

MARTINE BIGEARD

58, route de l'Empereur
Hameau de Bois Préau n° 38
92500 Rueil Malmaison

06 80 73 25 05
martine.bigeard@orange.fr
www.mbcformation.com



CATALOGUE DE NOS FORMATIONS MANAGERS

SE POSITIONNER ET COMMUNIQUER EN MANAGER

PUBLIC VISÉ

Managers retail juniors.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

Savoir se situer par rapport à son équipe dans une fonction de manager :

- (*Se positionner en manager.*
- (*Communiquer en manager.*
- (*Prendre du recul.*
- (*Accompagner et développer son équipe.*
- (*Ajuster son comportement.*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Se positionner en manager

- Trouver la bonne distance par rapport à son équipe.
- Prendre conscience du positionnement de manager.
- Exercer une autorité maîtrisée, sans autoritarisme ni laisser-faire.

2. communiquer en manager

- Utiliser un mode de communication objectif, basé sur des faits.
- S'adapter aux personnes.
- Gérer les contradictions.
- Faire une mise au point minute

3. prendre du recul

- Prendre du recul vis-à-vis de soi-même et du fonctionnement de son équipe.

4. accompagner et développer son équipe

- Apporter son aide.
- Gérer les entretiens pour faire progresser.
- Apporter de la reconnaissance.
- Déléguer

5. ajuster son comportement : exigence et bienveillance

- Faire des recadrages.
- Formuler un refus
- Gérer des entretiens délicats.

GÉRER LES ENTRETIENS MANAGÉRIAUX

PUBLIC VISÉ

Managers intermédiaires.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

Savoir gérer les situations délicates ou tendues, en conservant la maîtrise des échanges et des comportements :

- (*Savoir piloter l'entretien pour atteindre son objectif.*
- (*Savoir résoudre les différents types de situations délicates.*
- (*S'adapter aux différents types d'interlocuteurs.*
- (*Gérer de façon assertive les comportements de l'interlocuteur.*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Piloter l'entretien

- Clarifier son objectif.
- Préparer l'entretien : réactions prévisibles de l'interlocuteur, compromis possibles ou non.
- Structurer l'entretien et le faire progresser.
- Associer empathie et recul

2. Faire un feed-back constructif

- Plan de l'entretien.
- Points clés.

3. Faire un recadrage

- Plan de l'entretien.
- Points clés.

4. Annoncer une mauvaise nouvelle

- Plan de l'entretien.
- Points clés

5. Formuler un refus

- Plan de l'entretien.
- Points clés.

6. Assertivité

- Définition de l'assertivité.
- Points clés pour adopter un comportement assertif.
- Les comportement refuge
- Faire face aux comportements excessifs et dérangeants de façon assertive : Colère, mépris, mauvais foi ...

PILOTER LES ENTRETIENS D'ÉVALUATION

PUBLIC VISÉ

Managers.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

La formation porte sur la conduite des entretiens individuels et professionnels.

Elle aborde à la fois les aspects méthodologiques et relationnels de ces entretiens.

- (*Prendre conscience des enjeux de cet entretien et son importance dans la montée en compétences et le développement des personnes.*
- (*Maîtriser les aspects méthodologiques et bonnes pratiques.*
- (*Savoir piloter les échanges avec l'évalué.*
- (*Maîtriser son comportement et sa posture managériale.*
- (*Résoudre les divergences de points de vue et insatisfactions*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Les enjeux

Pour les évalués, le manager et l'entreprise.

2. Étapes et points clés de l'entretien individuel

- Préparation et organisation des entretiens.
- Démarrage des entretiens.
- Pilotage des échanges pendant l'entretien.
- Formulation des objectifs.
- Trainings sur les points clés et les difficultés inhérentes à la situation d'évaluation, notamment les décalages dans la perception des compétences.

3. Spécificités et points clés de l'entretien professionnel

- Les spécificités et l'importance de cet entretien.
- Le positionnement de l'évaluateur sur les souhaits formulés par l'évalué.
- Trainings sur les moments clés : motivations, formations, perspectives d'évolution.

4. Les situations délicates

- Réponses aux contradictions.
- Trainings sur les divergences et insatisfactions : décalage de point de vue entre évalué et évaluateur, résultats ou compétences inférieurs aux attentes, aspirations irréalistes, etc.

FONDAMENTAUX DU DROIT DU TRAVAIL EN MAGASIN

PUBLIC VISÉ

- Directeurs régionaux.
- Directeurs et responsables de magasin ou de rayon
- Adjointes directeurs de magasin.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 10

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (*Connaître les règles de droit du travail*
- (*Savoir traiter les aspects du management liés au droit du travail*
- (*Répondre rapidement aux questions de son équipe.*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Embauche d'un salarié

- Les formalités d'embauche d'un salarié, français ou étranger.
- La DUE

2. Contrats

- Les différents types de contrats : CDI, CDD, étudiants, alternants, stagiaires...
- L'établissement du contrat.
- La période d'essai et la rupture de la période d'essai.
- Les modifications du contrat.
- La rupture du contrat : démission, licenciement.
- Les conditions spécifiques aux CCD, les motifs de CDD
- Le renouvellement et les successions de CDD.

3. Aménagement du temps de travail

- La durée du travail à temps complet et temps partiel : plannings, horaires, amplitude.
- Les pauses, repas et repos quotidien.
- Les heures complémentaires et supplémentaires.

5. Congés payés, jours fériés

- Les jours fériés
- Les dimanches travaillés.
- Les congés payés
- Les congés spéciaux.

6. Divers : maladie, accidents, maternité

FORMATION DE FORMATEURS

PUBLIC VISÉ

Formateurs internes.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

3 jours soit 21 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 8

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (*Maîtriser les techniques de transmission et de communication en réunion.*
- (*Posséder le contenu des formations à animer.*
- (*Savoir animer une session de formation.*
- (*Comprendre le rôle et les comportements du formateur, afin de construire sa légitimité.*
- (*S'entraîner à animer les formations internes programmées.*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Sensibilisation

- Les savoir-faire du formateur
- Les clés pour réussir une formation,

2. Les fondamentaux de la communication face à un groupe

- Communication efficace.
- Gestion des échanges en réunion.

3. Transmettre en formation

- Structurer son message
- Capter et retenir l'attention
- Maîtriser l'expression vocale et gestuelle
- Développer son aisance face à un groupe

4. Les fondamentaux de la formation

- Construction et séquençage d'une formation
- Scénario et méthodes pédagogiques
- Les différentes méthodes pédagogiques

5 ; Rôle et comportement du formateur

- Le positionnement du formateur
- Les comportements adaptés

5. Animer les différentes séquences d'une formation

- Animer l'introduction
- Animer les exercices et jeux
- Animer et débriefe les jeux de rôle

6. Autodiagnostic et objectifs de progrès



CATALOGUE DE NOS FORMATIONS VENDEURS

LA RELATION CLIENT

PUBLIC VISÉ

- Vendeurs et conseillers de vente.
- Directeurs et adjoints.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 10

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (*Maîtriser les techniques de vente dans les différentes étapes de la vente*
- (*Intégrer appliquer les principes et méthodes de vente de l'entreprise.*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Accueil et approche

- Montrer sa disponibilité et aller vers les clients spontanément.
- Accueil multiclents clients.

2. Découverte du besoin

- Poser d'abord des questions ouvertes pour laisser le client s'exprimer.
- Puis des questions alternatives, pour faire préciser la demande.

3. Essayage

- En surface de vente, inciter la cliente à essayer et l'orienter vers les cabines.
- En cabine accompagner la cliente dans son essayage.

4. Propositions et conseil

- Faire plusieurs propositions.
- Apporter des arguments simples, structurés et ciblés.
- En cas de rupture, proposer systématiquement d'autres choix en boutique ou sur le site web.
- Répondre diplomatiquement aux objections.

5. Ventes complémentaires

- Faire des propositions complémentaires et additionnelles dans chaque vente.
- Sous forme de conseil ou de suggestion, jamais sous forme de question.
- Inciter la cliente à des achats dans d'autres gammes.

6. Conclusion :

- Point de chaque participant sur ses axes de progrès.

CONNAÎTRE LES MATIÈRES TEXTILES POUT CONSEILLER ET ARGUMENTER

PUBLIC VISÉ

- Vendeurs et conseillers de vente.
- Directeurs et adjoints.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (*Connaître les différents textiles :*
- (*Utiliser ces connaissances dans le conseil client, l'argumentation et le traitement des objections.*

CONTENU DE LA FORMATION

1. Matières textiles

- De la fibre au vêtement
- Les différentes catégories de textiles
- Les textiles naturels : coton, lin, laine, soie
- Les textiles artificiels : viscose, modal, cupro, tencel
- Les textiles synthétiques : polyamide, polyester, acrylique, élasthanne.
- Les mélanges de fibres
- Les textiles éco-responsables
- Les symboles et conseils d'entretien

2. Tissus et mailles

- Tissus et maille.
- Les différentes armures chaîne et trame.
- Les différents types de mailles.
- Les tissus ajourés.

3. Effets et traitements

- Les différents traitements.
- Le délavage des jeans.

4. Conseil textile dans les ventes

- Mettre en valeur les avantages les différentes matières et mélanges.
- Donner des conseils d'entretien.
- Répondre aux objections.

CONNAÎTRE LES FORMES DE PRÊT-À-PORTER

PUBLIC VISÉ

- Vendeurs et conseillers de vente.
- Directeurs et adjoints.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

Développer son professionnalisme en utilisant les mots justes pour les différentes formes de prêt-à-porter.

CONTENU DE LA FORMATION

1. Pantalons

- Droits : Ville, Chino Jogging
- Étroits : Cigarette, Slim, Skinny, Jegging, tregging et jeggings
- Larges : Carotte, Slouchy, Large et ample, Cargo, Boyfriend, paperbag
- Évasés : Bootcut, Flare
- Longueurs :
- Taille
- Spéciaux : Push up

2. Jupes et robes

- Jupes : droite, évasée, patineuse, trapèze, jupe culotte, moulante ou fourreau, crayon, tulipe, Portefeuille, Jupe short
- Robes : droite, cintrée, évasée, robe pull, moulante, patineuse, trapèze, chemisier, cache cœur

3. Tops

- T-shirts : formes et encolures
- Formes de chemise et cols : blouse, chemise, tunique, liquette, surchemise.
- Formes de lainages et encolures : pull, cardigan, gilet, sweat et hoodie

4. Vestes et outdoor

- Vestes : tailleur ou blazer, biker, blouson, bomber, saharienne, trucker, boxy, kimono, Teddy
- Outdoor : manteau : droit, ou cintré, ou long, parka, duffle coat, doudoune, trench

CONSEIL PERSONNALISÉ : MOTPHOLOGIES, COULEURS ET COLORISME

PUBLIC VISÉ

Vendeurs et conseillers de vente.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (Développer ses compétences dans le conseil look personnalisé.
- (Accroître la satisfaction de la cliente avec un conseil adapté à sa morphologie, ses préférences couleurs colorimétrie.

CONTENU DE LA FORMATION

1. Le look et l'image de soi.

- Découverte de l'importance du look dans l'image de soi.
- Réflexion sur l'image qu'on donne, qu'on pense donner et qu'on veut donner.
- Influence de nos looks sur notre image et notre communication.
- Composantes du look.

2. Formes et morphologies

- Le langage des formes : dominante ronde, dominante rectiligne.
- Les types morphologiques et ce qui leur convient en termes de formes, coupes, matières.
- Tenues adaptées aux différentes morphologies.
- Les corrections de silhouette : formes adaptées aux problèmes les plus fréquemment rencontrés.

3. Couleurs et associations de couleurs

- Le langage et le symbolisme des couleurs.
- Connaissance des couleurs : spectre des couleurs, couleurs chaudes et froides
- Les associations de couleurs dans ses tenues :
 - Les harmonies
 - Les contrastes
- Composer des associations de couleur.

4. La colorimétrie

- Les 4 types de femmes.
- Les couleurs associées à type.

CONNAÎTRE LA LINGERIE POUT CONSEILLER ET ARGUMENTER

PUBLIC VISÉ

- Vendeurs et conseillers de vente.
- Directeurs et adjoints.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (Développer ses compétences dans les différents produits de lingerie.
- (Les mettre en pratique dans la relation client.

CONTENU DE LA FORMATION

1. Les formes de corseterie

- Soutiens gorge
 - Sans armature
 - Avec armatures
 - Modèles spécifiques
 - Choisir la bonne taille.

- Culottes et slips
- Autres formes

2. Les textiles de la lingerie

- Polyamide et polyester
- Coton, coton bio, modal, soie
- Élasthanne.
- Dentelles

3 Le homewear

- Les tendances cocooning.
- Les formes
 - Survêtements : coton et modal (pour la douceur)
 - Jeggings
 - Brassières

4 Le shapewear

- Les formes : body, culottes ventre plat, panty...

CONNAÎTRE LA CHAUSSURE

PUBLIC VISÉ

- Vendeurs et conseillers de vente.
- Directeurs et adjoints.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire

DURÉE

1 jour soit 7 heures

NOMBRE DE PARTICIPANTS PAR SESSION

Minimum : 4

Maximum : 12

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- (Développer ses compétences sur les différents aspects de la chaussure.
- (Les mettre en pratique dans la relation client.

CONTENU DE LA FORMATION

1. Composition de la chaussure

- Les différentes parties : tige, semelle, talon.
- Détails des différentes parties.
- Les formes de talons.

2. Fabrication de la chaussure

- Les étapes de la fabrication.
- Les différents montages

3 Matières

- Matières des tiges.
- Matières des semelles.
- Matières intérieures.
- Pictos matières.

4 Formes de chaussures

- Ville plates
- Ville à talon
- Bottes et boots
- Sandales
- Sneakers

5 Conseil

- Conseiller le client dans son choix : mode, confort, bon chaussant
- Conseils pour les chaussures d'enfants.

POUR TOUS NOS PROGRAMMES

ACCESSIBILITÉ POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Si une personne se trouve en situation d'handicap, faites-le-nous savoir. Nous serons attentifs à l'accueil, l'orientation et l'accompagnement de la personne.

NOTRE DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

La pédagogie fait alterner :

- **Des apports théoriques** : visuels, fiches, boîtes à outils...
- **Des exercices** : études de cas, mises en situation, quiz, auto-évaluations, jeux pédagogiques.
- **Des ateliers collectifs** : réflexions et retours d'expériences.

Tout au long de la formation, les participants sont invités à transférer et expérimenter les postures, démarches et outils nouvellement acquis dans leurs réalités professionnelles.

NOS MOYENS PÉDAGOGIQUES

En présentiel

- Les formations ont lieu dans les locaux du client ou des locaux fournis par ses soins.
- Ces locaux doivent être équipés d'un système de vidéo-projection, d'un paper board. ils doivent répondre aux normes de confort : surface, aération, tables et chaises.
- Nous fournissons le matériel pour la prise de notes, ainsi que toute la documentation, remise sur place ou envoyées après la formation sous forme numérique.

En distanciel

- Les formations ont lieu via Teams.
- Les exercices et quiz ont lieu
 - Soit oralement, en plénière ou en sous-groupes.
 - Soit par messagerie instantanée ou autres outils teams avec résultat d'équipe ou individuels.

Référent pédagogique et formateur :

Chaque formation est sous la responsabilité de Martine Bigeard, formatrice indépendante et seule représentante de mbcformation.

TARIFS

- A partir de 1875 € HT par jour

VALIDATION DES ACQUIS

- La formation s'inscrit dans un parcours de formation défini par le client.
- La méthode pédagogique est centrée sur des allers et retours entre contenus théoriques, quiz et mises en situation en rapport avec la réalité professionnelle des participants.
- Un quiz d'évaluation initiale des compétences et des besoins est réalisé en début de formation.
- La validation des acquis de la formation, de la compréhension des questions abordées et de l'évolution des compétences se fait tout au long du parcours par un système de questions/ réponses, d'exercices, de quiz, de jeux de rôle, d'échanges entre les participants.
En fin de formation par une évaluation globale des acquis et un test de validation.