

Catalogue des formations marketing Access Consulting

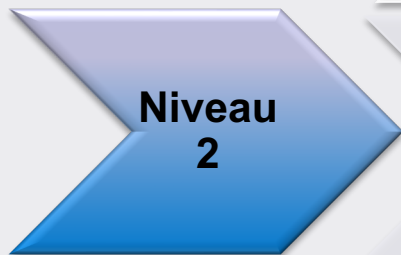


*Parce qu'une démarche marketing efficace passe aussi par
l'apprentissage des techniques qui lui sont liées*

3 niveaux de formations marketing vous sont offerts :



Les formations de niveau 1 permettent de se familiariser avec les fondamentaux du marketing et/ou de rafraîchir ses connaissances en reprenant à la base les notions générales.



Les formations de niveau 2 permettent d'approfondir les techniques et outils marketing



Les formations de niveau 3 ciblent précisément une démarche et / ou un secteur d'activité avec l'intervention d'experts dans leur domaine spécifique, en complémentarité ou seuls.



Les thèmes des formations qui vous sont proposés :

Module Access 1.1

Qu'est-ce que le marketing ?

(1 jour / Formation de base pour les néophytes)

Module Access 2.1

Réaliser une étude de marché (2 jours / Formation permettant aux décideurs et opérationnels de préciser leurs objectifs et le type d'étude à mettre en place)

Module Access 2.2

Mettre en place un plan marketing

(2 jours / Formation phare destinée aux responsables de centres de profits souhaitant structurer leur démarche stratégique et opérationnelle)

Module Access 2.3

Les outils marketing stratégiques et opérationnels

(2 jours / Formation permettant de connaître le très large panel des outils marketing et d'élargir son champ d'actions)

Module Access 2.4

Développer le chiffre d'affaires et la rentabilité de son point de vente

(2 jours / Formation destinée aux commerçants, aux responsables de points de vente et à leurs salariés, souhaitant structurer leur démarche marketing afin d'accroître leur C.A. et fidéliser leurs clients)

Module Access 2.5

Mettre en place des relations presse efficaces

(2 jours / Formation ayant pour but d'utiliser les relations presse comme réel outil de communication)

Module Access 3.1

Marketing et développement durable

(2 jours / Formation permettant de rendre sa politique marketing d'autant plus différenciante et pérenne face à la concurrence)

Module Access 3.2

Réussir son entrée en grande distribution et en faire un succès sur le long terme

(2 jours / Formation très pratique ayant pour objectif de se faire référencer en grande distribution)

Module Access 3.3

Développer et pérenniser sa relation clients dans le cadre de son activité de conseil

(2 jours / Formation visant à aider les consultants indépendants à structurer leur démarche et obtenir le regard expert sur leur activité)

Les formations présentées ci-avant sont celles qui nous sont le plus généralement demandées en tant que spécialistes du marketing mais notre mission étant l'optimisation des performances des entreprises, sachez que nous pouvons vous en proposer d'autres dans les domaines de la vente, de la communication et de l'efficacité professionnelle en général :

- L'entretien en face à face ou comment réussir une bonne négociation commerciale
- La gestion du temps,
- La gestion du stress
- la prise de parole en public, etc...

N'hésitez pas à nous faire part de vos besoins spécifiques afin que nous puissions vous proposer un programme de formations sur-mesure.



Méthodologie – supports :

Chaque formation est conçue pour allier la théorie à la pratique.

Notre objectif n'est pas simplement de vous enseigner les bonnes pratiques en matière de marketing mais notre objectif est aussi et surtout de vous permettre de les appliquer, de voir en quoi elles peuvent vous être utiles et de vous permettre d'apprendre à faire les meilleurs choix.

Nous favorisons donc, autant que peut se faire, les travaux pratiques et nous enrichissons nos formations d'**exemples concrets**.

Nos formateurs sont sélectionnés avec beaucoup de rigueur par rapport à leur expertise et nous ne nous permettons pas, comme dans les grands groupes, de minorer la qualité des intervenants en les rendant « interchangeables ». C'est pourquoi vous aurez toujours le nom et le c.v. de l'intervenant avant votre action de formation.

Nous ne nous contentons pas non plus de votre évaluation à la fin de la formation que vous aurez suivie mais nous reprendrons contact avec vous dans les **6 mois après votre formation pour savoir si vous avez pu appliquer ce que vous avez appris, si cela vous a servi et dans quelle mesure vous avez gagné en efficacité.** Ce sera également l'occasion de faire un point avec vous sur vos éventuels nouveaux besoins de formations.

De façon à pouvoir atteindre au mieux les 2 objectifs ci-dessus, nous vous remettons, à la fin de chaque session **un book de formation reprenant l'ensemble des notions étudiées**. Vous conservez, en outre, vos travaux avec les mises en application pratiques qui auront été faites lors du stage.

Notre atout majeur :

Le professionnalisme d'une grande structure allié à l'adaptabilité d'une entreprise à taille humaine.



Nos programmes de formations :

Vous trouverez, ci-après, les fiches reprenant le détail de nos formations. N'hésitez pas à prendre contact avec nous pour de plus amples renseignements, notamment concernant la prise en charge possible de vos formations :

◆ Nous appeler : 04 22 44 05 50 ou **06 28 42 00 63**

◆ Nous envoyer un mail ou un fax :
contact@access-consulting.fr / 04 91 13 45 09

◆ Nous écrire ou venir nous rencontrer :
Access Consulting - Service Formations
Les Docks, Atrium 10.6
10 place de la Joliette - B.P. 13543
13567 MARSEILLE Cedex 2



Nous sommes situés dans le Centre d'affaires des Docks.

Nous adaptant constamment aux attentes de nos clients, nos formations intra et inter entreprises peuvent se faire dans vos locaux ou dans les nôtres (nos accords d'entreprise avec différents partenaires nous permettent de réaliser des formations partout en France dans des lieux d'exception du type : <http://www.hostellerielafarandole.com>, dans des salles de formation équipées des dernières technologies)

◆ Access Consulting est une S.A.R.L. au capital de 10 000 €
RCS Marseille 491 272 050

◆ Déclaration d'activité en tant qu'organisme de formation enregistrée
sous le n° 93 13 13 025 13 auprès du Préfet de région
P.A.C.A.





Nom de la formation	• Qu'est-ce que le marketing ? (Module Access 1.1)
Objectifs de la formation	• Rappel ou sensibilisation aux notions fondamentales nécessaires à la compréhension de cet outil extraordinaire qu'est le marketing
Programme de formation sur 1 journée	<ul style="list-style-type: none">• 1. Comment est né le marketing ?• Historique jusqu'à nos jours : une évolution constante • 2. Définitions –Notions élémentaires à connaître• Les objectifs du marketing• La démarche marketing• Le client : placé au cœur de la démarche • 3. Deux types de marketing :• Marketing stratégique• Marketing opérationnel • 4. Le marketing appliqué aux T.P.E.• Explications• Exemples concrets • 5. Le marketing appliqué aux P.M.E.• Explications• Exemples concrets • 6. Le marketing appliqué aux grands groupes et sociétés multinationales• Explications• Exemples concrets • 7. Applications concrètes
Le formateur	• Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.
Horaires	• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 (horaires indicatifs)



Nom de la formation	• Réaliser une étude de marché (Module Access 2.1)
Objectifs de la formation	• Connaître et comprendre la démarche relative à l'étude de marché pour préciser les objectifs et le type d'étude à mettre en place
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Pourquoi une étude de marché ?<ul style="list-style-type: none">• Création d'entreprise• Lancement d'un nouveau produit• Lancement d'un nouveau service• Mise en place d'une politique marketing de recrutement• Mise en place d'une politique de fidélisation • 2. Les différentes études de marché :<ul style="list-style-type: none">• L'étude des consommateurs• L'étude de la concurrence• L'étude de la distribution• L'étude de l'environnement du marché • 3. Etude quantitative et étude qualitative : laquelle choisir ? • 4. Les sources d'informations :<ul style="list-style-type: none">• Les sources internes• Les sources externes • 5. L'analyse des résultats • 6. Focus sur l'étude de marché dans le cadre d'une création d'entreprise • 7. Mise en pratique :<ul style="list-style-type: none">• Définition des objectifs précis relatifs à votre étude de marché• Choix d'une démarche et des outils correspondant
Le formateur	• Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.
Horaires	• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Mettre en place un plan marketing (Module Access 2.2)
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Formation phare destinée aux responsables de centres de profits souhaitant structurer leur démarche stratégique et opérationnelle
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Pourquoi mettre en place un plan marketing ?<ul style="list-style-type: none">• La vision, la politique générale et le partage des objectifs au sein de l'entreprise• Le principe de l'amélioration continue• Ne plus subir des aléas de chiffre d'affaires mais réellement maîtriser et piloter ses résultats• 2. Que contient un plan marketing ?<ul style="list-style-type: none">• Pas seulement un planning d'actions !• 3. Comment construire un plan marketing ?<ul style="list-style-type: none">• La démarche et les étapes clés• Si vous avez plusieurs plans marketing ou différents scénarios : c'est que vous n'êtes pas sûr, retravaillez• 4. Les outils de construction du plan marketing<ul style="list-style-type: none">• Outils stratégiques d'aides à la décision• Outils opérationnels• 5. Comment mettre en œuvre un plan marketing ?<ul style="list-style-type: none">• Implication des parties prenantes• Outils d'efficacité et de suivi (tableaux de bords...)• 6. Mise en application pratique
Le formateur	<ul style="list-style-type: none">• Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.
Horaires	<ul style="list-style-type: none">• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Les outils marketing stratégiques et opérationnels (Module Access 2.3)
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Connaître le très large panel des outils marketing et élargir son champ d'actions en faisant les meilleurs choix
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Innombrables les outils marketing ?• Segmentation en 2 catégories : stratégiques et opérationnels • 2. Les outils stratégiques d'aide à la décision :<ul style="list-style-type: none">• Les plus connus et les plus utilisés• Les théoriques très peu appliqués• Les meilleurs outils et règles de base à pratiquer • 3. Le lien entre outils marketing stratégiques et opérationnels: Le plan marketing • 4. Les outils du marketing opérationnel :<ul style="list-style-type: none">• Outils de recrutement• Outils de fidélisation • 5. Les outils de recrutement :<ul style="list-style-type: none">• Une seule équation à retenir• Des actions ciblées • 6. Les outils de fidélisation :<ul style="list-style-type: none">• Perfectionner le mix-marketing• Comprendre votre client, rester à son écoute et répondre à ses attentes• Vous différencier par rapport à votre concurrence • 7. Mise en pratique
Le formateur	<ul style="list-style-type: none">• Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.
Horaires	<ul style="list-style-type: none">• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Développer le chiffre d'affaires et la rentabilité de son point de vente (Module Access 2.4)
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Cette formation s'adresse aux commerçants, aux responsables de points de vente et à leurs salariés souhaitant structurer leur démarche marketing afin de développer leur chiffre d'affaires et fidéliser leurs clients particuliers et/ou professionnels
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Les bases du marketing sur un point de vente• 2. Le mix marketing :<ul style="list-style-type: none">• Vos produits• Vos opérations commerciales, promotionnelles• Votre publicité• Votre distribution / Mise en valeur visuelle de votre point de vente, merchandising de vos produits et force de vente• 3. Vos clients :<ul style="list-style-type: none">• Qui sont-ils ?• Comment les recruter ?• Comment les fidéliser ?• 4. Vos concurrents directs et indirects :<ul style="list-style-type: none">• Sur votre zone de chalandise• En dehors de votre zone de chalandise• 5. Vos éléments différenciateurs et votre stratégie globale : avez-vous un plan marketing ?• 6. Vos outils d'analyse et de suivi• Des mises en applications pratiques seront réalisées tout au long de la formation avec des outils marketing très concrets, utiles et immédiatement profitables.
Le formateur	<ul style="list-style-type: none">• Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.
Horaires	<ul style="list-style-type: none">• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Mettre en place des relations presse efficaces (Module Access 2.5)
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Cette formation s'adresse aux chefs d'entreprises et responsables de services souhaitant utiliser les relations presse comme outil stratégique de communication
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. La mise en place de relations presse :<ul style="list-style-type: none">• Pour qui ?• Pourquoi ?• 2. Définitions :<ul style="list-style-type: none">• Dossier de presse• Communiqué de presse• Conférence de presse• Revue de presse• 3. Comment mettre en place des relations presse ?<ul style="list-style-type: none">• Définir vos objectifs et votre cible (vous constituer un fichier presse)• P.Q.N. et/ou P.Q.R. ?• Presse généraliste et/ou spécialisée ?• Concevoir et rédiger votre dossier de presse• Diffuser votre dossier de presse• Créer un intérêt médiatique fort : les principes, trucs et astuces à connaître• Créer une relation avec les journalistes sur la durée• Des mises en applications seront réalisées tout au long de la formation de façon à ce que vous puissiez vous poser les bonnes questions, apprendre les bonnes pratiques et vous éviter toute erreur dans la mise en œuvre de vos relations presse.
Le formateur	<ul style="list-style-type: none">• Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.
Horaires	<ul style="list-style-type: none">• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Communiquer efficacement et réussir sa prise de parole en public (Module Access 2.6)
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Cette formation s'adresse aux personnes devant animer une ou plusieurs réunions, conférences, tables rondes ou faire tout simplement une présentation en public et qui souhaitent réussir à obtenir l'adhésion de l'auditoire concerné.
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Repérer son profil de communicant pour potentialiser sur ses talents et travailler ses faiblesses :<ul style="list-style-type: none">• Style• Communication verbale• Communication non verbale• 2. Définir les objectifs de sa prise de parole en public et les résultats attendus vis-à-vis de l'auditoire :<ul style="list-style-type: none">• Il n'y a pas une prise la parole en public mais des prises de parole en public en fonction de l'objectif visé (vendre, susciter l'adhésion, faire bonne impression, s'intégrer avec succès à un groupe...)• 3. La préparation, l'organisation et la structuration : les clés du succès :<ul style="list-style-type: none">• Les lieux, la logistique, l'équipement• Le public : nombre de personnes, typologie• La répétition, la gestion du stress• 4. Scénariser son intervention pour atteindre les objectifs visés :<ul style="list-style-type: none">• Le fond / la forme : les supports de communication utilisés, poser sa voix, renforcer ses qualités d'écoute et d'adaptation, susciter et gérer les échanges, autres techniques• Les erreurs à éviter• 5. Debrief et analyse : l'expérience joue pour vous• Des mises en pratique, filmées, seront réalisées tout au long de la formation accompagnées de debriefs réguliers à chaque étape.
Le formateur	<ul style="list-style-type: none">• Orélie Campello est une professionnelle du marketing ayant acquis une expérience dans ce domaine depuis 1995 auprès des plus grandes entreprises françaises de distribution. Elle a dû régulièrement prendre la parole devant des publics de quelques personnes à plusieurs centaines de personnes et gérer des publics difficiles avec des objectifs complexes.
Horaires	<ul style="list-style-type: none">• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	• Marketing et développement durable (Module Access 3.1)
Objectifs de la formation	• Rendre sa politique marketing différenciante et pérenne face à la concurrence en y intégrant la notion de développement durable, essentielle aujourd'hui. Eviter les erreurs pour que cette politique devienne une stratégie gagnante.
Programme de formation sur 2 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Le développement durable :<ul style="list-style-type: none">• Historique• Concept et principaux enjeux sociaux, environnementaux et économiques• Les parties prenantes• Le développement durable pour tous ? • 2. Développement durable et marketing :<ul style="list-style-type: none">• Pourquoi est-il absolument nécessaire d'allier les deux ?• Un outil très dangereux s'il est mal employé• Les erreurs à éviter : exemples de « greenwashings » • 3. La démarche marketing et développement durable :<ul style="list-style-type: none">• Les étapes et l'analyse des 5C• Evaluation de la capacité des parties prenantes à contribuer à la création de valeur pour l'entreprise : le capital immatériel• Intégration de la notion de développement durable à un plan marketing déjà existant• Création d'un « plan marketing durable » • 4. Les clés de succès pour la mise en œuvre :<ul style="list-style-type: none">• Accompagnement du changement en interne• Respect du plan marketing avec la communication externe et l'implication des partenaires • 5. Mise en pratique pour des résultats édifiants !
Le formateur	• 2 formateurs interviennent sur ces 2 jours : une experte Marketing et un formateur Qualité Sécurité Environnement spécialiste du Développement Durable. C'est le plus Access Consulting dans la mesure où la principale cause d'échec de mise en œuvre d'une politique de D.D. est souvent sa non-intégration à une politique marketing et inversement.
Horaires	• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)



Nom de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Réussir son entrée en grande distribution et en faire un succès sur le long terme (Module Access 3.2)
Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none">• Se faire référencer en grande distribution en évitant les pièges et pérenniser son développement sans mettre en péril sa société
Programme de formation sur 3 jours	<ul style="list-style-type: none">• 1. Votre potentiel de distribution :<ul style="list-style-type: none">• Plus de 25 sociétés de distribution européennes + Wal-Mart• Un contexte législatif de plus en plus favorable (loi Raffarin, loi Galland, N.R.E., loi Chatel et circulaire Dutreil)• Les stratégies des distributeurs à connaître• 2. Les points clés à vérifier avant de se lancer• 3. Se mettre à la place du distributeur :<ul style="list-style-type: none">• Comment est-il structuré ?• Qui sont les décisionnaires ? Il n'y a pas que l'acheteur !• Comment sont-ils évalués ? Rétribués ? Quelles sont leurs motivations ?• 4. Vos objectifs et votre stratégie :<ul style="list-style-type: none">• Pourquoi vendre à la grande distribution ? Les risques à ne pas négliger.• Vente de vos produits à marque ? De façon permanente, saisonnière ou en one-shot ?• Vente de vos produits en sous-traitance ? MDD ou PP ?• 5. La construction de votre offre à la grande distribution :<ul style="list-style-type: none">• Votre mix-marketing• Pourquoi vous et pas un autre ? Les clés du succès• 6. La négociation avec l'acheteur :<ul style="list-style-type: none">• La préparation• L'accord commercial et votre outil secret en cas de refus• Le suivi et le développement de vos ventes• 7. Mise en situation avec un ancien acheteur et category-manager d'une des plus grandes centrales d'achats françaises
Le formateur	<ul style="list-style-type: none">• Ancien acheteur-chef de produits France et International et ancien category-manager pour le groupe Auchan, de 1999 à 2005, avec la gestion de portefeuilles produits compris entre 150 et plus de 280 millions d'euros de C.A., vous aurez en face de vous le rare expert qui pourra réellement vous former sur ce thème.
Horaires	<ul style="list-style-type: none">• 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 3 jours (horaires indicatifs)



Nom de la formation

- **Développer et pérenniser sa relation clients dans le cadre de son activité de conseil (Module Access 3.3)**

Objectifs de la formation et pré-requis

- Formation relative au marketing des services destinée aux consultants indépendants qui souhaitent développer leur chiffre d'affaires, développer leur clientèle et/ou fidéliser un portefeuille clients déjà existant.

Programme de formation sur 2 jours (14 heures de formation)

- 1. Quelles stratégies marketing pour quels consultants ?
- Analyse des 5C (pour une analyse exhaustive)
- Mix Marketing (pour se positionner, se différencier)
- Matrice SWOT (pour définir ses axes de progrès et valoriser ses points forts)
- 2. Construire son plan marketing :
 - Pourquoi est-il nécessaire de construire un plan marketing dans le cadre d'une activité de conseil ?
 - Que contient un plan marketing ?
 - Comment construire un plan marketing ?
 - Comment mettre en œuvre un plan marketing ?
- 3. Focus sur l'optimisation de la relation client et les outils marketing spécifiques au domaine du conseil (mis en place de stratégies d'apports d'affaires, travail en réseaux,...)
- Des mises en applications pratiques seront réalisées tout au long de la formation car il ne s'agit pas ici de revoir simplement son logo mais de ressortir de cette formation avec des outils très concrets, utiles et immédiatement profitables.

Le formateur

- Orélie Campello est une experte du marketing bénéficiant de plus de 20 années d'expérience professionnelle dans ce domaine pour les plus grandes entreprises françaises de distribution mondiale mais également pour les T.P.E. et P.M.E.. De formation école de commerce, elle a gravi tous les échelons jusqu'au poste de directrice marketing pour se mettre ensuite à son compte en tant que formatrice-consultante marketing.

Horaires

- 9H00-12H30 / 14H00-17H30 sur les 2 journées (horaires indicatifs)

Vous êtes intéressé(e) et souhaitez vous inscrire à une ou plusieurs formations ?

Vous souhaitez recevoir une offre de formation sur mesure adaptée à vos besoins spécifiques ne figurant pas dans ce catalogue ?

N'hésitez pas ! Prenez contact avec nous : nous vous aiderons à faire financer, pour tout ou partie, vos formations et nous vous proposerons les formations qui correspondront exactement à vos besoins.

Vous entrez dans l'univers des services Access Consulting avec des prestations qui font toute la différence :

➤ Service sur mesure en terme de propositions de formations, de formateurs mais également en terme de lieux, dates et heures de formations.

➤ De vrais formateurs ayant l'expérience de ce qu'ils vous apprennent et pas de simples « animateurs » déroulant un programme qu'ils n'ont pas conçu ou parlant de concepts qu'ils n'ont pas expérimenté professionnellement.

➤ **Pas de nombre minimum de candidats à nos sessions de formations.**

Si vous êtes seul(e) à vous être inscrit(e) aux dates et heures souhaitées, vous aurez la chance d'avoir une formation individuelle d'autant plus personnalisée !

