

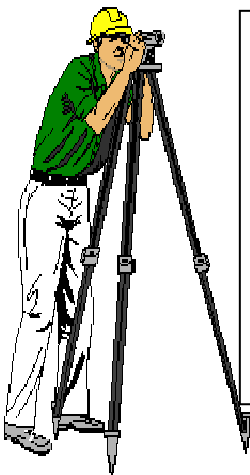


François A. SITTLER Directeur

# L'EXPRECOM

**Depuis 1989**

**Agrément du Ministère de l'Intérieur pour  
la formation des Élus Territoriaux**



*Dossier général  
Du  
Concept formation*

## SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	2
PROCESSUS COMINFORMA.....	5
COACHING INFORMATIQUE.....	6
STAGE TECHNIQUES DE VENTE.....	7
STIMULATION DES FORCES DE VENTE.....	8
STAGE AUGMENTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES.....	9
STAGE VENDRE SA PRESTATION ET SA RÉPUTATION.....	10
STAGE ACCUEIL CLIENTS.....	11
STAGE LA NÉGOCIATION CONSTRUCTIVE.....	12
STAGE MANAGEMENT D'ÉQUIPE.....	13
STAGE DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE SES COLLABORATEURS.....	14
STAGE PRISE DE POSTE A RESPONSABILITÉS.....	15
STAGE GESTION DU TEMPS.....	16
STAGE CONDUITE DE RÉUNION.....	17
STAGE ENTRETIEN ANNUEL.....	18
STAGE DE SÉCURITÉ APPLIQUÉE AU CORPS ET A L'ESPRIT.....	19
STAGE GESTION DES CONFLITS.....	20
STAGE GESTION DU STRESS.....	21
STAGE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC.....	22
STAGE DE TRAINING SUR LA VOIX EN STUDIO D'ENREGISTREMENT.....	23

# FRANCESCO EZZO DIFFUSION

STAGE LA VOIX DE LA COMMUNICATION .....	24
STAGE DE PRÉPARATION A L'ORAL .....	25
STAGE LA PRATIQUE DU TÉLÉPHONE .....	26
PROCESSUS RECONQUÊTE D'UNE CARRIÈRE .....	27
STAGE CONDUITE DE PROJET .....	28
STAGE TABLEAUX DE BORD .....	29
STAGE ORGANISATION DE MANIFESTATIONS.....	31
STAGE D'INITIATION AUX MARCHES PUBLICS .....	32
STAGE SAVOIR RÉPONDRE A UN MARCHÉ PUBLIC.....	34
STAGE DEVENIR UN LEADER GAGNANT .....	35
STAGE FORMATION DE FORMATEURS OCCASIONNELS.....	36
STAGE DE PRÉPARATION DES SALARIÉS AU DÉPART EN RETRAITE .....	37
STAGE MIEUX COMMUNIQUER AVEC LES USAGERS ORIGINE MAGHREBINE .....	39
COACHING ET MÉDIATION .....	40
STAGE LA VENTE MAGIQUE .....	41
LA MÉTHODE L'EXPRECOM .....	42
CONTENU DETAILLE DE L'EXPRECOM.....	43
NOS RÉFÉRENCES (DEPUIS 1989).....	44

## PRESTATIONS EXONÉRÉES DE TVA

### AU TITRE D'UNE ENTREPRISE DE FORMATION

**(Décision administration fiscale du 18 février 2002  
article 261 du Code général des impôts )**

## PROCESSUS COMINFORMA Accompagnement d'un projet de service

### Objectif : Communication interne + Formation

Associer des actes de formation à une nouvelle définition de la communication interne, à la recherche de motivations, à la mise en place d'un processus qualité, à l'accompagnement d'une mutation importante ou d'un projet de service.

### Déroulement

- ➔ Définition avec la Direction d'un objectif clair et concret pour qu'il soit officialisé
- ➔ Alternance de réunions de petits groupes et d'entretiens individuels afin de recueillir le maximum d'informations (et pour le consultant de se faire accepter)
- ➔ Rapport d'enquête analysant les données obtenues et proposant de premières solutions
- ➔ Le plus souvent mise en place de groupes transversaux travaillant sur des sujets pratiques et débouchant sur des actions rapides (passer de la cogitation négative à l'offensive positive)
- ➔ Phases de formations rapides directement liées aux propositions adoptées
- ➔ Création d'un Comité de Pilotage qui progressivement remplacera le consultant pour assurer la pérennité de la dynamique enclenchée.

### Durée

- **Phase tremplin** : Enquête/analyse, durée variable mais souvent de l'ordre de 1 à 2 semaines (en fonction de la taille). Deux axes : Organisation et relations internes et externes
- **Phase formation et lancement des actions et des groupes** : Dans le mois qui suit la phase tremplin
- **Phase de consolidation** : Dans l'année

### Objectifs possibles

- Créer une motivation pragmatique et collective
- Stimuler une activité (mettre du « sport » et de la passion dans le quotidien)
- Monter le taux de rationalité : Procédures et méthodologie
- Régler des problèmes d'accueil ou de taux de satisfaction/clients ou usagers
- Augmenter le chiffre d'affaires, la rentabilité ou la productivité
- Assurer le redémarrage d'une entité en difficultés. Accompagner la fermeture d'un site
- Stimuler la mise en place d'un projet de service

### Cibles fréquentes

- Manque de « rituels » de tous ordres. Absence de « croyances » d'entreprise (supports de l'appartenance)
- Fatalisme ambiant ; démotivation générale ; oppositions et rivalités internes
- Mauvaise circulation de l'information
- Poids du passé ou de l'histoire de l'entité concernée
- Management trop vertical ou manquant de pédagogie
- Absence d'expression de tout ou partie du personnel
- Insuffisance des échanges de signes de reconnaissance, etc., etc.....



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## COACHING INFORMATIQUE

Les stages classiques de bureautique, ayant des thèmes précis, ne répondent pas forcément aux besoins de personnes, soucieuses de progresser en un minimum de temps vis-à-vis d'exigences très diverses.

C'est pourquoi, nous avons imaginé une formule originale soit individuelle soit concernant un groupe de quelques participants.

Intervenants : Enseignant confirmé en informatique

Durée : 1 journée (avec rappel éventuel)

Descriptif :

1. Lieu : Sur site.

2. Avant la formation : Lors d'un contact préalable, par téléphone et courriel, le ou les stagiaires communiquent la liste de leurs attentes, quelle qu'en soit la diversité ; cela permet à notre intervenant de concevoir un programme et une progression générale.

3. Au démarrage de la formation : Par une série de tests pratiques, notre intervenant mesure le niveau des différents acquis et apporte immédiatement des compléments de savoir faire. Il vérifiera également l'équipement technique et la panoplie logicielle afin d'émettre diverses suggestions.

4. Déroulement de la formation : En fonction du programme préétabli, et en partant du plus simple au plus complexe, les participants peuvent acquérir des compétences immédiatement applicables.

5. Exemples de thème (liste non exhaustive) :

- ▶▶ Comment mettre en page facilement un document ordinaire dans Word ?
- ▶▶ Comment construire aisément un rapport avec Word ?
- ▶▶ Comment utiliser le publipostage avec Word et Excel ?
- ▶▶ Comment élaborer un tableau simple dans Excel ?
- ▶▶ Comment utiliser les fonctions de calcul avec Excel ?
- ▶▶ Comment manipuler des listes sous Excel ?
  
- ▶▶ Comment optimiser la gestion de sa messagerie ?
- ▶▶ Comment ne pas se perdre sur Internet ?
- ▶▶ Comment animer des présentations informatisées (Powerpoint) ?
- ▶▶ Comment réaliser facilement une publication ?
- ▶▶ Comment créer et animer son blog ?
- ▶▶ Etc., etc.....

Ainsi, à l'issue de la journée, les participants auront progressé simultanément sur plusieurs axes

6. Méthode pédagogique : Les stagiaires sont toujours au clavier. Quand une technique est comprise et maîtrisée, ils établissent une fiche de procédure afin de pouvoir s'y référer.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE TECHNIQUES DE VENTE

### Objectif :

Acquérir le charisme et la flexibilité du vendeur haut de gamme ; structurer les étapes et assurer la conclusion dans une stratégie « plus/plus » ; développer la vente additionnelle ; intégrer le véritable plaisir de vendre.

Durée : De 2 à 4 jours ( éventuellement application sur le terrain)

### Contenu :

#### A° Travail sur l'émetteur

- Voix : diction, articulation, volume, débit, tonalité.....
- Langage : Phrases courtes, silences, métaphores....
- La reformulation et l'écoute ; L'art du questionnement ; Le langage positif
- Le duo « metteur en scène/interprète » : Le recul permanent
- Réglage du non verbal : Gestes, regard, position du corps, mimiques, tenue vestimentaire.....

#### B° Travail sur les transactions

- Le comportement du vendeur et ses modes de pensée
- Le comportement des clients selon leur catégorie
- La persuasion psychologique
- La prise de contact, la mise sous méthode, la phase découverte, la démonstration, la conclusion (préparation et action)
- La gestion des objections
- La vente additionnelle
- L'organisation personnelle ; La confirmation, la relance, le suivi.... ; Le moral du vendeur
- La prospection et les prescripteurs
- Cas particuliers proposés par les stagiaires

**NOTA :** *Selon la branche d'activité, il sera éventuellement nécessaire à l'intervenant de se familiariser avec le contexte de l'entreprise.*



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STIMULATION DES FORCES DE VENTE

### Objectif :

Augmenter les résultats d'une équipe de commerciaux, en leur faisant découvrir les facettes sportives et passionnantes de la vente, en accroissant la méthodologie de traitement des séquences et en les mettant en mouvement permanent (sortir des habitudes par l'initiative et le renouvellement des réactions).

Durée : Variable selon « les dimensions » de la mission et de son contexte

Effectif : Nous travaillons essentiellement sur 2 cibles distinctes : Équipe de vendeurs-conseil en comptoir de distribution ; Équipe de commerciaux allant en clientèle (entretien et prospection)

### Structuration du processus :

Notre action comprend systématiquement 3 phases successives :

☞ Observation de la réalité du terrain : Cette phase permet de recueillir des informations capitales pour la conception de notre mission et tout autant de se faire adopter par les intéressés (capital confiance indispensable).

☞ Dans la foulée, mise en place de formations courtes et ciblées pour compléter l'éventail des techniques.

☞ Accompagnement sur le terrain des applications émanant des formations, et structuration de la dynamique collective.

### Contenu des formations :

Elles émanent de l'analyse de l'observation/terrain. Néanmoins, on peut citer quelques thèmes qui reviennent très fréquemment :

☞ Maîtrise parfaite du questionnement

☞ Émergence d'une véritable écoute active et offensive (support, la reformulation et l'ancrage)

☞ -Mise sous méthode de la séquence de vente : Les premiers instants, les premiers mots, la prise en charge du client, la partie découverte, la partie traitement de la demande, la partie extension commerciale

☞ Détermination d'un plan de vente

- Les techniques d'influence : L'envie de posséder, de toucher, de montrer, d'épater, de se faire plaisir, de se rassurer.....

☞ Passer de la simple satisfaction du client au fait de chercher à l'étonner.

☞ Vérification de la bonne connaissance technique des produits et de leur environnement

☞ Faire émerger le plaisir de l'enthousiasme, de la passion, du sport, du succès.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE AUGMENTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES

### Objectifs :

C'est en période de crise qu'il faut savoir se montrer combattif, créatif et offensif : Sortir du carcan du constat –indiscutable mais stérile- pour passer à l'action ; repenser les fondamentaux de son activité et inventer de nouveaux supports de vente ou d'activités. C'est l'objectif de cette journée destinée à générer dès le lendemain, un plan d'action novateur, tourné vers la recherche du succès et du profit.

Durée : 1 ou 2 jours

Animation : François SITTLER

### Contenu :

#### Repenser ses fondamentaux

- 1°) Ses savoir faire, ses technicités, ses points forts
- 2°) Son organisation ; ses points faibles ; les dysfonctionnements
- 3°) La détection de nouvelles niches ; positionnement vis-à-vis de la concurrence

#### L'activité commerciale

- 1°) La fidélisation et la relance client
- 2°) Les prescripteurs
- 3°) La prospection directe
- 4°) Les supports (fichiers, internet, documents de promotion....)

#### La motivation de ses salariés

- 1°) Les basiques
- 2°) Les erreurs à éviter
- 3°) L'encouragement à la vente additionnelle

*Chaque thème sera ponctué d'échanges sur les difficultés et les réussites rencontrées dans la pratique professionnelle des participants.*



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE VENDRE SA PRESTATION ET SA RÉPUTATION

### Objectifs :

A partir de techniques de vente et d'outils de communication, optimiser sa capacité d'interaction lors d'une prise de contact et savoir transmettre une image de professionnel pointu tout au long de la vie d'un dossier. Créer un courant d'empathie et de reconnaissance à double sens. Savoir exploiter son portefeuille clients et augmenter l'impact de sa réputation.

Durée : 2 ou 3 jours

Animation : François SITTLER

### Contenu :



- La découverte du client ; les premiers instants ; la phase « consultation » et les outils qui s'y rapportent (questionnement et reformulation)
- Les fondamentaux de la communication interpersonnelle : Outils vulgarisés émanant de l'analyse transactionnelle
- Les signes de reconnaissance
- La présentation d'un prix ou d'un devis
- L'art de conclure
- La mise en avant de son professionnalisme et de sa technique
- La pédagogie pour annoncer et commenter un échec
- Le maintien relationnel après la clôture d'un dossier
- Les actions de « promotion » ; la communication externe
- Le réseau de prescripteurs

*Chaque thème sera ponctué d'échanges sur les difficultés et les réussites rencontrées dans la pratique professionnelle des participants.*



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE ACCUEIL CLIENTS

### Objectif :

Installer un véritable professionnalisme de l'accueil physique et téléphonique, professionnalisme serein et plaisant, alimenté par une stratégie permanente, et excluant toute incidence d'affectivité ou de subjectivité. Apprendre à centrer sa communication sur l'autre.

### Durée : Formule sur mesure

### Animation : François SITTLER

### Contenu :

- Passage d'une vidéo très symptomatique sur l'accueil téléphonique avec Marc Jolivet
- "Dédramatisation" des séquences tendues : Positiver son quotidien
- Les dysfonctionnements dans l'accueil et la façon de les éliminer
- Les basiques de l'accueil : Les différentes phases, l'écoute active, la mise sous méthode, la conclusion, l'organisation de son "territoire", le suivi éventuel....
- Les spécificités de l'accueil téléphonique : Les premiers mots, le facteur temps, la prise de note, la gestion de l'attente, la nécessité de précision.....
- Les spécificités de l'accueil physique : La réception de l'usager, la disposition physique et matérielle, le non verbal, la relation avec la trame d'une négociation (les 3 « C », consultation, confrontation, concrétisation).
- Les signes de reconnaissance : Faire exister l'autre
- Les techniques des premiers instants
- Les techniques d'écoute
- L'art du questionnement
- L'art de la reformulation (écho, modificative, synthèse)
- La gestion du non verbal : Regard, sourire, gestes, position du corps
- La gestion du verbal et la transmission du message
- Les techniques de conclusion
- L'art de l'évitement et de l'oblique : La gestion des situations tendues
- Applications pratiques avec utilisation du caméscope (avec ou sans image)



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE LA NÉGOCIATION CONSTRUCTIVE

### Objectif :

Être capable de conduire une négociation avec des partenaires internes ou externes vers une solution positive ; rationaliser sa fonction acheteur ; découvrir l'efficacité du rapport « gagnant/gagnant ».

Durée : 3 ou 4 jours

### Contenu :

#### Les grands principes qui régissent la négociation :

Les cas de figure ; les enjeux (réels ou apparents) ; les rapports de force ; Le raisonnement en termes d'écart ; Le rapport gagnant/gagnant (La compréhension mutuelle) ; L'état d'esprit, la vision des enjeux, les faux clichés

#### La préparation d'une négociation :

1. Contexte et limites ; méthodologie ; La consultation : Avoir une information exhaustive
2. L'art du questionnement ; L'empathie ; la réactivité ; la projection de ses pensées ; La recherche du consensus

#### La préparation personnelle : Expression et rhétorique

#### Le processus de discussion :

1. Les filtres personnels ; la gestion de l'interaction :
2. Les différents scénarios ; La construction positive et pragmatique

#### La stratégie dans la négociation :

1. Négociation constructive ; consulter, confronter, concilier
2. Stratégie directe ou indirecte ; les conflits ; Les tactiques ; la gestion de la durée

#### L'aspect technique de l'argumentation :

Les avantages de la phase explicative ; Les divers modes d'argumentation ; les objections

#### Le réflexe stratégique :

La gestion du pouvoir ; Les causes d'échec ; la négociation combat

#### Les supports de réfutation :

Le duo arguments/réponses ; les divers moyens pour réfuter ; La construction d'une réfutation ; la controverse



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE MANAGEMENT D'ÉQUIPE

### Objectif :

Permettre au responsable de se perfectionner à la direction dynamique de son équipe et d'apprendre à motiver un groupe pour créer une responsabilité collective ; susciter le travail/plaisir en le vivant soi-même.

Durée : 4 jours

### Contenu :

*En fonction des attentes des stagiaires, des thèmes seront plus particulièrement approfondis*

#### A° Le Manager

- ☞ Les styles d'encadrement d'une équipe : Comment se situer, comment évoluer ?
- ☞ Les types de pouvoir ; Le réglage de son affectif et de son subjectif : Utilisation d'outils de l'Analyse Transactionnelle
- ☞ L'organisation personnelle et rationnelle ; La refonte de son image

#### B° L'harmonisation des échanges

- ☞ Les styles de comportement des agents ; les insatisfactions
- ☞ L'incidence des besoins selon Maslow dans le quotidien
- ☞ Les lois de la motivation : Loi du transfert motivationnel, loi de la pression d'enjeu (objectifs), loi de la re-compensation performante, loi de la transmission du savoir, loi des hors-jeu, loi du territoire individuel
- ☞ L'optimisation des réunions
- ☞ La recherche de la créativité et de l'initiative ; Les objectifs ; La délégation ; La gestion des entretiens

#### C° La création d'événements de communication avec l'équipe

- ☞ La recherche de « croyances » communes ; l'appartenance ; La multiplication des rituels ; La recherche de supports de stimulation (challenges)
- ☞ La véritable convivialité



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE SES COLLABORATEURS

### Objectif :

Démarrer un processus d'efficacité au sein de son service ou de son entreprise en manquant l'évolution de ses collaborateurs en termes de compétences

Durée : 3 ou 4 jours

### Contenu :

- ☞ Principes généraux de l'évolution de l'entreprise ou d'une entité donnée
- ☞ L'analyse des besoins de compétences pour augmenter polyvalences et synergies (grille de lecture).
- ☞ Le lancement de la méthodologie
- ☞ Les techniques d'entretiens liés à la compétence (dont l'entretien d'aide, la reformulation, l'interaction....)
- ☞ Ce qu'il faut savoir sur la compétence
- ☞ La gestion des compétences: L'étude des postes (toujours par rapport aux compétences)
- ☞ Les modes de fonctionnement du collaborateur (dont l'image de soi)
- ☞ Les styles de pilotage
- ☞ Les objectifs
- ☞ La délégation
- ☞ Les synergies internes et la polyvalence
- ☞ Briefing et débriefing
- ☞ Les supports pratiques (les outils)
- ☞ Fixation du plan d'action



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE PRISE DE POSTE A RESPONSABILITÉS

### Objectif

Permettre à un manager d'optimiser une prise de poste à responsabilités en 90 jours, selon 4 grands cas de figure :

- ☞ Le nouveau service (la « start up ») : C'est une création
- ☞ Le service à redresser : C'est plus ou moins l'urgence
- ☞ Le service à améliorer ou à réorienter : C'est faire passer une mutation à moyen terme
- ☞ Le service à pérenniser : C'est encore améliorer un service qui marche déjà bien

Savoir appliquer une méthodologie et une stratégie sans faille, complètement déconnectées du subjectif et de l'affectif.

### Pré-requis :

Le groupe devra comporter soit des cadres ayant vocation à prendre un poste mais sans affectation immédiate (d'où formation générale), soit des cadres ayant déjà une affectation précise (d'où formation appliquée)

Durée : 4 jours

### Contenu :

#### A° Points forts et points faibles du manager concerné : Installer un « recul » constructif

- ☞ Son niveau cognitif et son expérience par rapport à la nature de l'activité : Se mettre au niveau
- ☞ Ses capacités managériales : Communication et organisation
- ☞ Son niveau d'audience et de crédibilité par rapport à la hiérarchie

#### B° Le diagnostic de la problématique

- ☞ Les 4 scénarios (voir ci-dessus) et leurs caractéristiques classiques : Embryon de la stratégie
- ☞ L'élaboration d'une première stratégie : L'équilibre entre l'action sur les hommes et sur les tâches.
- ☞ Avant la prise de fonction : Se documenter et savoir le maximum de choses objectives

#### C° La phase active

- ☞ Le premier jour
- ☞ Les premières semaines
- ☞ A la fin du premier mois

#### D° Les outils pratiques

- ☞ L'accélération de la transition
- ☞ La création de coalitions ; la théorie des alliés
- ☞ La méthode DESC
- ☞ La création d'événements obligeant à l'action : Délégation et objectifs
- ☞ L'acceptation réaliste du passé avec ses collaborateurs : Structurer la mémoire et la relier au présent.
- ☞ La mise en perspective du présent et la construction d'un nouvel avenir



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE GESTION DU TEMPS

### Objectif :

Connaître les principaux facteurs qui influent sur la distribution du temps et l'organisation dans une équipe autour de son manager ; mettre en place un processus de changement ou de modification à partir de la notion de compétence ; découvrir le plaisir d'un management serein et offensif.

### Durée : 2 jours

### Contenu :

- ☞ Analyse de l'état des lieux : Constat des dysfonctionnements et fixation des objectifs de changement,
- ☞ Prise en compte de la notion de temps
- ☞ Les voleurs de temps émanant de la personnalité et de l'extérieur
- ☞ Principes généraux et pratiques de l'organisation d'une équipe de travail : La gestion des compétences
- ☞ Déroulement d'une méthodologie de gestion du temps individuel
- ☞ Les lois de la motivation : Socle incontournable pour optimiser la tâche d'une équipe autour de son leader
- ☞ La délégation
- ☞ Les objectifs
- ☞ Plan d'action individuel



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE CONDUITE DE RÉUNION

### Objectif :

Acquérir une nouvelle vision de l'acte de réunion et des phénomènes de groupe et déboucher sur une méthodologie concrète permettant de rentabiliser ce mode de communication.

Durée : 2 à 4 jours

### Contenu :

#### a) Communication et interaction

- Schéma de la communication et de l'interaction
- Idées clés dans la relation
- L'énergie des groupes et des organisations

#### b) Qu'est-ce qu'une réunion ?

- Les facettes psychologiques de la réunion ; La typologie de la réunion
- Les grands types de réunion

#### c) Le groupe et sa vie en réunion

- Tout ce qu'il faut savoir sur le groupe en réunion (les états, l'expression, les personnages, la sensibilité.....)
- Conseils au créateur de réunion

#### d) L'animation

- Comment se déroule une réunion (méthodologie)
- Les fonctions de l'animateur ; Techniques d'animation
- Animation et pouvoir

#### e) Discussion et décision

- Le sabotage des réunions ; Les situations délicates
- Maîtriser le processus de discussion (conflits...)
- La recherche de consensus
- Processus de réflexion décisionnelle ; L'acte de décision



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE ENTRETIEN ANNUEL

### Objectif :

Structurer toutes les techniques de base de l'entretien afin d'obtenir le résultat le plus large possible en fonction d'une stratégie préalablement déterminée et d'un objectif souhaité. Maîtriser la gestion du bilan de l'année écoulée, la fixation des objectifs et la partie formation.

Durée : 2 jours

### Contenu :

#### A° Préparation de l'entretien

- ☞ Les stratégies possibles ; l'art de la persuasion ; Le duo metteur en scène/interprète ; l'annonce des entretiens
- ☞ Le contexte de la situation ; le rapport de forces ; la préparation mentale
- ☞ L'utilisation de l'écrit ; le document préparatoire

#### B° Le démarrage de l'entretien

- ☞ L'accueil ; Les préliminaires
- ☞ La phase consultation ; la détection des indices

#### C° Le déroulement de l'entretien

- ☞ L'empathie
- ☞ L'art de questionner ; La reformulation ; l'écoute active
- ☞ La gestion et l'observation du verbal ; La gestion et l'observation du non verbal
- ☞ Le calibrage (verbal et non verbal)
- ☞ La détection des non dits ; le parler vrai ; faire baisser la garde ; La gestion des points de blocage
- ☞ Le bilan de l'année écoulée ; la fixation des objectifs à venir
- ☞ Le point des compétences, de la formation et du DIF

#### D° La conclusion de l'entretien

- ☞ La récapitulation active (points positifs et négatifs)
- ☞ L'émergence d'un éventuel « contrat »
- ☞ Les possibilités de consensus ; L'éventualité d'une rupture
- ☞ Le compte-rendu ; Le suivi éventuel.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE DE SÉCURITÉ APPLIQUÉE AU CORPS ET A L'ESPRIT

### Objectif :

A partir de différents basiques de l'aïkido, acquérir un savoir faire dans la dédramatisation et l'évitement des situations conflictuelles. Savoir se préserver physiquement et mentalement des agressions extérieures

Cible : Gardiens et agents de sécurité

Durée : 3 jours

Animation : Pascal Mennesson (6<sup>ème</sup> dan d'aïkido)

### Contenu :

- ☞ Prise de conscience de ses réflexes conditionnés et modification des fondamentaux
- ☞ Reprogrammation des attitudes corporelles
- ☞ Maîtrise des réactions verbales
- ☞ Apprentissage de techniques spécifiques
- ☞ Les signes annonciateurs
- ☞ L'éthique et les limites de sa fonction
- ☞ La décompression mentale à la suite d'un conflit



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE GESTION DES CONFLITS

### Objectif :

Gérer et traiter une situation conflictuelle (existante ou prévisible) par une stratégie pragmatique et objective afin d'obtenir un résultat de type gagnant/gagnant ou à défaut qui sauvegarde les intérêts nobles de chacun. Découvrir le plaisir de la stratégie oblique.

Durée : 2 à 4 jours

### Contenu :

- ☞ Les différents types de conflit : Caractéristiques, causes
- ☞ Les signes annonciateurs
- ☞ Les outils de l'Analyse Transactionnelle dans la relation interpersonnelle : Le trio PAE, les transactions et leurs dysfonctionnements ; les jeux, les messages internes, les interdits....  
Ces outils permettent de mieux comprendre (et plus rapidement) bon nombre de cas fréquents ou répétitifs et d'agir en conséquence sans s'impliquer affectivement ou subjectivement
- ☞ La mise en place d'un esprit « négociation » : Acquisition d'une méthodologie préparant le consensus ou tout autre résultat de type positif, notamment en soignant la partie consultation avant d'entrer dans la discussion ou dans l'action.
- ☞ Maîtrise du processus de discussion : Argumentation, réfutation, reformulation, silences.....
- ☞ Le questionnement : L'outil dont il faut multiplier l'usage.

***NOTA :** Les 2 techniques ne formeront pas 2 parties successives mais seront mixées à travers des exercices pratiques (avec l'utilisation du camescope).*



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE GESTION DU STRESS

### Objectif :

Traiter ou prévenir, ou bien les conséquences concrètes et objectives d'un travail soumis à forte pression –soit par excès de flux d'activités, soit par impact direct sur l'affectif-, ou bien un état de « mal être », négativité, démotivation, peur du lendemain.... dû à des causes très diverses. Formule courte concernant des situations à gravité relative.

Durée : 3 jours

Intervenant : Médecin du travail

### Contenu :

- ☞ Connaissances de base du fonctionnement de l'organisme
- ☞ Réactions physiologiques au stress
- ☞ Conséquences pathologiques
- ☞ Subjectivité de la perception des choses
- ☞ Composantes de la vie au travail ; les erreurs classiques
- ☞ Méthodes de relaxation
- ☞ « Ordonnance et posologie » pour un renouveau

**Stage interactif avec exercices d'application  
et traitement ponctuel de cas particuliers**



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

### Objectif :

A partir d'une restructuration de son élocution, pouvoir inventer une stratégie performante, spécifique à chaque situation, mettant en évidence un charisme à ses mesures et tourné vers l'empathie ; découvrir le plaisir de séduire ou de convaincre.

Durée : 2 à 4 jours selon besoins exprimés

### Contenu :

#### a) Réglage de l'émetteur

- ☞ Sensibilisation et exercices sur l'articulation et la diction
- ☞ Correction du débit, du volume et de la tonalité... ; Utilisation des silences ; les phrases courtes
- ☞ Mise au point du non verbal : Regard, gestes, positions du corps, mimiques du visage
- ☞ Repérage et élimination des tics (de langage ou physiques)

#### b) Réglage du contenu

- ☞ La conception du contenu (sélection des idées, l'objectif recherché, le contexte...)
- ☞ L'empathie, base de toute intervention ; Les signes de reconnaissance, l'humour, les supports d'appartenance, ingrédients du succès ; La transmission du message

#### c) L'interprétation

- ☞ Le duo metteur en scène/interprète ; La gestion de l'affectif et du subjectif
- ☞ L'osmose permanente avec l'auditoire : Le réglage systématique
- ☞ Le relief : Les effets spéciaux ; Démarrage et finition
- ☞ La transmission du plaisir de discourir
- ☞ L'improvisation ; les parades aux imprévus ; Le discours à table (lors des déjeuners).

### Variante

Déroulement d'une méthodologie de conception et de préparation pour la présentation orale d'un projet

- ☞ La pensée stratégique
- ☞ Le plan général (contexte, constat, solution, résultats....)
- ☞ L'accroche
- ☞ La conclusion
- ☞ Les différents supports
- ☞ Les notes
- ☞ Les répétitions
- ☞ La gestion des questions et des objections



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE DE TRAINING SUR LA VOIX EN STUDIO D'ENREGISTREMENT

Spécial 06

Maîtriser sa voix et son langage est un atout indispensable pour transmettre efficacement un message lors d'une interview ou d'un discours. Mais pour cela, il faut acquérir la « conscience » de sa voix et remplacer la négativité qui s'y attache naturellement par une nouvelle et plaisante attraction.

### Intervenant : François SITTLER :

Consultant depuis 18 ans, co-auteur de la méthode de diction, d'expression et de communication **L'EXPRECOM**, il maîtrise parfaitement le travail sur le verbal et sait susciter des progrès rapides, durables et spectaculaires.

### Modalités :

1) La session s'effectue dans un **studio d'enregistrement** équipé en numérique avec le concours d'un ingénieur du son. L'utilisation d'un outil aussi sophistiqué donne des résultats incomparables du fait des éléments suivants :

- Univers feutré, impressionnant, silencieux
- Pureté extraordinaire de la reproduction de la voix
- Possibilités multiples de jouer sur le timbre de voix, les intonations, d'enregistrer, de couper, de revenir en arrière, de modifier.....

2) Il faut prévoir une durée de 2 à 3 jours consécutifs pour que l'impact puisse avoir la meilleure pérennité.

3) Sur les Alpes Maritimes, nous utilisons le **Studio Marylin à Cagnes sur Mer** (coût de la location du studio de 250 à 300 euros HT par journée)

4) La formation peut concerner une seule personne ou un petit groupe de 8 personnes au maximum.

5) Elle se termine par l'enregistrement d'une séquence « témoin », gommée de toute imperfection, qui sera reproduite sur CD et dont le stagiaire se servira comme un support-guide et une référence.

### Conclusion :

Ce training très technique permet d'installer une aisance percutante lors des relations avec les médias et des interventions en public ou en réunion.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE LA VOIX DE LA COMMUNICATION

### Objectif :

A travers un travail intensif sur la voix, le langage et le non verbal, découvrir une nouvelle puissance de communication en ayant une expression au service de ses stratégies.

Durée : 5 jours (ou 5 fins de journée et soirées)

STAGE SUR  
SUPPORT DÉPOSÉ  
HORS CONCURRENCE

### Contenu :

Une partie des cours sera basée sur la méthode de diction, d'expression et de communication **L'EXPRECOM** dont un exemplaire restera à chaque stagiaire à l'issue de la session. (Utilisation du camescope pour divers exercices pratiques)

Important : Concerne l'expression en face à face, en réunion et face à un auditoire.

**STRUCTURE** : Chaque journée comportera 3 parties inégales :

- Travail de la voix : Diction, articulation
- Travail du langage : Exposés, discours, entretiens
- Travail sur l'approche des évènements

### 1° Partie

- Les nasales, les voyelles, les consonnes ; comment on utilise sa voix ; être maître du verbe
- Les sons difficiles ; la voix forte
- La tonalité, le volume, le débit, la gestion des silences, les liaisons, les tics de langage...

### 2° Partie

- L'écoute active ; L'empathie ; Le non verbal ; Le langage métaphorique ; le relief permanent
- Le questionnement ; la véritable reformulation
- La structure d'une intervention

### 3° Partie

- Les signes de reconnaissance ; la pensée positive au quotidien ; L'affirmation de sa personnalité
- Les techniques de persuasion ; Le duo « metteur en scène/interprète » : Le recul permanent
- Les objectifs et l'utilisation de l'écrit
- Un charisme à ses mesures



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE DE PRÉPARATION A L'ORAL

### Objectif :

Permettre aux candidats d'être en possession de tous leurs moyens lors de l'oral et de maîtriser le plus possible le déroulement de l'intervention par le biais d'une parfaite maîtrise du verbal et du mental.

Durée : **2 jours**

### Contenu : Axes pédagogiques en fonction de la nature de l'oral

La session sera composée d'exposés pratiques suivis d'exercices d'application (utilisation du caméscope).

- ☞ Travail sur le verbal : Diction, articulation, débit, volume, tonalité, phrases courtes, silences....
- ☞ Travail sur le non verbal : Regard, gestes, mimiques du visage, position du corps, tenue vestimentaire.
- ☞ Travail sur le langage lié à l'écoute : Reformulation, questionnement, argumentation, réfutation.
- ☞ Travail sur la stratégie : Aller du terrain de l'autre sur son aire de compétence (les passerelles d'interprétation).
- ☞ La gestion de la mise en instabilité : L'humilité et l'offensive pour positiver.
- ☞ La structure de l'exposé : Introduction, développement et conclusion
- ☞ Les effets spéciaux : images, métaphores, données fortes....
- ☞ La gestion de l'émotivité et du trac : La maîtrise du mental
- ☞ La créativité au service de ses réponses ; La sympathie, l'empathie : La véritable vision du jury
- ☞ Le dédoublement : Le duo « metteur en scène/interprète »
- ☞ Les premiers instants

*La session débutera par un bilan rapide des points forts et des points faibles.*



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE LA PRATIQUE DU TÉLÉPHONE

### Objectif :

A partir de techniques précises visant notamment à maîtriser le langage, acquérir une vision stratégique de « l'outil téléphone » afin d'en faire un support d'excellence dans le domaine de l'accueil, du traitement des opérations quel qu'en soit le sens.

Durée : **2 à 3 jours**

### Contenu :

- ☞ Détermination des points forts et des points faibles de chacun
- ☞ Les erreurs fréquentes dans le quotidien téléphonique (causes et effets)
- ☞ Détail de l'activité téléphonique (appels entrants, les appels sortants, renseignements, urgences, réclamations, erreurs d'aiguillage, R.V., filtrages....)
- ☞ L'empathie : Se mettre à la place de celui qui est au bout du fil
- ☞ Techniques de base : Les premiers mots, l'installation d'un climat, l'écoute, la reformulation, l'art du questionnement, la synthèse éventuelle, la prise de notes, la certitude du contentement de l'autre, la suite à donner...
- ☞ Réglage du langage : Articulation, tonalité, débit, volume
- ☞ L'organisation personnelle et l'optimisation de son territoire
- ☞ Les accessoires : Répertoires, annuaires, agendas.

**NOTA :** La session sera composée de courts exposés suivis d'exercices d'application avec utilisation d'un caméscope (avec ou sans isolation du son)



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## PROCESSUS RECONQUÊTE D'UNE CARRIÈRE

### Objectif :

Remettre en action des agents démotivés ou en situation de non compétence afin de leur permettre d'accéder à un nouveau départ de leur carrière professionnelle

### Durée : 4 Jours

### Justification :

Au-delà des bilans de compétences, un agent démotivé conserve un réel potentiel de renouveau : Usé par la stagnation et la répétition face à un futur figé, il n'a comme seules ressources existentielles que de se réfugier dans la rébellion ou la passivité (voire la tricherie). Mais malgré des convictions de surface souvent dédiées à la faute des autres, il est profondément perdant, d'où l'évidence qu'il ne peut qu'être demandeur, même à son insu, d'un renouveau professionnel. C'est pourquoi, un employeur qui doit garder cet agent doit mettre tous les moyens en œuvre pour à la fois le "rentabiliser" et tout autant assurer sa mission sociale. Il s'agira d'abandonner une approche strictement cognitive d'où une formule en deux temps : D'une part, faire un point existentiel, notamment à partir de l'image de soi (et mettre en place de nouvelles permissions) et d'autre part déterminer un plan d'action global afin de loger de nouveaux repères de reconnaissance et de satisfaction.

### Contenu :

#### 1° PHASE

- Journée 1 : Consacrée à l'expression orale. Il s'agira de libérer la parole, la voix résumant toute la négativité qu'un individu s'inflige. Sur un plan technique, on opère au niveau de "l'enfant" afin de mettre le stagiaire en ressenti positif.
- Journées 2 et 3 : Consacrées au passage en revue des outils de l'analyse transactionnelle (très vulgarisés) afin d'installer une nouvelle grille de lecture de sa personnalité et de ses relations avec les autres (dont la hiérarchie) et forger l'envie d'un nouveau futur. Utilisation en préambule du test de caractérologie de Gaston Berger.

#### 2° PHASE

- Journée 4 : Écriture d'un plan d'action personnalisé, présenté en fin de journée à la Direction sous forme d'un exposé de 5 minutes.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE CONDUITE DE PROJET

### Objectifs :

Développer la capacité à coordonner un projet de manière performante. Savoir situer le projet dans son environnement, et savoir justifier sa pertinence. Être capable de planifier le projet et suivre les délais, d'utiliser efficacement des outils de suivi de projet et de planification. Découvrir le plaisir de pratiquer une rationalité offensive et efficace

**Durée : De 2 à 3 jours selon les besoins exprimés**

### Contenu :

#### DÉFINITIONS

Rappel sur les notions d'objectifs. Les basiques d'un projet

#### LES ACTEURS D'UN PROJET

1. Le chef de projet : sa fonction, son rôle et les compétences nécessaires.
2. L'équipe de projet : définition du rôle et des fonctions de chacun.
3. Leadership et cohésion d'une équipe de projet.
4. Introduction à la conduite du changement.

#### L'ORGANISATION DU PROJET : OUTILS ET MÉTHODES

1. L'importance de la phase enquête
2. Les "questions clés".
3. Identification des tâches et planification.
4. Estimation des délais de réalisation, des coûts et budget prévisionnel.
5. Identification et analyse des risques.
6. Communication autour du projet.
7. Maîtrise documentaire et traçabilité.
8. Spécificités du « brainstorming »

#### PILOTAGE DU PROJET : LE SUIVI

1. Définition et mise en place des moyens de contrôle : délais, qualité, coûts.
2. Élaboration des tableaux de bord de suivi du projet.
3. Analyse du fonctionnement de l'équipe.
4. Gestion des modifications.

#### LE BILAN DU PROJET

1. Analyse du déroulement.
2. Communication.
3. Capitalisation d'expérience.
4. La phase transmission

Les thèmes seront plus ou moins orientés en fonction des spécificités des tâches et autres impératifs ou attentes.



**SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION**

## STAGE TABLEAUX DE BORD

### Objectif :

Acquérir une démarche méthodologique et structurée dans l'élaboration d'un tableau de bord. Savoir définir et contrôler des objectifs prioritaires, créer des indicateurs de performances et de pilotage... Parfaire la maîtrise de l'outil Excel pour la conception et l'utilisation des supports. Repartir avec une application concrète et immédiatement utilisable. Augmenter sa crédibilité dans la communication hiérarchique. Découvrir ou redécouvrir le plaisir de l'approche rationnelle.

Pré requis : Être familiarisé avec Excel quant à ses basiques. Pour certains profils, une journée préparatoire sur l'utilisation du logiciel pourrait être envisagée.

Logistique : Les stagiaires devront pouvoir utiliser des micros pour les parties applicatives.

Durée : 3 jours

Animation : Eric Dunan, conseil en organisation, informatique et accompagnement économique

### Contenu :

#### *Jour 1 - Qu'est-ce qu'un Tableau de Bord ?*

##### Les problématiques du manager ou du responsable

- ✓ Améliorer la performance : quelle performance ?
- ✓ La prise de décision : dans quels domaines ? Dans quels délais ?
- ✓ Présenter ses résultats : sous quelle forme ?

##### A quoi sert un tableau de bord ?

- ✓ Répondre aux besoins du manager : « Prévoir – Mesurer – Décider »
- ✓ Le « Pilotage » en temps réel, la réactivité
- ✓ L'analyse des dysfonctionnements, leurs corrections
- ✓ La présentation de constats objectifs et synthétiques

##### Que trouve-t-on dans un Tableau de Bord ?

- ✓ Définir vos critères de la performance
- ✓ Le choix des indicateurs : Financiers, de rendements, qualitatifs...
- ✓ Fixer des normes, des objectifs, une planification standard
- ✓ Les mesures régulières des indicateurs choisis
- ✓ La mise en évidence des écarts à la norme, en négatif...comme en positif !
- ✓ Des indicateurs synthétiques (Cf le tableau de bord automobile).

##### Faire « Vivre » son tableau de bord

- ✓ Choisir des critères aisément mesurables dans le temps
- ✓ Vérifier/adapter/Créer ses propres systèmes d'information
- ✓ Un « Must » : obtenir l'adhésion active de ses collaborateurs

- ✓ Concevoir un outil permettant à la fois une vision synthétique et une vision détaillée
- ✓ Concevoir un outil souple et automatisé pour une actualisation rapide et fiable

## Jour 2 - Élaboration des projets des stagiaires

### Réflexion commune et individuelle sur la validité des critères à retenir par chacun.

- ✓ Les critères sont-ils *Significatifs - Mesurables – Accessibles*?
- ✓ Sont-ils en adéquation, en cohérence, avec le contexte et l'actualité du milieu concerné
- ✓ Réflexion commune et individuelle sur la mise en place des circuits permettant de récolter l'information.

### Élaboration commune et individuelle des projets de Tableau Bord de chacun.

#### Description pour chaque projet :

- ✓ Des circuits d'information
- ✓ Du détail des données de base
- ✓ Des types de synthèses

## Jour 3 - De la théorie à la pratique, le Tableur est mon ami !

### Réalisation collective de maquettes des projets individuels sur tableur

- ✓ Le b/a-ba des tableaux, des calculs, de la présentation
- ✓ La récupération de données externes
- ✓ L'utilisation des filtres, des fonctions conditionnelles
- ✓ Les reports de feuilles en feuilles
- ✓ Les représentations graphiques
- ✓ Des « clignotants » automatiques

### Tour de table final des projets

- ✓ Suggestions
- ✓ Améliorations
- ✓ Finitions
- ✓ ...
- ✓ Validation !



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE ORGANISATION DE MANIFESTATIONS

### Objectif :

Acquérir une méthodologie, un savoir faire, une créativité, afin de structurer l'expérience terrain et être capable de monter avec efficacité et succès des opérations de toutes dimensions.

Durée : 3 jours

Animateurs : François A. SITTLER (formateur) et Jean-Pierre COLMEZ (organisateur de congrès)

Effectif : Personnes susceptibles de concevoir et de diriger des actions de communication externe (colloques, séminaires, relations publiques..) ou des opérations festives ou culturelles

Contenu : 4 parties successives

### a) Enquête et analyse

- Synergie entre l'objectif et le contexte du moment
- Le positionnement de l'action sous tous les angles
- L'empathie dans la prise de décision
- Le rapport idée/budget

### b) Planification

- L'analyse des différents délais
- L'écriture du scénario de l'opération
- Les partenaires
- Les différents acteurs de l'action
- La gestion des imprévus

### c) La démarche ludique

- Le respect de diverses exigences : Le rythme, le confort, les sensations, le plaisir, l'émotion... ; l'aspect « enfant » de tout public
- Les signes de reconnaissance, ingrédients du succès

### d) Les questions techniques

- L'administratif ; les divers supports
- Le son, l'image, le décor, les attractions, les médias



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE D'INITIATION AUX MARCHES PUBLICS

### Objectif :

Connaître les bases juridiques de la commande publique et comprendre la problématique d'ensemble afin de mieux définir l'orientation et la conduite des projets. Éviter des erreurs souvent préjudiciables et maîtriser la réponse aux appels d'offres.

### Intervenants : Cadre de la Fonction Publique

### Durée : De 2 à 3 jours

### Contenu :

#### 1. Le cadre général des marchés publics

- Principes fondamentaux et cadre réglementaire
- Définition des marchés et accords-cadres
- Les acteurs et leurs rôles respectifs (Commission d'Appel d'Offres , pouvoir adjudicateur, opérateurs économiques, ...)
- Les grandes phases du processus d'achat

#### 2. Terminologie et sigles

#### 3. Les différentes catégories de marchés et les C.C.A.G. associés

- Fournitures courantes, services, travaux
- Étude globale des 4 cahiers des clauses administratives générales

#### 4. Modes de dévolution et différents types de marchés

- Marché unique. Marché à lots
- Marchés à quantité fixe ou fractionnés
- Les prescriptions du Code sur l'allotissement

#### 5. La détermination des besoins et l'appréciation des seuils

- Les différents seuils
- La notion d'opération de travaux
- Les prestations à caractère homogène
- La gestion des "petits lots" dans les appels d'offres
- Les techniques de recensement et d'étude des besoins
- La formulation des spécifications techniques dans les cahiers des charges

#### 6. La publicité

- L'avis de pré information
- Seuils et délais de publicité
- Supports de publication et contenu de l'avis d'appel public à concurrence

## 7. Les procédures de passation des marchés et accords-cadres

- Les appels d'offres ouverts ou restreints
- Les marchés négociés. Le dialogue compétitif
- Autres procédures
- La dématérialisation des procédures

## 8. Les marchés passés selon la procédure adaptée

- Définition et limites. Cadre contractuel
- Publicité et procédure
- L'élaboration de guides de procédures internes

## 9. La composition du dossier de consultation des entreprises

- Règlement de la Consultation. Acte d'Engagement
- Cahier des Clauses Administratives Particulières (C.C.A.P.)
- Cahier des Clauses Techniques Particulières (C.C.T.P.)
- Les renseignements pouvant être demandés aux candidats

## 10. Éléments sur les prix

### 11. La réception des offres

- Processus et supports de constatation de la réception

### 12. Processus d'analyse des candidatures et des offres

- Les contrôles à réaliser
- Méthodologie générale d'analyse

### 13. Les possibilités de négociation de certains marchés

### 14. L'exécution des marchés

- La notification du marché et l'information des candidats non retenus
- La réception et le contrôle des prestations
- Le règlement financier (avances, acomptes, solde)
- Le délai global de paiement
- Les avenants et les décisions de poursuivre
- Les garanties contractuelles et financières

### 15. Le contrôle des marchés

- Contrôles a priori et a posteriori

### 16. Autres dispositions

- Système d'acquisition dynamique
- Groupements de commandes
- Sous-traitance et co-traitance



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE SAVOIR RÉPONDRE A UN MARCHÉ PUBLIC

### Objectifs :

Connaître le mécanisme des marchés publics ; en maîtriser les règles et les enjeux. Comprendre les attentes de l'acheteur public et savoir y répondre. Maîtriser le formalisme de la réponse à un marché public. Savoir déposer un dossier conforme. Comprendre les critères d'analyse de votre réponse.

Durée : 1 ou 2 jours

Animation : Cadre de la Fonction Publique Territoriale

Effectifs : 10 personnes maximum

### Contenu :

#### *Connaître et comprendre les basiques de l'achat public*

- Le Code des Marchés Publics : les principes et leurs conséquences
- La publicité : quelles exigences de publicité pour quels montants ?
- Les différentes procédures de marchés publics :
- Les mécanismes du processus achat : Les acteurs et leurs rôles, les différentes phases
- La réponse au besoin de l'acheteur : Comprendre la notion de définition des besoins et adapter sa réponse

#### *Savoir répondre à un appel d'offres public*

- Comment prendre connaissance des pièces d'un marché public ?
- Comment faire acte de candidature ? Forme et contenu ; les précautions à prendre
- Comment présenter la meilleure offre possible ?
- Le délai d'engagement des soumissionnaires
- Comment connaître le contenu des offres concurrentes ?
- Les erreurs à éviter ; les recours



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE DEVENIR UN LEADER GAGNANT

### Objectif :

A partir de thèmes d'Analyse Transactionnelle, augmenter sa connaissance de soi, optimiser ses relations avec les autres ainsi que l'approche des événements et modifier l'impact de son passé ; découvrir le plaisir offensif d'un nouveau départ.

### Durée : 4 ou 5 jours

### Contenu :

Maîtriser le subjectif et l'affectif au profit d'une véritable sérénité associée à une efficacité concrète.

- Le trio PARENT/ADULTE/ENFANT
- Les transactions et leurs dysfonctionnements
- Les positions de vie
- Les signes de reconnaissance
- Les messages internes
- Les interdits
- Les jeux
- Les sentiments
- Les méconnaissances



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE FORMATION DE FORMATEURS OCCASIONNELS

### Objectif :

Acquérir les techniques de conception et d'animation pour animer avec efficacité des séances ponctuelles de formation. Optimiser ses résultats tant dans l'émission que dans les transactions et le maintien d'une harmonieuse interactivité. Découvrir le plaisir de former.

### Durée : 3 à 5 jours

### Contenu :

**Le stage comportera 3 axes complémentaires de travail : Expression, pédagogie, animation**

#### a) Expression

- Réglage du débit, du volume
- Réglage du non verbal : regard, gestes, tenue vestimentaire.....
- Élimination des tics éventuels

#### b) Communication, pédagogie

- Principes généraux de communication ; Les 2 cerveaux ; Empathie ; duo metteur en scène/interprète
- Les courants de la pédagogie
- Les objectifs pédagogiques ; La progression pédagogique
- Les techniques pédagogiques de découverte (heuristiques)
- La particularité du brainstorming ; Les autres activités en formation Le jeu de rôle
- La conception d'un stage (le découpage de la journée
- Le fil rouge du formateur

#### c) L'animation

- L'intendance et la boîte à outils
- L'occupation de l'espace
- L'art de la reformulation ; L'art du questionnement
- Ce qu'il faut savoir sur le groupe (psychologie, personnages...)
- Le rapport formateur/apprenants
- La gestion des cas difficiles ; Les erreurs à éviter
- Points particuliers proposés par les stagiaires



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE DE PRÉPARATION DES SALARIÉS AU DÉPART EN RETRAITE

### Objectif :

Consolidation d'une approche strictement positive du départ en retraite. Mise en place d'un plan d'action attractif, concret et personnalisé. Création d'un nouveau réseau relationnel à partir de diverses affinités (utilisation de la dynamique du groupe). Optimisation de la transmission de ses savoirs (les traces pérennes de sa carrière)

Données générales : Une personne partant en retraite peut faire l'erreur de deux approches négatives :

- ☞ Soit elle considère que l'arrêt de sa carrière professionnelle constitue le démarrage d'un déclin annoncé, d'où une propension à la morosité, à l'immobilisme, au repli sur soi,
- ☞ Soit elle prend son départ en retraite comme une sorte de revanche par rapport à des désillusions passées, d'où le constat fréquent d'un état velléitaire sur fond d'aigreurs ressassées.

**A contrario, elle peut considérer sa retraite comme le démarrage d'une nouvelle vie, particulièrement riche, du fait de ses particularités :**

- ☞ Une totale disponibilité, les obligations ne restant que dans le domaine familial ou médical,
- ☞ Un choix très vaste de nouvelles possibilités d'activités du fait de la multiplication de l'offre publique et associative,
- ☞ La détention d'une sagesse globale émanant de l'expérience et favorisant l'ouverture d'esprit.

La formation a pour but d'évaluer puis d'évacuer les risques d'une approche négative et de multiplier les chances d'une vision pragmatique, agréable et positive. En contrepartie, le stagiaire aura pour mission motivante de faire l'inventaire puis de transmettre ses compétences et les fruits de son expérience

Animation : Docteur R. Daumas

Durée : 3 ou 4 jours

### Contenu :

#### a) L'esprit et la pensée

- ☞ L'écroulement de l'équilibre des 3 pôles : Travail, famille, société (relations, loisirs...)
- ☞ L'écriture de ses ressentiments sur sa vie passée (notamment professionnelle) : Principe de vider le sac afin de créer un lâcher prise
- ☞ La réévaluation de l'approche de la dimension familiale
- ☞ L'analyse de sa vision existentielle
- ☞ L'analyse de l'existant social et relationnel
- ☞ Principes généraux sur la communication, estime de soi, assertivité....

#### b) Le corps

- ☞ Le vieillissement du corps : Approche sur les potentialités corporelles (gérer et améliorer ses limites)
- ☞ Le psychisme et la cognition : Mémoire, intellect, anxiété, pensées automatiques....

- ☞ L'alimentation : Principes basiques d'hygiène de vie
- ☞ Le sommeil : Physiologie du sommeil et ses évolutions en fonction de l'âge

## c) Le plan d'action personnalisé

- ☞ Débriefing des tâches à réaliser et échanges sur l'application de divers outils (traités dans la première partie)
- ☞ Principes généraux de gestion du temps, sous l'angle spécifique du non-actif
- ☞ Principes généraux sur l'équilibre matériel : Le rapport revenus/besoins/sécurité
- ☞ Passage en revue des principaux axes d'activité : Le sport, l'art, le manuel, le voyage, l'associatif, le relationnel.
- ☞ Création d'un plan d'action individuel à ses mesures

## d) La transmission des compétences

- ☞ Méthodologie pour faire l'inventaire des compétences (savoir, savoir faire et savoir être) pouvant faire l'objet d'une transmission rationalisée (ex : Fiches de procédures)
- ☞ Applications pratiques en binômes
- ☞ Désignation d'un coordonnateur pour suivre et faire vivre le processus.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE MIEUX COMMUNIQUER AVEC LES USAGERS D'ORIGINE MAGHRÉBINE

### Objectifs :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ☞ Comprendre les normes sociales et règles de conduites déterminant les attitudes et comportements des usagers d'origine maghrébine
- ☞ Identifier et analyser les sources d'incompréhension
- ☞ Améliorer la communication
- ☞ Optimiser la qualité et l'efficacité du service rendu

### Durée : 2 jours

**Intervenant : Docteur Mohammed Rebzani.** Ce consultant de haut niveau, diplômé de Psychologie du Travail (Lille 3) et titulaire d'un Doctorat de Psychologie Sociale (Paris 5) est l'auteur de plusieurs ouvrages de référence.

### Contenu :

*Le premier jour est consacré au déroulement d'une « grille de lecture » des réflexes sociologiques, culturelles, sociales.... Le deuxième jour est consacré aux spécificités de l'origine maghrébine.*

- ☞ Éléments pour une communication efficace
- ☞ Perception sociale des populations d'origine maghrébine : préjugés et stéréotypes
- ☞ Modèles socioculturels et relations interethniques
- ☞ Aperçu des us et coutumes

### Démarche pédagogique :

- ☞ Exposés succincts
- ☞ Études de cas issus des observations en situation professionnelles
- ☞ Discussion, débat



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## COACHING ET MÉDIATION

### Objectif :

Assister le patron d'une structure, dans la prise de décision, dans le règlement de situations délicates et dans son vécu général de leader.

### Modalités de durée :

Elles seront sur mesure en fonction des différents paramètres constituant la mission.

### Modalités d'intervention

- ☞ Entretien en face à face
- ☞ Animation de réunion
- ☞ Audit et enquêtes
- ☞ Contacts téléphoniques

### Domaines d'intervention

- ☞ Relations humaines
- ☞ Management
- ☞ Développement
- ☞ Motivation
- ☞ Organisation
- ☞ Politique commerciale
- ☞ Communication interne
- ☞ Situations conflictuelles
- ☞ Communication externe
- ☞ Situation financière
- ☞ Relations bancaires
- ☞ Réalité existentielle du dirigeant



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## STAGE LA VENTE MAGIQUE

### Objectifs :

A partir des techniques du magicien, décupler la relation empathique avec le client ou le prospect. Augmenter sa capacité à se démarquer des autres et à sublimer le « souvenir » de l'autre. Optimiser sa communication par l'installation d'un nouveau charisme. Redécouvrir le plaisir du ludique dans son quotidien.

Durée : 3 jours

Animation : Guy BENITA (magicien) & François SITTLER

Effectif : 12 personnes au maximum

### Contenu :

- ☞ La prise de conscience de la communication non verbale
- ☞ De nouvelles techniques d'observation
- ☞ Une nouvelle vision de la première approche
- ☞ L'utilisation des basiques de la pensée collective
- ☞ Le recadrage (technique de « la roue de secours »)
- ☞ Le temps d'avance dans la stratégie du vendeur
- ☞ La canalisation du menteur, du « je sais tout », du négatif par la valorisation
- ☞ La création de l'étonnement bénéfique
- ☞ La mise en valeur de son produit ou de son service par l'effet magique
- ☞ L'élimination des restes d'introversion
- ☞ La maîtrise du storytelling
- ☞ Le self-control dans les séquences difficiles
- ☞ La nouvelle façon de se présenter
- ☞ La prise de conscience de sa capacité d'atypisme pour faire la différence
- ☞ L'utilisation du détournement de l'attention (« mix-direction »)
- ☞ La redécouverte du sens de la limite. La mise de l'autre en état de manque
- ☞ La redécouverte de l'impact du toucher, du regard, des gestes dirigés, du sourire, de la voix...
- ☞ La gestion optimale du trio « parent/adulte/enfant »



### Méthodes pédagogiques

Les items du contenu ne constituent pas une progression, mais seront traités de façon transversale en fonction des tours.

Après divers préliminaires, divers tours seront présentés, expliqués, commentés afin de déboucher sur une théorisation par rapport à l'acte de vente.

Les participants apprendront ces tours, pour ensuite les commenter techniquement sous l'angle communicationnel.

Nature des tours : Cartes, télépathie, pièces de monnaie, mentalisme...

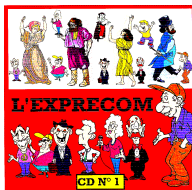
Formule intra : Les tours seront adaptés en fonction de la nature des produits ou services.

A l'issue de la formation, les participants rédigeront un plan d'action individuel, afin de se créer des objectifs concrets de progrès.



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## LA MÉTHODE L'EXPRECOM



CDRom + 2 CD



### LE CONSTAT :

Tu vois, euh pas de problème, euh, S'exprimer, communiquer au quotidien : Facile ? Et pourtant ; euh, un petit peu, euh c'est fondamental.....

Mais encore « vous pouvez répéter je n'ai pas compris » ; « j'ai oublié votre nom » ; ou enfin « il ne regarde jamais en face ».

*Un exemple : Enregistrez 10 personnes au magnétophone ; que diront-elles ? « Ce n'est pas possible, ça n'est pas moi » ; « je n'aime pas ma voix » ; « cet accent est affreux ».....*

En résumé : La voix est votre premier outil de communication. C'est le cas au téléphone, en public, en entretien de vente, en négociation, dans l'accueil.....

*Pourquoi donc continuer à s'embarrasser de cet a priori négatif qui vous empêche d'affirmer votre différence ?*

### LA SOLUTION :

Amorcer un changement profond et définitif par le travail de la voix, puis proposer des solutions de comportements qui seront facilement admises et appliquées. Il s'agit en fait de faire la chasse à tous les verrous et barrières dont la voix est le reflet partiel.

*Autrement dit, avant de régler vos échanges avec les autres,  
Réglez votre propre machine.*

### INDISPENSABLE POUR QUI ?

L'EXPRECOM est l'outil indispensable des stages concernant les commerciaux, les cadres et chefs d'entreprise, les professions libérales, les responsables d'association et de collectivités : Les personnes appelées à s'exprimer en public.

### LE SUPPORT

1CDROM et 2 CD audio

L'EXPRECOM est une véritable « boîte à outils » utilisée en tout ou partie dans nos séminaires. Le principe étant de laisser la méthode au stagiaire, celui-ci aura la possibilité de prolonger la formation pour consolider et étendre ses acquis et cela au gré de sa volonté qui se construit par les premiers progrès toujours très appréciés.

### UN EXEMPLE

« Une suisse du seizième siècle s'ennuyait à satiété qu'elle souhaitait se sustenter dans le bizarre bazar de Zanzibar sans soupçonner l'aspect insensé de ce souci de subsistance » (2 versions à formuler, autoritaire et séductrice) ; ou bien « l'excès de la rixe, l'exquis de l'excuse, c'est le risque de la juste juxtaposition » (2 versions, lente puis rapide).



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION



## CONTENU DETAILLE DE L'EXPRECOM

Leçon n° 1 :	<i>L'articulation et les nasales</i>
Leçon n° 2 :	<i>Histoire d' O</i>
Leçon n° 3 :	<i>Le « A » et le « E »</i>
Leçon n° 4 :	<i>Ai, ais, ait, ê... et les autres</i>
Leçon n° 5 :	<i>Le « B » et le « P »</i>
Leçon n° 6 :	<i>Le « D » et le « T »</i>
Leçon n° 7 :	<i>Le « F » et le « V »</i>
Leçon n° 8 :	<i>Le « GUE » et le « QUE »</i>
Leçon n° 9 :	<i>Le « J » et le « CHE »</i>
Leçon n° 10 :	<i>Le « S » et le « Z »</i>
Leçon n° 11 :	<i>Le « L » et le « M »</i>
Leçon n° 12 :	<i>Le « R »</i>
Leçon n° 13 :	<i>Le « X »</i>
Leçon n° 14 :	<i>Le duo « metteur en scène/interprète »</i>
Leçon n° 15 :	<i>Détails de diction</i>
Leçon n° 16 :	<i>Le non verbal</i>
Leçon n° 17 :	<i>Le questionnement</i>
Leçon n° 18 :	<i>Exercices généraux de diction</i>
Leçon n° 19 :	<i>Ces textes venus d'ailleurs</i>
Leçon n° 20 :	<i>Les états d'âme</i>
Leçon n° 21 :	<i>Le logiciel interne</i>
Leçon n° 22 :	<i>Les objectifs</i>
Leçon n° 23 :	<i>La relaxation</i>
Leçon n° 24 :	<i>Le contrat - Conclusion</i>



- ➔ *Support écrit pour préparer une intervention en public*
- ➔ *Découpage d'une présentation de projet*
- ➔ *Guide de création d'un discours « creux »*
- ➔ *Musique de relaxation*
- ➔ *40 conseils*



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION

## NOS RÉFÉRENCES (depuis 1989)

### Collectivités territoriales :

CNFPT DE LA RÉUNION (1)

CNFPT MIDI-PYRENEES

CNFPT FRANCHE-COMTÉ

CNFPT DE MARTINIQUE

CNFPT DE GUADELOUPE

CNFPT ALPES MARITIMES

CONS. GENERAL A.M.

COMMUNAUTÉ URBAINE DE LILLE

MAIRIE DE TOULON

MAIRIE DE LA BRIGUE

MAIRIE DE MANDELIEU

MAIRIE DE WIMEREUX

COM. DE COMMUNES COMTE DE PROVENCE

MISSION LOCALE DE GUYANE

CNFPT DE CORSE

CNFPT DE L'YONNE

CNFPT NORD-PAS-DE-CALAIS

CNFPT PACA

CNFPT DE GUYANE

CNFPT PAYS DE LA LOIRE

CONSEIL GENERAL PAS-DE-CALAIS

M. I. N. DE NICE

MAIRIE DE CANNES

MAIRIE DE ST MARTIN VÉSUBIE

MAIRIE D'ANTIBES

MAIRIE ANZIN SAINT AUBIN

MAIRIE DE NICE

**Ministère de la Défense :** Paris, Lille, Aix-en-Provence, Rennes, Marseille, Metz, Brest

**PRÉFECTURE DES ALPES MARITIMES**

**Éducation Nationale :** MAFPEN, Rectorat, CROUS, IUT, UNIVERSITÉ, DI.FOR DIR.FIC

**D. D. E. :** Nice

**Centre d'Études Techniques de l'Équipement :** Aix-en Provence

**Direction Pénitentiaire :** Nice et Marseille

**Aérospatiale :** Cannes-Mandelieu

**Musée de l'Armée :** Invalides - Paris

**France Télécom :** Nice et La Réunion

**Crédit Mutuel :** AMUFOP - Marseille

**ASFO - AGEFOS :** Nice et Martinique

**S. N. C. M. :** Marseille

**FORCE U :** Montpellier

**CENTRES LECLERC :** Vence, La Colle sur Loup

**E. R. D. F. :** Nice

**Diverses entreprises :** Secteur privé région PACA

### DIRECTEUR : FRANÇOIS A. SITTLER

60 ans, ancien directeur de banque, comédien, co-auteur de la méthode L'EXPRECOM (sous le pseudonyme de Roger Sinot), Sénateur de la Jeune Chambre Economique Française

### METHODE L'EXPRECOM

Expérimentée par l'ENA et le Rectorat de Nice ; disponible depuis 1989.

### AGRÉMENT DU MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR

Pour la formation des Élus Territoriaux jusqu'en 2016.



**SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION**