



Catalogue de cours 2006

Chère lectrice, cher lecteur,

Vous êtes invité (e) à parcourir ce catalogue de cours.

Ma principale préoccupation est de vous offrir des cours de qualité orientés sur la pratique à un bon rapport qualité-prix. Finalement, ce que toute entreprise recherche.

Quelle est réellement la plus value de Réussi ?

Spécialisée dans la communication, plus précisément la communication écrite, mon rôle en tant que formatrice consiste à modifier et faire évoluer un comportement.

«Pour tous vos défis, les meilleures solutions». Mon challenge de tous les jours...

Tout thème qui touche de près ou de loin au client me touche.

Si vous êtes intéressé (e) par un sujet et qu'il ne figure pas dans le catalogue. Réussi est là pour vous aider !

Bonne lecture...



*La connaissance,
c'est partager le
savoir qui nous
fait grandir.*

OLIVIER LOCKERT

Votre animatrice

Nathalie Favre

Consultante en communication

- Diplôme fédéral de formatrice en entreprise
- Certifiée coach en PNL à l'école Brief'R Formation à Genève
- Diplôme SAWI, formation de technicienne en marketing
- Diplôme de l'école du Vin de Changins

Expériences :

- Formation d'adultes
- Experte en marketing direct
- Traitement des réclamations (au téléphone et par écrit)
- Expérience au téléphone (appels entrants et sortants)
- Organisation des foires et expositions
- Formation à la vente

Liste des thèmes

Communication

Correspondance commerciale

Maîtriser la rédaction de courriers commerciaux



4

Les réclamations écrites

Gérer efficacement les réclamations de vos clients



5

E-mail

S'assurer que le message est rédigé correctement et qu'il sera compris



6

Marketing

Acquisition – Fidélisation

Comment fidéliser sa clientèle et gagner de nouveaux clients



7

Mailing

Apprendre à réaliser des offres commerciales pour vendre plus



8

Organisation

Gestion du temps

Gagner en efficacité et augmenter votre capital vie



9

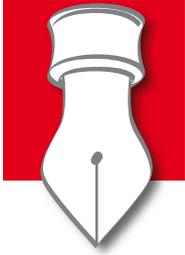
œ�nologie

Initiation à la dégustation de vin

Un outil de fidélisation pour vos clients/collaborateurs



10



*Ecrire,
c'est se battre
avec l'encre pour
se faire entendre*

JEAN COCTEAU

Correspondance commerciale

Maîtriser la rédaction de courriers commerciaux

Groupe cible

Cette formation s'adresse à toutes les personnes qui rédigent des courriers et qui souhaitent s'améliorer.

Objectifs

Connaître les bases de la communication écrite et les appliquer dans l'activité quotidienne.

Connaître les règles les plus importantes de grammaire.

Améliorer ses compétences dans la rédaction de lettres (offres, confirmations, réclamations).

Contenu du cours

1er jour Grammaire (révision)
Nouvel orthographe
Lettre ► rédiger une lettre en 7 étapes
Sens de lecture (de quelle manière se lit un courrier)

2e jour Analyse d'exemples de lettres
Rédaction ► Plan

Les réclamations écrites

Gérer efficacement les réclamations de vos clients

Groupe cible

Cette formation s'adresse à tous ceux qui cherchent à améliorer le traitement des réclamations écrites.

Objectifs

Adopter la méthode des 6 points pour traiter une réclamation.

Connaître les bases de la communication écrite et les appliquer.

Utiliser des exemples de lettres et les adapter.

Contenu du cours

Avantage d'une réclamation

Les caractéristiques d'une réclamation écrite

Éléments de base pour la réalisation d'une lettre

Méthode en 6 points

Check-list pour le traitement d'une réclamation

Analyse d'exemples propres



Ne soyons pas si difficiles: les plus accommodants, ce sont les plus habiles.

JEAN DE LA FONTAINE



*Il faut écrire
pour soi,
c'est ainsi que
l'on peut arriver
aux autres*

EUGÈNE IONESCO

E-mail

S'assurer que le message est rédigé correctement et qu'il sera compris

Groupe cible

Cette formation s'adresse à toutes les personnes qui envoient régulièrement des e-mails.

Objectifs

Connaître les points forts et les points faibles de ce moyen de communication ainsi que ses limites.

Être en mesure de rédiger des e-mails professionnels en adaptant son style au destinataire.

Pouvoir traiter correctement la quantité d'e-mails reçus.

Contenu du cours

Analyse des points forts/faibles de ce moyen de communication

Critères importants pour l'élaboration d'un e-mail

Formulation positive, claire, succincte et orientée client

Tonalité du message (émotionnel)

PRATIQUE - entraînement à la rédaction d'e-mails sur des cas concrets de la vie quotidienne

Utilisation de l'e-mail (en tant que récepteur) :
comment je traite le flux d'informations ?

Acquisition – Fidélisation

Comment fidéliser sa clientèle et gagner de nouveaux clients

Groupe cible

Cette formation s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent développer leur marché (augmentation du chiffre d'affaires) et acquérir de nouveaux clients.

Directeur ou collaborateur d'une PME, artisan, indépendant, vendeur.

Objectifs

Analyser son propre marché et évaluer ses points forts / points à améliorer.

Découvrir les différentes méthodes pour acquérir / fidéliser les clients.

Développer un programme d'acquisition ou de fidélisation.

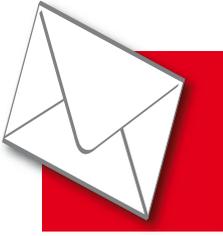
Contenu du cours

1er jour	Évaluation de votre situation actuelle
	Acquisition et fidélisation, évolution (base théorique)
	Liste des moyens de communication pour diffuser un message à des clients existants ou des clients potentiels
	Mesures d'acquisition /fidélisation (programmes existants / catalogue d'idées)
2e jour	Élaboration d'un plan d'action directement applicable (en fonction du résultat de votre évaluation)



– Que signifie «apprivoiser»?
– C'est une chose oubliée, dit le renard. Ça signifie «créer des liens».

ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY



*Plus on veut,
mieux on veut*

CHARLES BAUDELAIRE

Mailing

**Apprendre à réaliser des offres commerciales
pour vendre plus**

Groupe cible

Cette formation s'adresse à tous ceux qui recherchent des voies inédites de conception en matière de communication écrite.

Objectifs

Connaître les bases de la communication écrite.

Être en mesure d'élaborer un argumentaire pour la conception d'un mailing.

Pouvoir analyser un mailing et proposer des mesures d'amélioration.

Contenu du cours

Les bases de la communication écrite

L'argumentaire utilisé dans le mailing

Organiser et structurer les idées :

mots - phrases - messages, depuis l'accroche jusqu'à la chute

Les mots:

les amplificateurs, les mots à connotation positive, les mots à éviter

Les phrases: construction, longueur, sens

Le message: densité, sens, choix de la formule

Analyse d'exemples propres.

Gestion du temps

Gagner en efficacité et augmenter votre capital vie

Groupe cible

Cette formation s'adresse à toutes les personnes qui veulent mieux maîtriser leur temps grâce à des méthodes plus efficaces de gestion du temps et d'organisation.

Objectifs

Être en mesure d'analyser ses habitudes de travail afin de définir des domaines d'amélioration possible.

Savoir se fixer des objectifs pour gérer efficacement son temps.

Planifier son temps de travail en fonction de la durée des tâches.

Contenu du cours

Les voleurs de temps

Les habitudes de travail

Objectifs

Présentation du modèle SMART

Plan journalier

Les priorités

Cycle d'efficacité

Outils de travail

Plan d'action



*Choisir
son temps,
c'est gagner
du temps*

FRANCIS BACON



Initiation à la dégustation de vin

Un outil de fidélisation pour vos clients/collaborateurs

*Le vin réjouit le
coeur de l'homme*

TIRÉ D'UN
PSAUME DE DAVID

Groupe cible

Cet atelier s'adresse à toute personne désireuse de s'initier à la dégustation des vins et qui souhaite pouvoir les décrire et en parler.

Objectifs

Acquérir les bases pour savoir parler du vin simplement

Être en mesure d'identifier les saveurs, les odeurs et arômes à l'aide d'une animation et de jeux ludiques.

Apprendre à utiliser une fiche professionnelle de dégustation.

Contenu du cours

Le vocabulaire du vin

Les différents stades de l'analyse sensorielle

Travaux sur la mémoire olfactive et gustative

5 vins dégustés et commentés

Informations générales

Inscription

par e-mail : info@reussi.ch
par téléphone : 022 304 08 91

Horaires

Les séminaires ont lieu de 09h00 à 17h00

Nombre de participants

Min. 6 participants*
Max. 12 participants

Coûts par participant

	Tarif A	Tarif B
1/2 jour	CHF 225.-	CHF 175.-
1 jour	CHF 450.-	CHF 350.-
2 jours	CHF 900.-	CHF 700.-

Tarif A: comprend l'organisation logistique (location de salle, pauses, repas + boissons)

Tarif B: l'entreprise se charge de l'organisation logistique

Rabais

Une réduction est accordée dès le 7ème participant au sein de la même entreprise.

Prix sur demande.

Paielement

30 jours après la date de facturation, net.
Le règlement s'effectue en principe avant le séminaire.

Lieu du séminaire

Au sein de l'entreprise ou dans un hôtel.

Frais d'annulation

Les clauses d'annulation sont :

20% jusqu'à 4 semaines avant le début du cours.

50% jusqu'à 2 semaines avant le début du cours.

80% jusqu'au cours.

Si la facture a déjà été réglée, le client sera remboursé via un compte bancaire ou postal.

Généralités

Si d'autres cours vous intéressent et qu'ils ne figurent pas dans la brochure, vous pouvez transmettre votre demande à info@reussi.ch.

**Possibilité d'effectuer un accompagnement individuel sous forme de coaching si nombre de participants insuffisant.*



Rte d'Aire-la-Ville 24 – 1233 Bernex
Tél.: 022 304 08 91 – E-mail: info@reussi.ch – www.reussi.ch

Edition : janvier 2006