

Jean-Marc GANDY – Novasun

Conférences et animations



Contact : 04 50 66 02 16 jmgandy@novasun.fr

www.novasun.fr



Engagement : en tant qu'animateur conférencier, je m'engage personnellement à...

- ▶ **Créer une ambiance dynamisante et conviviale.**
- ▶ **Transférer un savoir-faire issu des meilleures pratiques professionnelles et à transmettre des recettes pratiques à mettre en œuvre immédiatement.**
- ▶ **Développer des angles d'attaque innovants sur les sujets abordés.**
- ▶ **Remettre à chacun des supports et outils directement réutilisables en entreprise.**
- ▶ **Mettre en valeur l'organisme qui fait appel à nos services d'animation.**
- ▶ **Pratiquer des tarifs d'animation raisonnables.**

Jean-Marc GANDY

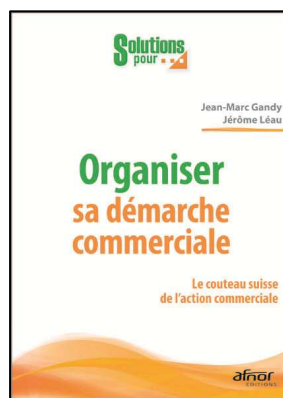
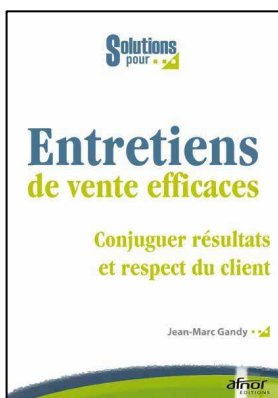
Animateur et auteur...

L'animateur est également reconnu comme auteurs d'ouvrages pratiques parus chez AFNOR EDITIONS et disponibles dans toutes les librairies francophones :

- "Entretiens de vente efficaces, conjuguer résultats et respect du client"
- "Solutions pour fiabiliser ses études de marché et ses enquêtes de satisfaction"
- "Solutions pour organiser sa démarche commerciale. Le couteau suisse de l'action commerciale" (ouvrage coécrit avec Jérôme Léau)
- "Solutions pour motiver ses collaborateurs"

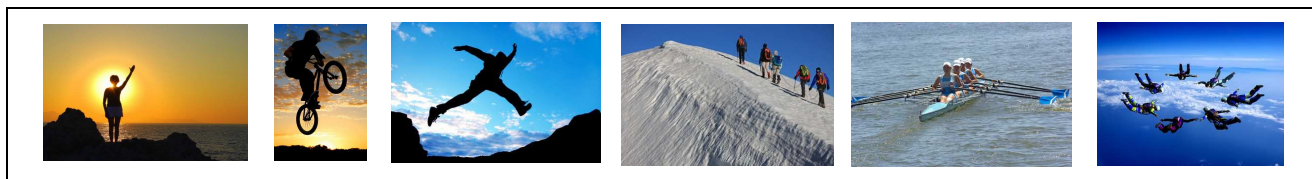
Parution en mai 2011 :

- "Solutions pour se construire un moral gagnant. Plus heureux au travail comme à la maison" (ouvrage coécrit avec Françoise Faure)



Je motive, tu motives, il motive...

Redonner envie à ses collaborateurs de se lever le matin



► Le contexte :

Absences excessives, démissions, démobilisations... Les temps sont durs pour les "ressources humaines".

Et si nombre de chefs d'entreprise, de managers et de chefs d'équipe faisaient fausse route dans leur pratique quotidienne d'encadrement de leurs collaborateurs ? Et si certains des comportements managériaux "à la française" étaient totalement inadaptés et dépassés ?

► Les objectifs de l'animation :

L'intervenant donne des solutions réellement applicables pour améliorer son style individuel de management, quelle que soit la taille de l'équipe à diriger, de la TPE au grand groupe.

► Les supports remis :

- Test d'autoévaluation de son propre profil de manager ou de responsable d'équipe.
- Les 7 règles fondamentales pour créer une motivation durable.

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Solutions pour motiver vos collaborateurs" paru à l'AFNOR en 2009.

Se construire un moral gagnant

Plus équilibré au travail comme à la maison



► Le contexte :

Est-il provocateur de le dire ? Nous avons, pour la plupart d'entre-nous, presque tout pour être à peu près heureux. Heureux dans sa vie personnelle comme dans sa vie professionnelle...

Et pourtant... Au travail ou chez soi, insatisfaction, frustrations, regrets, peur du lendemain prennent de plus en plus d'importance. Le "coup de blues" semble devenir la règle.

La faute à qui ? En vrac : crise économique, mondialisation, hausse des prix et des impôts, difficultés de logement, réformes en cours, violences... Bref, nous nous plaçons plus que jamais en victime du Système.

Cette vision, à défaut de nous rassurer, nous procure au moins un confort intellectuel : celui de nous persuader que nous ne pouvons pas agir sur notre propre moral, sur notre propre humeur.

Et si nous faisons fausse route ? Et si notre mode de pensée et nos comportements étaient en partie responsables de notre propre "petit enfer" personnel ? Et si, en modifiant un peu notre angle de vision, nous pouvions trouver ou retrouver la sérénité et l'envie d'entreprendre ?

► Les objectifs de l'animation :

- Donner ou redonner aux participants un peu plus de confiance en eux-mêmes.
- Transmettre des solutions réellement applicables dans la vie quotidienne, au travail comme à la maison.

L'animation se déroule en 2 parties : se créer une philosophie positive de la vie et utiliser quelques petites "recettes" plus matérielles.

► Les supports remis :

- Développer une philosophie de vie plus positive.
- Recettes matérielles et physiques pour se sentir mieux.

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Solutions pour se construire un moral gagnant" paru à l'AFNOR en mai 2011.

Dans l'entreprise : tous commerciaux !

Ce sont les clients qui nous font vivre...



► Le contexte :

Que l'on travaille dans le secteur marchand ou dans le secteur non marchand, la notion de client est désormais incontournable.

Administratifs, techniciens... nombre de collaborateurs n'ont pas toujours une conscience très claire qu'en bout de chaîne la satisfaction du client joue un rôle majeur dans la survie et dans le développement de l'organisme, de l'entreprise.

► Les objectifs de l'animation :

- Sensibiliser les participants aux nouvelles attentes des clients.
- Démystifier complètement la fonction commerciale. Montrer que le "commercial" est une chaîne complète qui fait appel à l'ensemble des collaborateurs.
- Faire comprendre que des mots tels que "marketing" ou "vente" ne sont pas forcément des gros mots et que le respect du client est une valeur essentielle pour réussir à se développer.

► Les supports remis :

- Fiches "Nouvelles techniques de vente plus respectueuses du client".

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Entretiens de vente efficaces. Conjuguer résultats et respect du client" paru à l'AFNOR en 2008.

Gagnons nos premiers clients !

Créateurs d'entreprises : bienvenue dans le monde réel...



► Le contexte :

Nombre de jeunes entreprises ont un besoin crucial et immédiat de trouver des clients. Les moyens alors disponibles sur les plans humains et financiers sont le plus souvent très limités. Les animateurs donnent ici des recettes pratiques pour capter de nouvelles opportunités commerciales immédiatement exploitables par l'entreprise, sans investissements spécifiques.

Parmi les thèmes abordés :

- Se démarquer plus nettement de la concurrence.
- Concevoir soi-même et à moindre frais des supports de communication percutants.
- Décrocher des rendez-vous utiles sans créer une impression d'agression commerciale chez le prospect.
- Défendre plus efficacement ses prix et ses marges.

► Les objectifs de l'animation :

- Créer un électrochoc positif chez des créateurs d'entreprise souvent un peu "déboussolés" par la dure réalité vécue sur le terrain.
- Transmettre une méthodologie simple à mettre immédiatement en œuvre.

► Les supports remis :

- Trame de plan d'action commerciale.
- Quelques astuces pour bien communiquer sans se ruiner.

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Solutions pour organiser sa démarche commerciale. Le couteau-suisse de l'action commerciale" paru à l'AFNOR en 2010.

Arrêtons de vendre : proposons des solutions !

Conjuguer résultats commerciaux et respect du client



► Le contexte :

L'image traditionnelle du vendeur est encore trop souvent mauvaise. En effet, les clients particuliers ou professionnels sont fatigués par les commerciaux qui les harcèlent, qui multiplient les comportements de manipulation et qui ne les écoutent pas suffisamment...

Et si une approche différente de la vente était possible ? Une approche, plus subtile, pour allier efficacité et respect du client... Résultat des courses : des prospects et des clients qui n'ont plus le sentiment d'être "agressés", des commerciaux nettement plus motivés par l'action commerciale de terrain.

► Les objectifs de l'animation :

- Donner aux participants une plus grande confiance en eux-mêmes.
- Transmettre les premiers éléments pratiques d'une approche nouvelle de la vente qui permet de créer un véritable lien de confiance avec le client.

► Les supports remis :

- Test d'autoévaluation de son profil commercial.
- Fiches "Nouvelles techniques de vente plus respectueuses du client".

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Entretiens de vente efficaces. Conjuguer résultats et respect du client" paru à l'AFNOR en 2008.

Point de salut sans mon Plan d'Action Commerciale !

Une méthode et des outils pratiques indispensables à la PME...



► Le contexte :

Beaucoup de chefs d'entreprise se retrouvent au "four et au moulin". La priorité est souvent donnée à la partie technique des activités, au détriment d'une action commerciale soutenue.

Pourtant, dans le contexte actuel, il n'y a pas de secret : les entreprises qui s'en sortent le mieux sont celles qui ont élaboré un véritable "plan de bataille". Ce plan de bataille, c'est le Plan d'Action Commerciale. Celui-ci comprend un résumé des grandes décisions (stratégie), accompagné d'un ensemble cohérent et planifié d'opérations commerciales à lancer.

Comment bâtir un plan d'action commerciale et, surtout, comment s'organiser dans l'entreprise pour que ce plan soit réellement mise en œuvre, telles sont les questions abordées par les animateurs.

► Les objectifs de l'animation :

Donner aux participants une méthode et des outils pour construire et mettre en œuvre leur propre Plan d'Action Commerciale.

► Les supports remis :

- Trame de Plan d'Action Commerciale.
- Supports d'organisation personnelle pour mettre en œuvre le Plan d'Action.

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Solutions pour organiser sa démarche commerciale. Le couteau-suisse de l'action commerciale" paru à l'AFNOR en 2010.

Une étude de marché fiable, cela existe-t-il ?

Méthode pour cesser de confondre "besoin potentiel" et "demande réelle"



► Le contexte :

Plus de 80 % des études de marché et des enquêtes de satisfaction ne servent à rien ou à presque rien !

Catastrophique ? Le constater ne suffit pas. Il est capital d'apprendre à ne plus confondre les besoins potentiels du marché avec les demandes réelles des clients.

► Les objectifs de l'animation :

- Les intervenants transmettent, ici, des techniques efficaces et innovantes pour fiabiliser les résultats obtenus.
- Les participants repartiront également avec des supports pratiques qu'ils pourront aisément s'approprier dans le contexte de leur propre entreprise.

► Les supports remis :

- Fiche de méthodologie pour fiabiliser son étude de marché.
- Modèles de questionnaire.

A noter : l'animateur est l'auteur de l'ouvrage "Fiabiliser ses études de marché et ses enquêtes de satisfaction" paru à l'AFNOR en 2008.

Marketing : quelques idées iconoclastes...

Conservé une longueur d'avance sur les concurrents !



► Le contexte :

Trop d'entreprises font fausse route en ne prenant pas suffisamment de recul par rapport à leur pratique de la relation client. De profondes évolutions sont en cours, allant souvent à l'encontre des idées à la mode chez les "stratèges du marketing et de la vente".

Quelques thèmes abordés :

- Le client change profondément et n'accepte plus les comportements personnels de nombreux commerciaux et vendeurs.
- Comment développer l'art et la manière de tuer la motivation des commerciaux en multipliant les procédures et les outils de reporting.
- Qualité, fiabilité, durabilité... Non, le client n'est pas forcément prêt à tout sacrifier pour obtenir un prix plus bas.
- L'overdose mortelle du marketing numérique. Des e-mailings au Web.2.0, en passant par les réseaux sociaux, trop de communication tue vraiment la communication...
- Haro sur le marketing qui infantilise ou qui culpabilise ! Le client est actuellement saturé de messages publicitaires faisant appel à sa "bonne conscience" : sécurité et protection de ses proches, santé, environnement et développement durable...

► Les objectifs de l'animation :

L'animateur fait prendre conscience des "travers commerciaux" dans lesquels nous tombons tous. Il donne ensuite quelques pistes et solutions pour les entreprises qui souhaitent se démarquer de la concurrence par une approche plus "intelligente" et plus respectueuse du client.

► Les supports remis :

- Résultats de plusieurs enquêtes relatives aux nouvelles attentes des clients particuliers et professionnels.
- Document "11 grandes tendances de marché et de consommation".

A noter : l'animateur est l'auteur des ouvrages "Entretiens de vente efficaces. Conjuguer résultats et respect du client" (paru à l'AFNOR en 2008) et "Solutions pour organiser sa démarche commerciale. Le couteau-suisse de l'action commerciale" (paru à l'AFNOR en 2010).