

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.

CONDUITE DU CHANGEMENT

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 accompagner les changements au sein du pôle premium : changements humains, organisationnels et technologiques.

- (*Connaître les réactions humaines face au changement.*
- (*Savoir informer les équipes et les préparer aux changements.*
- (*Savoir accompagner les personnes dans le changement.*

CONTENU DE LA FORMATION

Connaître les comportements face au changement

- Réflexion individuelle sur son propre comportement face au changement : exemples d'adhésion et de résistance, selon :
 - La nature du changement.
 - La façon dont il est mis en place
- Auto-diagnostique sur la gestion du changement
- Connaître les mécanismes de réaction au changement.
- Faire le point sur l'acceptabilité des changements en cours par les équipes.

Communiquer dans le changement

- Savoir donner du sens et expliquer les "pourquoi".
- Organiser le suivi du changement : points et bilans.

Accompagner les équipes

- Gérer les résistances.
- Consolider les apprentissages.
- Faire un suivi régulier et individualisé des responsables de boutiques.
- Récréer la confiance et la stabilité après la phase de transition.
- Célébrer les réussites.

FONDAMENTAUX DU DROIT DU TRAVAIL EN MAGASIN

PUBLIC VISÉ

- Directeurs régionaux.
- Directeurs et responsables de magasin ou de rayon
- Adjoints 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 formation 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 débriefing 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 multicients 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 des 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
- Élasthane.
- 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.