ul>
<b>Public</b>	Toute équipe dirigeante d'une structure ESS
<b>Durée</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation de 3 jours</li></ul>
<b>Prérequis</b>	Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation

### Détail de la formation /accompagnement

**Jour 1 : Introduction à l'innovation et à la créativité**

**Jour 2 : Créer sa boîte à outils et manager l'innovation**

Jour 3 : Mettre en place une organisation innovante

### Méthodes pédagogiques

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire.

Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

En amont : un autodiagnostic pour se situer et définir ses priorités + il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments stratégiques et PAC's déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.

Moyens : explications théoriques, exercices pratiques à partir d'exemples réels, vidéos d'immersion, mises en situation, formation/action

### Suivi post formation + 3 mois

Le stagiaire est accompagné par un tuteur pour la mise en œuvre des acquis de la formation sur une transposition en situation de travail. Un plan de travail est délivré et un suivi à distance est réalisé par mail et par un contact téléphone de 1h00 en fin de période.



## Développer sa boutique et ses ventes additionnelles

<b>Objectif</b>	Apprendre à mettre en œuvre une boutique et/ou des ventes additionnelles.
<b>Contenu</b>	Cette formation vous guide pour : <ul style="list-style-type: none"><li>• Développer vos compétences commerciales et de merchandising pour optimiser vos ventes</li><li>• Mettre en valeur vos produits et choisir les plus pertinents au regard des achats clients</li><li>• Savoir aménager le lieu de vente et le valoriser</li><li>• Développer les ventes additionnelles et construire un réseau</li></ul>
<b>Public</b>	Tout professionnel chargé de la gestion commerciale d'une structure
<b>Durée</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation de 2 jours</li></ul> Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments déjà mis en place dans leur boutique pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.
<b>Coût</b>	Prix par jour et par stagiaire : 300 €

### Détail de la formation /accompagnement

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire. Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

#### **Jour 1 : Espace de vente adapté à ses publics**

Connaitre la typologie des publics et attentes en matières d'achats  
Adapter l'aménagement, l'espace d'accueil et sa gestion : revoir les règles fondamentales de l'aménagement  
Etudier les types de produits vendus et leur prix au vu des cibles visées et de l'implantation  
Etudier les partenariats possibles (produits locaux)

#### **Jour 2 : Espace de vente : outils de management et analyse de la gestion**

Formation des personnels pour la prise en charge du client  
Analyse des outils de gestion mis en œuvre et des ratios : appliquer les règles pour optimiser les ventes  
Ratios prix / nombre de produits – panier moyen – rotation des stocks



## Communication externe et communication interne

### Comment valoriser son image ?

<b>Objectif</b>	A la fin de la formation les participants seront capable de : Savoir utiliser les bonnes démarches en matière de communication externe et savoir utiliser la communication interne pour renforcer l'impact de l'action.
<b>Contenu</b>	Cette formation vous guide pour : <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir les actions à conduire pour engager une démarche de communication réussie</li><li>• Acquérir une connaissance des outils de communication afin d'être à même de pouvoir choisir le bon outil face à un certain objectif</li></ul>
<b>Public</b>	Tout professionnel chargé de la communication d'une structure. Personnel d'encadrement.
<b>Durée</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation de 2 jours ou formation/action de 3 jours</li></ul> Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation Mais il est demandé à chaque participant de transmettre les éléments déjà existants pour que le formateur puisse guider l'apprentissage de chacun et adapter son intervention.
<b>Coût</b>	Prix par jour par stagiaire : 300 € (minimum 3 stagiaires)

#### Détail de la formation /accompagnement

Formation-action sur des apports théoriques mais qui développe également un accompagnement à la réalisation. Notre ingénierie pédagogique répond au besoin concret des professionnels : savoir et savoir-faire sont nécessaires et trop souvent dissociés. Ici nous expliquons les fondements, nous livrons les méthodologies et nous aidons à leurs appropriations dans le contexte de l'entreprise du stagiaire. Alternance d'apports théoriques et de mises en situations professionnelles grâce à des exemples concrets et vécus.

#### Jour 1 : Communication externe et image

Lien stratégie et communication : positionnement et image  
Faire un état des lieux des parties prenantes de l'environnement : les cibles  
Construire les argumentaires adaptés aux cibles et objectifs  
Les outils : relations publiques, événements, réseaux et communication communautaire (e-réputation)...  
Partenariats : construire et conduire  
Etablir un plan de communication

#### Jour 2 : Communication interne

Réflexions sur les types d'échanges et de besoins en interne  
Améliorer les outils de communication en interne : choix des outils et mise en œuvre  
Quels outils pour quels projets ?  
Le plan de communication interne

Cette formation peut être réalisée en formation-action sur 3 jours. Le jour 3 est alors situé à + 1 mois de la formation de base.

Entre les 2 jours et le jour supplémentaire les stagiaires disposent d'un suivi à distance (1 RDV téléphonique + assistance mail).

Le **Jour 3** est consacré à l'élaboration concrète du Plan de communication de chaque stagiaire. Ou bien peut servir à développer un thème plus précis (exemple : réaliser un événement).



