



CATALOGUE DES FORMATIONS 2018

Commissions paritaires 201 & 202.01



I. Thématiques retenues

A. Relations avec la clientèle

- A.1 Un service parfait en magasin et lors du passage aux caisses **(MG)**
- A.2 Une relation authentique avec mes clients **(MG)**
- A.3 Gestion de l'agressivité verbale et physique **(Crime Control)**
- A.4 Conseiller-vendeur en magasin BIO **(IFAPME)**
- A.5 Appliquer des techniques de vente efficaces (les bases) **(MG)**
- A.6 Augmenter ma puissance et mon efficacité en vente (les techniques avancées) **(MG)**

B. Relations gérants de magasin et leur personnel

- B.1 Management d'équipe : fixer des objectifs et rendre mon équipe performante au quotidien **(MG)**
- B.2 Mieux intégrer et fidéliser les jeunes générations **(MG)**
- B.3 Coaching des équipes sur le point de vente **(MG)**
- B.4 La gestion du stress passe par une bonne gestion de son temps **(MG)**
- B.5 Devenir le Capitaine du jour **(MG)**

C. Sécurité

- C.1 Equipier de première intervention incendie (EPI) : formation de base **(CEPS)**
- C.2 Equipier de première intervention incendie (EPI) : recyclage **(CEPS)**
- C.3 Initiation à l'utilisation des extincteurs (Fire Trainer®) **(CEPS)**
- C.4 Conseiller en prévention de Niveau III **(IFAPME)**
- C.5 Personne de confiance - Prévention du bien-être au travail **(IFAPME)**
- C.6 Recyclage Personne de confiance - Prévention du bien-être au travail **(IFAPME)**
- C.7 La prévention et la répression contre le vol en magasin **(MG)**
- C.8 Brevet de secouriste d'entreprise **(CEPS)**
- C.9 Recyclage du brevet de secouriste d'entreprise **(CEPS)**
- C.10 Manutention manuelle de charges **(CEPS)**
- C.11 Cariste : vérification d'aptitude ou recyclage **(CEPS)**

D. HACCP (Food Safety Control)

- D.1 Etiquetage des denrées alimentaires
- D.2 Les bonnes pratiques d'hygiène : la méthodologie des 5M
- D.3 Formation qualité et sécurité alimentaire

E. Informatique & réseaux sociaux (IFAPME)

- E.1 Promouvoir son magasin sur Facebook
- E.2 Découvrir le potentiel de LinkedIn pour son magasin
- E.3 Découvrir le Tableur Excel
- E.4 Gérer ses bases de données avec Access
- E.5 Créer son site web avec WordPress

F. Langues étrangères (IFAPME)

- F.1 Formation de base en anglais
- F.2 Formation de base en néerlandais

II. Catalogue détaillé

A. Relations avec la clientèle

A.1. Un service parfait en magasin et lors du passage aux caisses.

Quelles sont les règles essentielles pour accueillir parfaitement un client en magasin ?

Objectifs

- Etre capable d'accueillir le client de façon professionnelle.
- Etre capable d'aider le client à trouver les produits et les promos.
- Développer une attitude alerte et positive par rapport au client afin de prévenir le vol à l'étalage.
- Etre capable de réagir habilement à la caisse en situation.

Méthodologie

La formation est organisée **en magasin** où les participants sont appelés à interagir avec le formateur

Cas pratiques et situations au quotidien sont abordés au travers de **6 thèmes** :

- *Mon attitude : une attitude positive*
- *Bonjour, au revoir : saluer et prendre congé*
- *XYZ : connaître et mieux cerner mon client*
- *Au secours un voleur ! Appréhender le voleur avec ses propres armes.*
- *Comment bien gérer une plainte et un client mécontent pour ensuite en faire une opportunité et fidéliser un client ?*
- *Quel est mon plan d'action personnel ?*

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin.

Durée : ½ jour.



A.2. Une relation authentique avec mes clients (suivi des formations A.1 et A.2).

Le langage corporel transmet bien plus d'une communication verbale : une attitude ouverte et positive donne le sourire et c'est ce que le client ressent.

Objectifs

- Prendre conscience par une nouvelle approche des répercussions et responsabilités de son attitude.
- Avoir une démarche plus positive et constructive envers les différents types de clients.

Méthodologie

- La formation animée en atelier permet de faire connaissance avec soi et de comprendre les autres dans leur façon d'être.
- Observation sur point de vente par groupe de 4-5 personnes.
- Débriefing en aparté des observations pour corriger certains comportements et valider les nouveaux acquis.

Cette formation dans son approche se base sur **4 règles fondamentales** :

- > **L'accueil** : détecter/observer les signaux, le contact visuel, la salutation, la première impression, le langage corporel, l'attitude, l'importance de son propre langage non-verbal.
- > **La proactivité** : prendre soi-même l'initiative, aller vers le client, avoir un discours non verbal, proposer des services extra.
- > **L'écoute du client** : l'empathie dans l'écoute, l'écouter sans jugement, le questionnement en profondeur, la puissance du silence.
- > **L'orientation solution-client** : parler en termes de solutions.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin.

Durée : 1 jour.



A.3. Gestion de l'agressivité verbale et physique.

Approche interactive des concepts et techniques de l'agressivité, suivie par des simulations réalistes avec un acteur professionnel.

Objectifs

- Comprendre les comportements et leurs causes.
- Réagir adéquatement en fonction de ceux-ci.
- Gérer les situations difficiles.
- Savoir ce qu'il convient de faire et les attitudes à éviter dans le but de rester «orienté client».
- Travailler sur une base commune en matière de comportements.
- Vigilance et prévention de l'agressivité physique.

Méthodologie

- Qu'est-ce que l'agressivité ? (aspects subjectifs et personnels du ressenti).
- Connaître les différents types de comportement agressif.
- Approfondir les différences en situation de frustration ou de manipulation.
- Quels sont les pièges en matière de communication ?
- Quelles sont les bonnes attitudes à adopter en fonction du type de comportement ?
- Appliquer les « outils » de la communication de manière à gérer et améliorer son bien-être au travail.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 8 à 12 personnes. Salle en « U » avec un espace pour les mises en situations.

Durée : 1 jour.



A.4. Conseiller-vendeur en magasin BIO.

Objectifs

Maîtriser les techniques de vente propres à la gamme des produits bio.

Méthodologie

1. Les fondements de l'agriculture biologique (obligatoire pour suivre les deux autres modules)

- > La genèse de l'agriculture biologique
- > Les grands courants, la reconnaissance et ses bases éthiques
- > La réglementation et ses contraintes pour mieux expliquer au client la crédibilité de la bio
- > Les labels et les organismes spécificateurs

2. Les produits bios frais

> Fruits et légumes, produits laitiers :

- > Les grandes méthodes de production et de transformation des fruits et légumes bio
- > Les différences et les avantages de celles-ci
- > Appréhender les gammes (Ile, Ive et Ve gammes) pour mieux les conseiller
- > Conseils pour gérer ce rayon (saisonnalité, hygiène, réglementation, animation,...)

> Les produits céréaliers et de panification :

- > Découvrir toutes les céréales de la culture en bio jusqu'à la distribution en passant par le stockage et la transformation (blutage, ...)
- > Les céréales brutes (quinoa, épeautre,...) ; céréales transformées (pâtes, boulgour, extrudées, éclatées, soufflées, farine, pain,...)
- > Explication des leurs différences, leurs avantages
- > Conseils pour gérer ce rayon (saisonnalité, hygiène, réglementation, animation, ...)

3. Les produits secs, produits d'entretien et cosmétiques bio

> Le vin issu de l'agriculture biologique :

- > Spécificités de la viticulture biologique
- > Spécificités de la vinification biologique
- > Conseils pour gérer ce rayon (saisonnalité, hygiène, conservation, animation,...)

> La bière issue de l'agriculture biologique :

- > Matières premières biologiques
- > Procédé de brassage et de maturation spécifique
- > Conseils pour gérer ce rayon (saisonnalité, hygiène, conservation, animation,...)

> Les produits d'épicerie biologique :

- > Connaître, expliquer et bien argumenter les produits d'épicerie sucrés (sucre, café, chocolat, thé, tisanes,...) et salés (huile, condiments, soja, boissons, ...)
- > Savoir les différencier en maîtrisant leur procédé de fabrication
- > Comment bien les valoriser en magasin
- > Conseils pour gérer ce rayon (saisonnalité, hygiène, réglementation, animation, ...)
- > Besoins nutritionnels/ Composition des aliments : aperçu des intérêts et rôle des différents nutriments...

> Les produits diététiques et de régime :

- > La problématique des restrictions, allergies et intolérances alimentaires
- > Les produits sans sucre, sans sel, hyper protéinés, sans gluten, alimentation infantile
- > Les grands régimes alimentaires : végétarien, Kouzmine, macrobiotique, crétois, hypo toxique, naturopathie,... Justifications, avantages et inconvénients
- > Conseils pour gérer ce rayon (hygiène, réglementation, animation,...)
- > Symbolique de l'alimentation/Equilibre alimentaire : introduction

> Les cosmétiques et produits d'hygiène biologiques :

- > Connaître les spécificités des cosmétiques bios au travers des réglementations, du choix des ingrédients et des modes de fabrication
- > Pourquoi faire le choix d'un produit d'un produit cosmétique bio ?
- > Conseils pour gérer ce rayon (hygiène, alimentation, réglementation, ...)

> Les éco produits et accessoires :

- > Identifier les éco produits parmi les logos et labels
- > Analyser les gammes : produits d'entretien, produits lessiviels, les éco textiles,...
- > Découvrir leur spécificité et leurs effets sur la santé et l'environnement par rapport aux produits conventionnels
- > Conseils pour gérer ce rayon

En pratique :

Public : tous les collaborateurs du magasin BIO. Groupes de 8 à 14 personnes.

Durée : 49 h (soit 12 x 1/2j) pour le total des 3 modules.



A.5. Appliquer des techniques de vente efficaces - les bases.

Vanter toutes les caractéristiques de l'entreprise et/ou du produit, c'est bien ... traduire ces éléments en bénéfice c'est mieux !

Comment passer de l'argumentaire pur et dur de la vente à l'écoute active du client et à la réponse à ses attentes ? Etablir une relation de confiance et de complicité est le défi du vendeur d'aujourd'hui !

Objectifs

- Identifier les vrais souhaits du client afin de le convaincre de son bon achat
- Agir comme ambassadeur de son entreprise
- Guider le client : comment le conseiller de façon active, l'aiguiller dans son choix de sorte qu'il soit encore plus satisfait ?
- Comment convertir les caractéristiques de l'offre en avantages et bénéfices pour le client ?

Méthodologie

Comment établir un bon contact d'entrée de jeu ?

- La bonne entrée en matière : outil de la règle des 4C
- Adapter la façon de s'adresser aux clients
- Décoder les attitudes adéquates et inadéquates : signes et indices
- Repérer les malaises et/ou répétitions de comportement
- Acquérir des attitudes porteuses et positives

Pratiquer l'écoute active.

- Comment créer un climat de confiance, voire de complicité ?
- Eviter les malentendus (cause réelle)
- Montrer son intérêt
- Améliorer les impressions et jugements
- Traiter les objections et réclamations
- Maîtriser l'entretien

Mises en pratiques dans une situation réelle.

Check-list d'un entretien gagnant - gagnant en 10 points :

Monter au balcon - Reformuler - Demander une suspension ou un délai - Pratiquer l'écoute active - Reconnaître le point de vue de l'autre - Ses sentiments - Etre d'accord chaque fois que c'est possible - Reconnaître ses compétences et son pouvoir - Ne pas rejeter, recadrer - Pourquoi pas... ? Et si... ? - L'impliquer : passer du « je et vous » au « nous » et au « comment ».

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin en contact direct avec la clientèle.

Durée : 1 jour.



A.6. Augmenter ma puissance et mon efficacité en vente - techniques avancées.

Les clients changent et leurs attentes évoluent de façon exponentielle. Ils sont de mieux en mieux renseignés et de plus en plus exigeants.

Comment créer un contact privilégié avec le client et lui faire vivre « une expérience client » unique ? Voici des outils efficaces et performants qui feront revenir le client chez vous.

Objectifs

- Etablir un discours de vente percutant.
- Identifier les besoins des clients.
- Influencer positivement le client pour obtenir un maximum de point d'accords.
- Guider le client vers la conclusion de ma vente.
- Donner aux clients l'envie de plus et les pousser à revenir chez vous ?

Méthodologie

Comment identifier les souhaits et les attentes de mon interlocuteur ?

- Etablir leur hiérarchie des besoins.
- Bien cerner leurs réelles motivations.
- Faire le tri entre leurs choix rationnels, émotionnels et subjectifs.

Comment interagir avec mon client et le comprendre au-delà des mots ?

- Une méthode d'approche commerciale, le modèle SONCAS : bien s'entraîner à détecter les réels besoins des clients.
- Quelles sont les réelles motivations de l'acheteur potentiel sur lesquelles tout vendeur/euse va devoir s'appuyer pour provoquer l'achat ?
- Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie.

Les 8 étapes-clés dans mon scénario de vente pour faire vivre à mon client une expérience unique

- Se positionner comme professionnel.
- Démarrer du bon pied.
- Avoir de l'impact et de la puissance.
- Gérer la rencontre avec dynamisme.
- Recueillir de l'information.
- Présenter la solution avec puissance.
- Gérer efficacement les objections.
- Gagner en adhésion.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 8 à 12 personnes.
Salle en « U » avec un espace pour les mises en situations.

Durée : 1 jour.

B. Relations gérants de magasin et leur personnel

B.1. Management d'équipe : fixer des objectifs et rendre mon équipe performante au quotidien.

Adaptez un comportement adéquat face aux collaborateurs et déterminez l'efficacité de votre style de management.

Objectifs

- Apprendre à adapter son style de manière naturelle aux circonstances et collaborateurs.
- Apprendre à réagir efficacement pour faire évoluer ces collaborateurs.
- Se positionner, échanger, communiquer en étant ferme, efficace tout en maintenant une bonne qualité relationnelle.

Méthodologie

- La formation alterne des méthodes effectives et pédagogiques sur base du vécu des participants.
- Les participants sont amenés à une contribution active au travers de multiples exercices, jeux et défis en vue d'acquérir les bons comportements.
- Utilisation de techniques éprouvées de la PNL, de l'Analyse transactionnelle et les méthodes De Dominique Chalvin.

La formation propose un outil directement opérationnel et aborde les thèmes suivants :

- Les 3 rôles dans le management.
- Être un responsable motivant.
- Analyser les styles de leadership.
- Les cycles de développement et de régression.
- Quelles sont les phases par lesquelles passe mon équipe face à un changement.
- Elaborer un plan d'action.
- Réagir d'une manière directe, habile et efficace.
- Le message "je", oser dire "non", marquer ses limites.
- Résoudre les conflits, les problèmes d'une façon positive.
- Comment mener des entretiens d'évaluation.

En pratique

Public : les dirigeants, gérants et collaborateurs du magasin. Groupes de 8 à 14 personnes.
Durée : 2 jours.



B.2. Mieux intégrer et fidéliser les jeunes générations.

Tendances, similitudes et différences entre les générations Y (24-34 ans) et Z (< 24 ans). Et pourquoi sont-elles si différentes de nous ?

Objectifs

Vu le nombre et bientôt la majorité constituée par cette force au travail, la seule possibilité que nous ayons est de se rapprocher d'eux et d'adapter notre style de communication et de management. Cette formation vous amènera à découvrir et mieux comprendre les spécificités des Y et Z, à les manager, les motiver et les intégrer aux autres générations déjà présentes au sein de vos équipes.

Méthodologie

Analyse des cycles et des générations. Quels sont les comportements typiques de chacun d'eux ?

Partage des expériences de chacun des participants et apports d'éléments basés sur les études les plus récentes.

- Notre regard sur les autres générations.
- La génération Y & Z : C kwa ?
- Pourquoi les générations Y et Z sont-elles changeantes ?
- Pourquoi ils dérangent dans certaines équipes ?
- Leurs forces : comment utiliser leur capital humain dans l'équipe ?
- Que dois-je changer dans mon travail avec les générations Y & Z ?
- Que pouvons-nous leur apporter ?
- Que peuvent-ils nous apporter dans nos projets ?
- Adapter mon management et parler leur langage.
- Quel mode de fonctionnement en cellule projet ?
- Comment les motiver, les fidéliser,...
- Leur impact sur les générations suivantes
- Les « Gen Y & Z » nous montrent la voie...

En pratique

Public : les dirigeants, gérants et collaborateurs du magasin. Sur le point de vente ou chez MG Consultants (Rhisnes).

Durée : 1 jour.



B.3. Coaching des équipes sur le point de vente.

Une visite anonyme donne une photographie du fonctionnement de des équipes et permet d'ajuster au mieux le choix des compétences à développer par la suite par un retour immédiat.

Objectifs

Donner l'occasion aux équipes d'analyser un retour client. Le sensibiliser au besoin de prendre du recul par rapport à leurs habitudes, d'adapter leur comportement face aux clients.

Identifier les besoins en développement en lien avec les formations.

Former les équipes sur leur lieu de travail, collaborateurs et managers.

Méthodologie

- Elaboration de scénarios habituels et inhabituels afin d'analyser les comportements des membres du personnel.
- Transfert de compétences de suivi et de management aux responsables.
- Résultats immédiats avec la formation sur point de vente des collaborateurs et le(s) manager(s) simultanément.

Nous nous rendons dans le magasin, tel un client habituel, et évaluons de manière anonyme les différents aspects discutés. Par ex. : ambiance sur le point de vente, comportements de vente, amabilité du personnel avec les clients et entre eux ...

- > Rapport et débriefing avec le gérant et responsable du point de vente.
- > Identification des compétences à développer dans les équipes.
- > Détection des freins et des blocages éventuels dans la dynamique de vente.
- > Analyse de l'interaction entre vos collaborateurs et du relais vers leur responsable.
- > Comment établir un bon contact avec la clientèle ?
- > Pratiquer l'écoute active.
- > Comment identifier les souhaits et les attentes de mon client, de mon collègue.
- > A plusieurs moments durant la formation, faire un bilan : mises en pratiques dans une situation réelle. *Ai-je bien respecté le cheminement de la vente ?*

En pratique

Public : les dirigeants, gérants et collaborateurs du magasin. Sur le point de vente.

Durée : 1 jour.



B.4. La gestion du stress passe par une bonne gestion de son temps.

Réfléchir sur ses objectifs, établir ses priorités, se mettre des limites pour pouvoir se concentrer sur l'essentiel des priorités en magasin.

Objectifs

- Etre sensibilisé aux principes de la gestion du temps.
- Apprendre à détecter l'urgent du le non urgent.
- Organiser les tâches en planifiant son activité.
- Apprendre à prendre de vrais engagements et à décliner certaines choses, à négocier des délais raisonnables.
- Comprendre ce qui peut amener au stress pour mieux le détecter et le gérer.

Méthodologie

- La formation se compose de courts apports théoriques et de nombreux exercices pratiques et mises en situation.
- La méthode partira des analyses et constats faits par les participants et leur fera déterminer Les compétences à acquérir.

Cette formation développera :

> pour la gestion du stress :

- > Mieux comprendre l'origine du stress et sa définition.
- > Bien faire la différence entre stress aigu et chronique.
- > Comment différencier le stress positif du négatif ?
- > Comment identifier les facteurs du stress ?
- > Comment agir contre le stress au niveau corporel ?
- > Comment agir contre le stress au niveau mental ?
- > Trucs et astuces pour mieux gérer son stress au quotidien.

> pour la gestion du temps :

- > Oser changer sa méthode de travail.
- > Prévoir, anticiper à moyen et long terme.
- > Priorité en lien avec mon rôle, ma mission.
- > Le principe d'Eisenhower : les 4 quadrants.
- > Planifier et déléguer.
- > Le principe de Pareto : 80 /20

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin.

Durée : 1 jour.



B.5. Devenir le Capitaine du jour.

Etre un guide et un exemple pour mes collègues !

En tant que gérant, vous souhaitez pouvoir vous appuyer sur une de vos collègues et ne pas stresser lorsque ce n'est pas vous qui êtes en magasin ? En 1 jour de formation, faites monter un de vos responsables en compétences et amenez-le à jouer le rôle du Capitaine du jour dans le magasin. Et aussi à changer de posture et à être les yeux du client.

Objectifs

- Responsabiliser par rapport à comment gérer la bonne tenue et le bon fonctionnement du magasin.
- Développer la capacité de prendre une vue « hélicoptère » : du parking aux caisses (points stratégiques).
- Utiliser un outil simple de communication en équipe, de façon efficace et constructive.

Méthodologie

- Travail en 2 x ½ jour avec vos responsables de rayons dans un endroit au calme de votre magasin.
- Echange d'expériences terrain entre responsables.
- Court apport théorique, suivi d'exercices en sous-groupe et de mises en situation, afin de développer de nouveaux réflexes.

Premier ½ JOUR

La communication et l'assertivité :

- > se positionner et s'affirmer dans la relation avec mes collègues, avec efficacité et dans un respect mutuel.
- > Assigner des tâches avec efficacité.
- > Donner du feedback constructif au quotidien.

Deuxième ½ JOUR

Retour des participants sur ce qui a changé :

- > qu'ont-ils observé de différent ?
- > Quel est le retour éventuel des collègues ?
- > Ont-ils rencontré des difficultés et si oui lesquelles ? Comment les résoudre en groupe ?
- > Influencer gagnant/gagnant.
- > Communiquer positivement en toute circonstance, ne plus en arriver à sanctionner.
- > Comment gérer les briefings entre responsables et avec les équipes concernées - briefing.

En pratique

Public : gérants et collaborateurs du magasin.

Durée : 1 jour.



C. Sécurité

C.1. Equipier de première intervention incendie (EPI) : formation de base.

Formation qui correspond aux exigences de l'Arrêté Royal du 28 mars 2014.
Se donne également en [Néerlandais](#), [Anglais](#) et [Allemand](#).

Objectifs

La formation, adaptée à l'A.R. du 28/03/14 qui demande aux employeurs d'organiser un service privé de prévention et de lutte contre l'incendie, comportant un nombre suffisant de personnes exercées à l'utilisation du matériel de lutte contre l'incendie. Cette formation a pour but d'apprendre à agir rapidement et efficacement en cas de début d'incendie dans une entreprise, à savoir attaquer un feu avec les moyens mis à disposition et ce, afin de le confiner, à empêcher son développement ou à l'éteindre si possible, ainsi qu'apprendre à gérer l'évacuation.

Méthodologie

Théorie (1/2 jour)

- > Législations.
- > Les limites et l'importance du rôle de l'équipier.
- > Comprendre la nature d'un feu et son mode de propagation.
- > Les moyens d'intervention et d'extinction.
- > Procédures d'alerte, d'alarme.
- > Les techniques d'évacuation.
- > Avant l'incendie...La prévention.
- >

Pratique (1/2 jour)

Les exercices pratiques se déroulent dans un des halls feu de **Seraing, Marchienne-au-Pont ou Louvain-la-Neuve**.

- > Exercices d'extinction sur feux réels avec différents moyens d'extinction.
- > Comment réaliser une bonne évacuation ? Mises en situation.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupe de 15 personnes maximum.

Durée : 1 jour (½ jour de théorie et ½ jour de pratique).



C.2. Equipier de première intervention incendie (EPI) : recyclage.

Formation qui correspond aux exigences de l'Arrêté Royal du 28 mars 2014.
Se donne également en [Néerlandais, Anglais et Allemand](#).

Objectifs

La formation, adaptée à l'A.R. du 28/03/14 impose de garder un niveau opérationnel efficace, et perfectionner ses connaissances dans les différents domaines de la prévention, l'Equipier de Première Intervention - évacuateur doit se recycler régulièrement.

- > Maintenir ses connaissances en prévention incendie, techniques d'intervention et gestion d'évacuation.
- > Maintenir un niveau opérationnel efficace.

Méthodologie

Théorie (1/2 jour)

Renforcement des connaissances

- > Approche du système "feu".
- > Les moyens d'extinction et leur utilisation en sécurité.
- > Compartimentage, confinement, évacuation... les bons choix.

Pratique (1/2 jour)

Les exercices pratiques se déroulent dans un des halls feu de **Seraing, Marchienne-au-Pont ou Louvain-la-Neuve**.

- > Mise en situation : perfectionnement et entraînement à l'utilisation des moyens d'extinction sur différents types de feu, en binôme et en équipe.
- > Evacuation : mise en situation pour mettre efficacement les personnes en sécurité.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. **Prérequis** : les Equipiers de Premières Intervention **ayant déjà bénéficié de la formation de base (au cours des deux années précédentes)**.

Max. 15 personnes.

Durée : 1 jour (½ jour de théorie et ½ jour de pratique) **ou** ½ jour.



C.3. Initiation à l'utilisation des extincteurs (Fire Trainer®).

Personne n'est à l'abri d'un sinistre ! Cette formule s'adresse à tous les travailleurs susceptibles un jour d'intervenir sur un départ de feu.

Objectifs

Le Fire Trainer® (taille d'une remorque tractée double essieux) permet de réaliser au sein de l'entreprise des exercices d'utilisation des extincteurs sur feux réels.

Méthodologie

Module 1

- > Une kitchenette au plus proche du réel permet d'appréhender le risque feu dans une cuisine. Bonne compréhension du risque et manipulation d'une couverture anti-feu sur un foyer réel, et moyens de prévention domestiques pour une sécurité minimale à tout moment.

Module 2

- > Une reproduction d'un poste de secours où l'on y retrouve la totalité des moyens techniques lié à la prévention incendie. Manipulation d'une centrale de détection et d'alarme, signalisation de sécurité, éclairage de sécurité, sprinklage, alarme, sorties de secours, exutoire de fumée, ...

Module 3

- > Un volume clos où un générateur de flammes réelles met en situation pour apprendre à utiliser efficacement les moyens de lutte portatifs en limitant au l'impact environnemental lié à l'utilisation des extincteurs.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 15 personnes max.

Durée : 1/2 jour.



C.4. Conseiller en prévention de Niveau III.

Objectifs

La loi du 04/08/1996, relative au bien-être des travailleurs lors de l'exécution de leur travail, en son A.R. d'exécution du 27/03/1998, impose aux Conseillers en Prévention, non soumis à la formation complémentaire obligatoire, de disposer d'une connaissance suffisante de la législation et d'avoir les connaissances techniques et scientifiques nécessaires à l'exercice de leur activité.

Cette formation de base répond à ce prescrit légal.

Méthodologie

- Introduction
- Politique de prévention
- Sécurité au travail
- Santé au travail
- Ergonomie des lieux de travail
- Aspects psychosociaux
- Hygiène Industrielle
- Exercices de Synthèse et Evaluation

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 8 à 18 participants.

Durée : 6 jours (12 x ½ jour).



C.5. Personne de confiance - Prévention du bien-être au travail.

Respecter la réglementation en vigueur pour l'exécution de la mission de personne de confiance lors de l'exécution de leur travail, quant à la prévention des risques psychosociaux dont notamment la violence et le harcèlement moral et sexuel au travail.

Objectifs

- Analyser le phénomène de la violence, du harcèlement sur les lieux de travail, les mécanismes qui le sous-tendent, les conséquences de ce comportement pour les personnes qui le subissent.
- Acquérir des outils d'intervention et développer les aptitudes nécessaires à la gestion de situations de harcèlement et mener les entretiens avec chacune des personnes impliquées.

Méthodologie

Module 1 : Cadre légal relatif au rôle et au statut de la personne de confiance.

- > La politique du bien-être dans l'entreprise
- > La prévention des risques psychosociaux au travail
- > Le système judiciaire belge et la responsabilité pénale et civile des personnes impliquées
- > La médiation et éléments de déontologie

Module 2 : Les risques psychosociaux au travail.

- > Définition des risques psychosociaux, individuels et collectifs et des dommages - Les différentes topologies des situations de souffrances relationnelles au travail
- > Les méthodes d'analyse de risques

Module 3 : Intervention psychosociale : techniques d'entretien.

- > L'accueil. La communication efficace. La gestion de ses émotions et de la personne entendue.
- > Stratégies permettant la résolution de la situation problématique et recadrage.

Module 4 : Intervention psychosociale .Gestion des situations problématiques.

- > Différentes techniques d'intervention psychosociales et de gestion de conflits.
- > Exercices pratiques et échanges d'expériences.

En pratique

Public : les gérants et collaborateurs du magasin. De 6 à 15 personnes

Sur demande : cette formation peut être organisée sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 5 jours (10 x ½ j).



C.6. RECYCLAGE Personne de confiance - Prévention du bien-être au travail.

Depuis le 1er septembre 2014, la législation relative à la prévention des risques psychosociaux au travail impose un recyclage annuel destiné aux personnes de confiance.

Objectifs

Cette formation de recyclage a pour but de maintenir à jour les connaissances et les compétences exigées pour exercer le rôle de personne de confiance.

Méthodologie

- Information sur le nouveau cadre légal et ses conséquences pour la personne de confiance
- Mise à jour de ses compétences d'entretien et de médiation
- Supervision (échange des expériences et discussion sur des cas pratiques)

En pratique

Public : les dirigeants, gérants et collaborateurs du magasin. Groupes de 6 à 15 personnes.
Sur demande : cette formation peut être organisée sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 1 jour.



C.7. La prévention et la répression contre le vol en magasin.

Pas de paranoïa, tous les clients ne sont pas des voleurs ! En toutes circonstances, penser et agir positivement. Travailler attentivement et pro-activement à la prévention du vol.

Méthodologie

- Débriefing et formation animée de façon ludique fera la part belle aux exemples et cas pratiques.
- Les participants seront invités à prendre part à des jeux de rôles, pour identifier leurs axes d'amélioration.

1. Prévention

- > Dans quel esprit aborder la problématique du vol en magasin ?
- > Présentation générale.
- > Le voleur mystère.
- > Contexte : comment repérer le voleur ? Quels sont les produits volés ? Qu'utilisent-ils comme techniques ? Comment les contrer ? L'organisation de la sécurité.
- > Survol sur les statistiques de vol.
- > Vocabulaire : démarque, démarque connue et démarque inconnue.
- > Les causes de démarque inconnue.
- > Les erreurs administratives : les démarques connues non enregistrées. Comment lutter ?
- > Vol par le personnel : pourquoi ? Les techniques rencontrées. Comment lutter ?
- > Vol par la clientèle : quels rayons, Quels produits ? Pourquoi ? Quelles sont leurs techniques ?
- > Comment lutter ?
- > Structure et organisation à mettre en place pour un magasin sécurisé
- > 30 conseils pour le personnel : * en magasin ; * en caisse ; * pour tout le monde

2. Pratique et Répression

- > Chaque participant raconte ce qu'il/elle a mis en pratique en termes de prévention depuis la première session.
- > Quiz prévention : qu'avez-vous retenu ?
- > De la prévention à la répression.
- > Quels sont les cas possibles ?
- > L'interpellation : un job en soi !
- > Le Juridique.
- > Que faire en cas de hold-up ?
- > Jeux de rôles sur base des expériences vécues.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin.

Durée : 1 jour : ½ jour de formation « prévention vol » et ½ jour « répression vol et jeux de rôles ».

C.8. Brevet de secouriste d'entreprise.

Premiers secours dispensés aux travailleurs victimes d'un accident ou d'un malaise.

L'employeur a l'obligation d'assurer les premiers secours aux travailleurs victimes d'un accident ou d'un malaise. (A.R. 15/12/2010).

Il doit prévoir les moyens nécessaires pour l'organisation des premiers secours et notamment la formation et le recyclage annuel des secouristes. A l'issue de la réussite de l'évaluation, le candidat recevra un BREVET* de premiers secours agréé par le SPF emploi, travail et concertation sociale.

***Des recyclages annuels de minimum 4h sont obligatoires pour maintenir la validité du brevet et l'autonomie opérationnelle du secouriste.**

Objectifs

- Permettre aux secouristes d'acquérir les connaissances et aptitudes exigées pour Reconnaître des états de santé qui menacent la vie de personnes.
- Pouvoir appliquer les principes de premiers secours appropriés dans l'attente de l'intervention des services spécialisés.

Méthodologie

Cours en alternance de théorie et d'ateliers pratiques.

- > **Les principes de base** : comprendre le rôle du secouriste ainsi que les indications pour l'utilisation du matériel disponible et l'enregistrement des incidents et des actions (cadre légal inclus); importance de l'hygiène de base dans les procédures de premiers secours; analyser correctement la situation et les circonstances; connaître et appliquer les soins de confort préalables à l'évacuation, les procédures de dégagement et d'évacuation des victimes.
- > **Les fonctions vitales** : administrer les premiers secours à une victime inconsciente d'une façon sûre, rapide et efficace ; reconnaître l'état d'une victime ayant une douleur dans la poitrine; pratiquer la réanimation cardio-pulmonaire rapidement et efficacement et utilisation du DEA (défibrillateur externe automatique).
- > **Les autres anomalies** : reconnaître les signes d'une affection grave et appliquer les principes généraux des premiers secours (hémorragies, brûlures, blessures diverses, etc.).

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Les personnes qui, dans l'entreprise, sont chargées d'assurer la fonction de secouriste.

L'évaluation obligatoire des acquis à l'obtention du BREVET se réalise en **2 phases** (examen théorique en QCM et mise en situation pratique individuelle RCP et DEA).

Cette formation se déroule dans les installations de **Seraing, Marchienne-au-Pont ou Louvain-la-Neuve**, ou peut être organisée en entreprise selon un planning convenu de commun accord.

Durée : 3 jours (6 x ½ jour).



C.9. Recyclage du brevet de secouriste d'entreprise.

Premiers secours dispensés aux travailleurs victimes d'un accident ou d'un malaise.

L'employeur a l'obligation d'assurer les premiers secours aux travailleurs victimes d'un accident ou d'un malaise. (A.R. 15/12/2010).

Il doit prévoir les moyens nécessaires pour l'organisation des premiers secours et notamment la formation et le recyclage annuel des secouristes.

***L'A.R. impose un recyclage annuel de 4h minimum pour maintenir la validité du brevet et l'autonomie opérationnelle du secouriste.**

Objectifs

- Permettre aux secouristes brevetés de maintenir les connaissances et aptitudes exigées
Pour reconnaître des états de santé qui menacent la vie de personnes.
- Pouvoir appliquer les principes de premiers secours appropriés dans l'attente de l'intervention des services spécialisés.

Méthodologie

Révision et mise en application pratique de la matière vue lors de la formation de base : les principes de base, les fonctions vitales et les autres anomalies, ainsi que des exercices adaptés. Risques spécifiques, ou analyses de cas vécus, ou mises en situation.

En pratique

Public : tous les secouristes brevetés. Ce recyclage est prévu en sessions privées ou inter-entreprises dans les centres de **Marchienne-au-Pont, Seraing et Louvain-la-Neuve**. Il y a des sessions chaque semaine. En fonction de l'analyse de risques réalisée par l'employeur, le Conseiller en prévention, le médecin du travail ou des besoins spécifiques, des recyclages d'une journée peuvent être organisés en intra-entreprise, pour des groupes de maximum 15 personnes. Le planning est alors convenu de commun accord.

Prolongation d'un an du brevet de premiers secours dispensés aux travailleurs victimes d'un accident ou d'un malaise.

Durée : 1 jour.



C.10. Manutention manuelle de charges.

Mal au dos ... mal du siècle : les pathologies dorso-lombaires ne figurent pas seulement au hit-parade des maladies professionnelles les plus fréquentes, elles sont aussi une des causes les plus importantes de l'absentéisme ...

L'Arrêté Royal du 12/08/1993 relatif à la manutention manuelle de charges impose à l'employeur une série d'obligations en la matière, dont celle d'informer les travailleurs sur les risques qu'ils encourent et de les former aux mesures de prévention.

Objectifs

- Prévenir les lésions musculaires ou à la colonne vertébrale provoquées par une utilisation inappropriée de la "machine humaine".
- Réduire la charge de travail et la fatigue et contribuer ainsi à l'amélioration des conditions de travail.

Méthodologie

Théorie :

- > Description du squelette, de la colonne vertébrale.
- > Relation entre charges, postures et contraintes.
- > Risques et conséquences de manœuvres incorrectes.
- > Principes de base de la manutention manuelle.

Pratique :

- > Méthodes de manutention manuelle appropriées à la charge (courante ou spécifique).
- > Exercices de base (caisse, barre de fer, fût, sac, seau, échelle...).
- > Suivi et correction sur poste de travail.

En pratique

Public : personnes amenées à transporter des charges lourdes ou des charges légères de manière répétitive. Personnes qui ont à adopter des postures de travail prolongées ou à fournir des efforts importants.

La formation peut se dérouler dans nos centres de **Jumet, Seraing ou Louvain-la-Neuve**.

Elle peut également avoir lieu dans l'entreprise.

Groupes de 10 participants maximum.

Durée : 1 jour.



C.11. Cariste : vérification d'aptitude ou recyclage.

La conduite d'un chariot élévateur est un poste de sécurité requérant une formation théorique et pratique à la sécurité ainsi qu'un entraînement spécifique pour acquérir l'efficacité et la productivité nécessaires lors des circulations et des manœuvres de gerbage avec l'engin.

Objectifs

- Aider le cariste à mieux connaître son outil de travail et ses possibilités afin de prévenir les dommages et les dégradations matérielles.
- Prévenir les risques d'accident de travail et améliorer la sécurité.
- Améliorer la productivité, la rentabilité, l'efficacité de la manutention, de l'entreposage et du chargement.

Méthodologie

Théorie :

- > La fonction de cariste.
- > Responsabilités générales et professionnelles.
- > Les consignes de sécurité.
- > Prise de poste.
- > Centre de gravité et diagramme de charge.
- > Basculements frontaux et latéraux.
- > Point pivot (3 roues et 4 roues).
- > Techniques de gerbage.

Pratique :

- > test d'aptitude pratique sur parcours préparés sur transpalette et gerbeur électriques.

En pratique

Public : Caristes expérimentés (18 ans accomplis), n'ayant pas de brevet ou pour lesquels un recyclage est nécessaire. Aptitudes médicales à la conduite d'un chariot élévateur & expérience de plusieurs années.

La formation peut se dérouler dans nos centres de **Seraing ou de Jumet** équipés de différents types de chariots frontaux, et donne lieu à l'octroi du brevet de cariste.

Groupes de 8 participants maximum.

Durée : 1 jour.



D. HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) Maîtrise de la sécurité sanitaire des denrées alimentaires

D.1. Etiquetage des denrées alimentaires.

Règlement (CE) no852/2004 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires.

Objectifs

- Disposera d'une vue globale des obligations légales dites "horizontales" en matière d'étiquetage des denrées alimentaires préemballées.
- Disposera des informations nécessaires pour étiqueter correctement les produits préemballés.
- Connaîtra les principaux allergènes et disposera des informations nécessaires à l'étiquetage de ces Deniers.

Méthodologie

Théorie :

- > Dispositions légales en matière d'étiquetage.
- > Etiquetage des denrées alimentaires pré emballées.
- > Etiquetage nutritionnel des denrées alimentaires.
- > Etiquetage "OGM".
- > Ionisation.
- > Etiquetage des produits contenant de la quinine, de la caféine.
- > Etiquetage des produits contenant de la réglisse.
- > Etiquetage des allergènes (+ définition des allergies et intolérances alimentaires/principaux allergènes/incidences & prévalence des allergies/intolérances).

Pratique :

- > Savoir décrypter un emballage.
- > Mettre en application toutes les informations acquises sur un cas d'étude, savoir notamment rédiger une liste d'ingrédients à partir d'une recette.

En pratique

Public : tous les collaborateurs de magasins. En centre. Groupes de 7 à 20 personnes maximum.

Durée : ½ jour (4 h).



D.2. Les GMP (bonnes pratiques d'hygiène) - La méthodologie des 5 M.

Amener les travailleurs du secteur alimentaire à comprendre les sources de contaminations des produits dans le cadre de leur travail.

Lorsque celle-ci sont mieux comprises, elles sont évitées plus facilement.

Objectifs

Maîtrise et connaissance des risques et dangers pour les produits alimentaires. Connaissance des règles d'hygiène.

Méthodologie

Ce module commence par **la revue de la législation en vigueur** sur le sujet.

Ensuite, les **5 principales sources de contaminations** sont expliquées avec des exemples à l'appui :

- Matériel
- Méthode
- Milieu
- Main d'œuvre
- Matières premières

En pratique

Public : tous les collaborateurs de magasins. En centre. Groupes de 7 à 20 personnes maximum.

Durée : ½ jour (4 h).



D.3. Formation qualité et sécurité alimentaire.

Les responsables de magasin, avec l'aide de leurs membres du personnel, doivent pouvoir gérer au mieux la qualité et la sécurité alimentaire dans leur point de vente.

Objectifs

Décrire et expliciter de manière concrète les différents domaines de qualité et de sécurité dans un commerce alimentaire, et motiver les collaborateurs à se préparer à tout contrôle de l'AFSCA.

Méthodologie

- > **La responsabilité du gérant de magasin.**
- > **Les points de contrôles :** hygiène du personnel ; contrôle réception ; gestion des températures ; le nettoyage.
- > **La traçabilité et la gestion des DLC (date limite de consommation).**
- > **La gestion des plaintes clients et des retraits et rappels.**
- > **l'étiquetage des denrées alimentaires + les infos « allergènes ».**
- > **Les visites des inspecteurs de l'AFSCA et le Système d'Autocontrôle (SAC)**
- > **La gestion de non-conformité.**
- > **Les outils de gestion informatique.**

En pratique

Public : les dirigeants, gérants et collaborateurs du magasin. En centre. Groupes de 10 à 20 personnes maximum.

Durée : ½ jour (4 h).



E. Informatique et réseaux sociaux.

E.1. Promouvoir son magasin sur Facebook.

*Pourquoi intégrer les médias et réseaux sociaux dans votre stratégie de visibilité ?
Comment exploiter ce réseau social pour votre magasin?*

Objectifs

Découvrir :

- l'utilisation professionnelle du réseau social mondial Facebook ;
- des trucs et astuces afin d'animer sa page Facebook (concours, relances...).

Méthodologie

Créer sa page professionnelle sur Facebook

- Digital marketing : les nouveaux comportements des consommateurs vis-à-vis des réseaux sociaux.
- Facebook : introduction au réseau social et utilité.
- Créer sa page professionnelle sur Facebook (+ exercices).

Animer sa page professionnelle sur Facebook

- Se constituer un réseau de contact.
- Être vu sur Facebook.
- Gérer les commentaires.
- Découvrir des outils : sondages, concours, etc.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 6 à 12 personnes, ou sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 1 jour (2 x ½ jour).



E.2. Découvrir le potentiel de LinkedIn pour son magasin.

Définir une stratégie de présence de son entreprise : comment mieux se faire connaître, élargir son réseau et recruter via LinkedIn et ses fonctionnalités ?

Objectifs

- Utiliser efficacement LinkedIn.
- Optimiser son profil.
- Partager et publier du contenu pertinent.
- Découvrir les différentes fonctionnalités et outils en lien direct avec la plateforme.

Méthodologie

Comment créer sa page professionnelle sur LinkedIn ?

- Présentation du réseau social professionnel.
- LinkedIn fait peau neuve : fonctionnalités.
- 24 astuces pour avoir un profil LinkedIn efficace.
- Publier ou partager du contenu sur LinkedIn.
- Découvrir et partager du contenu via SlideShare.
- Acquérir de nouvelles compétences sur LinkedIn.
- Recruter ou trouver un emploi sur LinkedIn.
- Des fonctionnalités peu connues de LinkedIn.
- Applications mobiles complémentaires.
- L'offre Premium de LinkedIn.
- Exercice pratique : analyse de profils des participants en groupe et proposition de pistes d'amélioration.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 6 à 12 personnes, ou sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 1 jour (2 x ½ jour).



E.3. Découvrir le tableur Excel

Objectif

Initier à l'utilisation d'un tableur, en l'occurrence via le logiciel Excel.

Méthodologie

- Comprendre l'environnement de travail d'Excel : fenêtres, classeurs, feuilles de calcul, menus, barres d'outils, boîtes de dialogue.
- Gérer des classeurs, des feuilles d'un classeur.
- Créer des formules.
- Réaliser l'impression d'une feuille d'un classeur.
- Créer des graphiques simples et sophistiqués.
- Visualiser les classeurs.

> Environnement

Démarrer et quitter Excel - Les éléments qui composent l'écran d'Excel - Les barres d'outils - La barre d'état - Le volet office - Gestion des fenêtres.

> Gestion des fichiers

Ouvrir un classeur - Ouverture rapide - Les favoris - Enregistrer et enregistrer sous - Protection des classeurs - Nouveau classeur - Fermer un classeur.

> Feuille de calcul

Généralités - Déplacement au sein du tableur - Saisie de données - Saisie automatique - Modifier le contenu d'une cellule - Effacer des cellules - Remplacer le contenu d'une cellule - Insertion - Suppression - Copier des cellules - Poignée de recopiage - Collage spécial - Presse-papiers - Fractionnement d'une fenêtre - Figurer les volets - Zoom.

> Mise en forme

Généralités - Modifier les attributs - Alignement, centrer sur plusieurs colonnes - Fusionner des cellules - Appliquer un format - Formats personnalisés - Encadrement - Motif - Modifier la largeur ou la hauteur - Barre d'outils Mise en forme.

> Calculs

Généralités - Les opérateurs arithmétiques - Les adresses - Les fonctions - Saisie d'une formule - Références absolues et relatives - Somme automatique - Autres fonctions (moyenne, nombre de valeurs, rang, si, ...) - Mise en forme conditionnelle - Annuler et répéter.

> Classeurs

Généralités - La barre d'onglets - Déplacement entre les feuilles - Sélection de feuilles - Insertion de feuilles - Suppression de feuilles - Renommer une feuille - Copie de feuilles - Déplacement de feuilles.

> Les graphiques

Généralités - La barre d'outils graphique - Création d'un graphique - Eléments d'un graphique - Personnalisation d'un graphique (changer le texte de la légende, la taille, la couleur et l'orientation du texte, la couleur et le motif des barres, insérer des étiquettes de données, ...) - Modification d'un graphique (ajouter une série de chiffres, insérer un second axe des ordonnées, changer l'échelle de l'axe d'ordonnée, ...).

> Mise en page et impression et tri

La mise en page (page, marges, en-tête et pied de page, ...) - Aperçu avant impression - Impression - Saut de page.

- Tri croissant et décroissant - Tri sur plusieurs critères.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin, ayant une connaissance de l'environnement Windows et Office. Groupes de 6 à 12 personnes.

Durée : 2 jours (4 x 1/2 jour).



E.4. Gérer ses bases de données avec Access

*Apprendre à démystifier l'informatique, exploiter son ordinateur et ses principaux outils.
Comment devenir un expert en gestion de larges bases de données ?*

Objectifs

Expliquer les concepts de base de données relationnelle. Créer une base de données professionnelle avec **Microsoft Access**.

Méthodologie

- Conception de base de données relationnelles.
- Manipulation des données.
- Création des tables.
- Définition des relations.
- Requêtes.
- Formulaires.
- Etats.
- Travail avec des données externes.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 6 à 12 personnes, ou sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 3 jours (6 x ½ jour).



E.5. Créer son site web avec WordPress (logiciel gratuit)

Objectifs

Découvrir les bases du fonctionnement du logiciel gratuit de création de sites web : **WordPress**.

Méthodologie

- Réserver un nom de domaine, un hébergement.
- Installer WordPress.
- L'éditeur de thème graphique.
- Installer un thème.
- Installation de widgets.
- Bibliothèque média WordPress.
- Création d'une page.
- Création d'un menu.
- Insertion d'une bannière.
- Formulaire de contact.
- Insertion d'une Map Google.
- Création d'une galerie de photos avec effet light box (agrandissement de l'image lors du clic).
- Ajout d'un Favicon.
- Exercices récapitulatifs.

En pratique

Public : tous les collaborateurs du magasin. Groupes de 6 à 12 personnes, ou sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 1 jour (2 x ½ jour).



F. Langues étrangères

F.1. Formation de base en anglais

Acquérir les bases, apprendre à communiquer et à argumenter avec des clients ou des collaborateurs en anglais.

Objectifs

Pour un débutant cherchant à acquérir les bases, ou un apprenant avancé qui vise une remise à niveau. Développer ses compétences à communiquer et à argumenter en présence de participants de niveau similaire.

Méthodologie

Le contenu et le format de l'ensemble des cours d'anglais répondent aux besoins spécifiques des participants, et sont déterminés par leur niveau et objectifs.

Ils incluent :

- Le vocabulaire commercial.
- La terminologie utile pour franchir les difficultés.
- Les techniques d'écoute pour participer à des réunions efficaces.
- La terminologie ainsi que la prononciation pour une gestion active et performante.

En pratique

Public : tous les collaborateurs des magasins (Bruxelles et zones limitrophes). Groupes de 6 à 12 personnes, ou sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 14 soirées (x 4 h).



F.2. Formation de base en néerlandais

Acquérir les bases, apprendre à communiquer et à argumenter avec des clients ou des collaborateurs en néerlandais.

Objectifs

Pour un débutant cherchant à acquérir les bases, ou un apprenant avancé qui vise une remise à niveau. Développer ses compétences à communiquer et à argumenter en présence de participants de niveau similaire.

Méthodologie

Le contenu et le format de l'ensemble des cours d'anglais répondent aux besoins spécifiques des participants, et sont déterminés par leur niveau et objectifs.

Ils incluent :

- Le vocabulaire commercial.
- La terminologie utile pour franchir les difficultés.
- Les techniques d'écoute pour participer à des réunions efficaces.
- La terminologie ainsi que la prononciation pour une gestion active et performante.

En pratique

Public : tous les collaborateurs des magasins (Bruxelles et zones limitrophes). Groupes de 6 à 12 personnes, ou sur mesure pour un magasin ou une enseigne.

Durée : 14 soirées (x 4 h).



III. Partenaires-Formateurs

1. l'IFAPME

Le Centre IFAPME Liège, membre du réseau de l'IFAPME, est une ASBL créée en 1960 pour devenir un des 11 centres en Wallonie à s'insérer dans le système dit « des Classes Moyennes ».

Depuis sa création, sa vocation a été de renforcer, par la formation et l'accompagnement, le potentiel économique des petites et moyennes entreprises et des indépendants du bassin liégeois.

Le Centre IFAPME Liège possède 2 entités : Liège (avec plusieurs sites – 1^{er} opérateur de formation continue en Wallonie) et Villers-le-Bouillet.

Ce centre forme en moyenne plus de 12.000 personnes par année, tant sur le plan de la gestion que dans le domaine des techniques les plus diverses. La prise en charge se fait dès l'âge de 15 ans, au stade de l'apprentissage, mais la plus grande partie du public est constituée de personnes d'âge adulte qui participent aux formations de « chefs d'entreprise » et aux programmes de formation continue.

L'offre de formations est vaste et diversifiée, avec une expérience dans tous les domaines nécessaires à la croissance de la PME (plus de 600 thèmes de formation): informatique, langue, gestion (comptabilité, marketing, vente, communication...), techniques professionnelles, prévention, environnement et sécurité.

En plus de formations inter-entreprises, les conseillers en formation organisent régulièrement des formations « sur mesure » adaptées aux besoins spécifiques d'une entreprise, à sa culture, à son personnel, à ses objectifs et à son environnement socio-économique tant au niveau de l'approche, que du contenu, de l'horaire et du lieu.

Le service de Formation Continue du **Centre IFAPME Liège** a obtenu le label QFOR en février 2009 et a transcrit ses engagements dans une charte de qualité.



2. Food Safety Consult

Food Safety Consult est une Spin-Off de l'Université de Liège créée en juillet 2003 à l'initiative de **Quality Partner** pour satisfaire un besoin d'accompagnement indépendant identifié chez ses clients. Très vite, **Food Safety Consult** est sollicité par différentes fédérations sectorielles pour prendre en charge la rédaction de guides d'autocontrôle.

Spécialisé dans la gestion de la sécurité des denrées alimentaires, **Food Safety Consult** exerce ses compétences dans les métiers du Conseil et de la Formation auprès des entreprises et fédérations actives dans le secteur alimentaire.

Leurs missions se situent tant au niveau des secteurs de la transformation (viande, lait, boisson, confiserie, fruits et légumes, compléments alimentaires...) qu'au niveau de la distribution (grande distribution, cuisines de collectivités et Horeca).



3. MG Consultants

MG Consultants est une société de consultance RH spécialisée depuis 1983 dans l'accompagnement des entreprises en matière de gestion du personnel et des compétences. Située à Spy, au croisement de grands axes routiers dont l'E42, **MG Consultants** est présent dans l'ensemble de la Belgique, que ce soit en Flandre, en Wallonie et en Région de Bruxelles-Capitale.

Une équipe de consultants adapte son approche stratégique en fonction de l'entreprise, selon sa taille et ses équipes. Le contenu des formations est également modelé au cas par cas, tout comme les exercices spécifiques qui sont mis en place durant le coaching. Les fondateurs et les formateurs de **MG Consultants** affichent un parcours couronné de succès dans le monde de l'entreprise et de l'accompagnement des dirigeants d'entreprise.

Les Valeurs MG : les **4 « P »** essentiels à la philosophie de **MG Consultants** :

- > **Positifs et enthousiastes** : transmettre la motivation et l'envie aux équipes et aux dirigeants d'entreprises avec lesquels ils travaillent.
- > **Positionner l'individu au centre** : développer les compétences des individus permet de les placer au centre du succès de l'entreprise et de valoriser les aptitudes de chacun pour relever les défis d'aujourd'hui.
- > **Partenaires vers les résultats** : **MG Consultants** souhaite être le témoin du succès du client. C'est pourquoi ils travaillent dans le temps et accompagnent les clients sur le long terme.
- > **Passionnés d'apprendre** : l'ensemble de l'équipe valorise la formation continue et souhaite véhiculer la passion de l'apprentissage permanent à ses clients.



4. CEPS : Centre Européen pour la Sécurité

Fort d'une expérience de 30 ans en matière de formation, le **CEPS** a pour vocation de promouvoir la sécurité dans l'entreprise et d'aider à la création d'emplois par le biais de formations qualifiantes.

En effet, si les accidents, de par leur nature, ne peuvent être évités, les moyens d'en diminuer les risques existent.

Former le personnel reste le meilleur moyen de faire baisser les statistiques. Etre capable de réagir en cas d'accident permet d'en atténuer les conséquences humaines et matérielles. Former au mieux le personnel à la sécurité permet à la fois de faire baisser le risque d'accidents et d'augmenter à long terme la rentabilité de l'entreprise.

Pour promouvoir la sécurité, le **CEPS** propose six axes de formation appelés « Ecoles » :

- L'école du Feu
- L'école de la manutention et du levage
- L'école du secourisme
- L'école du gardiennage
- L'école de la sécurité
- L'école de la santé et de l'environnement

Ils proposent aux entreprises des programmes standards, des recyclages et des programmes à la carte.

L'évaluation permanente des formations permet d'adapter les programmes aux évolutions les plus récentes.

Ils disposent de **3 centres de formation** et offrent la possibilité d'organiser les formations dans leurs locaux ou dans les infrastructures propres aux entreprises.

Au total, l'équipe propose une soixantaine de formations aux entreprises et à leur personnel. En 2013, plus de 27 000 personnes ont pris part à une ou plusieurs de nos formations dans les centres de Charleroi et de Seraing, améliorant ainsi leur propre sécurité et celle des autres.



5. Crime Control - Improving performance, reducing risk.

Les entreprises et les institutions sont de plus en plus souvent les victimes de différentes de formes de criminalité et de malveillance. Il est donc crucial qu'elles prennent des mesures afin de s'armer contre ce genre de situations. Il ressort de diverses études que les collaborateurs jouent un rôle clé à cet égard. Cette « prévention organisationnelle » met l'accent sur leur changement de comportement car le capital humain est le maillon faible: un collaborateur bien formé peut réellement faire la différence.

Crime Control s'y consacre depuis 1998. C'est aujourd'hui un bureau de formation et de consultance indépendant et international, spécialisé dans la prévention des comportements indésirables et de la criminalité.

La société dispose d'une équipe pluridisciplinaire comprenant 29 formateurs : criminologues, psychologues, pédagogues, sociologues ou économistes, qui ont plusieurs années d'expérience dans le secteur de la sécurité et/ou de la formation.

L'expérience de **Crime Control** porte sur trois domaines d'action spécifiques :



- > **La gestion de l'agressivité** : il s'agit d'apprendre des techniques pour prévenir et gérer différentes formes d'agressivité en partant des clients difficiles jusqu'à la gestion des attaques à mains armées.
- > **La lutte contre la fraude** (interne & externe).
- > **L'amélioration du niveau d'alerte** quant aux activités quotidiennes.

Par le biais de leurs filiales ils sont présents en France, au Luxembourg et aux Pays-Bas, en Espagne et en Allemagne.

