

Le Catalogue Formation

By
Sophie Turpaud

SPÉCIALISTE

RELATION CLIENT FORMATION DE FORMATEUR COMMUNITY MANAGEMENT

Formation optimiser votre Pinterest
Formation les fondamentaux du Community Management

Formation Améliorer la Relation Client
Formation Elevator Pitch : argumentaire éclair
Formation Convaincre les décideurs + Elevator Pitch

Formation de formateurs

Tarif Inter-entreprise

450 € par Jour et par personne

Tarif Intra-entreprise

1200 € par jour et par groupe maxi 8 personnes

En tant qu'organisme de formation, les sessions peuvent être prises en charge totalement par votre budget formation (OPCA : organisme collecteur de la formation FAFIEC, AGEFICE, FIFPL etc....)



Formation Optimiser votre Pinterest 2 Jours

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Appliquer les fondamentaux de Pinterest : épingles, tableaux
- Construire sa ligne éditoriale sur Pinterest
- Gérer les programmations de vos épingles avec Buffer ou Tailwind
- Créer des visuels ou Infographies avec Canva
- Installer les épingles enrichies
- Evaluer vos résultats avec les Analytics

Contexte

Finalité de la formation :

Finalelement c'est quoi Pinterest ?

A la base Pinterest signifie -> Pin : pour épingles + Interest : pour intérêts.

« Pinterest est un outil de découverte par l'image qui vous permet de trouver de bonnes idées pour tous vos projets et centres d'intérêt »

Avec 100 millions d'utilisateurs actifs, Pinterest devient un incontournable. Surtout dans un univers Marketing centré de plus en plus sur L'image. Cette session de formation a pour finalité de vous donner les outils pratico-pratiques pour utiliser ce réseau social (moteur de recherche visuel). L'intention est d'augmenter le trafic vers votre site internet et d'être au plus près des centres d'intérêts de vos clients.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 2 jours + 1 heure

- en présentiel et collectif dans une salle de formation à Toulouse dans un espace de Coworking 2 jours
- + accompagnement Individuel à distance par téléphone : 1 heure

Méthode pédagogique :

Méthode active et participative.

Approche pratico-pratique avec applications concrètes liées à votre contexte

Suivi post formation

Suivi post formation 2 semaines après la formation pour corriger les écarts et valoriser les progrès.

En rendez-vous individuel par téléphone de 2 fois 30 minutes

Programme détaillé :

Panorama de Pinterest

Historique et derniers chiffres.

Pinterest et Le picture Marketing

Qui sont les utilisateurs actifs ?

Quels sont les catégories phares sur Pinterest ?

Les fondamentaux de Pinterest

Repérer les étapes pour ouvrir un compte Pinterest

Distinguer les fonctionnalités de bases :

- Profils, Catégories, Épingles, Tableaux, tableaux secrets,
- Like, commentaires, repins
- Messagerie privée

Repérer les typologies de visuels supportés par Pinterest : Video Youtube, SlideShare, Photo, visuels avec lien d'articles, Gifs)

Utiliser la recherche guidée sur Pinterest

Intégrer vos réseaux sociaux à votre profil

Repérer les fonctionnalités de partage de vos épingles, tableaux, ou profils vers les autres réseaux sociaux.

Les usages sur Pinterest : 11 conseils pour débiter

Optimiser votre compte Pinterest

Migrer vers un compte « for Business » en 3 étapes

Valider votre site internet

Installer Le bouton Pin It sur votre site ou blog

Créer des épingles enrichies pour votre site. (Parmi les 6 catégories)

Choisir sa ligne éditoriale

Créer des tableaux (en cohérence avec sa ligne éditoriale)

Epingler les différentes typologies d'épingler sur vos tableaux

Repérer les usages pour Optimiser les épingles et visuels (descriptions, hashtags ?)
Appliquer la règle des 80 /20 pour trouver des abonnés.
Lister les comptes à suivre
Repérer Le potentiel des épingles Populaires
Créer des tableaux collectifs pour augmenter la viralité
Comment participer aux tableaux collectifs pour profiter de l'audience collective.
Utiliser des tableaux secrets en mode projet
Repérer Pinterest comme Outil de Curation pour organiser sa veille
Les épingles sponsorisées
Les Cinematic Pins
Repérer les 7 usages de Pinterest en BtoB

Pinterest et le Ecommerce :

Comment Pinterest génère du trafic vers votre site et donc du chiffre d'affaires en E-commerce ?
Les buyables Pins : repérer les fonctionnalités

Gérer votre Pinterest

Les fonctionnalités de Buffer pour Programmer vos épingles
Les fonctionnalités de Tailwind pour programmer vos épingles
Utiliser Tailwind pour classer vos visuels Instagram vers un tableau Pinterest
Utiliser Canva, pour produire des épingles optimisées
Accéder aux analytics de Pinterest pour améliorer les performances de votre compte: Votre profil Pinterest, Votre audience, Activité de votre site web
Les règles à suivre pour organiser un concours sur Pinterest

Commentaire

La formation peut être adaptée sur 1 jour en intra-entreprise suivant vos attentes.



Formation Améliorer la Relation Client 2 jours

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Appliquer les fondamentaux de la communication verbale
- Utiliser sa voix comme média de communication
- Structurer son argumentaire d'accueil et de vente
- Répondre aux objections avec bienveillance et directivité.
- Appliquer les techniques de gestion du stress pour mieux gérer les situations conflictuelles
- Repérer les bases de gestion du temps

Contexte

Dans une démarche de fidélisation, Cette formation est destinée à toute personne en contact avec des clients ou prospects. qui souhaite améliorer leur approche client.

La finalité est d'optimiser la relation client et de développer les performances commerciales.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 2 jours :

- en présentiel
- Individuel ou collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking

Méthode pédagogique :

Méthode active et participative.
Approche pratico-pratique avec mises en situations concrètes

Suivi post formation

Suivi post formation 2 semaines après la formation pour corriger les écarts et valoriser les progrès.
En rendez-vous individuel par téléphone d'1h00

Programme détaillé :

1- Appliquer les fondamentaux de la communication

Lister les objectifs de la relation client.
Repérer les différents interlocuteurs.
La transmission du message : Emetteur / récepteur
Le vocabulaire efficace
La forme verbale : pourquoi le temps des verbes influe sur la communication ?
Les 8 caractéristiques de la voix
L'aspect sensoriel en communication
Le langage non verbal en face à face : prendre conscience du langage au-delà des mots
Les techniques de l'écoute active et passive
- Ecouter pour mieux conseiller.
- Gérer le client bavard ou agressif.
La pyramide de Maslow : comprendre les zones de confort du client
Le S.O.N.C.A.S : encore et toujours, pour vendre, il faut comprendre les motivations d'achats de vos clients.

2- La performance commerciale

A.I.D.A.S : Comprendre la Mécanique de tout message commercial et marketing.
La structure de l'entretien avec les 4C : Contact, Connaître, Convaincre et Conclure
Contact : La présentation et la phrase d'accroche Le développement
Connaître : Les typologies de questions (phase de découverte la recherche d'informations)
Convaincre : La proposition d'une solution, d'un RDV, Le conseil, l'écoute, La reformulation
Conclure : prise de congé, reformulation.
Construire son guide d'entretien en appel entrant ou sortant
Répondre aux objections avec Empathie, assertivité.
Lister les différents types d'objections, et préparer les réponses
Repérer les typologies de clients pour mieux adapter ses réponses.

3- Gérer le stress pour mieux gérer les situations conflictuelles

Les bases du stress positif et négatif

Le principe de la respiration relaxante
Se relaxer en 3 minutes

4. Gérer son temps : Mieux organiser sa journée de travail

Distinguer l'urgent de l'important

La technique Pomodoro

Les applications pour gérer vos tâches au quotidien.

Formation

Elevator Pitch

1 jour



Elevator Pitch : Convaincre les décideurs

1 jour

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Repérer les 8 caractéristiques de la voix
- Situer les 5 étapes de l'Elevator Pitch (argumentaire de présentation rapide)
- Construire votre propre canevas du Pitch

Contenus Formation collective

Aujourd'hui, que l'on soit entrepreneur ou non, il est important de pouvoir expliquer ce que l'on fait et être convaincant en moins d'1 minute. Etre court, clair, concis pour tout interlocuteur.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 1 jour :

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Programme détaillé :

Les fondamentaux de l'éloquence

Les 8 Caractéristiques de la voix

La forme verbale

Le vocabulaire efficace

L'utilité de l'écoute Passive et active

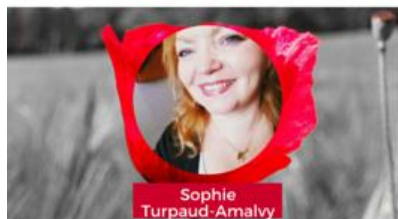
L'elevator'pitch

Définition de l'elevator pitch
Le canevas de l'elevator pitch
L'accroche
La problématique
La solution
La valeur ajoutée
Le Call to action
Le savoir être l'elevator'pitch
Utiliser l'empathie et l'assertivité
Répondre aux questions d'un auditoir
Gérer son stress pour mieux être persuasif

Méthode pédagogique :

Approche pratico-pratique avec illustration de vos propres exemples
Construction des phases 1 à 5
Pitch devant le groupe. Analyse de pratique. Et Axe d'amélioration

Formation de Formateurs *3 jours*



Formation de formateurs 3 jours

Objectifs Pédagogiques formation Collective 3 JOURS

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire un programme de formation
- Animer une session de formation
- Accompagner les apprenants en formation

Contenus Formation collective

Construire :

- Préparer votre action de formation analyser et répondre au cahier des charges de votre client.
- Repérer les besoins des apprenants,
- Définir des objectifs pédagogiques,
- Prévoir la logistique de vos séances
- Définir un déroulement, un scénario pédagogique adapté aux participants et aux objectifs visés.
- Concevoir les supports d'animation :
- Diaporama, exercices, jeux pédagogiques...

Animer

- Choisir les différentes techniques d'animation en fonction du public et du contexte.
- Concevoir les évaluations
- Préparer les supports de formation
- Démarche Dédutive : Méthode affirmative, interrogative

- Démarche inductive : Méthode active

Accompagner

- Réguler un groupe en formation : Gérer un groupe difficile ou passif ?
- Communiquer avec efficacité : Soigner son expression
- Repérer les difficultés d'apprentissage : pratiquer l'écoute active, empathie, assertivité.
- Organiser l'accompagnement des apprenants post formation ?
- Choisir les différents formats d'évaluation

Durée et lieux

La formation se déroule sur 3 jours :

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Méthodes et moyens pédagogiques :

Approche théorique et pratique.

Méthode expositive (théorie) et active (participative)

Mise en situation avec vos spécialités : construction de mini programme de formation et scénario pédagogique. Animations de mini sessions de formation devant le groupe + analyse de pratique.

Formation de Formateurs *5 jours*



Formation de formateurs 5 jours

Objectifs Pédagogiques

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire un programme de formation avec son scénario pédagogique global
- Animer une session de formation
- Accompagner les apprenants en formation

Contenus Formation collective

Construire :

- Préparer votre action de formation analyser et répondre au cahier des charges de votre client.
- Repérer les besoins des apprenants,
- Définir des objectifs pédagogiques,
- Prévoir la logistique de vos séances
- Définir un déroulement, un scénario pédagogique adapté aux participants et aux objectifs visés.
- Concevoir les supports d'animation :
- Diaporama, exercices, jeux pédagogiques...

Animer

- Choisir les différentes techniques d'animation en fonction du public et du contexte.
- Concevoir les évaluations
- Préparer les supports de formation

- Démarche Déductive : Méthode affirmative, interrogative
- Démarche inductive : Méthode active

Accompagner

- Réguler un groupe en formation : Gérer un groupe difficile ou passif ?
- Communiquer avec efficacité : Soigner son expression
- Repérer les difficultés d'apprentissage : pratiquer l'écoute active, empathie, assertivité.
- Organiser l'accompagnement des apprenants post formation ?
- Choisir les différents formats d'évaluation

Etude de cas personnelle :

- Construire le scénario pédagogique global de son action de formation
- Animer une séquence de 2 heures devant le groupe avec d'autres formateurs invités
- Faire son analyse de pratique devant le groupe

Durée et lieux

La formation se déroule sur 5 jours :

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Méthodes et moyens pédagogiques :

Approche théorique et pratique.

Méthode expositive (théorie) et active (participative)

Mise en situation avec vos spécialités : construction de mini programme de formation et scénario pédagogique. Animations de mini sessions de formation devant le groupe + analyse de pratique.

Formation Convaincre les décideurs et Elevator Pitch **2 jours**

Sophie Turpaud



@SophieTurpaud

06 84 950 255

Convaincre les décideurs et Elevator Pitch : 2 jours + 1h de coaching par téléphone

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Appliquer les fondamentaux de la communication verbale
- Utiliser votre voix comme média de communication
- Structurer votre argumentaire commercial
- Répondre aux objections avec bienveillance et directivité.
- Situer les 5 étapes de l'Elevator Pitch (argumentaire de présentation rapide)
- Construire votre propre canevas de Pitch
- Appliquer les techniques de gestion du stress pour mieux gérer votre trac.
- Repérer les bases de gestion du temps

Contexte de la Formation collective

Dans une démarche de performance commerciale, cette formation est destinée à toute personne en contact avec des clients ou prospects qui souhaite améliorer leur communication pour être plus efficace. Il est important aussi de pouvoir expliquer ce que l'on fait et être convaincant en moins d'1 minute dans un contexte de networking. (Réseaux ou clubs d'entreprise)

Vous apprendre à Etre court, clair, concis et efficace pour mieux convaincre : voilà mon intention.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 2 jours :

- En présentiel et collectif
- A Toulouse ou Tournefeuille dans un espace de Coworking

Programme détaillé :

1- Appliquer les fondamentaux de la communication

Lister les objectifs de la relation client.

Repérer les différents interlocuteurs.

La transmission du message : Emetteur / récepteur

Le vocabulaire efficace

La forme verbale : pourquoi le temps des verbes influe sur la communication ?

Les 8 caractéristiques de la voix

L'aspect sensoriel en communication

Le langage non verbal en face à face : prendre conscience du langage au-delà des mots

Les techniques de l'écoute active et passive

- Ecouter pour mieux conseiller.

- Gérer le client bavard ou agressif.

La pyramide de Maslow : comprendre les zones de confort du client

Le S.O.N.C.A.S : encore et toujours, pour vendre, il faut comprendre les motivations d'achats de vos clients.

2- La performance commerciale

A.I.D.A.S : Comprendre la Mécanique de tout message commercial et marketing.

La structure de l'entretien avec les 4C : Contact, Connaitre, Convaincre et Conclure

Contact : La présentation et la phrase d'accroche Le développement

Connaitre : Les typologies de questions (phase de découverte la recherche d'informations)

Convaincre : La proposition d'une solution, d'un RDV, Le conseil, l'écoute, La reformulation

Conclure : prise de congé, reformulation.

Construire son guide d'entretien en appel entrant ou sortant

Répondre aux objections avec Empathie, assertivité.

Lister les différents types d'objections, et préparer les réponses

Repérer les typologies de clients pour mieux adapter ses réponses.

3- Gérer le stress pour mieux gérer les situations conflictuelles

Les bases du stress positif et négatif

Le principe de la respiration relaxante

Se relaxer en 3 minutes

4. Gérer son temps : Mieux organiser sa journée de travail

Distinguer l'urgent de l'important

La technique Pomodoro

Les applications pour gérer vos taches au quotidien.

5. L'elevator'pitch

Définition de l'elevator pitch

Le canevas de l'elevator pitch

- L'accroche
- La problématique
- La solution
- La valeur ajoutée
- Le Call to action

Méthode pédagogique :

Approche pratico-pratique avec illustration de vos propres exemples

Méthode active et participative.

Pitch devant le groupe. Analyse de pratique. Et Axe d'amélioration



Gérer sa communication sur les réseaux : fondamentaux du community management" 3 jours

Objectifs Pédagogiques formation Collective 3 JOURS

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire une stratégie Social Media pour votre structure
- Construire votre ligne éditoriale
- Organiser votre veille pour choisir ses publications.
- Gérer l'animation et la programmation des publications sur les réseaux sociaux choisis
- Analyser les indices de performances

Contenus Formation collective

1. Identifier la place et les missions du community manager
2. Panorama des différents réseaux sociaux et de leurs fonctionnalités : Facebook (page et profil), Twitter, Google +, LinkedIn, Pinterest, instagram, Snapchat, Youtube, Periscope
3. Construire votre stratégie « social média » en 8 étapes : Objectif, audience, réseau social à travailler, ligne éditoriale, indice clé de performance, outils de planification et programmation, ressources humaines et financières à allouer ?
4. Organiser sa veille : quels outils (google alert, les newsletters, les listes sur tweeter, la curation sur Pinterest...)
5. Notion d'E-réputation
6. Paramétrer chacun de ses réseaux sociaux
7. Les outils du community manager : Tweetdeck, Buffer, trello, unfollowers...)
8. Utiliser Canva pour produire vos visuels (pour les non graphistes)

p. 18

9. Les publicités sur Twitter et Facebook
10. Les épingles sponsorisées sur Pinterest
11. La rédaction web : outil d'inbound marketing
12. Animer vos réseaux sociaux : notion d'engagement, les meilleures heures pour diffuser, les live tweet.
13. Analyser ses statistiques en rapport avec ses objectifs (Kpis)

Durée et lieux

La formation se déroule sur 3 jours (2 jours + 1 jour)

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Méthodes et moyens pédagogiques :

Approche théorique et pratique.

Formation action.

Etude de cas : construction d'une stratégie sociale média

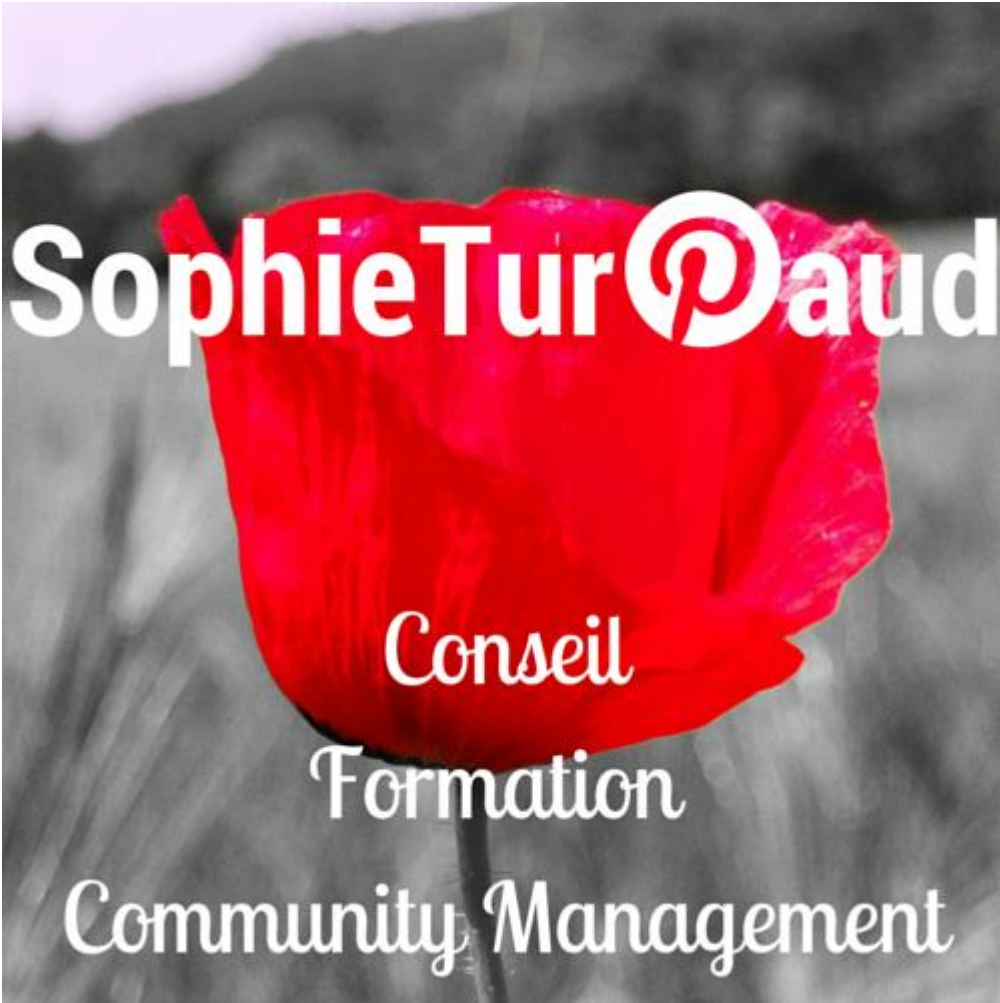


**Formation &
Community Management**

- Ingénierie de formation
- Relation client
- Réseaux sociaux
- Community Management

www.sophieturpaud.com
06 84 950 255



SophieTur@aud

Conseil
Formation
Community Management