

## CATALOGUE DES FORMATIONS 2020

### **PRESENTATION DU CATALOGUE**

Les formations Level Up Conseil ont toutes un dénominateur commun : vous aider à conduire efficacement votre entreprise sur le chemin de la croissance, quel que soit votre secteur d'activité.

Cette ambition m'a conduit à articuler le catalogue autour de trois programmes de formation indépendants mais néanmoins complémentaires :

- Augmenter l'attractivité de votre offre.
- Améliorer vos performances commerciales.
- Communiquer plus efficacement.

### **UN INTERVENANT OPERATIONNEL ET ENGAGE**

Curieux depuis toujours de comprendre ce qui peut rendre les entreprises plus efficaces, je me suis spécialisé très tôt dans les domaines de la stratégie, du marketing et du développement commercial. J'ai pu acquérir un socle théorique solide et détaillé grâce à mes études à l'ESSEC, que je n'ai eu de cesse de consolider et surtout d'appliquer sur le terrain au travers de plus de 20 ans de responsabilités opérationnelles et managériales dans des environnements commercialement dynamiques.

Tout au long de ma carrière, je me suis fortement mobilisé autour des sujets de transmission des savoirs et d'acquisition de nouvelles compétences. Cela m'a amené entre autres à diriger l'offre de formation interne et externe de la société Carte Bleue pendant plusieurs années, et j'ai aussi été sollicité à plusieurs reprises pour mener des missions internes de mentoring auprès de collègues. Adeptes des mécanismes d'intelligence collective, j'ai très souvent animé dans la durée des clubs d'utilisateurs visant à créer une dynamique d'amélioration continue pour les produits et services dont j'avais la charge.

Depuis la création de Level Up Conseil, j'ai à cœur de créer des ponts entre les démarches de conseil et de formation, persuadé que ce sont deux piliers complémentaires de progrès pour les entreprises.

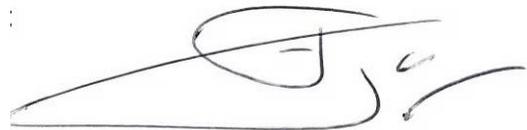
## **MODULARITE ET ADAPTABILITE POUR PLUS D'EFFICACITE**

Pour justifier l'investissement que le donneur d'ordre lui consacre, une formation doit avant tout être concrète, applicable, et utile dans le quotidien professionnel des stagiaires. Ma vision se définit au travers de ces trois adjectifs, qui sont aussi des engagements de ma part.

C'est pourquoi je préconise aussi souvent que possible une logique « immersive » : le formateur doit se fondre dans l'environnement et la culture de l'entreprise, afin de mieux comprendre quels en sont les enjeux et ainsi se mettre en mesure d'adapter contenus et méthodes pour une efficacité accrue.

Tout projet de formation débute donc naturellement par une démarche d'échange avec le donneur d'ordres, pour construire sur la base des modules existants une déclinaison propre à l'entreprise et réellement à même d'optimiser les résultats pour l'entreprise et ses stagiaires.

**Pour Level Up Conseil**  
Frédéric Toumelin, gérant



---

## **I- Présentation générale du programme**

---

### **Objectif**

Vous doter des connaissances et des techniques permettant de structurer efficacement l'offre de produits et de services de l'entreprise, et de mettre en place les outils les plus pertinents pour promouvoir cette offre.

### **Public concerné**

Cette formation s'adresse à tout public volontaire pour progresser sur ce thème, et tout particulièrement :

- Aux dirigeants de TPE/PME qui souhaitent améliorer l'attractivité de l'offre de leur entreprise.
- Aux créateurs désireux de définir une structuration d'offre optimale pour leur projet d'entreprise.
- Aux repreneurs analysant l'état des lieux et le potentiel de leur cible.
- Aux responsables marketing / communication d'entreprises engagées dans une démarche de progrès pour l'attractivité de leur offre.

### **Modalités pédagogiques**

Les exposés sur les concepts sont illustrés par des situations professionnelles réelles et concrètes.

Les stagiaires mettent leurs acquis en pratique au travers d'études de cas et de jeux de rôles.

Le formateur dispense des conseils personnalisés en fonction des besoins de chaque stagiaire.

Le support de formation est remis à chaque stagiaire avec une section documentaire permettant d'aller plus loin.

### **Modalités pratiques**

Le programme standard se déroule sur deux jours (15 heures), au tarif de 1 200€ par stagiaire (régime d'exemption de TVA).

Les groupes réunissent de 3 à 8 stagiaires, pour assurer un niveau d'interactivité optimal.

Un principe fondamental des formations Level Up Conseil est l'adaptabilité : le contenu comme la durée peuvent être retravaillés sur mesure afin de correspondre parfaitement aux attentes et objectifs de votre entreprise (démarche d'adaptation sur devis).

---

## **II- Les modules du programme**

---

### **Module « Analyser la situation de départ »**

- Savoir positionner votre offre dans son périmètre de marché.
- Les forces en présence : cartographier le panorama concurrentiel.
- Comprendre les facteurs de différenciation les plus pertinents pour les clients.
- Exploiter l'outil SWOT afin de créer des plans d'actions réalistes pour améliorer la compétitivité de votre offre.

### **Module « Valoriser l'offre existante »**

- Savoir formuler votre USP (« Unique Selling Proposition ») et la faire connaître.
- Les techniques de communication pour bien se démarquer : le fond et la forme.
- Les objectifs clés du repackaging : plus de sens, plus de visibilité.
- Construire des argumentaires qui parlent à vos cibles.
- L'accès à votre offre est-il aussi simple qu'il devrait : utilité d'une revue juridique.

### **Module « Enrichir votre offre »**

- Conduire une démarche de segmentation et de « premiumisation ».
- La culture de l'expérience client : un fil rouge pour toutes les fonctions de l'entreprise.
- Des services complémentaires pour plus de différenciation et de satisfaction client.
- Développement en propre versus partenariat.
- Savoir maîtriser de bout en bout l'introduction d'un nouveau produit / service.
- Conserver de la lisibilité à une offre qui s'étoffe.

### **Module « Rester pertinent dans un monde qui bouge »**

- Savoir repérer les tendances : les principes d'une veille active.
- L'importance d'un décodage de l'environnement réglementaire.
- Adopter une approche digitale complète et adaptée.
- Diversification, redéploiement et autres « plans B » : une question d'anticipation.

---

## **I- Présentation générale du programme**

---

### **Objectif**

Vous doter des connaissances et des techniques permettant de structurer efficacement la stratégie commerciale de l'entreprise et de mettre en place les outils les plus pertinents pour dérouler cette stratégie.

### **Public concerné**

Cette formation s'adresse à tout public volontaire pour progresser sur ce thème, et tout particulièrement :

- Aux dirigeants de TPE/PME qui souhaitent améliorer leur approche en matière de développement commercial.
- Aux créateurs désireux de définir la bonne démarche commerciale pour leur projet d'entreprise.
- Aux repreneurs analysant l'état des lieux et le potentiel de leur cible.
- Aux responsables commerciaux d'entreprises engagées dans une démarche de progrès pour l'efficacité de leur processus de vente.

### **Modalités pédagogiques**

Les exposés sur les concepts sont illustrés par des situations professionnelles réelles et concrètes.

Les stagiaires mettent leurs acquis en pratique au travers d'études de cas et de jeux de rôles.

Le formateur dispense des conseils personnalisés en fonction des besoins de chaque stagiaire.

Le support de formation est remis à chaque stagiaire avec une section documentaire permettant d'aller plus loin.

### **Modalités pratiques**

Le programme standard se déroule sur deux jours (15 heures), au tarif de 1 200€ par stagiaire (régime d'exemption de TVA).

Les groupes réunissent de 3 à 8 stagiaires, pour assurer un niveau d'interactivité optimal.

Un principe fondamental des formations Level Up Conseil est l'adaptabilité : le contenu comme la durée peuvent être retravaillés sur mesure afin de correspondre parfaitement aux attentes et objectifs de votre entreprise (démarche d'adaptation sur devis).

---

## **II- Les modules du programme**

---

### **Module « Optimiser la gestion du portefeuille clients »**

- Connaître et enrichir votre base clients : utilité d'une démarche et d'un outil CRM.
- Comment mener une étude de satisfaction clients véritablement utile.
- La segmentation, condition fondamentale d'une offre optimisée.
- Le concept de LCV (« Lifetime Customer Value ») dans le contexte d'une TPE/PME.
- Animer le portefeuille : co-construction et clubs utilisateurs.
- Construire une politique de fidélisation adaptée à votre situation.
- La mesure RFM (Récence-Fréquence-Montant) pour caractériser le degré de fidélisation.

### **Module « Organiser votre prospection commerciale »**

- Construire des outils de ciblage adaptés.
- Savoir formuler votre USP (« Unique Selling Proposition ») pour émerger dans le panorama concurrentiel.
- Identifier et utiliser les bons canaux de communication.
- Une stratégie digitale adaptée à votre entreprise.
- Définir les stratégies et marges de négociation.
- Doser les politiques promotionnelles et éviter les effets pervers.
- Identifier et activer des relais commerciaux : partenaires et prescripteurs.

### **Module « Stimuler votre force de vente »**

- Pilotage par les objectifs : motiver et responsabiliser.
- Une politique de rémunération en phase avec vos leviers de rentabilité.
- L'encadrement des commerciaux : proximité, facilitation, rigueur.
- Le calendrier commercial : du bon dosage des challenges et autres animations.
- Les modèles alternatifs : agents commerciaux et forces supplétives.

### **Module « Piloter votre activité commerciale »**

- Savoir se fixer les bons objectifs : application de la méthode SMART à votre cas d'entreprise.
- Créer de l'engagement autour des objectifs : structurer la communication interne.
- Utiliser les bons outils de suivi : monter un tableau de bord commercial qui vous correspond.
- Budgétisé et réalisé : utilité de l'analyse des écarts.

## **I- Présentation générale du programme**

---

### **Objectif**

---

Vous doter des connaissances et des techniques permettant de structurer efficacement la stratégie de communication de l'entreprise et de mettre en place les outils les plus pertinents pour dérouler cette stratégie.

### **Public concerné**

---

Cette formation s'adresse à tout public volontaire pour progresser sur ce thème, et tout particulièrement :

- Aux dirigeants de TPE/PME qui souhaitent améliorer leur approche en matière de communication.
- Aux créateurs désireux de définir la bonne démarche de communication pour leur projet d'entreprise.
- Aux repreneurs analysant l'état des lieux et le potentiel de leur cible.
- Aux responsables marketing / communication d'entreprises engagées dans une démarche de progrès pour l'efficacité de leur communication.

### **Modalités pédagogiques**

---

Les exposés sur les concepts sont illustrés par des situations professionnelles réelles et concrètes.

Les stagiaires mettent leurs acquis en pratique au travers d'études de cas et de jeux de rôles.

Le formateur dispense des conseils personnalisés en fonction des besoins de chaque stagiaire.

Le support de formation est remis à chaque stagiaire avec une section documentaire permettant d'aller plus loin.

### **Modalités pratiques**

---

Le programme standard se déroule sur un jour et demi (11 heures), au tarif de 950€ par stagiaire (régime d'exemption de TVA).

Les groupes réunissent de 3 à 8 stagiaires, pour assurer un niveau d'interactivité optimal.

Un principe fondamental des formations Level Up Conseil est l'adaptabilité : le contenu comme la durée peuvent être retravaillés sur mesure afin de correspondre parfaitement aux attentes et objectifs de votre entreprise (démarche d'adaptation sur devis).

---

## **II- Les modules du programme**

---

### **Module « Les fondamentaux de la communication d'entreprise »**

- Un postulat de base : dans l'entreprise, tout est communication.
- Communication interne, communication institutionnelle, communication financière, communication d'influence, communication publicitaire : différents plans de communication pour différents objectifs.
- Les notions essentielles : sensibilisation, reconnaissance, attribution, impact, agrément.
- Etablir la compatibilité entre l'émetteur et le récepteur d'une communication.
- Info ou intox : les bases d'une communication factuelle et objective.
- La communication comme vecteur de satisfaction et de motivation des collaborateurs.
- Communication et communicant(s) : identifier et équiper un ou plusieurs porte-parole.
- De l'utilité d'un plan de crise en communication.
- Communiquer sur la marque employeur pour attirer les talents.

### **Module « Définir une communication 360° adaptée à vos objectifs »**

- Comprendre votre environnement : thématiques, tonalité et niveau de saturation.
- Formuler votre USP (« Unique Selling Proposition ») et la faire connaître.
- Créer votre charte de communication.
- Gérer le bon mix entre communication média et hors média.
- La communication digitale au service de vos objectifs d'entreprise.
- Communication et moyens : optimiser l'efficacité de votre budget.
- Comment élever le niveau d'engagement de vos clients.
- Comment toucher de nouveaux prospects : émerger et intéresser.
- La gestion du « feedback loop » : interpréter les résultats de vos actions pour adapter votre stratégie.

### **Module « Développer vos compétences en communication interpersonnelle »**

- Définir un cadre pour chaque communication : objectif et horizon de temps.
- Définir le bon format : de « l'elevator pitch » à la conférence plénière.
- Communiquer c'est d'abord écouter et comprendre : les grands principes de l'écoute active.
- Savoir s'adapter : construire un échange collaboratif avec ses interlocuteurs.
- La compréhension des attentes de l'auditoire : le banquier, le client, le prospect et le journaliste.
- Construire le bon argumentaire et les outils de conviction.
- Améliorer votre performance de communicant : posture, émotions et énergie.
- Traiter les difficultés : objections, agressions et décrochage.
- De l'importance de bien conclure un échange.