

Formation stratégie commerciale

• Contexte de formation	2
• Objectifs de formation	2
• Programme de formation	3
• Ingénierie de formation	5
• Organisation de la formation	6
• Méthodes pédagogiques et évaluatives	6
• Validation des acquis	8
• Modalités d'inscription	8
• Prix de formation	8
• Conditions générales	9

SOMMAIRE

Contact

Sylvie LEFEVRE
Tél. : 01 42 26 07 54
info@lca-performances.com

Dates des sessions

Nantes : 8-10 janvier 2018
Nantes : 25-27 avril 2018
Paris : 2-4 juillet 2018
Paris : 10-12 septembre 2018
Nantes : 21-23 novembre 2018

LCA Performances Ltd

37, rue d'Amsterdam
75008 - Paris
www.lca-performances.com

Formation stratégie commerciale

Dans une économie mondialisée, la dimension de la stratégie commerciale constitue le principal vecteur dans la conquête de nouveaux espaces de développement et de croissance compétitive pour l'entreprise. Face à des marchés en mutation rapide, des clients dont les attentes sont plus complexes et une concurrence qui s'acharne, il est nécessaire de renforcer la relation client par l'excellence professionnelle et utiliser la stratégie commerciale comme levier pour susciter la préférence de relation durable des clients avec l'entreprise. Au cours de cette formation, le stagiaire construit, sur la base de la stratégie de son entreprise, la stratégie du développement commercial pour sa propre force de vente.

Cette formation est axée sur l'appropriation des compétences et des outils du développement d'une culture de la stratégie commerciale de l'entreprise compétitive et transformative. Cette formation, tournée vers une double démarche, réactive et proactive, offre des ouvertures permettant au stagiaire de concevoir une stratégie commerciale cohérente, en assurer son déploiement et en mesurer sa pertinence. Ainsi, le stagiaire pourra mieux positionner sa stratégie de l'offre et réaliser les actions commerciales efficaces.

Le public visé

Cette formation s'adresse aux dirigeants d'entreprise, directeurs commerciaux, directeurs de marketing, chefs de vente, directeurs de la recherche et du développement, responsables des ressources humaines et à tous ceux qui cherchent à enrichir et structurer leur action commerciale, créer, adapter, perfectionner ou développer leurs compétences et faire évoluer leur expérience en matière de stratégie commerciale. Ainsi, le stagiaire saura comment positionner la stratégie commerciale de son entreprise et déployer un plan de développement ambitieux.

Le prérequis - conditions d'accès

En tant que formation de perfectionnement pour ces fonctions, elle ne nécessite pas de prérequis spécifiques en matière de diplômes. Cependant, la possession d'une expérience professionnelle en management des équipes commerciales ou de marketing, fonctionnelles ou opérationnelles est demandée au candidat. Ce dernier doit également démontrer, au travers des travaux préparatoires, de sa capacité de penser et d'agir en stratège. Dès la validation de la candidature, [Yves JAUCYER](#) le formateur intervenant effectue l'ajustement entre les objectifs de formation, le profil du candidat et ses attentes spécifiques.

Objectifs de formation

Les bases classiques de la stratégie commerciale se devaient d'être revisitées. Il s'agit de prendre en compte les nouveaux enjeux pour redéployer les nouvelles approches du développement commercial, adapté au contexte dans lequel s'inscrit l'entreprise d'aujourd'hui. Ces enjeux marquent le parcours de cette formation qui permet de traduire les objectifs de l'entreprise en actions commerciales performantes et d'harmoniser la stratégie commerciale avec la capacité de la force de vente de la mettre en œuvre.

- Modéliser son leadership qui donne sens à la stratégie commerciale, fédérateur de l'enthousiasme, de la motivation, du plaisir de la réussite de son équipe et générateur des nouvelles sources de la performance.
- Définir la stratégie commerciale de l'entreprise compétitive en cohérence avec la stratégie d'entreprise et mobiliser les capacités de la force de vente pour la transformer en actions sur le terrain.
- Formaliser le plan du développement en le traduisant en objectifs opérationnels de la force de vente et définir le processus de leur affectation à chaque collaborateur commercial.
- Manager la performance de l'équipe commerciale en s'appuyant sur des plans d'action opérationnels afin d'obtenir plus d'efficacité et créer les conditions optimales du succès de chacun.
- Accompagner les commerciaux dans le développement de leurs compétences pour qu'ils puissent exercer leur métier avec la confiance et faire progresser leurs résultats.
- Développer et mettre en œuvre son projet de progression de manager en matière de la stratégie commerciale qui permet d'agir avant les autres et de créer de nouveaux espaces de croissance.

Au travers de ces objectifs, chaque stagiaire structure sa réflexion et son action stratégique à l'aide d'un dispositif de méthodes et d'outils opérationnels. Il s'agit avant tout d'acquiescer une nouvelle vision sur la stratégie commerciale permettant à chacun d'enrichir et d'ouvrir son action du manager commercial vers de nouveaux espaces de développement en phase avec les finalités et les capacités d'action de l'entreprise.

Formation stratégie commerciale

Programme de formation

1. Modéliser un leadership qui donne sens à la stratégie commerciale

Lors de cette séquence de formation, le stagiaire s'approprie les principaux leviers de leadership, basés sur le référentiel des compétences comportementales, avec les modes opératoires. Il s'agit de concevoir un modèle de leadership qui donne la légitimité à la stratégie commerciale, fondée sur des valeurs et des compétences clairement identifiables par tous les business partenaires internes et externes de l'entreprise.

- Les éléments de la légitimité du leader commercial : la stabilité émotionnelle, la résistance au stress et le professionnalisme.
- Les actions pour exprimer pleinement son potentiel de leadership capable d'incarner la stratégie commerciale.
- Les cinq missions de leadership du management commercial pour mobiliser son équipe autour d'une vision commune.
- Les compétences comportementales qui permettent aux autres d'agir, encourager la coopération et renforcer les initiatives.
- La modélisation de sa propre charte de manager leader pour devenir un exemple à produire des succès.
- Les principales caractéristiques comportementales et culturelles, composantes du leadership commercial.
- Les méthodes pour exprimer pleinement son potentiel, générer de la motivation et pour la transférer aux autres.
- Les principaux leviers pour mobiliser, former et engager son équipe commerciale dans la performance durable.
- Les actions de leadership qui font inspirer l'initiative pour donner confiance, responsabiliser, faire progresser les autres.

Les travaux de la séquence s'appuient sur les diagnostics et grilles d'analyse. A l'aide de la pédagogie inductive, interrogative et démonstrative, le stagiaire s'approprie des compétences mobilisatrices de la force de vente. Quant à l'évaluation de la séquence, elle s'opère par le biais de présentations des synthèses orales des stagiaires en mode individuel. Elle s'appuie sur des outils tels que diagnostics, référentiels, questionnaires, applications pratiques.

2. Définir la stratégie commerciale de l'entreprise compétitive

Le stagiaire définit les grands axes de la stratégie commerciale compétitive de l'entreprise et les processus clés de sa déclinaison en planification stratégique. Il s'agit d'un travail de base sur l'acquisition des compétences de la stratégie commerciale et la maîtrise de processus de sa mise en œuvre. La définition de la mise en œuvre de la stratégie commerciale intègre également des contraintes économiques, technologiques, humaines et organisationnelles faisant partie intégrante de sa réalisation.

- L'analyse du contexte géopolitique, économique et leurs impacts sur le marché de l'entreprise.
- Le diagnostic de la performance de l'entreprise et de la capacité d'action de la force de vente face aux enjeux stratégiques.
- Les principes d'élaboration de la stratégie de développement commercial en cohérence avec le potentiel du marché.
- La clarification des enjeux stratégiques pour l'entreprise, les clients, les actionnaires et la force de vente.
- Les méthodes d'analyse du marché de l'entreprise, de son environnement, de sa concurrence, de ses clients.
- La définition des critères de segmentation des secteurs d'activités et le ciblage des clients à valeur.
- Le mode d'optimisation de positionnement de l'offre commerciale de l'entreprise basée sur les métiers fondamentaux.
- Le mode opératoire de segmentation stratégique : produits/utilisation/distribution/client.
- Les grilles d'analyse du cycle de vie de produit, le taux d'équipement du portefeuille et le potentiel client.
- La définition des cibles prioritaires de clients et prospects à fort potentiel en cohérence avec les savoir faire fondamentaux.
- La formulation d'un plan stratégique du développement commercial compétitif de l'entreprise.

Cette séquence de formation permet au stagiaire d'acquérir des bases de compétences nouvelles aboutissant à une véritable intégration de la culture stratégique dans l'action et le comportement professionnel de tous les collaborateurs commerciaux. Elle fait appel à la pédagogie en mode de projet, démonstrative, inductive et permet de transférer au stagiaire un dispositif de compétences fourni par le formateur. L'évaluation du stagiaire s'opère sur la capacité à concevoir et présenter un plan opérationnel de la stratégie commerciale de l'entreprise compétitive.

Formation stratégie commerciale

3. Formaliser le plan du développement commercial

Lors de cette séquence de formation, le stagiaire traduit la stratégie commerciale en plan du développement commercial et élabore les plans d'action opérationnels. Il mobilise, pour ce travail, sa connaissance du métier de l'entreprise et applique les compétences acquises pendant cette séquence. Les entraînements et mises en situation sont centrés sur la maîtrise des outils de formalisation du plan du développement commercial.

- La traduction de la stratégie du développement commercial en objectifs de vente pour l'équipe commerciale.
- Les méthodes pour faire adhérer la force de vente dans la vision du développement stratégique de l'entreprise.
- Le processus d'affectation des objectifs aux collaborateurs commerciaux selon leur profil.
- La définition des objectifs commerciaux à atteindre au niveau individuel et d'équipe.
- La déclinaison des objectifs commerciaux par secteur commercial et par client ou prospect.
- L'ajustement des objectifs et leur redéploiement au niveau de la force de vente.
- La mise en place des plans d'action annuel, mensuel et hebdomadaire par nature d'activité commerciale.
- La définition des priorités : ciblage des potentiels, formulation de l'offre, définition du mix.
- La conquête ou développement clientèle existante, techniques de vente / moyens d'animation.
- La déclinaison du plan en séquences temps/étapes/responsables commerciaux.
- L'appropriation des outils de gestion, le tableau de bord et les indicateurs de performance.
- Les méthodes d'analyse des résultats commerciaux et lancement des plans action correctives.

Cette étape permet de lever les obstacles liés à la mise en œuvre de plan du développement commercial que le stagiaire sera en mesure d'appliquer à l'issue de cette séquence de formation et apporte la garantie du succès aux actions commerciales à court, moyen et long terme. Les travaux pratiques font appel à la pédagogie en mode projet associée avec la pédagogie inductive, interrogative et démonstrative. L'évaluation de la séquence est centrée sur la capacité des stagiaires à présenter un plan fonctionnel du développement commercial.

4. Manager la performance de l'équipe commerciale

Pendant cette séquence de formation, le stagiaire acquiert les méthodes et outils de performance pour optimiser l'action de chacun de ses commerciaux. Il pourra démontrer son exemplarité professionnelle au travers de ses compétences de manager. Il s'agit de clarifier les missions, mobiliser l'équipe autour des objectifs, impliquer chacun pour faire progresser les résultats. Les travaux pratiques sont centrés sur l'identification des principaux leviers favorisant le déploiement d'une stratégie commerciale de haute performance.

- Les pratiques du management de la performance qui créent l'envie de la remise en cause et la volonté de progresser.
- L'optimisation des résultats : comment apporter les correctifs évolutifs aux écarts de compétences et/ou de résultats.
- Les critères de choix des indicateurs de la performance en cohérence avec le profil du collaborateur commercial.
- Les clés pour comprendre le cadre de référence socioprofessionnel et motivationnel de chacun de ses collaborateurs.
- Les méthodes d'identification des talents individuels pour construire une équipe commerciale performante.
- Les modalités de fixation des objectifs, de suivi des plans d'action et de management de la performance des commerciaux.
- L'appropriation des outils d'identification des compétences manquantes et de la formalisation des plans d'action de progrès.
- Le processus d'évaluation des résultats en corrélation entre les objectifs, les résultats, les compétences, les potentialités.
- Le mode opératoire de formalisation des contrats de progrès avec chaque commercial en écart de résultat ou de compétence.
- Comment utiliser les succès individuels des commerciaux pour doper la performance collective ?

Ce dispositif de compétences permet au manager de mieux optimiser son potentiel de fédérateur capable d'entraîner son équipe commerciale, de la motiver et de la faire progresser. Au cours de cette séquence, le stagiaire s'entraîne à l'application de nouveaux acquis et évalue sa capacité à faire progresser les résultats d'une équipe commerciale. Les méthodes pédagogiques déployées sont : inductive, démonstrative et mode projet.

Formation stratégie commerciale

5. Développer et mettre en œuvre son projet de progression

Le stagiaire est chargé de développer son propre projet, lui permettant de structurer son processus de professionnalisation en matière de la stratégie commerciale et de progression dans son métier de manager commercial. Le stagiaire formalise son projet professionnel, avec l'aide du formateur qui l'accompagne dans sa démarche. Les travaux pratiques sont centrés sur :

- La définition des axes de projet par chaque stagiaire dans le cadre de ses missions qui vont le conduire à la modélisation de son projet professionnel.
- La définition d'une stratégie commerciale dans le cadre de la spécificité de son métier pour chacune des missions, conformément aux axes de progrès définis avec le formateur.
- La formalisation des plans d'action opérationnels pour déployer et réussir la réalisation de son projet de développement commercial et qui feront l'objet de suivi et d'évaluation post-formation.
- La validation de projet sur le plan de la maîtrise opératoire de sa mise en œuvre, par le stagiaire et apporter les correctifs sur la base des préconisations fournies par le formateur.
- La mise au point des modalités d'accompagnement des plans d'action de progrès post formation avec le formateur sous forme des sessions de télécoaching individualisé en ligne.

La présentation du projet est effectuée par le stagiaire et enregistrée sur le support numérique. Ensuite, elle est analysée et évaluée sur la base des critères de faisabilité et de performance. Le projet professionnel devient ainsi l'élément central du suivi et de l'évaluation opérationnelle post formation (à froid). Les pédagogies utilisées : mode projet associé avec la pédagogie inductive et démonstrative.

Ingénierie de formation

La fourniture d'une documentation technique complète qui constitue le support de formation et de transfert des compétences au stagiaire, fait partie intégrante de cette prestation de formation. Il s'agit d'un support pédagogique de base qui permet au stagiaire de consulter les référentiels méthodologiques des objectifs de formation traités lors de différentes séquences de cette formation. Il constitue un dispositif de référence sur la formation et les missions à accomplir par le stagiaire.

L'ingénierie de formation dédiée à la stratégie commerciale, mise à disposition du stagiaire, est validée sur la base des critères de performance intégrant la notion du retour sur investissement aussi bien pour les stagiaires que pour leur entreprise. Les supports pédagogiques ainsi constitués sont constamment mis à jour et validés par le [Comité de Veille](#) composé de consultants partenaires et des enseignants chercheurs.

- Ils contiennent tous les éléments techniques et méthodologiques abordés pendant la formation,
- Ils servent en tant que fil conducteur pédagogique tout au long de cette formation,
- Ils constituent des ressources méthodologiques pour appliquer les compétences acquises,
- Ils servent de référentiel et guide pour la mise en œuvre du projet professionnel.

C'est avec clarté et efficacité que ce dispositif méthodologique guidera le stagiaire dans l'acquisition de compétences en matière de la stratégie commerciale. Cette formation peut être suivie, sur la demande du stagiaire, par un coaching de progression qui lui permet de trouver avec son formateur, des solutions spécifiques à ses attentes professionnelles complémentaires.

Voilà pourquoi la documentation technique qui est remise au stagiaire lors de cette formation contient environ 150 pages, accompagnée d'une fourniture d'outils méthodologiques sous forme de fichiers numériques ayant pour objectif de favoriser l'auto perfectionnement du stagiaire après la formation. Il s'agit des fondements méthodologiques, issus des recherches et des pratiques formalisées par LCA Performances Ltd et font l'objet du Dépôt Légal avec l'attribution du numéro d'enregistrement ISBN.

Formation stratégie commerciale

Organisation de la formation

Compte tenu du caractère intensif de la formation nécessitant une concentration soutenue et une forte implication aux entraînements de mises en situation, les conditions matérielles et organisationnelles se doivent d'être à la hauteur de l'enjeu. Alors, pour maintenir la cohésion et la dynamique du groupe, LCA Performances Ltd offre aux stagiaires les repas du midi qui sont pris en commun avec le formateur ainsi qu'un choix de sites de formation retenus offrant un meilleur environnement possible afin d'assurer une meilleure performance des stagiaires. Les sites de formation sont équipés d'ascenseurs et toilettes à accès handicapé.

L'accueil des stagiaires

Nous suggérons aux participants de se présenter sur le lieu de formation 15 minutes en avance : ils seront accueillis par leur formateur [Yves JAUCYER](#), autour d'un petit déjeuner. A cette occasion, il leur transmet un dossier contenant le livret d'accueil, le programme détaillé de formation et fait émarger la feuille de présence.

Les horaires et la durée de la formation :

La durée est de 3 jours consécutifs / 7 heures par jour soit 21 heures. La formation se déroule de 9h00 à 12h30 et de 14h00 à 17h30. L'horaire du dernier jour de formation peut être aménagé en fonction des horaires des trains ou d'avions des stagiaires.

Le lieu de la formation :

La formation se déroule à Paris ou à Nantes. L'information concernant le lieu de son déroulement et les conditions d'accès au site de formation est communiquée aux participants dès leur inscription effective. Les réservations de chambres et leurs prises en charge sont assurées individuellement par chaque stagiaire ainsi que les frais de déplacement. Tout en respectant son budget, le stagiaire trouvera facilement un hôtel à proximité du lieu de la formation. Le nombre des stagiaires inscrit à cette formation est limité à 6 afin que chacun puisse bénéficier d'un suivi pédagogique personnalisé. Les formations sont maintenues quel que soit le nombre de participants inscrits.

De plus, le stagiaire peut à tout moment joindre [Sylvie LEFEVRE](#), notre responsable de formation pour connaître les modalités administratives relatives à son inscription, les différentes possibilités de financement de sa formation. LCA Performances Ltd gère tous les aspects logistiques de formation en temps réel et répond à toute demande d'information formulée par le stagiaire.

Méthodes pédagogiques et évaluatives

1. Phase préparatoire de la formation

Le processus pédagogique est activé dès la phase préparatoire du stagiaire à la formation. Cette phase s'opère en ligne, de façon collaborative par le stagiaire et le formateur. Elle s'appuie sur les dossiers d'évaluation de profil socioprofessionnel du stagiaire, le diagnostic de ses capacités communicatives et l'analyse de son habilité à traduire son expertise ou son expérience professionnelle en stratégie commerciale. Cette procédure positionne le stagiaire comme acteur de sa propre formation en lui permettant :

- D'accéder aux contenus préparatoires, rassembler les ressources et préparer sa formation.
- De réaliser le diagnostic de ses potentialités en matière de la communication.
- De se mettre en phase avec les objectifs de formation et des contenus du programme.
- De traduire son expertise ou son expérience en processus d'élaboration de la stratégie commerciale.
- De transmettre au formateur les grilles de dépouillement des diagnostics pour le traitement.

Dès la validation de la candidature, [Yves JAUCYER](#) le formateur intervenant effectue l'ajustement entre les objectifs de formation, le profil socioprofessionnel du candidat, ses attentes spécifiques et personnalise le processus pédagogique. Dans le cas où le stagiaire évolue dans un environnement professionnel complexe, un entretien à distance est effectué.

Formation stratégie commerciale

2. Phase de formation présentielle et son évaluation

Le processus pédagogique est synchronisé avec le profil socioprofessionnel du stagiaire afin d'optimiser l'intégration des compétences nécessaires pour la formalisation de la stratégie commerciale. La phase de formation présentielle se traduit par le déploiement de pédagogies différentielles et l'évaluation des résultats des acquis à chaque séquence de la formation au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle des stagiaires. Cette formation fait appel aux pédagogies telles que : inductive, démonstrative, interrogative et mode de projet. Ce dispositif pédagogique permet au stagiaire de :

- S'approprier de nouvelles compétences à l'aide d'une pédagogie différentielle de mises en situation réelle.
- Relier ses compétences avec les objectifs de formation dans une dynamique fonctionnelle.
- Développer une approche de la formation personnalisée d'optimisation de ses ressources.
- Déployer son projet professionnel et formaliser ses plans d'action de progression.

La dernière séquence de la formation présentielle est spécialement réservée à la formalisation, par le stagiaire et avec l'aide du formateur, de son projet professionnel assorti de préconisations méthodologiques et d'un plan d'action de progrès individuel qui fera l'objet d'un suivi pédagogique et évaluatif en ligne après la formation.

Une évaluation globale, à chaud, de la session est réalisée à la fin de la formation à l'aide d'un questionnaire, qui prend en compte les acquis du stagiaire par rapport aux critères qui font référence aux objectifs et au contenu de la formation, à la qualité de l'animation, au degré d'implication des stagiaires, à l'organisation de la formation, aux bénéfices pour les stagiaires, aux actions de la mise en œuvre des acquis et à l'appréciation de la personne même du formateur.

3. Phase de suivi et d'évaluation post-formation

Elle est activée après la formation et se focalise sur les projets professionnels et les plans d'action de progrès, développés par le stagiaire avant la fin de l'étape présentielle. Ces plans d'action se traduisent par la mise en application de nouveaux acquis dans le contexte professionnel du stagiaire. Le suivi des plans d'action de progression est à la fois pédagogique et évaluatif. Le processus s'effectue de façon collaborative par des sessions de télécoaching personnalisé sur demande du stagiaire et/ou de son manager.

Cette intervention respecte le rythme de l'avancement des actions faisant l'objet du projet professionnel du stagiaire ainsi que sur les résultats d'évaluation de la mise en application des acquis. Une évaluation, sur la base d'un questionnaire, couvrant les objectifs de formation est communiquée par le formateur au stagiaire, un dossier de synthèse est réalisé par le stagiaire et expédié au formateur 3 mois après la formation. Après l'analyse de ces travaux par le formateur, un rendez-vous est fixé et finalisé par une réunion de travail en ligne avec le stagiaire et qui lui restitue l'évaluation assortie de préconisations pour progresser.

Le bilan des performances professionnelles du stagiaire s'effectue 6 mois après la session de formation pour valider la démarche du suivi intermédiaire et vérifier que le stagiaire a bien intégré le dispositif méthodologique transféré dans sa pratique professionnelle. Cette session en ligne vise également à évaluer les résultats des expériences réussies sur le plan des méthodes utilisées et les objectifs atteints. De plus, le stagiaire sera contacté en ligne par www.avis-verifies.com pour répondre, s'il le souhaite, à un questionnaire évaluatif sur sa formation. Il peut également évaluer sa formation sur <https://procontact.afnor.org/recherche/formation-professionnelle>

Formation stratégie commerciale

Validation des acquis

L'évaluation des résultats des acquis s'effectue à chaque séquence de la formation présentielle au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle du stagiaire. En fin de formation, une évaluation à chaud est effectuée et une attestation de présence ainsi qu'une attestation de fin de formation sont remises au stagiaire. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation formalisée ni académique des acquis de la formation devant un jury.

Modalités d'inscription

A réception de l'inscription effectuée en ligne ou par téléphone, nous vous adressons par email, une confirmation d'inscription avec le règlement intérieur à transmettre au participant. Par courrier ou email, selon votre choix, nous adressons une convention de formation en 2 exemplaires pour une entreprise ou un contrat de formation professionnelle, si c'est une inscription à titre personnel, ainsi qu'une convocation, une plaquette de présentation du lieu de la formation et les modalités d'accès, le programme de formation indiquant le lieu et la date de la session retenue. Si votre formation fait l'objet d'une demande de prise en charge par votre OPCA, merci de nous en informer au moment de votre inscription. N'hésitez pas à nous contacter pour toute demande d'information complémentaire. **Date limite d'inscription** : 5 jours ouvrés et dans la mesure où il reste des places.

Prix de la formation pour 1 stagiaire

Eléments constitutifs du budget	Nombre heures	Montant global
Réalisation de la session de formation : 111,90 €/h	21	2.350, 00 €
TOTAL NET	21	2.350, 00 €

Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de la TVA, par autorisation des services fiscaux.

Formation stratégie commerciale

Conditions générales

Une convention de formation est établie par l'organisme de formation LCA Performances, enregistré auprès de la DIRECCTE d'Ile de France sous le numéro : N°11753415275. SIRET 43314097700037 NAF 7022Z. Toutes nos actions de formation professionnelle sont exonérées de TVA, par autorisation des services fiscaux. Après la formation, vous recevez une facture en 2 exemplaires, une copie de l'attestation d'assiduité, une copie de l'attestation individuelle de formation, une feuille de présence et une copie de l'évaluation pédagogique. Evaluation pédagogique à remplir le dernier jour de la formation par le stagiaire. L'attestation d'assiduité en formation et l'attestation individuelle de formation, en original, sont remises au stagiaire le dernier de la formation.

En cas d'empêchement pour un participant d'assister effectivement à la session à laquelle il est inscrit, l'entreprise peut lui substituer un autre collaborateur avec l'accord de l'organisme de formation. Sauf cas de force majeure, pour toute annulation faite moins de 14 jours avant le début de la formation, LCA Performances Ltd facturera les frais d'annulation correspondant à 100% du prix de la formation. En cas d'absence ou d'abandon d'un participant en cours de formation, celle-ci sera facturée en totalité. Dans ce cas, il ne peut pas y avoir de prise en charge par l'OPCA.

Dans le cas de force majeure, l'organisme de formation se réserve le droit d'annuler la formation, au plus tard une semaine avant la date prévue. Dans cette hypothèse, le montant des droits d'inscription sera intégralement remboursé. En cas d'interruption de la formation durant son déroulement, par l'organisme de formation, celui-ci s'engage à rembourser le client, au prorata des heures non effectuées. Ce versement ne peut faire l'objet d'une demande de remboursement auprès de l'OPCA. Le règlement de la formation doit être effectué à réception de la facture, sauf dans le cas où la formation est prise en charge directement par un OPCA ou financeur public.

L'organisme de formation déclare être assuré en responsabilité civile professionnelle auprès de la compagnie MAAF sous le numéro 175641915 C 001. L'organisme de formation limite sa responsabilité résultant de l'exécution ou de l'inexécution des obligations décrites au présent contrat, à un montant égal au plafond de la garantie définie par la police en vigueur à la date de la souscription du contrat. En conséquence, le Client renonce à l'exercice de tout recours contre l'organisme de formation et son assureur au-delà de la limite des sommes assurées et s'engage à y faire renoncer son assureur dans les mêmes conditions.

Ce programme de formation est la propriété de l'Institut de formation, LCA Performances Ltd, conformément à la législation française et internationale sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle, tous les droits de reproduction sont réservés. L'affichage du contenu sans comme référence LCA Performances Ltd, la modification de ce programme de formation sur un support électronique ou sur un support papier sont interdits, sauf autorisation écrite de la société LCA Performances Ltd. Tout contrevenant à cette protection fera l'objet de poursuites. Le site web www.lca-performances.com est archivé à la BNF et déposé à la Société Des Gens de Lettres (SGDL).

CONTACT

Sylvie LEFEVRE
Tél. : 01 42 26 07 54
info@lca-performances.com