

HUMANEM

Catalogue de formation Relation Client

2026



EDITO

Stabilité ou changement ?

Question récurrente de la vie professionnelle.

La stabilité offre un certain confort, lié à ce qui est connu, éprouvé. Dans un catalogue de formations, ce sont des programmes récurrents, présents d'une année sur l'autre, redemandés et reproposés. Ce sont aussi des formateurs expérimentés, qui connaissent vos attentes, vos contextes particuliers.

Le changement est enthousiasmant, il permet de se remettre en question, de s'adapter, d'évoluer, il combat la lassitude liée au temps qui passe.

Dans ce catalogue, vous trouverez des nouveaux programmes en lien avec l'évolution de la société, de vos marchés et des technologies. Des contenus et des approches pédagogiques modifiés. Et, de nouveaux formateurs avec une nouvelle expertise ou venant étoffer l'équipe.

La combinaison de stabilité et changement c'est la continuité, c'est le moteur d'HUMANEM, le service client au travers d'une démarche d'amélioration continue : « comment, tous les jours, pouvons-nous participer à la réussite de nos clients par le développement des compétences de leurs collaborateurs ? ».

Ultreia

Thierry Villemagne

SOMMAIRE

1	Présentation de l'entreprise.....	4
2	Ils nous font confiance	6
3	Principaux programmes de formation	8
3.1	Les fondamentaux de la relation client	9
3.2	Optimiser sa communication et son impact par une meilleure connaissance de soi	11
3.3	Développer son écoute active.....	13
3.4	Osez le téléphone	15
3.5	Définir une stratégie commerciale et incarner son offre	18
3.6	Prise de parole en public réussie.....	21
3.7	Téléphone, accélérateur du recouvrement des créances	23
3.8	Adapter la relation client à une société « à distance ».....	25
3.9	Marketing de soi et prise de parole en public.....	27
4	Nos tarifs	29
5	Nos formateurs	31



1 Présentation de l'entreprise

En quelques mots...



Depuis sa création en 2002 par Monsieur Villemagne, **HUMANEM** est une TPE en perpétuelle croissance tant dans son organisation interne que dans sa relation avec les clients et formateurs.

Premièrement spécialisée dans la vente de formations en urbanisme sous la marque **URBANEM**, elle a développé ses compétences en management et organisation professionnelle sous la marque **HUMANEM** depuis 2013.

Grâce à l'expérience de son créateur dans ces domaines précis ainsi que le choix des formateurs tous indépendants, **HUMANEM** formation sait répondre sur mesure aux besoins de ses clients.

1

2

3

Nous vous offrons

- La connaissance de votre secteur d'activité
- L'agilité d'une PME
- La capacité de réponse à vos attentes
- La volonté d'innover en pédagogie
- L'indépendance

Nos valeurs

- Humilité
- Professionnalisme
- Simplicité
- Innovation

Nos engagements

- A l'écoute de nos clients
- Fournir une réponse adaptée à leurs attentes
- Progresser pour faire progresser nos clients
- Être transparents et honnêtes pour construire à long terme



2 Ils nous font confiance



La Maison de l'Interim



GROUPE





3 Principaux programmes de formation

3.1 Les fondamentaux de la relation client

DUREE

14 heures

PREREQUIS

Aucun

PUBLIC

Tout public

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Préparer et organiser efficacement sa prospection
- ▶ Identifier et qualifier ses prospects
- ▶ Réussir son rendez-vous de prospection
- ▶ Maîtriser les techniques de relance et de fidélisation

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés

PEDAGOGIE

- ▶ Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience
- ▶ Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise
 - Jeux
 - Brainstorming
 - Mises en situation et entraînements
 - Échanges d'expériences et partage de bonnes pratiques

SUIVI ET EVALUATION

- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

- ▶ Une nécessité et donc des objectifs clairs
 - Quel est l'intérêt de définir des objectifs ?
 - Marchés, ciblage
 - Plan d'actions et ressources temps
 - Outils, base données, historique, ...
- ▶ L'évidence d'être entendu puis sélectionné par son prospect
 - « Pitcher » ou comment accrocher son prospect ?
 - L'argumentaire ou les raisons d'être écouté
 - Les avantages concurrentiels, le SWOT
- ▶ La prospection en actes
 - Optimiser sa prospection téléphonique : les bons comportements à adopter
 - Un fichier prospect : pour quoi faire ?
 - Focus sur la prospection téléphonique
 - Focus sur d'autres approches de prospection (salon, réseaux, partenariat, ...)
 - La découverte client et les techniques de questionnement
 - La reformulation
- ▶ La négociation en jeu et enjeux
 - Se préparer avec des objectifs, un plan d'action
 - Conduire la négociation : un état d'esprit
 - Savoir conclure
- ▶ Et concrétiser durablement
 - Les bonnes pratiques de relance et de fidélisation

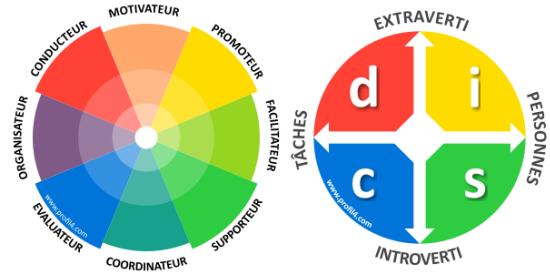
3.2 Optimiser sa communication et son impact par une meilleure connaissance de soi

DUREE

21 heures

PREREQUIS

Aucun si ce n'est d'accepter de répondre au questionnaire portant sur la connaissance de son comportement (DISC® les couleurs)



PUBLIC

Tout public

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Mieux se connaître : dans ses modes de fonctionnement, forces, faiblesses
- ▶ Mieux connaître les autres
- ▶ Développer son agilité tout en respectant ses limites
- ▶ Diminuer les désaccords, incompréhensions, éviter les conflits
- ▶ Gagner en sérénité et augmenter son efficacité

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Présentiel : Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés
- ▶ Distanciel : ordinateur connecté avec micro et caméra, application ZOOM pour la visio, plateforme LMS pour le travail personnel
- ▶ Test DISC®

PEDAGOGIE

- ▶ Méthodes pédagogiques : Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience
- ▶ Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise
- ▶ Travail en sous-groupe
- ▶ Réflexion sur des cas réels et mises en situation
- ▶ Apports méthodologiques illustrés par des exemples tirés de vos expériences
- ▶ Questionnaire d'évaluation du comportement et débriefing personnalisé



SUIVI ET EVALUATION

- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

- ▶ **Découvrir son style de communication**
 - Etablir son diagnostic personnel
 - Comprendre les autres dans des relations client/fournisseur, à deux et en équipe
- ▶ **Analyser ses points forts et ses points de progrès**
- ▶ **Prendre conscience des effets de sa façon de communiquer sur les autres**
- ▶ **Faire évoluer ses comportements tout en restant soi-même**
 - Identifier ses réflexions type et évaluer leur adéquation à la situation
 - Adapter sa communication pour être plus efficace
- ▶ **Comprendre les interactions entre deux interlocuteurs**
 - Comprendre ses affinités avec certaines personnes et agacements avec d'autres
 - Savoir les dépasser
 - Pratiquer une communication « adulte » afin de favoriser des échanges de point de vue respectueux et vrais
- ▶ **Appréhender les différents types de stress (fuite, lutte, inhibition) et leurs symptômes**
 - Identifier les caractéristiques de chaque état
 - Mettre en place une gestion relationnelle du stress adaptée au type de stress
- ▶ **Elaborer une stratégie de communication spécifique et adaptée à l'état d'esprit de l'interlocuteur**

3.3 Développer son écoute active

DUREE

2 jours

PREREQUIS

Aucun

PUBLIC

Tous public

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Développer la qualité de sa communication
- ▶ Améliorer l'écoute de l'autre
- ▶ Maîtriser sa posture axée sur l'assertivité et la bienveillance
- ▶ Créer une relation pérenne et de confiance

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés

PEDAGOGIE

- ▶ Méthode pédagogique : Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience
- ▶ Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience
Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise
 - Brainstorming, jeux et cas pratiques
 - Mises en situation et entraînements par des jeux de rôles basés sur des situations réelles
 - Echanges d'expériences et partage de bonnes pratiques

SUIVI ET EVALUATION

- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

- ▶ Définition de l'Ecoute Active et de la flexibilité mentale
 - Objectif du concept
 - La Flexibilité mentale
 - Différences avec l'empathie
- ▶ La métaphore de l'Iceberg
 - Application et objectif
 - Découverte des 9 outils
 - Jeu pédagogique de l'invitation de Stéphanie
 - Découverte et rôle des 9 outils
- ▶ Identifier son comportement dans les situations relationnelles
 - Les 3 attitudes classiques : fuite, manipulation et agressivité
 - Les caractéristiques d'une attitude assertive
 - Les freins et les leviers d'une communication assertive
- ▶ Comment maîtriser les questions ouvertes et les questions fermées ?
 - Exercices pratiques
 - Mises en application
 - Jeux d'écoute et de compréhension
 - Challenge entre les participants
 - Mise en application via des interviews entre participants

Un accompagnement téléphonique est prévu pendant 12 semaines pour aller au-delà des difficultés et ancrer les bonnes pratiques.

3.4 Osez le téléphone

DUREE

18 heures

PREREQUIS

Aucun

PUBLIC

Tout public

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Diminuer les appréhensions face à l'outil téléphone
- ▶ Mettre en œuvre les techniques de communication spécifiques au téléphone
- ▶ Renforcer la qualité de ses échanges téléphonique en s'adaptant aux circonstances

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés

PEDAGOGIE

- ▶ **Méthode pédagogique** : Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience
Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise

Trois séquences d'une ½ journée espacées d'environ 10 jours pour une mise en pratique rapide et un ancrage.

Alternance d'apports et de réflexions des participants, échanges d'expériences.

- Exercices pratiques, études de cas, auto-diagnostic.
- Jeux de rôle bâtis à partir de situations réelles proposées par les participants.
- Intervenants expérimentés dans la fonction commerciale.

Exercices d'appels réels.

SUIVI ET EVALUATION

Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

► Levons les freins

- Le téléphone un outil de communication parmi d'autres
- Pourquoi et en vue de quoi choisir le téléphone ?
- Mes appréhensions face au téléphone

► Champ d'application du téléphone

- L'état d'esprit – le Mental
- L'émission d'appels pour :
 - Demander
 - Répondre
 - Organiser
 - Négocier
 - L'accueil téléphonique

► Les facteurs de communication :

- Ton : adapté à la situation et au fond de la communication
- Sourire et Amabilité : toujours !
- Débit : adapté à son interlocuteur
- Langage : le choix du vocabulaire, des tournures de phrases
- Ecoute : comment faire sentir une véritable écoute
- Attitude physique : reflet de l'entretien
- La prise de note

L'APPEL GAGNANT

- ▶ La préparation :
 - Le plan de travail
 - Le fichier
 - Les horaires d'appels
 - Le support d'information
- ▶ Création du guide d'entretien
- ▶ Création de l'argumentaire
- ▶ La prise de contact :
 - Présentation
 - Recherche du bon interlocuteur
 - Capter l'attention
 - Analyse du besoin
 - Présentation et argumentation
 - Réponse aux objections
 - La conclusion

3.5 Définir une stratégie commerciale et incarner son offre

DUREE

7 ou 14 heures en visio ou en présentiel

PREREQUIS

Suivant l'expérience des stagiaires, au jour de la formation, différents travaux préalables seront à réaliser

PUBLIC

Tout(e) créateur(trice) d'entreprise individuelle ou entreprise souhaitant structurer son offre commerciale

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Clarifier son intention entrepreneuriale pour affirmer son positionnement et sa posture professionnelle.
- ▶ Élaborer une stratégie commerciale réaliste et cohérente avec ses ressources personnelles et professionnelles.
- ▶ Étudier son marché (clients cibles, concurrence) pour définir une offre différenciante.
- ▶ Structurer son plan d'action commercial en utilisant des outils opérationnels (Excel...)
- ▶ De prospection pour capter des rendez-vous par téléphone, mail ou en face à face.
- ▶ Conduire un entretien commercial, en adoptant une posture assertive.
- ▶ Mobiliser et entretenir son réseau professionnel et ses prescripteurs pour soutenir son développement commercial

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Excel, divers outils

PEDAGOGIE

- ▶ Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise
 - Brainstorming, jeux et cas pratiques
 - Mises en situation et entraînements par des jeux de rôles basés sur des situations réelles
 - Echanges d'expériences et partage de bonnes pratiques

SUIVI ET EVALUATION

Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

SEQUENCE 1

► Clarifier son « Intention » entrepreneuriale

- Devenir l'explorateur de son intention personnelle pour la rendre plus explicite : donner du sens à son projet.
- Identifier ce qui bloque
- Reformuler son Intention, l'ancrer et passer à l'action

► Elaborer une stratégie commerciale réaliste et cohérente

- Apports théoriques sur la stratégie commerciale
- Identifier les besoins des cibles identifiées
- SWOT personnel et professionnel
- Définir son offre différenciante et son positionnement (carte mentale)
- Jeu de rôle : présenter son offre (à un pair, à un autre stagiaire...)

► Structurer son plan d'action commercial avec Excel ou autres outils

► Communiquer

- Repérer et identifier les canaux de communication pour chaque cible
- Adapter son message à sa cible

SEQUENCE 2

► Prospecter et capter des rendez-vous : atelier pratique

- Créer un Pitch personnalisé
- Rédiger un mail percutant en fonction des cibles et de l'objectif
- Simulation d'appels téléphoniques
- Utiliser Excel pour planifier les actions de prospections

SEQUENCE 3

► **Conduire un entretien commercial : atelier pratique**

- Qu'est-ce qu'une objection ? Comment les traiter
- Les techniques d'argumentation : CAB, SONCAS
- Mises en situation

SEQUENCE 4

► **Mobiliser et Fidéliser son réseau et ses prescripteurs**

- Cartographie de son réseau
- Les techniques de fidélisation
- Scénario de relance
- Tableau de bord de suivi

► **Des apports, des échanges, des outils et de la mise en pratique dans un environnement 100% positif et bienveillant.**

► **Travail en intelligence collective sur vos problématiques personnelles.**

3.6 Prise de parole en public réussie

DUREE

14 heures

PREREQUIS

Aucun

PUBLIC

Tout public

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE :

- ▶ De savoir bien se préparer à prendre la parole en public
- ▶ D'intégrer les étapes pour gérer au mieux le stress lié à la prise de parole
- ▶ D'utiliser les techniques pour capter et retenir l'attention de votre auditoire
- ▶ De pouvoir structurer votre discours en prise de parole impromptue ou préparée
- ▶ De faire usage de l'humour et de naturel pour augmenter votre charisme

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board

PEDAGOGIE

- ▶ Méthodes pédagogiques : Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience
- ▶ Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise
- ▶ Travail en sous-groupe
- ▶ Réflexion sur des cas réels et mises en situation
- ▶ Apports méthodologiques illustrés par des exemples tirés de vos expériences

SUIVI ET EVALUATION

- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

- ▶ Bien démarrer avec la prise de parole en public
 - L'état d'esprit de l'improvisation théâtrale appliquée à la prise de parole en public
 - Bien s'échauffer la voix et se préparer avant de prendre la parole en public
 - La bonne posture pour parler en public avec charisme
 - Les outils et techniques pour gérer le stress lié à la prise de parole
- ▶ Capter et retenir l'attention de son auditoire
 - Le bon état d'esprit pour créer une connexion avec son auditoire
 - Faire usage du langage du corps et de la variété vocale pour favoriser l'attention
 - Les techniques efficaces pour capter et captiver son auditoire du début à la fin
 - Utiliser le story telling pour faire passer des messages
- ▶ Structurer vos idées et convaincre avec vos allocutions
 - Structurer son discours impromptu ou préparé pour parler à tous les types d'auditeurs
 - Renforcer la crédibilité en maîtrisant vos canaux de communication
 - Connaître et utiliser les principes de l'influence pour faciliter d'adhésion
 - Faire usage de l'humour dans sa prise de parole
- ▶ Consolidation et plan de progression
 - Evaluation des acquis par une mise en pratique avec feedback
 - Apports sur les besoins spécifiques des participants
 - Création d'un plan d'entraînement sur le long terme
 - Temps de debrief et conclusion de la formation

3.7 Téléphone, accélérateur du recouvrement des créances

DUREE

2 jours

PREREQUIS

Aucun.

PUBLIC

Tout public

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Sensibiliser aux enjeux financiers que représentent les retards de règlement
 - ▶ Apprendre à aborder l'entretien de recouvrement sans stress, sans agressivité et avec succès
 - ▶ Apprendre à communiquer par téléphone avec un client débiteur pour lui demander un règlement
 - ▶ Préserver la relation commercial et l'image de l'entreprise
 - ▶ Mettre en place une méthode rigoureuse et systématique de suivi des comptes clients
-

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés

PEDAGOGIE

- ▶ Méthode pédagogique : Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience.
- ▶ Etudes de cas pratique : Appel en réels avec des clients en situation d'impayés, jeux de rôles, mise en situation

SUIVI ET EVALUATION

- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

- ▶ De quoi parle-t-on ? enjeux - contexte
 - Sensibilisation aux enjeux financiers
 - Définition du recouvrement
 - Analyse du processus de suivi actuel de l'encours
 - Les avantages d'une médiation avant et après échéance
- ▶ Le téléphone, un outil
 - Le téléphone accélérateur des règlements
 - Les spécificités de la communication téléphonique
 - Les 4 profils du gestionnaire de comptes clients
 - Les facteurs de communication
- ▶ Les conditions d'un appel efficace
 - Préparation et analyse des dossiers : les éléments comptables, le contexte, mes objectifs
 - Se fixer des objectifs précis : le QOQCP
 - La prise de contact avec son débiteur
 - Présenter l'objet de son appel sans stress, ni agressivité
 - Capter l'attention de son interlocuteur
 - Comprendre le filtre de perception de l'autre
 - Les questions qu'il ne faut pas oublier de poser pour atteindre ses objectifs
 - Analyser les causes réelles du retard
 - Réponse aux objections
 - La reformulation
 - La conclusion
 - Le suivi du dossier après l'appel

3.8 Adapter la relation client à une société « à distance »

DUREE

21 heures

PREREQUIS

Connaître les fondamentaux de la relation client

PUBLIC

Commerciaux, technico-commerciaux, chargés d'affaires

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Utiliser efficacement les outils de la relation à distance (téléphone, visio, chat, forum, ...)
- ▶ Prospector et faire découvrir son offre avec les outils digitaux
- ▶ Utiliser les réseaux sociaux pour prospector et fidéliser

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés, outils de visio (tel Zoom), réseaux sociaux, capture et montage vidéo

PEDAGOGIE

- ▶ Méthodes pédagogiques : Diaporamas, vidéos, échanges et partages d'expérience.
Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise.
 - Jeux
 - Brainstorming
 - Mises en situation et entraînements
 - Échanges d'expériences et partage de bonnes pratiques

Evaluation = préparation d'un webinaire et simulation d'une négociation en visio

SUIVI ET EVALUATION

- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée



PROGRAMME

- ▶ Préambule Des rapports commerciaux / acheteurs changés ?
 - Rapports humains
 - L'impact du digital
 - Le partage d'information
 - Les changements d'interlocuteurs
- ▶ Rappel du cycle de vente
 - De la prospection à la fidélisation en passant par la négociation
 - Etape par étape : qu'est ce qui a changé ?
- ▶ Mener des entretiens commerciaux en visio
 - Bien démarrer avec la prise de parole en visio et face caméra
 - La posture
 - Les conditions matérielles
 - L'outil de visio
 - Capter et retenir l'attention de son interlocuteur
 - Structurer vos idées et convaincre avec vos allocutions Focus sur la prospection téléphonique
 - La visio en prospection
 - La visio en vente
 - La vision en négociation
- ▶ Organiser un webinaire
 - Se préparer avec des objectifs, un plan d'action
 - Communiquer efficacement avant le webinaire
 - Webinaire de présentation d'un produit ou d'un service
 - Webinaire de présentation d'un partenariat
 - Gérer les interactions durant le webinaire
 - Assurer un suivi
- ▶ Être présent sur les réseaux sociaux
 - Lequel choisir ?
 - Communication d'entreprise et communication personnelle
 - Les recommandations
- ▶ S'appuyer sur l'expérience client
 - Choisir sa cible
 - Recueillir les avis, et mieux l'expérience client
 - Réaliser une vidéo avec un client
 - Diffuser l'information (choix du support, durée, ...)
 - Assurer un suivi
 - Capitaliser sur les avis client

3.9 Marketing de soi et prise de parole en public

DUREE

- ▶ 2 jours
- ▶ 3 rendez-vous téléphoniques d'accompagnement étalés sur 3 mois

PREREQUIS

Aucun.

PUBLIC

- Managers, chefs de projet pour se valoriser au travers la présentation d'un projet, un pitch commercial ou une animation
- Cadres, chefs de projet souhaitant s'affirmer dans leur prise de parole & être percutant dans leur communication
- Auto-entrepreneurs, free-lance, indépendants, Créateurs d'entreprises

OBJECTIFS DE LA FORMATION

ETRE CAPABLE DE :

- ▶ Utiliser les outils Marketing/Communication
- ▶ Être cohérent, construire un **discours**
- ▶ Apprendre à se valoriser et être percutant en **prise de parole**
- ▶ Se préparer à la prise de parole et **convaincre**
- ▶ **Défendre un projet** en étant préparé et en accord avec soi
- ▶ **Valoriser** son travail

MATERIEL PEDAGOGIQUE

- ▶ Vidéoprojecteur, Paper Board, Polycopiés,

PEDAGOGIE

Méthodes pédagogiques :

- Cas Pratiques & Présentation croisée
- Exercices (motivation, écoute active, story telling ..)
- Définir ensemble un objectif personnel
- Questionnaires pour accompagner les participants à se révéler

SUIVI ET EVALUATION

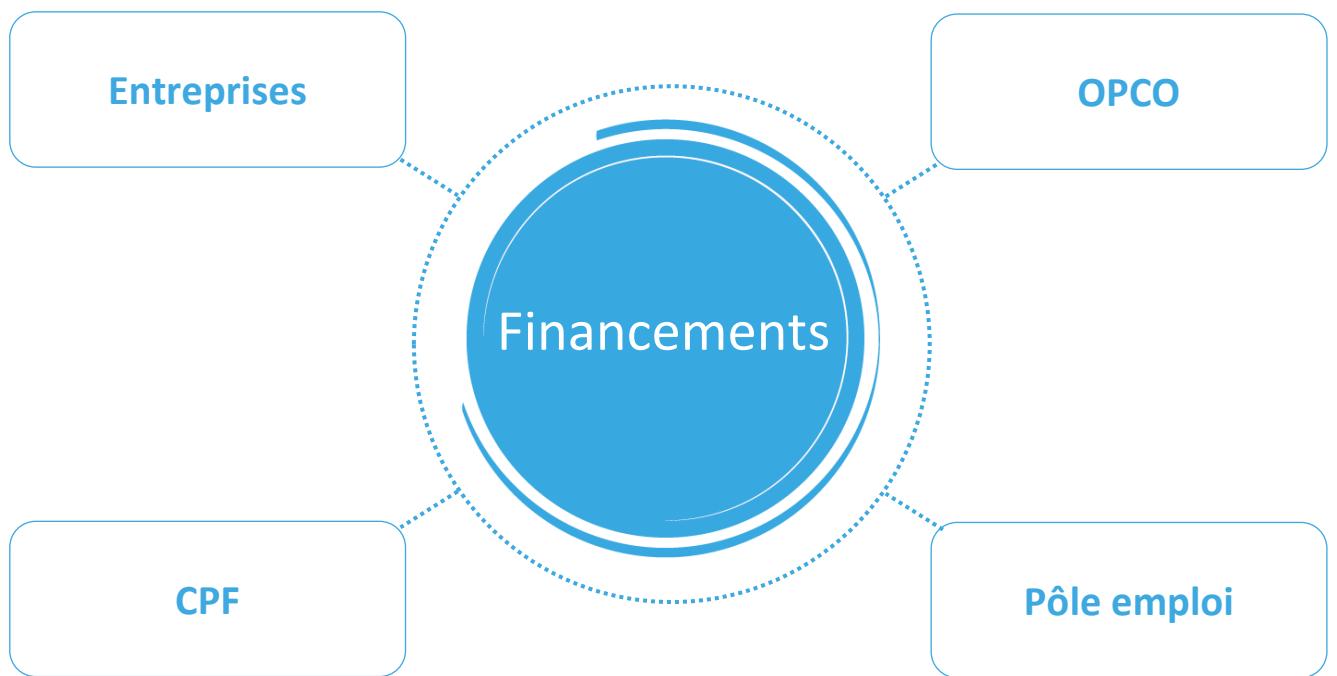
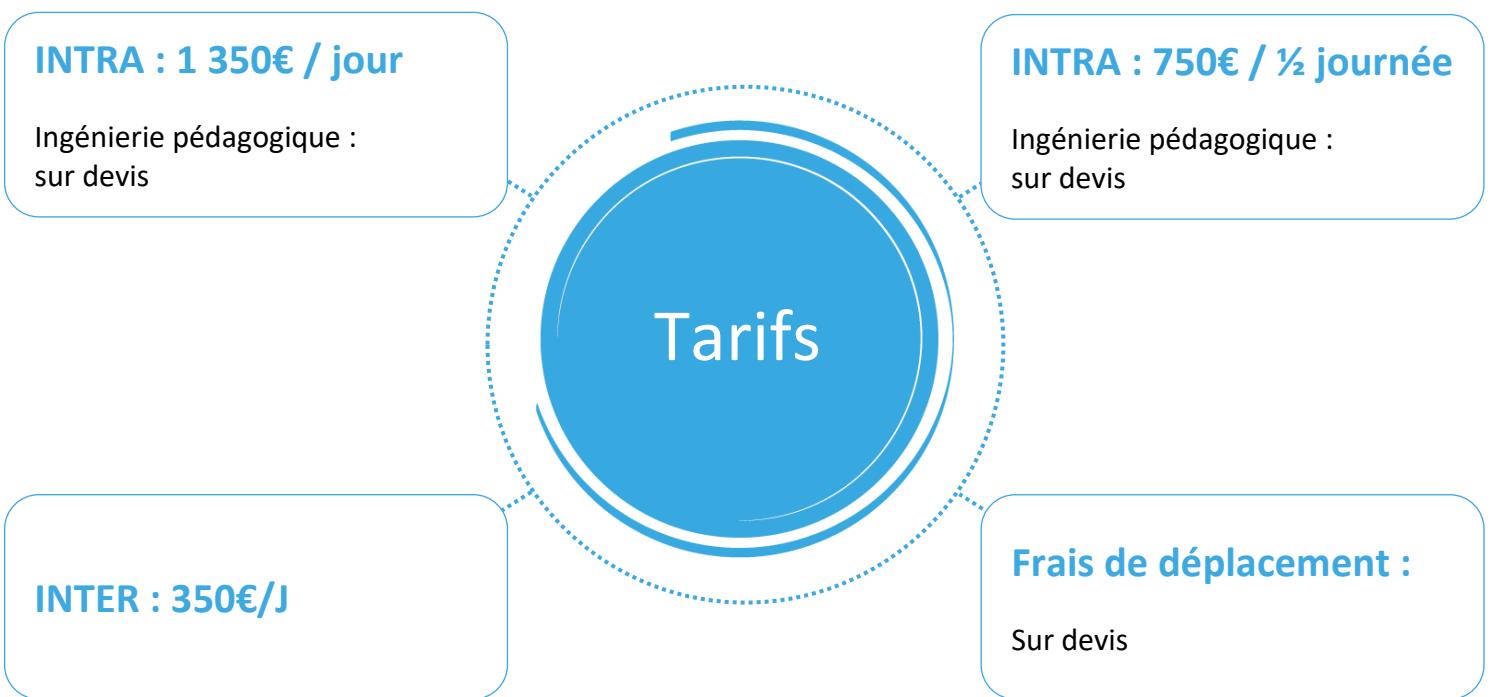
- ▶ Suivi individuel téléphonique à l'issue de la formation
- ▶ Document d'évaluation de satisfaction & Attestation de présence / Attestation formation individualisée

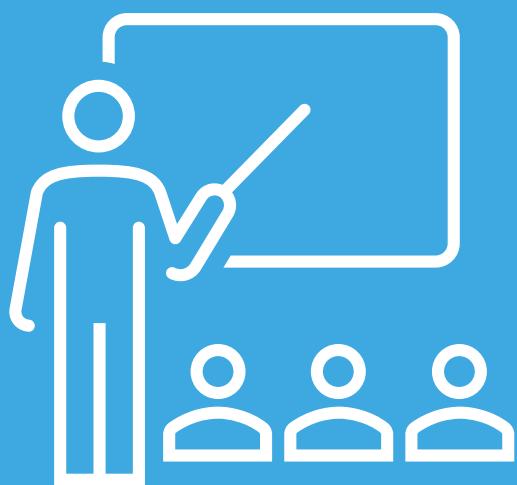
PROGRAMME

- ▶ **Être prêt**
 - Mon intention personnelle : définir sa feuille de route
 - Mind Mapping : outil de présentation
 - Se connaître : Vérifier son écologie, Points forts, Valeurs & Besoins
 - La motivation : comment ça marche ? (Exercices pour augmenter sa motivation)
 - Pensée Positive : avoir une image claire et définie, ressentir de l'enthousiasme, être engagé
 - La sérendipité au service de soi
- ▶ **Définir sa stratégie**
 - Mix Marketing de soi : devenir un produit « achetable »
 - Le SWOT personnel (opportunités, forces, menaces et faiblesse)
 - Loi de Pareto : Ajuster ces choix en termes de temps & d'effort
 - Présence sur les Réseaux Sociaux : Choisir & Communiquer
 - Connaître et utiliser son réseau interne et son réseau professionnel
- ▶ **Préparer & maîtriser sa prise de parole**
 - Objectifs & Plan d'actions
 - Se préparer psychologiquement : gérer son stress (exercices et tests)
 - Se préparer physiquement : voix et posture
 - Convaincre : Présence & Écoute Active (Carl Rogers), Le Pitch, Le Slogan
 - Improviser : préparer & développer son sens de la répartie
 - Communication non verbale & assertive
 - Affirmer son leadership
 - Gérer les situations difficiles



4 Nos tarifs





5 Nos formateurs



Donatielle Del Cos

Coach et formatrice depuis 2012

Certifiée ICI, PNL, CLEEN, Executive Profiler, Investigation Appréciative

Formatrice en santé mentale

Talents

- ▶ Approche multiculturelle (international mais aussi génération)
- ▶ Pragmatisme

Domaines de compétences

- ▶ **Coaching individuel et d'équipe** : Accompagner la découverte des talents, optimiser les performances, optimiser la communication, « provoquer » l'intelligence collective et l'agilité pour l'atteinte des objectifs
- ▶ **Formation développement personnel** : génération Y, préparation retraite, assertivité, management à distance, DISC...
- ▶ Communication Non Violente et/ou communication positive

Formations et Expériences

- ▶ Infirmière
- ▶ EMLYON 2011
- ▶ Expériences internationales : ONG, expatriation
- ▶ Formation de futurs managers : ITII, ECAM, INSA, ...



Frédérique Mercier

Coach et formatrice depuis 2012

Diplômée coach (niv II)

Talents

- ▶ La relation commerciale
- ▶ Le marketing y compris le marketing de projet et le marketing de soi

Domaines de compétences

- ▶ **Coaching individuel** salariés et étudiants
- ▶ **Formation commerciale et marketing** (prospecter, vendre un projet en interne, communication)

Formations et Expériences

- ▶ BTS Force de Vente 1996
- ▶ École Supérieure de Coaching 2017
- ▶ 10 ans comme conseillère formation
- ▶ 5 ans dans la fonction commerciale



Laëtitia Delacour

English trainer depuis 2013

Formatrice en relation client

Consultante en Bilan de compétences et Coach certifiée Coach & Team 2025

Talents

- ▶ La relation commerciale, les fonctions commerciales
- ▶ L'anglais
- ▶ L'accompagnement au projet professionnel

Domaines de compétences

- ▶ Accompagnement d'entreprises et de particuliers dans la fonction commerciale ou dans la maîtrise de l'anglais avec une pédagogie adaptée à chacun, dynamique et créative
- ▶ **Atelier de couture** : Laëtitia est aussi une passionnée, cela explique aussi sa créativité en pédagogie

Formations et Expériences

- ▶ IUT Chimie
- ▶ Master en stylisme et modélisme
- ▶ 10 ans dans la fonction commerciale à l'export
- ▶ Expérience en France et à l'international (Grande Bretagne, Suisse, Allemagne, Finlande, Suède, Norvège, Danemark,...)
- ▶ 2022 formation pour devenir consultant en bilan de compétences
- ▶ 2023 formation à l'utilisation du DISC® (les couleurs)



Mercedes Chaize

20 ans d'expérience commerciale : d'attachée commerciale à chef des ventes
Secteurs de l'industrie, la publicité et l'assurance et les Ressources Humaines

Formatrice en commercial, et bien être

Talents

- ▶ Réactivité, créativité, goût du challenge
- ▶ La pédagogie corporelle (Méthode Thérèse Bertherat)
- ▶ La fresque de l'intention

Domaines de compétences

- ▶ Accompagnement d'entreprises et de particuliers dans la fonction commerciale et plus particulièrement les créateurs d'entreprises, les managers intermédiaires commerciaux
- ▶ Bénévole à l'ADIE : coaching commercial des créateurs d'entreprises

Formations et Expériences

- ▶ 2010 : Formation de formateur (CAFOC – GRETA)
- ▶ De 1995 à 2009 : formation internes commerciales et savoir-être
- ▶ 1987 : BTS secrétaire de direction



Nous contacter



04 78 33 96 54 | 06 06 51 01 38



t.villemagne@humanem.fr



www.humanem.fr



7 rue des aulnes
69410 CHAMPAGNE au MONT d'OR



HUMANEM Formation SARL au capital de 7800 € | Siège social : 7 rue des aulnes | 69410 CHAMPAGNE au MONT d'OR

Tél. : 04 78 33 96 54 | SIRET 44391934500035 | APE : 7022Z – www.humanem.fr

Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 82 69 07696 69 auprès du préfet de la région Rhône Alpes
La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivantes : actions de formation.

