

Transformation:

Mettre en mouvement les équipes pour créer une culture partagée de performance

P-Val vous accompagne dans votre rôle de copilote de la transformation

P-Val vous aide
à faire de la
formation
un levier
indispensable
de la réussite de
votre transformation



NOUS POUVONS ANALYSER EN AMONT

LES COMPORTEMENTS NECESSAIRES

A LA RÉUSSITE DE VOTRE TRANSFORMATION

AFIN DE CIBLER AU MIEUX L'APPORT DE LA FORMATION

Nous formons vos équipes pour les mettre en mouvement

La montée en compétences dépasse très largement la connaissance d'outils, de références, de concepts et d'expertises.

Nous aidons vos équipes à transformer leurs pratiques et leur relation à l'autre, pour qu'elles mettent en place les nouveaux modes d'interactions qui leur permettront de réussir votre stratégie. Générer l'action chez soi

Se rendre crédible, oser Clarifier son champ d'action

2 Générer l'action chez l'autre

Communiquer pour faire agir Générer un engagement individuel Générer un engagement collectif

Générer
Ensemble
les résultats

Se synchroniser pour générer des accords
Piloter pour atteindre l'objectif
Dénouer les points de blocage

Ancrer dans la durée

Accompagnement individuel

Ancrer les nouvelles pratiques dans

votre monde de performance





COMMUNICATION

Structure de la communication

Elaborer un contenu structuré pour faire agir la cible

Comportement d'interaction

Maitriser l'interaction one to one ou collective pour comprendre et influencer la cible

Pédagogie

Organiser et maitriser la transmission de savoir-faire pour développer un collectif apprenant

Anglais

Maitriser la posture et les bases linguistiques de communication et d'animation professionnelle

VENTE

Stratégie commerciale

Structurer un modèle commercial et animer un dispositif cohérent .

Exemples :

Comprendre la stratégie des clients, Animer une équipe commerciale, Bâtir un plan de prospection

Pratiques commerciales

Maitriser les pratiques et les comportements d'interaction dans les différents phases de la vente : Exemples :

> Elaborer une proposition commerciale, Réussir une soutenance, Négociation

MANAGEMENT

Accompagnement humain

Donner sens et engager l'équipe. Exemple :

Conduire le changement, Gérer les situations difficiles Manager l'incertitude

Accompagnement opérationnel

Structurer le travail, organiser et piloter les activités Exemple :

Manager la performance, donner un feed back positif

PROJET

Cadrage et préparation

Savoir définir une stratégie de programme et initier le projet avec le bon niveau d'objectifs

Embarquement des acteurs

Savoir entretenir la culture de travail en équipe et embarquer les acteurs du projet pour inciter chacun à donner le meilleur de soi-même

Organisation et pilotage opérationnel

Savoir organiser les tâches et coordonner les responsabilités pour assurer la performance et la qualité du projet

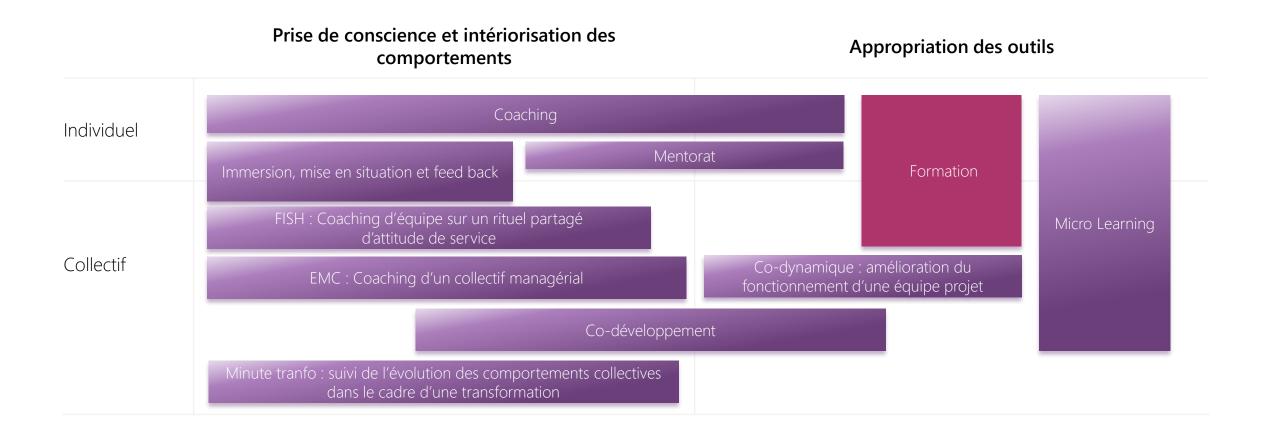
... grâce à une palette large de modules qui adressent les différents volets de la mise en mouvement

| | Communication | Communication Vente | | Projet | |
|-----------------------------------|---|---|--|--|--|
| Générer l'action chez soi | Speak Easy | Go to VITO | Interpeller sa hiérarchie pour grandir | Fonder le projet Gestion des priorités | |
| Générer l'action chez l'autre | Communiquer pour faire agir Design visuel Comprendre, influencer pour engager (CIME) | Réussir l'oral Prospection commerciale | Management interpersonnel Entretien annuel d'évaluation | Embarquer et convaincre les acteurs du projet | |
| Générer Ensemble les résultats | Réussir les séminaires | | Devenir un leader créateur de Monde | Conduire un projet de transformation Acquérir une culture commune équipe projet | |
| Ancrer dans la durée | Coaching prise de parole Préparation des bases de communication corporate | Accompagnement à la mise en place du modèle de vente Coaching comportements commerciaux | Diagnostic des pratiques managériale Coaching des managers | Mentoring chef de projet | |

Quelques illustrations de nos modules de formation :



Nos outils d'animation d'intelligence collective permettent d'ancrer la mise en mouvement de vos équipes dans la durée



P-VAL A UN PROFIL UNIQUE POUR VOUS ACCOMPAGNER



Des formateurs qui sont aussi consultants

Les consultants PVAL qui animent nos formations interviennent également comme consultant sur nos projets de transformation, ce qui renforce leur orientation action Tous nos exemples, cas pratiques et méthodes sont directement tirés de situations rencontrées



Un focus performance

Nous avons conçu des outils et approches uniques de modélisation de la performance du capital humain pour assurer l'impact tangible de nos interventions sur la réussite de vos transformations



Des mises en pratique sur des situations réelles

Préparées en amont ou amenées par les participants en session en variant les exemples par profil d'équipe / métier



Un esprit bienveillant

Sur le fond et la forme, dans l'animation

Une capacité à aider les participants à remettre en cause leurs pratiques de façon constructive appréciée de tous







DES SEQUENCES COURTES

Les séquences pédagogiques sont limitées à 1h15 et sont espacées de pauses régulières pour permettre aux participants de gérer leurs contraintes personnelles. Elles sont prévues en général dans la matinée



INTERACTION REGULIERE AVEC L'ANIMATEUR

Les animations plénières sont rares et courtes. L'animateur met à contribution tous les participants selon un rythme régulier



QUIZZ ET AUTO-EVALUATION

Les participants remontent leur questions, évaluations ou perception par des questionnaires et quizz pour permettre au formateur de s'assurer de l'évolution pédagogique de chacun



MISE EN SITUATION

Nos formations sont composées à 20 % de théorie et 80 % de pratique qui se concrétise par des exercices individuels ou en binôme



CONTENU MULTIMEDIA

Nous explorons l'univers du numérique (vidéo, film, animations etc.) afin d'illustrer de manière juste et percutante la réalité vécue par nos participants



JEUX ET CHALLENGE

Nous utilisons des jeux pédagogiques et des challenges individuels ou collectifs pour mieux capter l'attention des participants surtout à distance et faciliter l'appropriation du contenu

Des experts de référence sur nos différents domaines de formation















COMMUNICATION

Stéphanie Roux

Experte des projets de transformation des directions fonctionnelles, (finance, RH,)

20 d'expérience dans le domaine de la formation et de l'ingénierie pédagogique



Ségolène de la Fouchardière

Experte Vente Complexe 20 ans d'expérience de Direction Commerciale et de Management

MANAGEMENT

Daniel Oulouhodjian

Expert dans l'accompagnement des managers dans les projets de transformation

Par son sens de la pédagogie il anime des sessions de formation et mène des coachings individuels et de groupe

PROJET

Françis Jaluzot

20 ans d'expérience dans la conduite de projet et de management

Direction de sociétés

STRATEGIE

Bruno Jourdan

Expert Vente Complexe – co-concepteur de la méthode

Auteur du livre « la Vente Complexe » (3 éditions)

COACHING

Stéphanie Tacnet

Développement du capital humain des grandes organisations

Formatrice et coach certifiée, elle sait faire partager son expertise auprès des dirigeants, managers et experts

DIAGNOSTIC

Armand Bahri

Docteur en Management Stratégie - spécialiste des outils de diagnostic des compétences et de l'impact de la formation sur la performance

CONSEIL



FORMATION

40+

modules de formation

+100 000

Professionnels formés depuis 1994

300

sessions de formation par an

98,5 %

taux de satisfaction

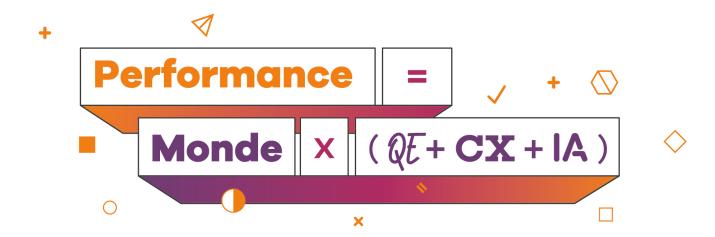


ACTEUR DE LA FORMATION ACTION DEPUIS 1994 CERTIFIÉ DATADOCK ET OPQF





- 21, avenue de l'Opéra75 001 Paris
- **%** +33 (1) 44 34 23 00
- □ www.blog-pval.com
- www.pval.com



ANNEXE



1 - Communication



| FAMILLE | TITRE | OBJECTIF | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|
| | Chapeau - Communiquer pour faire agir (P+ J1 /J2) | Mettre en mouvement vos interlocuteurs par des communications motivantes | | |
| A) STRUCTURE DE COMMUNICATION | LMFS - Faire parler les chiffres | Des communications efficaces sur les éléments financiers pour aider les opérationnels à faire les bons choix | | |
| | Design visuel | Améliorer l'impact de vos communications visuelles | | |
| | Chapeau - CIME (communication positive et co-construction) | Comprendre pour influencer vos partenaires | | |
| B) COMPORTEMENT | Comprendre pour mieux embarquer vos partenaires dans les interactions one to one (P + J3) | Mettre en mouvement vos interlocuteurs par des entretiens motivantes | | |
| D'INTERACTION | Convaincre <u>à l'oral</u> pour mieux embarquer vos partenaires dans les présentations (P+ J4) | Renforcer le chemin de conviction de votre présentation grâce à une posture adaptée à l'oral | | |
| | Animer une réunion de travail | Conduire les réunions pour qu'elles tiennent leur promesse | | |
| , | Formation de formateur | Formation à l'animation de formation | | |
| C) PÉDAGOGIE | Construire le transfert des compétences et le partage des bonnes pratiques | Outiller la montée en compétences individuelles Capitaliser collectivement sur les bonnes pratiques | | |
| D) ANGLAIS | Speak easy | Oser parler en anglais | | |

2 - Vente



| FAMILLE | TITRE | OBJECTIF | | | | |
|-----------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | Chapeau - Vente complexe | Passer de vente de produit à la vente de solution | | | | |
| | 7 clés pour animer une équipe commerciale | Animer la force de vente et développer ses compétences | | | | |
| | Comprendre la stratégie de vos clients | Comprendre la stratégie de vos clients pour construire votre propre stratégie de vente « Solution » | | | | |
| A) STRATÉGIE COMMERCIALE | Mappy – cartographier et organiser l'activité commerciale | Organiser son activité commerciale pour conquérir un Monde de vente de services financiers, au plus près du client | | | | |
| | Bâtir le plan de prospection | Se doter des outils de prospection et planifier ses actions de conquête | | | | |
| | Valeur et prix value selling | Capter la valeur pour fixer le prix de vos solutions de vente complexe | | | | |
| | Issue Analysis | How to work efficiently in mixed teams to better understand client perspective and needs | | | | |
| | Chapeau - CIME Vente (réussir un entretien commercial) | Les routines comportementales pour réussir vos entretiens | | | | |
| | Réussir l'oral | Réussir l'oral de soutenance d'une proposition commerciale | | | | |
| | Go to VITO | Accéder à vos VITOs et les influencer pour qu'ils vous choisissent | | | | |
| B) PRATIQUES DE | Entretenir, animer et développer son réseau client | Maintenir une relation de proximité avec vos clients pour en faire des alliés proactifs | | | | |
| VENTE | Proposition commerciale | Votre processus Vente Complexe a été formidable, concevez la proposition convaincante qui verrouille la décision de votre client | | | | |
| | Comprendre et booster votre profil de Vendeur Complexe | Comprendre votre profil de Vendeur Complexe et construire votre progrès pour devenir un Vendeur « Créateur de Monde » | | | | |
| | Négociation | Stratégie, comportements et tableau de bord pour réussir des négociations longues et complexes, en équipes | | | | |

3 - Management



| FAMILLE | TITRE | OBJECTIF | | |
|-----------------------------------|--|--|--|--|
| CHAPEAU (POUR LES DEUX VOLETS) | Manager Coach | Mobiliser et faire évoluer son équipe au service de la performance globale | | |
| | Atelier EMC | Développer ses postures managériales via des mises en situation liée à des gestes cibles pour incarner Exemplarité, Management et Coaching | | |
| A) ACCOMPAGNEMENT | Être un leader créateur de Mondes | Créer le Monde auquel vos collaborateurs ont envie d'appartenir | | |
| HUMAIN | Conduire le changement | Manager un projet de changement dans ses dimensions humaines et organisationnelles | | |
| | Gestion des situations difficiles (CIME) | Intérioriser des routines comportementales pour préserver l'alliance | | |
| B) ACCOMPAGNEMENT OPÉRATIONNEL | Conduire un entretien d'évaluation | Préparer , conduire et conclure des entretiens annuels pour en faire des leviers de motivation | | |
| | Problem solving | Se différencier par la capacité à poser clairement un problème complexe de manière synchrone avec son VITO | | |

4 – Projet



| FAMILLE | TITRE | OBJECTIF | | | |
|---|--|---|--|--|--|
| CHAPEAU | Acquérir une culture commune équipe projet | Devenir un chef de projet reconnu pour son efficacité – pour des chefs de projet occasionnels ou régulier (supports Vinci pour ce dernier) | | | |
| A) ÇADRAGE ET | Stratégie projet, gouvernance, économie | Intégrer la stratégie de l'entreprise dans la mise en œuvre des programmes / projets de transformation et incarner le rôle de Directeur de projet | | | |
| PRÉPARATION | Fonder le projet | Mettre un projet sur de bons rails en passant efficacement de l'idée au cahier des charges | | | |
| D) 5140 100 UE145 UE 056 | Embarquer et convaincre les acteurs du projet | Intérioriser des routines comportementales pour assumer sa posture chef de projet | | | |
| B) EMBARQUEMENT DES ACTEURS | Manager une équipe transverse | Créer et entretenir une dynamique d'équipe pour mieux atteindre ses objectifs | | | |
| | Manager le changement dans le cadre d'un projet | Conduire un projet de changement dans sa dimension culturelle et humaine | | | |
| | Maitriser le déroulement du projet pour qu'il tienne ses promesses | Maitriser le déroulement d'un projet pour qu'il tienne ses promesses | | | |
| C) ORGANISATION ET PILOTAGE OPÉRATIONNEL | Gestion des priorités | Pour les acteurs projet : Passer de la gestion de l'urgence à des choix conscients et alignés à une performance durable | | | |
| | Gestion des risques (Risk Management) | Définir et manager les risques pour mettre le projet sous contrôle | | | |
| | Assurer la qualité du projet | Acquérir une culture de management de qualité | | | |



| | Fondamentaux | Finance | Vente | Relation client | Management | Projet change |
|------------------------------|------------------------|---|---|--|--|---------------------------------------|
| Se rendre crédible, oser | Speak Easy English | Devenir Business Partner (oser challenger le métier) | Go to VITO Oser le prix par la valeur | Susciter l'initiative | Interpeller sa hiérarchie pour grandir | Incarner le changement |
| Clarifier son champ d'action | Priority management | Etre reconnu comme Business Partner | Gérer mon portefeuille commercial | Oser proposer / conseiller / recadrer | Créer sa légitimité dans une structure matricielle | Définir son rôle de chef de projet |

GÉNÉRER L'ACTION CHEZ L'AUTRE

La mobilisation passe par l'obtention d'engagements sincères et durables, individuels et collectifs.

Cette capacité à influencer vers l'action est un impératif de performance, dans tous les métiers.



« avec la formation « faire parler les chiffres », j'ai passé un cap – mes présentations ont bien plus d'impact qu'avant – je réussis bien mieux à faire prendre les décisions importantes »

| | Fondamentaux | Finance | Vente | Relation client | Management | Projet change |
|--|--|-------------------------------------|--|--|--|--|
| Générer un engagement individuel | Comprendre, influencer pour engager (CIME) | CIME finance | CIME vente | Comportement d'influence | Management interpersonnel Entretien annuel d'évaluation | Posture du consultant |
| Générer un engagement collectif | Animer une réunion Argumenter visuellement | Construire avec les métiers | Casser les silos pour mieux vendre en équipe | Capitaliser sur les retours clients pour améliorer l'offre | EMC gestes (exemplarité, manager, coacher) | Apprendre à fonctionner dans un nouveau « monde » |
| Communiquer pour faire agir | Passer de décrire à convaincre (écrit, oral) | Faire parler les chiffres (LMFS) | Propale Soutenance et closing | Discours d'influence | Réussir ses séminaires d'équipe | Formation de formateurs |

GÉNÉRER DES RÉSULTATS ENSEMBLE

Garantir l'avancée de l'action en assurant la synchronisation de tous, implique de réelles capacités d'adaptation, de créativité et/ou de résilience autour d'un cadre structuré. Nos formations vous en apportent la pratique concrète.



« la formation « Vente Complexe » est bien plus qu'une formation, c'est une véritable prise de conscience qui permet de faire bouger beaucoup de choses – travailler sur nos affaires garantit un ROI immédiat »

| | Fondamentaux | Finance | Vente | Relation client | Management | Projet change |
|--|---|--|--|--|-------------------------------------|---|
| Se synchroniser pour générer des accords | Négocier | Synchroniser le budget avec la stratégie | Vente Complexe | Identifier les opportunités commerciales | Direction de projet transversal | CIME projet pour aligner les acteurs |
| Mobiliser dans une logique projet | Adopter une gestion proactive des risques | Gouvernance et ROI des projets | Gagner les appels d'offre en équipe | Conduire un projet « client centric » | Etre un leader créateur de Monde | Conduire un projet de transformation |
| Résoudre une problématique qui empêche d'avancer | Issue analysis | Issue analysis finance | Comprendre et modéliser les enjeux de mes clients | Issue analysis relation client | Gérer les situations difficiles | Stratégie des acteurs |





« grâce au coaching, j'ai pu mettre en œuvre des nouvelles pratiques indispensables dans le contexte distanciel, en testant et réglant les choses progressivement »



Transformer l'essai après la session de formation présentielle

Permettre à chaque participant de personnaliser et appliquer directement les acquis sur ses propres situations Générer des résultats opérationnels

Rédiger un appel d'offre, un plan de compte, une communication projet



Accompagner individuellement des collaborateurs après un diagnostic

Identifier et pratiquer les savoir-faire et savoir-être à développer dans le cadre d'une évolution de métier ou d'activité

Pratique du leadership, animation de projet, pratique du management commercial