

**Quel que soit le type de missions :
Audit-conseil, accompagnement
et formation, notre métier
est de faire grandir les entreprises
et de les accompagner
dans leur croissance.**

Comment développer une entreprise ?
Connaître le marché ou l'explorer pour
en découvrir les opportunités ?
Lancer de nouveaux produits,
échanger avec les clients
ou en conquérir de nouveaux ?
Gérer une politique tarifaire
ou développer ses réseaux de distribution ?
Surveiller la concurrence ?

Les éléments de réponse font appel
à une globalité de compétences.
Le cabinet conseil DOUBLE XL
regroupe des consultants qualifiés
et expérimentés cumulant vision
stratégique et expérience terrain
dans divers domaines tels que l'organisation,
le management, le développement commercial
et le marketing stratégique.

DOUBLE XL Faire grandir
les entreprises

contact@doublexl.fr
03 22 90 29 90
doubleXL.fr

Immeuble Kéréon
11 rue Mathias Sandorf
80440 Boves



DXL1201

Faire grandir les entreprises

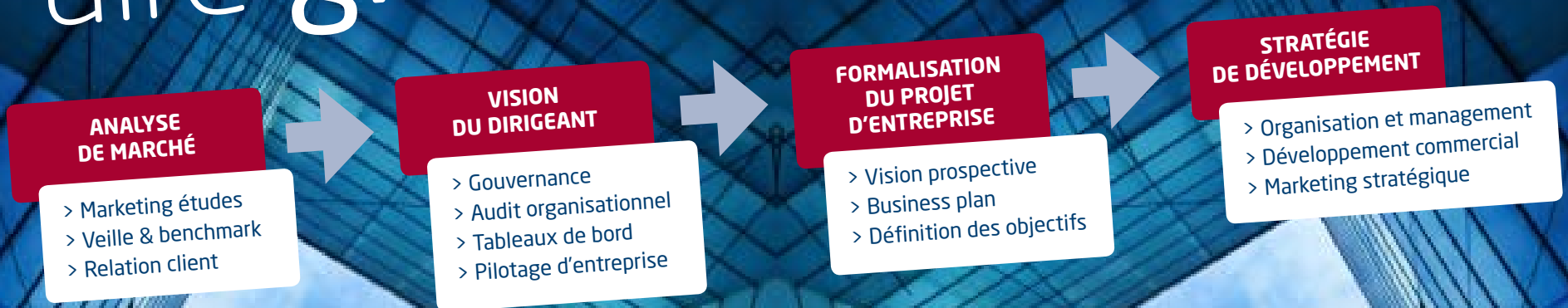
DOUBLE XL

Stratégie & innovation
Organisation & management
Commercial & marketing





Faire grandir les entreprises



>>> ANALYSE DE MARCHÉ

>>> VISION DU DIRIGEANT

>>> FORMALISATION DU PROJET D'ENTREPRISE

>>> STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

Une décision stratégique engage l'entreprise sur une longue période. Le dirigeant doit avoir toutes les clés en main afin de choisir efficacement la direction à donner à l'entreprise.

Pour vous accompagner dans la prise de décisions stratégiques, DOUBLE XL met à votre disposition son expertise afin de situer votre entreprise sur son marché.

«La stratégie est la science de l'emploi du temps et de l'espace» Napoléon Bonaparte

Le dirigeant est le pilote de sa stratégie. Pour manager efficacement son développement, il doit avoir une vision précise, pragmatique et réalisable de son projet qu'il doit partager avec ses équipes.

DOUBLE XL vous accompagne dans la formalisation et le déploiement de votre projet d'entreprise. Vous communiquez et fédérez auprès des acteurs de la stratégie d'entreprise (dirigeant, managers, service commercial, ressources humaines, ...). Cette étape comprend l'analyse des leviers de développement à activer et la planification des actions à mettre en œuvre.

ORGANISATION & MANAGEMENT

- > Valorisation des compétences
- > Optimisation de l'efficacité organisationnelle
- > Augmentation de la rentabilité des différents postes de l'entreprise
- > Animation de réunions d'équipes et séminaires de réflexion
- > Management de projet
- > Conduite du changement

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

- > Animation de séminaires et réunions commerciales
- > Mise en place de tableaux de bord
- > Mesure des écarts et mise en œuvre d'actions correctives
- > Conception d'argumentaires
- > Optimisation des process et comportements de vente

MARKETING STRATÉGIQUE

- > Segmentation de l'offre produits et services associés
- > Politique tarifaire
- > Planification et budgétisation
- > Stratégie Web et e-Réputation
- > Stratégie de marque





Form'action

INGÉNIERIE DE FORMATION

- > Identification des besoins
- > Proposition des actions de formation
- > Montage du dossier de financement

ACTION DE FORMATION

- > Planning d'interventions
- > Réalisation de l'action de formation
- > Gestion administrative

SUIVI DE RÉALISATION

- > Audit post-formation permettant de valider l'acquisition des compétences.



>>> STRATÉGIE & PILOTAGE

>>> DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

DOUBLE XL dispense des formations Intra et Inter Entreprises destinées aux dirigeants et salariés.

Nos formations ont pour objectifs de permettre aux stagiaires d'acquérir rapidement et efficacement des compétences professionnelles directement applicables dans l'entreprise.

Un modèle pédagogique basé sur la Form'Action.

Le formateur travaille directement sur les cas réels des stagiaires et utilise des cas pratiques afin de fournir des solutions concrètes aux professionnels.

>>> STRATÉGIE ET PILOTAGE D'ENTREPRISE

5 JOURNÉES (35 HEURES)

OBJECTIF GENERAL

- > Définir ses objectifs et construire une stratégie sur les long, moyen et court termes
- > Mettre en place des indicateurs efficaces et leurs tableaux de bord correspondants
- > Piloter l'activité

PROGRAMME

Formaliser la stratégie de l'entreprise

- > Diagnostiquer la situation de l'entreprise sur son marché (financière, marketing, ressources humaines, ...)
- > Mettre en place des scénarios prospectifs
- > Méthodologie de formalisation du projet

Mettre en place un plan d'actions

- > Le plan d'actions commercial
- > Le plan d'actions marketing
- > Le plan d'actions RH

Mettre en place les politiques et outils de gestion appropriés

- > Sélectionner et mettre en place les indicateurs de mesure
- > Construire les tableaux de bord

Piloter l'activité sur 3 niveaux : commercial, financier, ressources humaines

- > Mettre en place une démarche d'amélioration continue : PDCA (Plan, Do, Check, Act)
- > Dynamiser les équipes par le suivi des indicateurs de gestion de l'entreprise
- > Mettre en place un système de veille dans l'entreprise pour anticiper les évolutions du marché

>>> EFFICACITÉ COMMERCIALE

3 JOURNÉES (21 HEURES)

PUBLIC

Toute personne étant en charge de la commercialisation et/ou de la vente.

OBJECTIF GENERAL

- > Maîtriser les outils et techniques de base du commercial.
- > Savoir présenter son entreprise et son activité.
- > Identifier les attentes des clients et adapter sa réponse en conséquence.

PROGRAMME

Présentation commerciale

- Savoir présenter l'entreprise.
- Connaître les produits et services associés.
- Valoriser son métier et proposer des solutions.

Le client et ses attentes

- Connaître les typologies clients.
- Méthode de questionnement du client.
- Analyse des besoins
- Définir les attentes du client.
- Analyser des freins et leviers à la vente.

Se positionner sur le marché

- La veille concurrentielle
- Analyse et organisation du marché.
- Savoir se positionner et se démarquer de la concurrence.

METHODE

Exercices pratiques d'applications, mises en situations complétées par des exemples concrets et des apports théoriques de l'intervenant. Travail en sous-groupes, échanges et recherche de solutions.

>>> GÉRER LES LITIGES ET PRÉSERVER LA RELATION CLIENT

2 JOURNÉES (14 HEURES)

PUBLIC

Personnes ayant une fonction qui l'amène à être en contact avec des clients (physiquement, par téléphone, par mail...)

PROGRAMME

Gérer les délais
Comment parler à un client mécontent
Le geste « client »
Améliorer la qualité de la relation et en mesurer les enjeux
Analyser un problème et trouver des solutions

>>> SUCCESS INSIGHTS

3 JOURNÉES (21 HEURES)

PUBLIC

Toute personne étant en contact régulier avec du public

PROGRAMME

Définir son profil success insights (style comportemental)

Apprendre à identifier le comportement d'autrui

Apprendre à adapter son comportement pour optimiser la communication inter personnelle

Form' action



>>> MANAGEMENT

>>> MARKETING

>>> LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT

3 JOURNÉES (21 HEURES)

OBJECTIF

- > Se positionner en situant sa fonction et ses missions au sein de l'entreprise
- > Appréhender les fondamentaux et les enjeux du management
- > Choisir les bons leviers d'action en fonction de la situation et du collaborateur
- > Adopter le plan d'actions dans ses postures managériales
- > Partager les bonnes pratiques
- > Elaborer un plan de progrès individuel

PROGRAMME

Identifier le rôle et les missions du manager
Les différents styles de management
Quelle différence entre directeur, manager, pilote, leader et animateur ?
Qu'attend-on d'un dirigeant ? D'un manager ?
Découvrir son style de management
Les questions que se posent les managers

Qu'est-ce qu'un management efficace
Appréhender l'évolution du management et les changements
Comprendre l'importance de l'humain dans le management des organisations
Faire le point sur les aspects managériaux de la mission d'encadrement
Clarifier les critères de résultats et de qualité du management, en mesurer l'efficacité

Mettre en oeuvre son management

Connaître ses collaborateurs
Définir les rôles de chacun
Clarifier les objectifs personnels et communs
Maîtriser l'écoute active et faciliter la communication au sein de l'équipe
Piloter les processus
Identifier les leviers de la motivation
Développer la compétence individuelle et collective
Accompagner, former, évaluer, contrôler
Gérer les situations conflictuelles

Acquérir les outils du management

Elaborer la fiche de poste ou de mission
Définir les objectifs
Mettre en place une délégation efficace
Conduire des réunions d'équipe
Mener les entretiens de management
Les points de suivi individuels et collectifs

>>> MANAGER UN PROJET DE CHANGEMENT EN PERIODE DE MUTATION ECONOMIQUE

2 JOURNÉES (21 HEURES)

PUBLIC

Tous salariés en position de manager.

OBJECTIFS

- > Mener un projet de changement en période de mutation.
- > Faire le diagnostic de la situation de manière objective,
- > Comprendre les motivations et les freins au changement.
- > Participer au projet, émettre des hypothèses.
- > Anticiper, accompagner et mesurer le processus.
- > L'attitude du collaborateur et du manager dans l'équipe.

PROGRAMME

Diagnostiquer la situation de changement
Comprendre et anticiper les obstacles au changement
Être acteur du changement,
Le rôle du manager
Mesurer le processus du changement

>>> CONDUIRE DES RÉUNIONS EFFICACES / PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

OBJECTIF

- > Maîtriser les techniques de prise de parole en public et d'animation de groupe
- > Maîtriser les phases d'une réunion productive : préparation, animation et conclusion
- > Faciliter les échanges autour d'un objectif commun
- > Faire d'une réunion un moment productif pour tous les participants

PROGRAMME

Surmonter les freins à la prise de parole
Préparer la réunion
Construire un message clair,
Délivrer un discours impactant
Conduire la réunion

>>> ANIMER ET MOTIVER SON ÉQUIPE AU QUOTIDIEN

2 JOURNÉES (14 HEURES)

OBJECTIF

- > Comprendre la mission du manager et ajuster ses actions
- > Se connaître pour faire évoluer ses comportements
- > Maîtriser les mécanismes de la communication pour influencer avec intégrité
- > Développer les compétences opérationnelles pour manager au quotidien
- > Démarrer un plan de développement personnalisé

PROGRAMME

Se positionner en tant que manager
Définir ses rôles et missions
Identifier son style de management pour l'adapter à l'équipe
Appréhender les difficultés courantes en management

Pratiquer le travail en équipe

Définir les rôles de chacun
Clarifier les objectifs personnels et communs
Déléguer et responsabiliser
Favoriser la cohésion

Encourager la communication

Faire passer des messages clairs et précis
Transmettre les informations utiles
Prévenir les malentendus
Pratiquer l'écoute active
Gérer les échanges en face à face
Conduire un entretien

Motiver son équipe

Connaître les ressorts de la motivation et de la démotivation
Créer et entretenir un bon climat dans l'équipe
Développer la motivation
Réduire l'énergie négative et faux problèmes
Valoriser les réussites et valoriser ses collaborateurs

>>> INITIER ET METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE MARKETING

3 JOURNÉES (21 HEURES)

OBJECTIFS

- > Structurer les principales phases de son plan marketing : analyse des données, diagnostic, orientations et plan d'actions.
- > Mettre en place une démarche de veille concurrentielle.
- > Construire son plan d'actions marketing.
- > Piloter et suivre ses actions de communication.
- > Développer l'implication de ses collaborateurs.
- > Optimiser le retour sur investissement de ses actions.

PROGRAMME

Les fondamentaux du marketing
Positionner le plan marketing dans la stratégie de l'entreprise
Le plan d'actions marketing
Concevoir ses tableaux de bord

>>> ENTREPRISES ET RÉSEAUX SOCIAUX

2 JOURNÉES (14 HEURES)

OBJECTIFS

- > Comprendre les intérêts et enjeux de la e-réputation.
- > Savoir où et comment chercher sur Internet.
- > Maîtriser les outils de collecte d'information et de gestion de la e-réputation.
- > Savoir anticiper et réagir sur le Web.

PROGRAMME

Les nouveaux territoires de l'image de marque
La gestion de la e-reputation
Collecter l'information
Réagir face à l'information
Les outils de la e-reputation
La e-reputation, une démarche stratégique