

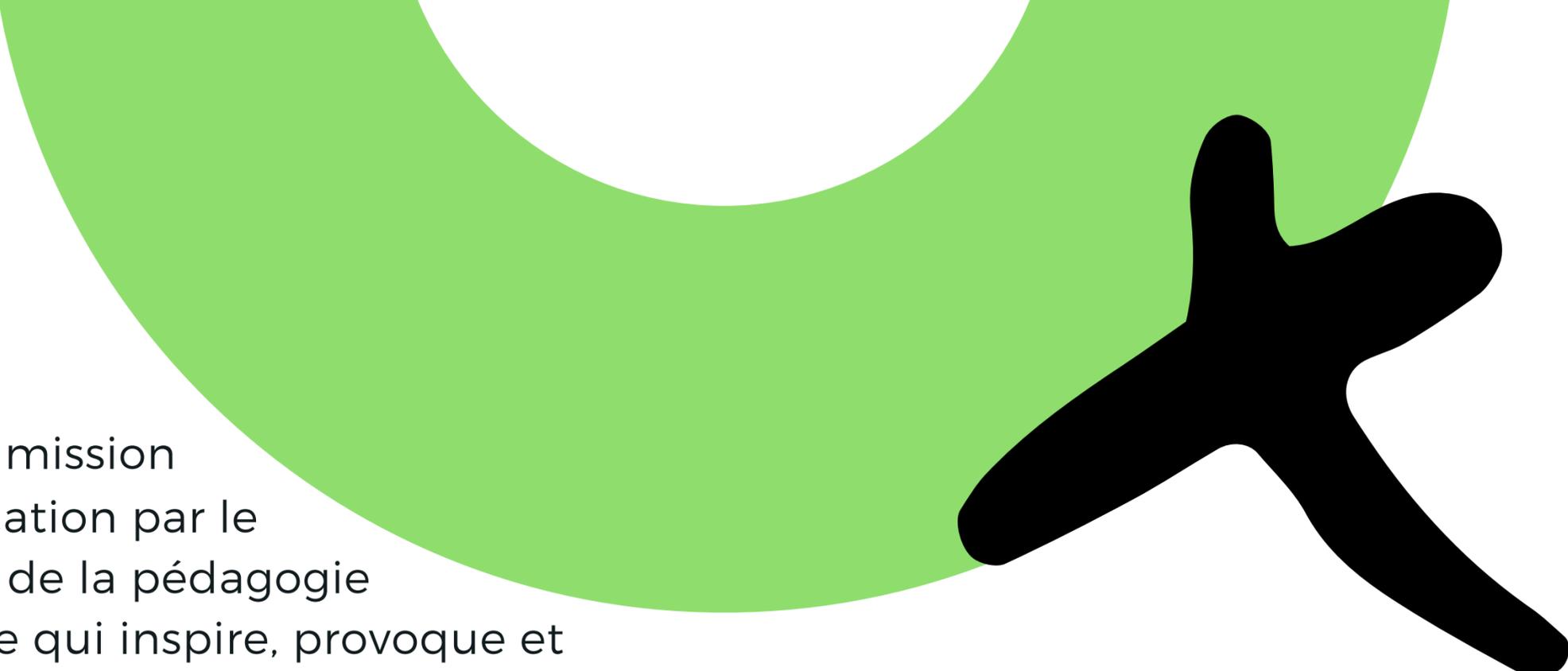


# FORMATIONS MHS

2020-2021

APPRENDS &  
ENTREPRENDS





**Apprends & Entreprennds** a comme mission de dynamiser et d'authentifier l'éducation par le biais de l'entrepreneuriat éducatif et de la pédagogie entrepreneuriale. C'est une entreprise qui inspire, provoque et appuie le développement de la jeunesse. C'est le catalyseur de la transformation des affaires et du commerce dans les écoles secondaires, les cégeps, les collèges et les universités.

Par le biais d'ateliers uniques, de conférences ou d'une série, nous misons sur la formation dynamique, la réflexion, la collaboration, la résolution de problème et l'autorégulation pour permettre aux apprenantes et aux apprenants d'évoluer dans un contexte des plus authentiques.

Nos formations MHS sont toutes d'une durée de **2 à 4 heures** et sont offertes par deux experts du milieu en question. Nous pouvons offrir celles-ci en présentiel et/ou à distance (selon les exigences de la Santé Publique et du Ministère de l'Éducation)

# LES FORMATIONS

---

## 1. L'ART DE CONVAINCRE

---

### COMMENT ÊTRE CONVAINCU POUR ÊTRE CONVAINCANT?

1. Introduction à la conviction
2. Comment adapter son discours à l'auditoire
3. L'importance du non-verbal
4. La présence scénique, la prestance et la posture
5. Le contenant et le contenu (La règle du 80/20)
6. Les mécanismes d'adaptation
7. Atelier: Le discours improvisé

Atelier choc visant à sortir le participant de sa zone de confort. Suite à une série d'exercices, celui-ci devra improviser un discours de vente et inventer une description pour un terme dont il ne connaît pas la définition. L'objectif: Être convaincu, pour être convaincant.

8. Intégration

## 2. L'ART DE LA NÉGOCIATION

### A. Une approche humaine à la négociation

1. L'entrée : démarche, présentation, posture, regard, timbre
2. La lecture de l'autre, tout en se préservant d'être lu : démarche, présentation, posture, regard, timbre
3. La question fondamentale : vendre (ou acheter) à tout prix, ou plutôt réaliser le profit optimal ?
4. La fidélité à l'égard de la structure de la rencontre
5. La gestion de l'espace
6. La posture assise, la prestance, les mains
7. Le calcul : pourcentages et fractions sur le bout des doigts
8. La connaissance accrue du produit : valeur, coût de production (prix de revient) seuil de rentabilité
9. La connaissance accrue du marché et des tendances : fluctuations, prévisions
10. La connaissance de la valeur du produit aux yeux d'autres clients : ne jamais confondre valeur du produit vendable et valeur réelle de l'entreprise
11. La connaissance des moyens, des mesures et/ou de la situation de l'autre : recherche factuelle, antécédents, établissement de leviers, notamment par l'entremise d'une situation analogue
12. Analyse quant au potentiel en fait de ventes complémentaires périphériques ou subséquentes (notion de tremplin)
13. Le forfait : si..., alors...
14. La retenue et la fermeté
15. La règle des 15 % en fait de marge tampon
16. Pourquoi y a-t-il négociation ? Causes ? Motifs ?
17. Attitude : ne jamais se montrer réjoui ou manifester de contentement; toujours réagir comme si nous cédions de façon colossale
18. Quand conclure ? - La notion de temps à écouler, d'attente
19. Prochaine étape, peu importe l'issue : si l'entente se concrétise et si l'entente est avortée ou si l'impasse persiste

### B. Une approche structurée à la négociation

1. Introduction à la négociation
2. La structure et le cadre de la négociation
3. La structure et le cadre de l'argumentaire
4. Qu'est-ce que la tarte? (Ce qui est en jeu dans le cadre de la négociation)
5. Trouver la tarte (Ce qui est en jeu dans le cadre de la négociation)
6. Démarche #1: La négociation par équivalence
7. Démarche #2: *The Principle Of The Divided Cloth*
8. Mises en situation
9. Intégration

### 3. LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

Nous sommes appelés à interpréter le client potentiel par le biais du non-verbal et de l'intonation, à mettre à exécution les bonnes pratiques et à composer avec des clients qui donnent du fil à retordre. Tout pour dépasser les attentes en matière de satisfaction : le client a toujours raison, et nous le faisons résonner.

### 4. COMPÉTITIONS ET FORMATIONS SPÉCIALISÉES

**Entrepreneuriat jeunesse; Entreprise étudiante; Présentation d'affaires; Entreprise d'été**

Nous vous convions au cœur même de ce que nous préconisons et concrétisons : le développement d'un produit ou d'un service et le démarrage d'une entreprise authentique. Nous nous familiariserons de fait quant à tous les secteurs et à tous les champs qui ont trait à l'exploitation d'une entreprise, de l'idéation au pitch, de la mission à la vente, puis du prototypage au marketing, en passant par la conception, la commercialisation et les finances.

### 5. ARTS ORATOIRES

Nous concrétisons les astuces en matière de déplacement, de posture, de physionomie, d'intonation, de débit et bien sûr, de contenu qui doit être à la fois percutant et pertinent, à la fois convaincant et rassurant.

## 6. COMMIS AU COMMERCE DE DÉTAIL

Nous nous interrogeons quant à ce que nous vendons vraiment, lorsqu'il est question de vente au détail. Ainsi, nous accentuerons, par le biais de jeux de rôles, l'importance de la vente complémentaire (upselling), des modes à privilégier pour initier et pour clore la vente et de l'expérience qu'en a éprouvée le commis. Tout pour l'expérience client qui fera en sorte que le client reviendra, ne serait-ce que pour des conseils.

## 7. COMPÉTENCES EN LEADERSHIP

Nous établissons ensemble les caractéristiques du leader, des valeurs fondamentales et viscérales à l'importance de bien s'entourer, en passant par l'écoute proactive, l'attention dynamique, l'ancrage des valeurs dans la mouvance des contextes, l'authenticité adaptable, l'esprit mobilisateur, l'identité, le sens de l'appartenance et le sentiment de fierté contagieux et rayonnant. Inspiration, motivation et stimulation en sont les pierres angulaires. Le chef de file est aussi celle ou celui qui ferme la marche.



## **8. CONSIDÉRATIONS EN MATIÈRE D'ÉTHIQUE**

Nous contribuons à développer chez les apprenantes et les apprenants le savoir-être, le savoir-faire et le savoir-rayonner à la lumière des valeurs qui les définissent et qui les inspirent, par le biais de situations où seront mises à l'épreuve ces valeurs, au sein de contextes sociaux, de contextes d'affaires et de contextes plus intimement liés au rapport à l'autre. C'est l'intégration et l'inclusion de sa propre authenticité au monde qui les entoure, dans une perspective de citoyenneté mondiale et de motifs personnels.

## **9. DÉVELOPPEMENT DU PORTFOLIO**

Nous étudions les composantes essentielles dans le cadre du rayonnement de nos forces, afin de séduire et de convaincre le récepteur ou l'auditoire, que ce soit dans la sphère artistique ou dans l'univers du sport, notamment. Nous leur permettons de mettre à exécution des pratiques gagnantes et des stratégies en matière de vente de nos forces, de nos compétences, de nos habiletés et de nos traits distinctifs. La valeur ajoutée y est en vedette.

## **10. ÉQUITÉ ET INCLUSION**

Nous nous penchons sur les enjeux liés à l'accessibilité, à l'équité, à l'égalité, à l'inclusion et à l'intégration dans une optique morale, professionnelle et sociale. Nous abordons pour ce faire les notions de droit, de liberté, de privilège et de devoir, misant, pour ce faire, sur un principe inébranlable : la puissance d'une communauté donnée repose sur la convergence des différences qui la constituent.



## 11. ÉTIQUETTE EN AFFAIRES

Nous abordons la tenue, le code qui régit le dialogue et les rencontres, les modes de transaction entre membres d'une équipe de travail, partenaires potentiels et entre gens d'affaires et investisseurs et l'importance d'honorer nos engagements. Nous transposons le tout aux contextes du réseautage, du rendez-vous d'affaires, de la présence à des événements et de la vie publique qui fait partie du quotidien de la personne d'affaires.

## 12. GESTION DE PROJETS

Nous établissons les composantes essentielles de l'engrenage, du financement au déroulement, de la promotion à la coordination, de l'échéancier à la gestion des imprévus et de la gestion des ressources à la concrétisation. Articulation, organisation et gages de reconnaissance fréquents en sont les noyaux incorruptibles.

## 13. INVENTAIRE DE PERSONNALITÉ

Par le biais de tests sur le plan des aptitudes, des intérêts, des tendances de nature comportementale et des réactions affectives et émotionnelles, nous aboutissons à des techniques en matière d'établissement de la personnalité, mais, surtout, à des associations et à des transpositions quant à divers contextes et au gré de circonstances variées.

## 14. RÉSEAUTAGE EFFICACE

Nous accentuons ici l'importance du sens du synchronisme, de la tenue et de la présence, de la physionomie, du ce qui est à exprimer et de ce qui est à retenir, de l'écoute active et de l'attention intentionnée et de l'argumentaire authentique, percutant, séduisant, attrayant et à la fois déstabilisant et saisissant. Le but ici est de faire en sorte qu'une rencontre dans un contexte de réseautage mène à une opportunité d'affaires grâce à l'impression qu'on y aura faite. Il faut être à la fois convaincant et valorisant : la bonne première impression est celle qui est tout juste assez profonde que nous y voyions la trace et tout juste assez en surface pour que nous voulions creuser encore un peu plus.

**Veillez communiquer avec nous pour en savoir davantage et pour une proposition de notre part. Nous croyons fermement que l'entrepreneuriat est la pierre angulaire d'un apprentissage dynamique et d'un savoir-faire à l'intersection des compétences globales, des habiletés et des habitudes travail. Partons de l'analyse de la société qu'est la leur, de leurs champs d'intérêts et de leurs convictions, et ils tireront profit d'un savoir-exister des plus authentiques.**