

Vente et action commerciale

• Contexte de formation	2
• Objectifs de formation	2
• Programme de formation	3
• Ingénierie de formation	6
• Organisation de la formation	6
• Méthodes pédagogiques et évaluatives	7
• 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

21-23 juin 2017
14-16 septembre 2017
20-22 novembre 2017

LCA Performances Ltd

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

Vente et action commerciale

Exceller en tant que commercial et s'épanouir dans son métier passe par l'optimisation de son impact relationnel, de sa capacité d'adaptation et d'une solide maîtrise de processus de vente, pour identifier les véritables besoins du client, développer une argumentation qui prend en compte le profil socioprofessionnel du client et conclure l'affaire en créant les conditions optimales de la fidélisation. Chaque étape de formation vente et action commerciale constitue une mise en situation réelle des commerciaux tout en tenant compte de la spécificité de l'environnement professionnel et de profil professionnel de chaque commercial.

Cette formation vente et action commerciale offre un cadre d'entraînement idéal pour l'acquisition et à la mise en pratique de nouvelles compétences au travers les mises en situation réelle pour analyser, comprendre, modifier et améliorer son professionnalisme par l'application des bonnes méthodes au bon moment afin d'accroître sa performance commerciale. Cette formation permet également aux commerciaux de perfectionner les mécanismes de négociation, construire la stratégie commerciale/client afin de mieux optimiser les nouvelles opportunités de croissance pour leur entreprise.

Le public visé :

Cette formation s'adresse aux commerciaux, technico-commerciaux, attaché commerciaux, vendeurs sédentaires, ingénieurs commerciaux, conseillers commerciaux, chargés de clientèle et à tous ceux et celles qui souhaitent créer, adapter, perfectionner ou développer leurs compétences et faire évoluer leur expérience professionnelle vers une fonction commerciale ou à découvrir les nouveaux espaces de développement.

Le prérequis :

En tant qu'une formation de perfectionnement pour ces fonctions, elle ne nécessite pas de prérequis spécifiques en matière de diplômes ou de certification. Cependant une expérience professionnelle acquise, dans les fonctions commerciales précitées est souhaitée afin d'optimiser le retour sur investissement de la formation.

Objectifs de formation

Ces objectifs de formation intègrent les nouveaux enjeux concernant le métier commercial afin de faciliter le déploiement des nouvelles approches du client permettant d'optimiser la performance commerciale en synchronisant l'action avec le contexte dans lequel évolue l'entreprise. Ces enjeux marquent le parcours de cette formation destinée aux commerciaux et qui s'articulent autour des objectifs suivants :

- Découvrir son style de commercial et optimiser ses compétences relationnelles pour être perçu, en toute circonstance et étape de processus de négociation, comme un professionnel de référence.
- Optimiser l'organisation de son temps pour mieux gérer son stress par la mise en place un système d'organisation commerciale en cohérence avec sa mission, son profil, et la spécificité de son activité.
- Savoir reconnaître et analyser les différentes sources de stress par décryptage de ses propres signaux d'alerte pour mieux localiser les causes fondamentales et identifier les méthodes pour les éliminer.
- S'approprier les fondamentaux de la communication commerciale et des méthodes pratiques pour créer une qualité relationnelle optimale grâce à une expression persuasive.
- Comprendre les changements de mentalité des clients en développant ses capacités à découvrir leur véritables besoins et à identifier le processus de leur prise de décision selon leur profil socioprofessionnel.
- Maîtriser les techniques d'entretien de vente et d'argumentation, affirmer son professionnalisme tout au long de processus de négociation et pérenniser la relation commerciale avec tous les profils de clients.
- Apprendre à observer et à décoder les comportements de clients, affiner son professionnalisme de commercial pour mieux gérer l'information et mieux répondre à leurs attentes.
- Renforcer sa capacité à faire face aux objections et pressions des acheteurs par la mise en œuvre d'une stratégie de négociation gagnant/gagnant pour défendre ses marges.

La formation vente et action commerciale développe un dispositif des méthodes et des outils opérationnels qui permettront aux commerciaux d'atteindre ces objectifs. Tout au long de cette formation, chaque commercial bénéficie des conseils pédagogiques personnalisés du consultant formateur pour optimiser l'appropriation de nouvelles compétences par le commercial.

Vente et action commerciale

Programme de formation

1. Découvrir son style commercial

Lors de cette séquence de formation, le stagiaire est orientée vers la modélisation de son profil de leadership de commercial performant qui commence par une meilleure connaissance de soi et une application rigoureuse d'un dispositif complet des compétences relationnelles en cohérence avec le référentiel socioprofessionnel du métier commercial.

- Le positionnement de son profil personnel pour mieux comprendre les autres.
- La découverte de vos potentialités commerciales à l'aide d'un autodiagnostic.
- L'analyse et l'exploitation des résultats de son diagnostic de commercial.
- Les quatre stratégies relationnelles de clients et leurs impacts sur le commercial.
- Le décryptage de la perception de soi par les autres en situation relation commerciale.
- Les techniques pour décoder les effets efficaces et inefficaces de son style de commercial.
- La mise en phase de ses attitudes communicatives avec le référentiel des quatre profils de clients.
- Les comportements professionnels qui fluidifient les relations et aident à éviter les dérapages.
- Quelles mesures adopter pour optimiser ses compétences en communication commerciale.

Ce travail sur soi permet d'acquérir un regard neuf sur ses potentialités professionnelles et d'intégrer les changements émergents dans le métier commercial. Pour réussir pleinement dans cette démarche, chaque commercial bénéficie en permanence des conseils personnalisés de la part du consultant formateur tout au long de cette séquence de formation. Les pédagogies appliquées sont : inductive, interrogative et démonstrative. Elles s'appuient sur les travaux préparatoires incluant un dossier d'autodiagnostic de son style commercial et les questionnaires sur le parcours professionnel du commercial.

2. Optimiser l'organisation de son temps pour mieux gérer son stress

Cette séquence de formation est centrée sur l'appropriation des outils et les méthodes d'organisation de son temps simples et efficaces pour libérer au maximum ses potentialités commerciales productives. C'est-à-dire d'organiser son temps en stratégie, de manière à choisir les priorités essentielles pour le développement de son efficacité de commercial.

- Le diagnostic de sa relation au temps, de son organisation du temps et sur l'équilibre motivationnel.
- Les différentes méthodes de l'organisation et de la gestion du temps pour gagner en efficacité.
- Le processus de traitement des situations complexes pour vaincre le syndrome de chronos.
- Le repositionnement de son métier de commercial, clarifier ses activités et définir les actions à entreprendre.
- Les critères de priorités pour décider ce qui est important et ce qui est secondaire.
- La définition d'un système d'organisation, incluant l'intérêt l'entreprise, le client, le commercial.
- Le diagnostic de sa résistance au stress et son impact sur la productivité commerciale.
- Le discernement des principales causes du stress responsables de l'érosion de la motivation.
- Les méthodes d'organisation d'activité commerciale à zéro stress.
- Comment éviter le stress inutile, de renforcer le stress positif stimulateur de l'action commerciale.

L'action pédagogique de la séquence s'appuie sur les travaux préparatoires qui s'appuient sur un dispositif des méthodes et des outils d'organisation qui vont permettre aux commerciaux d'intégrer ces compétences dans leur action au quotidien. La pédagogie utilisée, lors de cette séquence de formation est inductive, démonstrative et interrogative. Elles s'appuient sur les dossier préparatoires effectués par les stagiaires avant la formation. Il s'agit notamment de diagnostic organisationnel du commercial, des grilles d'analyse de l'organisation de son temps et de ses activités.

Vente et action commerciale

3. S'approprier les fondamentaux de la communication commerciale

Maîtriser les techniques de communication commerciale, atteindre une qualité relationnelle optimale et acquérir les méthodologies à chaque étape de l'acte de vente fait partie d'entraînement pratique lors de cette séquence de formation. Ainsi, chaque commercial s'approprie les techniques de communication verbale et non verbale pour gérer efficacement les situations sensibles, constituant la réalité de la négociation.

- L'entraînement à la conception des messages percutants sur différents thèmes commerciaux.
- Les techniques de communication pour se synchroniser et être en phase avec son client.
- Les techniques d'identification des attentes de vos clients ou des prospects.
- Comment ajuster votre message à leur sensibilité et créer un climat d'empathie et de connivence ?
- Les quatre vecteurs de communication : la voix, la posture, le regard et la présence physique.
- La maîtrise des silences, de l'art de différents types de questionnement et de reformulation.
- Comment faire pour mieux comprendre les besoins de clients et instaurer un climat de confiance ?
- Les méthodes pour décrypter avec précision ce que les mots de clients disent ou ne disent pas.
- Comment améliorer l'interaction avec les autres en négociation, individuellement ou en équipe ?

Acquérir les techniques de communication pour s'exprimer efficacement et se libérer des inhibitions psychologiques pour être présent et savoir saisir les opportunités pour promouvoir ses produits ou prestations devant les décideurs. Ce sont précisément la présence et le style de communication du commercial qui renforceront l'impact et la compréhension de ses messages et de ses arguments auprès des clients ou prospects. Les travaux pratiques sont réalisés à partir des ressources et supports pédagogiques mis à la disposition des stagiaires. Les travaux font appel aux pédagogies telles que : inductive, interrogative et démonstrative.

4. Comprendre les changements de mentalité des clients

Les clients ont considérablement renforcé leur talent de négociateur en pratiquant la méthode de l'échiquier. Le principe consiste à formuler une demande des concessions inacceptables d'entrée de l'entretien de négociation. C'est une ruse d'une redoutable efficacité. Ce n'est pas la seule, il y a aussi d'autres, et les stagiaires découvriront, ici dans cette séquence de formation comment les déjouer, toutes.

- Le nouveau profil d'acheteur en tant qu'interface des autres fonctions de l'entreprise.
- Les nouvelles attentes de l'entreprise par rapport à son acheteur : les achats et la réduction des coûts.
- Le marketing d'achat et les techniques de négociation de l'acheteur professionnel.
- Comment découvrir les stratégies de l'acheteur : les objectifs, les contraintes, les enjeux ?
- Comment hiérarchiser les priorités commerciales à partir des objectifs de l'acheteur ?
- Les changements fondamentaux dans la relation client imposant des exigences nouvelles.
- Comment comprendre et maîtriser les circuits de décision du client ?
- Le décryptage des messages contraignants des acheteurs découlant de leur profil de personnalité.
- La définition d'une démarche commerciale spécifique à chacune des quatre typologies des clients.

En intégrant les profils et les stratégies de ses clients dans la démarche commerciale, le commercial saura comment initier et réussir une négociation dans toutes les phases de son déroulement. Cette séquence de formation à la vente et action commerciale transfère les clés pour négocier selon la typologie de ses clients ou prospects, adapter sa stratégie et faire les bons choix de méthodes pour défendre ses marges pied à pied tout en jouant dans le registre « gagnant-gagnant ». La pédagogie utilisée, lors de cette séquence de formation est inductive, démonstrative et interrogative.

Vente et action commerciale

5. Maîtriser les techniques d'entretien de vente et d'argumentation

Faire signer son client est là tout l'enjeu crucial de l'entretien de vente. Lors de cette séquence de formation vente et action commerciale, les stagiaires vont renforcer leurs compétences en matière des techniques d'entretien et d'argumentation, incluant la valeur ajoutée client, pour gagner en efficacité et en confiance afin de pouvoir booster leurs résultats commerciaux.

- Comment préparer les entretiens de vente en évaluant les enjeux et en repérant les pièges à éviter ?
- Les techniques d'entretien de vente en mode différencié par typologie de client.
- Les enjeux de l'entretien de négociation et les indicateurs de performance pour mieux défendre ses marges.
- Quelles techniques utiliser pour mieux comprendre les véritables objectifs et besoins du client ?
- La maîtrise des situations difficiles afin d'assurer la réussite de ses objectifs commerciaux.
- Comment comprendre les mobiles du client : découvrir, écouter et s'adapter à ses besoins ?
- Les méthodes pour convaincre et obtenir l'engagement du client à souscrire.
- Comment reconnaître les différents types d'objections et les traiter par des argument à valeur ajoutée client ?
- Les méthodes pour élaborer la construction d'un argumentaire produit et/ou services/avantage client.
- Les exercices d'élaboration et de présentation des offres commercialement performantes.
- Comment détecter les signaux pour engager son client ou prospect vers la conclusion ?
- Les stratégies de fidélisation pour faire de chaque client un prescripteur en puissance.

Cette séquence de formation vente offre aux commerciaux un cadre d'entraînement idéal à l'acquisition et à la mise en pratique directe de nouvelles compétences : ateliers pratiques, simulation d'entretiens de vente pour analyser, comprendre, modifier et améliorer sa posture en situation d'entretien et d'appliquer les bonnes pratiques. Les travaux pratiques font appel à la pédagogie en mode projet associée avec la pédagogie inductive et démonstrative. Cette phase inclut la mise au point des modalités de réalisation des plans d'action de progression dont le stagiaire aura pour mission d'assurer sa mise en œuvre, en collaboration avec son manager, après la formation ou par le consultant formateur sur la demande de l'entreprise.

6. Développer et lancer son projet de professionnalisation

Chaque stagiaire est chargé de développer son propre projet, lui permettant de structurer son processus de professionnalisation et/ou de progression dans son métier 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 missions commerciales de base qui vont le conduire à la modélisation de son projet professionnel de commercial.
- La définition d'une stratégie marketing dans le cadre de son métier de commercial de formation 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 leur formateur.
- La mise au point des modalités d'accompagnement des plans d'action de progrès post formation avec le formateur sous forme de 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.

Vente et action commerciale

Ingénierie de formation

La fourniture d'une documentation technique complète, 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 vente et action 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 vente. 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.

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 où 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 formulé par le stagiaire.

Vente et action commerciale

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 mode d'organisation de commercial. 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 et d'organisation.
- De se mettre en phase avec les objectifs de formation et des contenus du programme.
- De transmettre au formateur les grilles de dépouillement des diagnostics pour le traitement.

Les diagnostics, les grilles d'analyse et les questionnaires lui sont communiqués 15 jours avant le début de la formation afin de réaliser les travaux préparatoires dans des conditions optimales. L'analyse de ces travaux permet au formateur de synchroniser le profil socioprofessionnel du stagiaire par rapport aux objectifs de formation et de personnaliser le processus pédagogique. Dans le cas où le stagiaire évolue dans un environnement professionnel complexe, un entretien à distance est effectué.

2. Phase de formation présentielle et son évaluation

Le processus pédagogique est synchronisé avec son profil socioprofessionnel afin d'optimiser l'intégration des compétences nécessaires pour exercer la fonction commerciale. La phase de formation présentielle se traduit par le déploiement de pédagogies différencielles 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 différencielle 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.
- 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 plan d'action de progression assorti de préconisations méthodologiques 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.

Vente et action commerciale

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, les postures adoptées, les objectifs de performance atteints.

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 : 93,81 €/h	21	1.970, 00 €
TOTAL NET	21	1.970, 00 €

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

Vente et action 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 attestation de fin de formation, une attestation de présence, une feuille de présence et une copie de l'évaluation pédagogique. Evaluation pédagogique à remplir le dernier jour de la formation par le stagiaire.

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