afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE BÂTIMENT

DATADOCKÉ

# 2019

# FORMATIONS

Éditorial .....05

Social, paye, ressources humaines .....07

Hygiène, sécurité et santé au travail .....27

Commerce et fondamentaux de la vente .....34

Économie, distribution et concurrence .....51

Gestion du risque client ..... 69

Environnement et réglementation ..... 73

Techniques de construction .....81

Formation à distance .....95

# Au cœur de toutes les exigences

Les réformes se succèdent, les ambitions demeurent comme si à chaque bilan les acteurs du monde de la formation semblaient découvrir de nouvelles tâches.

Le monde de la distribution des produits du bâtiment s'adapte comme toujours, mais il n'est pas étonnant que le scepticisme et l'incompréhension dominent.
Afenbat étoffe son catalogue l'enrichit au fur et à mesure que l'actualité de la filière se densifie et se précise.

Toujours plus technique, toujours plus opérationnel, à l'image de nos entreprises, notre organisme de formation ne peut se satisfaire d'attendre la prochaine réforme et se préoccupe avant tout de l'évolution des collaborateurs du négoce et de leurs entreprises.
Comment organiser la reprise des déchets du BTP ? Que contiennent les ordonnances de la loi Travail ? Comment interpréter la nouvelle convention collective du négoce des matériaux de construction ? Mais aussi quelle pose pour le carrelage ? Quelles bases pour le sanitaire et la vente de produits complémentaires ? Quelles formations pour le plancher ?

Le catalogue 2019 d'Afenbat reflète ce nécessaire mélange entre formations techniques et d'autres plus généralistes, c'est un outil d'accompagnement indispensable à la gestion d'un négoce.
En intra sur le site du Négoce ou lors de formation en inter dans des lieux dédiés, des sessions sont organisées avec vous et adaptées à vos contraintes et vos préoccupations.

La formation est aujourd'hui au cœur de toutes les interrogations et les demandes, mais aussi de toutes les exigences.

Afenbat est votre interlocuteur évident pour préparer l'avenir ensemble.

Jean-Marie LANE
Président d'AFENBAT

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

- SOCIAL
- PAYE
- RESSOURCES HUMAINES

# Social

A. Maîtriser les nouvelles dispositions de la CCN.....9

B. Analyse des ordonnances portant sur la Réforme du Code du travail..... .....10

C. Contrat de travail : de l'embauche à la rupture .....11

A. La gestion des absences et l'inaptitude du salarié .....12

B. Prévenir et gérer les situations de harcèlement .....14

C. Réforme de la formation professionnelle et de l'apprentissage : Tout savoir et tout comprendre pour mettre l'entreprise en adéquation avec les nouveaux textes .....15

D. Egalité Femmes Hommes : Impact des apports des décrets de la loi « Avenir Professionnel » & rôle et mission du référent .....17

# Paye

A. Incidences de l'aménagement du temps de travail sur les calculs de paye.....18

B. La paye de la rupture de contrat de travail .....19

C. Les techniques de paye des absences.....20

# Ressources humaines

A. La conduite de l'entretien professionnel.....21

B. Gérer et motiver son équipe.....23

C. Gérer les conflits internes et externes.....24

# Maîtriser les nouvelles dispositions de la CCN du négoce des matériaux de construction

## PROGRAMME

### ◆ 1. L'embauche

✧ L'embauche,
✧ La mutation,
✧ La période d'essai,
✧ L'ancienneté.

### ◆ 2. La vie du contrat

✧ Les congés familiaux,
✧ Chauffeurs : Prime de repas et visite médicale,
✧ Maladie et accident – AT / MP,
✧ Les activités sociales et Culturelles.

### ◆ 3. La rupture du contrat

✧ La démission,
✧ Le licenciement,
✧ La retraite,
✧ La clause de non concurrence.

### ◆ 4. L'organisation du temps de travail.

✧ Le temps partiel,
✧ Les heures supplémentaires,
✧ Le repos hebdomadaire, le travail du dimanche, les jours fériés,
✧ Le travail de nuit,
✧ Les forfaits-jours,
✧ Le compte Epargne Temps.

## Objectifs du stage

✧ **Appréhender les impacts des nouvelles dispositions conventionnelles.**

✧ **Sécuriser vos pratiques en matière de gestion du personnel: contingent d'heures supplémentaires, forfait-jour, clause de non-concurrence, maladie, licenciements, etc.**

## Public concerné

✧ **DRH, RRH**
✧ **Responsables du personnel**
✧ **Juristes**
✧ **DAF**
✧ **Comptables**
✧ **Dirigeants**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Analyse des ordonnances portant sur la Réforme du Code du Travail

## PROGRAMME

### ◆ 1. Renforcer la négociation collective

✧ Articulation entre accord de Branche et accord d'Entreprise,
✧ Sécurisation des accords collectifs,
✧ Champs de la négociation collective,
✧ Conclusion des accords d'Entreprise,
✧ Articulation entre accord de branche et contrat de travail.

### ◆ 2. Réorganiser le dialogue social

✧ La « fusion » des IRP en une instance unique : le Comité Economique et Social,
✧ La nouvelle instance : le conseil d'Entreprise.

### ◆ 3. Sécuriser la relation individuelle de travail ou les effets de sa rupture.

✧ Assouplissement de l'obligation de motivation du licenciement,
✧ Proposition d'un modèle type de lettre de licenciement,
✧ Réparer les irrégularités des licenciements économiques,
✧ Barèmisation des dommages et intérêts en cas de licenciement sans causes réelles et sérieuses,
✧ Recours contentieux,
✧ Licenciement pour inaptitude,
✧ Licenciement économique,
✧ Plan de départ volontaire,
✧ GPEC et congés de mobilité.

### ◆ 4. Modifier certaines formes particulières de travail

✧ Favoriser le recours au Télétravail,
✧ CDD et Intérim,
✧ Favoriser le contrat de chantier,
✧ Travail de nuit,
✧ Prêt de main d'œuvre à but non lucratif.

### ◆ 5. Autres mesures

✧ Pénibilité au Travail,
✧ Départ anticipé à la retraite.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Mieux comprendre ces ordonnances qui concernent particulièrement les petites et moyennes entreprises.**

## ✧Public concerné

✧ **DRH, RRH**
✧ **Responsable du personnel**
✧ **Juristes**
✧ **Collaborateurs de la Direction juridique**
✧ **Dirigeants**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

## Prérequis

✧ **Niveau Bac**

# Contrat de travail :
## de l'embauche à la rupture

# PROGRAMME

### ◆ 1. La promesse d'embauche
Ne pas confondre offre d'emploi et promesse d'embauche.

### ◆ 2. L'architecture du contrat de travail
- ✧ Prévoir les clauses importantes sans réduire le pouvoir de direction de l'employeur ( fonction, durée du travail, rémunération, lieu de travail, mobilité, non concurrence etc)
- ✧ Connaitre les clauses obligatoires des contrats particuliers ( temps partiel, CDD)

### ◆ 3. La période d'essai
- ✧ Comment articuler les dispositions légales sur la durée de la période d'essai avec la convention collective ?
- ✧ Comment notifier la fin de la période d'essai

### ◆ 4. La rupture conventionnelle du contrat de travail
- ✧ La rupture conventionnelle peut-elle constituer un outil de gestion de vos ressources humaines?
- ✧ Faut-il laisser l'initiative de la demande au salarié ? Existe-t-il des contextes interdisant la rupture conventionnelle ( conflit, accident du travail, maternité)
- ✧ Conseils pratiques sur les points clés de la procédure : entretiens, computation des délais, indemnité de rupture, etc.
- ✧ Peut-on engager une démarche de rupture conventionnelle puis en cas d'échec se replier sur une procédure de licenciement?
- ✧ Comment articuler rupture conventionnelle et transaction ? Quels avantages ?

### ◆ 5. Le licenciement
- ✧ Les trois motifs de licenciement depuis la réforme du code du travail.
- ✧ Comment respecter les délais de la procédure ?
- ✧ L'art et la manière de rédiger la lettre de licenciement.
- ✧ A quel moment peut on conclure un accord transactionnel .
- ✧ Comment anticiper le coût exact d'un contentieux prud'homal ?

### ◆ 6. Le solde de tout compte
- ✧ Les documents de fin de contrat de travail
- ✧ Les conditions de l'effet libératoire du reçu pour solde de tout compte
- ✧ Comment s'applique l'automaticité de la portabilité de la prévoyance et mutuelle?.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage
- ✧ **Appréhender la réglementation de la période d'essai**
- ✧ **Maîtriser l'architecture du contrat de travail**
- ✧ **Savoir distinguer les clauses substantielles du contrat des clauses informatives**
- ✧ **Maîtriser la procédure de rupture conventionnelle**
- ✧ **Négocier les conditions de la rupture**
- ✧ **Maîtriser les étapes préparatoires du licenciement**

## Public concerné
- ✧ **DRH, RRH**
- ✧ **Responsables du personnel**
- ✧ **Juristes**
- ✧ **DAF**
- ✧ **Comptables**
- ✧ **Dirigeants**

## Formation en intra
- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée
- ✧ **1 journée**

# La gestion des absences et de l'inaptitude du salarié :
maîtriser leurs incidences sur la relation de travail

## PROGRAMME

### ◆ 1. L'ouverture du droit à s'absenter :

✧ Les principales absences,

✧ Les temps de repos : pauses – coupures – repos quotidien – repos hebdomadaire – repos compensateur de remplacement – contrepartie en repos – récupération – jours de RTT,

✧ Les absences particulières : le temps partiel en raison de besoins de la vie familiale – compte épargne-temps – le mi-temps thérapeutique,

✧ L'absence faute disciplinaire : retard, abandon de poste et absence injustifiée.

### ◆ 2. L'incidence des absences sur les « compteurs » du salarié :

✧ Compteur ancienneté,

✧ Compteur congés payés,

✧ Compteur temps,

✧ Compteur absence en cas d'annualisation,

✧ Compteur paye et indemnisation.

### ◆ 3. Le remplacement des salariés absents :

✧ Le CDD de remplacement : à termes précis ou imprécis, la rédaction du contrat, le renouvellement ou la succession de CDD,

✧ La question des avenants temporaires au temps partiel,

✧ L'application du droit de priorité des temps partiels.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Appréhender les risques liés à la gestion de l'absence du salarié malade et de son inaptitude**

✧ **Réactualiser ses connaissances juridiques sur la gestion de l'absence pour raison de santé**

✧ **Maîtriser les procédures**

✧ **Cerner les obligations de l'employeur en terme de reclassement**

✧ **Disposer des éléments indispensables à la rédaction de la lettre de licenciement**

## Public concerné

✧ **Responsables du Personnel**

✧ **Responsables Relations Sociales**

✧ **Dirigeants**

✧ **Juristes d'entreprise**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# La gestion des absences et de l'inaptitude du salarié :
maîtriser leurs incidences sur la relation de travail

## PROGRAMME (SUITE)

◆ **4. La définition de l'inaptitude constatée par le médecin du travail :**

✧ Distinguer les notions d'incapacité, d'invalidité et d'inaptitude,

✧ Les différents cas d'inaptitude: avec réserve, total ou partielle, à l'emploi ou à tout emploi, etc,

✧ La contestation d'un avis médical.

◆ **5. Les modalités de la visite auprès de la médecine du travail:**

✧ La vérification des mentions obligatoires de la fiche d'inaptitude,

✧ Les délais légaux.

◆ **6. reclassement ou licenciement suite à l'inaptitude :**

✧ L'obligation légale ou les cas d'exonération,

✧ L'étendu de l'obligation de reclassement.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Appréhender les risques liés à la gestion de l'absence du salarié malade et de son inaptitude**

✧ **Réactualiser ses connaissances juridiques sur la gestion de l'absence pour raison de santé**

✧ **Maîtriser les procédures**

✧ **Cerner les obligations de l'employeur en terme de reclassement**

✧ **Disposer des éléments indispensables à la rédaction de la lettre de licenciement**

## Public concerné

✧ **Responsables du Personnel**

✧ **Responsables Relations Sociales**

✧ **Dirigeants**

✧ **Juristes d'entreprise**

## Durée :

✧ **1 journée**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

# Prévenir et gérer les situations de harcèlement

## PROGRAMME

### ➢ 1. Cerner les phénomènes de harcèlement.

❖ Différencier les risques psychosociaux des violences au travail.
❖ Comprendre et se prémunir des stéréotypes.
❖ Définir l'agissement sexiste, le harcèlement sexuel et l'agression.
❖ Connaitre le cadre légal.
❖ Situer l'impact de l'obligation de sécurité de résultat en matière de harcèlement.

***Atelier sur les stéréotypes et les préjugés.***

### ➢ 2 – Reconnaitre les cas de harcèlement.

❖ Identifier les « comportements classiques » en matière de harcèlement sexuel et faire la différence avec la séduction.
❖ Comprendre les processus dans la pratique : florilège de jurisprudences.
❖ Les conséquences psychosomatiques du harcèlement sexuel au travail : physique ; psychique ; troubles du comportement.

***Exercices pratiques : étude de jurisprudences en matière de harcèlement sexuel***

### ➢ 3 – Agir sur les cas de harcèlement déclarés.

❖ Analyser les éléments préparatoires à une rencontre sensible.
❖ Cerner les droits des victimes présumées et des acteurs présumés.
❖ Déployer une enquête suite à un signalement.
❖ Identifier les différents niveaux d'action.
❖ Trouver et mettre en place des solutions et, le cas échéant, de prise en charge.

***Jeu de rôle avec les rapports à l'écoute active : l'entretien d'accueil et l'écoute d'une personne qui se plaint de harcèlement.***

### ➢ 4 – Prévenir le harcèlement et ses conséquences

❖ Identifier les différents niveaux de la prévention.
❖ Connaitre le dispositif de prévention de l'entreprise.
❖ Savoir mobiliser les acteurs internes et externes.
❖ Articuler la prévention du harcèlement avec celle des risques psychosociaux.

***Travaux pratiques : Définir un plan d'actions***

## Objectifs du stage

- **Comprendre le phénomène du harcèlement sexuel et des agissements sexistes.**
- **Se familiariser aux faits qui relèvent du harcèlement.**
- **Identifier les acteurs de la santé au travail et savoir orienter les salariés.**
- **Savoir agir et réagir lors d'un signalement et mener l'enquête.**
- **Prendre sa place au sein de la prévention du harcèlement.**

## Public concerné

✧ **DRH, RRH**
✧ **Responsable du personnel**
✧ **Référents harcèlement sexuel et agissements sexistes**
✧ **Dirigeants**
✧ **Managers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Réforme de la formation professionnelle et de l'apprentissage : Tout savoir et tout comprendre pour mettre l'entreprise en adéquation avec les nouveaux textes

## PROGRAMME

➢ **1. Financer et investir dans le développement des compétences**
❖ La recomposition de la contribution unique et obligatoire.
❖ L'affectation des fonds collectés,
❖ La redistribution des fonds : quelles conséquences ?
**Atelier :** comment faire de la formation un investissement.

➢ **2. Adapter, maintenir l'employabilité, développer les compétences : de l'obligation légale à l'obligation sociale et sociétale**
❖ L'obligation d'adapter les salariés et de veiller à leur capacité à occuper un emploi et sa sanction.
❖ Les entretiens et les bilans professionnels
❖ Du plan de formation au plan de développement des compétences.
❖ La formation un atout pour le dialogue social, le dialogue social un atout pour la formation.
**Atelier :** autonomie de la personne, formation hors temps de travail : mythe ou réalité.

➢ **3. Former en alternance**
❖ Les contrats d'apprentissage et de professionnalisation.
❖ Créer un centre de formation en alternance.

➢ **4. L'innovation pédagogique au service de la performance**
❖ Une définition de l'action de formation « libérée »
❖ La formation en situation de travail.
❖ Les formations à distances.
❖ Activités et entreprises apprenantes.
**Atelier :** construire un parcours de formation innovant.

## Objectifs du stage

**Depuis 50 ans, aucune modification législative n'avait autant changé le paysage de la formation professionnelle. Pro A, CPF, Plan de Développement des Compétences, OPCO, Financement, France Compétences, une nouvelle donne qui s'impose aux entreprises de distribution du bâtiment. Pour se préparer et s'adapter, Afenbat propose de passer en revue tous ces dispositifs.**

## Public concerné

✧ **DRH, RRH**
✧ **Responsable du personnel**
✧ **juriste Droit Social**
✧ **Responsable formation**
✧ **Responsable du personnel…**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

## Prérequis

✧ **Expérience dans l'une des fonctions ciblées**

# Réforme de la formation professionnelle et de l'apprentissage : Tout savoir et tout comprendre pour mettre l'entreprise en adéquation avec les nouveaux textes

## PROGRAMME (SUITE)

➢ **5. Coconstruire et cofinancer des parcours avec le CPF**

❖ Le CPF en question : Qui sont les bénéficiaires ?
- Comment il s'alimente ?
- Pour quelles formations ?

❖ Le CPF en application ou l'application du CPF.
❖ Optimiser le CPF dans l'entreprise.

➢ **6. Compétences et certifications**

Comment définir une compétence professionnelle ?
Comment passer de la compétence professionnelle à la certification professionnelle ?

➢ **7. L'écosystème de la formation**

❖ France compétences
❖ Les opérateurs de compétences.
❖ Les branches professionnelles.
❖ Le rôle de la Caisse des Dépôts et Consignations.
❖ Les prestataires de formation certifiés.
❖

***Quiz d'évaluation des connaissances acquises***.

## Objectifs du stage

**Depuis 50 ans, aucune modification législative n'avait autant changé le paysage de la formation professionnelle. Pro A, CPF, Plan de Développement des Compétences, OPCO, Financement, France Compétences, une nouvelle donne qui s'impose aux entreprises de distribution du bâtiment. Pour se préparer et s'adapter, Afenbat propose de passer en revue tous ces dispositifs.**

## Public concerné

✧ **DRH, RRH**
✧ **Responsable du personnel**
✧ **juriste Droit Social**
✧ **Responsable formation**
✧ **Responsable du personnel…**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

## Prérequis

✧ **Expérience dans l'une des fonctions ciblées**

# **Egalité Femmes Hommes :** Impact des apports des décrets de la loi « Avenir Professionnel » & rôle et mission du référent

## PROGRAMME

➢ **1. Présentation du dispositif**
- ❖ Objectif poursuivis par la nouvelle obligation.
- ❖ Logique du dispositif et articulation en 3 temps.
- ❖ Entreprises visées et entrée en vigueur.
- ❖ Sanctions applicables.

➢ **2. L'index de l'égalité femmes - hommes**
- ❖ Objectifs et logique de l'« index ».
- ❖ Contenu de l'« index » : 5 indicateurs
- ❖ Valorisation de l'Index (note sur 100) : adopter la bonne méthode, anticiper les difficultés.
- ❖ Obligation de publication et portée.

➢ **3. Mesures de correction ou de rattrapage salarial.**
- ❖ Objectifs poursuivis dans l'adoption des mesures.
- ❖ Savoir adopter les bonnes mesures correctives.
- ❖ Valoriser l'enveloppe de rattrapage salarial et organiser sa répartition selon des critères pertinents.
- ❖ Conjuguer les existences de la nouvelle obligation avec les obligations préexistantes (type NAO).
- ❖ Intégrer la nouvelle obligation dans la stratégie économique et sociale de l'entreprise.
- ❖ Délai de 3 années.
- ❖ Planifier la mise en conformité et les actions nécessaires.
- ❖ Conséquences à long termes de la mise en conformité.

➢ **4. Référent Harcèlement Sexuel & Agissement Sexiste.**
- ❖ Identifier le rôle et les obligations du référent.
- ❖ Identifier le harcèlement.
- ❖ Identifier l'agissement sexiste.
- ❖ Distinguer le harcèlement sexuel de l'agissement sexiste.
- ❖ Remonter d'information.
- ❖ Connaitre les sanctions en l'absence de référent.

## Objectifs du stage

- ➢ **S'approprier le décret du 8 Janvier 2019 en matière d'égalité Femmes-Hommes.**
- ➢ **Calculer l'Index et les 5 indicateurs qui le composent.**
- ➢ **Mesurer et anticiper l'impact financier de la mise en conformité**
- ➢ **Eviter les sanctions.**

## Public concerné

- ✧ **DRH, RRH**
- ✧ **Responsable Relations sociales**
- ✧ **Référents harcèlement**
- ✧ **Dirigeants**
- ✧ **Managers**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **1 journée**

# Les incidences de l'aménagement du temps de travail sur les calculs de la paye

## PROGRAMME

### ◆ 1. Actualité des textes légaux

✧ La loi sur la sécurisation de l'emploi,
✧ La jurisprudence sur les règles de paye et temps de travail.

### ◆ 2. La paye des heures normales

✧ Le champ d'application de la mensualisation,
✧ La notion de lissage et ses conséquences.

### ◆ 3. La paye des heures supplémentaires

✧ Les contreparties sous forme de majoration de salaire ou de repos équivalent,
✧ Les conséquences du décompte du temps de travail effectif sur le calcul de la paye,
✧ L'acquisition et la prise du repos compensateur.

### ◆ 4. Les particularités de l'annualisation du temps de travail (modulation ou jours de RTT)

✧ Le paiement des heures supplémentaires et le repos compensateur de remplacement,
✧ Les règles de calcul de la retenue sur salaire pour absences,
✧ Le règlement des entrée et sortie en cours d'année (méthode de calcul du solde de tout compte),
✧ Les annexes au bulletin de paye.

### ◆ 5. Les particularités du temps partiel

✧ Le paiement des heures normales,
✧ Le paiement des heures complémentaires,
✧ Le cas particulier de l'avenant temporaire ou « compléments d'heures ».

### ◆ 6. La paye des cadres

✧ Rappel des définitions des cadres : notion et paiement des forfaits,
✧ Les calculs des retenues pour absences,
✧ Les règles applicables aux entrées et sorties en cours d'année.

### ◆ 7. L'indemnisation des astreintes

✧ Définition, contreparties, notion et paiement des temps d'intervention, la question des temps de trajet, présentation du bulletin de paye.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Analyser les dispositions légales les plus récentes**

✧ **Comparer les obligations de la loi et celles des accords collectifs**

✧ **Revoir les règles de décompte du temps de travail**

✧ **Maîtriser les calculs de paye à l'aide d'exemples**

## Public concerné

✧ **Personnes du service administratif en charge de l'établissement des payes**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# La paye de la rupture du contrat de travail

## PROGRAMME

### ◆ 1. Le calcul des éléments du salaire brut

✧ Le contrat à durée déterminée,
✧ Les situations de renouvellements et de successions de CDD,
✧ La prime de précarité: exonération ou modalités de calcul,
✧ Les conséquences payes de la rupture du contrat à durée indéterminée,
✧ L'incidence du motif (faute, inaptitude, accident du travail, économique…),
✧ L'acceptation du CSP,
✧ Le paiement du préavis,
✧ Les heures pour recherche d'emploi,
✧ Le cas particulier de la prise d'acte,
✧ Le calcul de l'indemnité compensatrice de congés payés,
✧ Les techniques de calcul en cas d'annualisation (le CIC),
✧ Le sort des jours de RTT non pris.

### ◆ 2. Le calcul du salaire net en fonction des bases de cotisations

✧ La régularisation des plafonds,
✧ Les calculs de l'abattement CSG-CRDS et de la réduction Fillon,
✧ Les cotisations de retraite complémentaire,
✧ Les sommes isolées,
✧ La GMP,
✧ Le régime légal de la compensation.

### ◆ 3. Le régime social et fiscal des indemnités de rupture

✧ État des lieux des dernières réformes,
✧ Les différences entre régime social et régime fiscal,
✧ L'indemnité de licenciement,
✧ Le cas particulier de la rupture conventionnelle,
✧ Les indemnités de départ à la retraite,
✧ L'indemnité transactionnelle.

### ◆ 4. La remise des documents obligatoires

✧ Le BIAF,
✧ Le certificat de travail – contenu,
✧ Le reçu pour solde de tout compte – contenu et effet libératoire,
✧ L'attestation Pôle emploi,
✧ La nouvelle déclaration sociale nominative (DSN).

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Vérifier les calculs du logiciel de paye**

✧ **Connaître les dernières évolutions législatives et jurisprudentielles**

✧ **Sécuriser les bases de cotisations**

## Public concerné

✧ **Personnes du service administratif en charge de l'établissement des payes**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Les techniques de paye des absences

## PROGRAMME

### ◆ Introduction

✧ Notions de mensualisation et de lissage de la rémunération,
✧ Les règles de calcul de la retenue sur salaire,
✧ L'incidence des absences sur le calcul des heures supplémentaires et des heures complémentaires.

### ◆ 1. Les absences non indemnisées

✧ L'entrée ou la sortie en cours de mois, incidence sur l'annualisation,
✧ Les congés sans solde,
✧ La distinction mise à pied disciplinaire et mise à pied conservatoire.

### ◆ 2. Les absences indemnisées

✧ En raison de l'état de santé – maladie et accident du travail :
- Le montant des IJSS,
- La notion de subrogation,
- Les techniques de calcul du maintien du salaire net,
- La neutralisation de la CSG et de la CRDS,
- Le traitement des IJ prévoyance,
- Le cas particulier du mi-temps thérapeutique.

✧ La maternité,
✧ Les congés payés
- Les droits en jours ouvrables ou jours ouvrés,
- Les règles de calcul (maintien de salaire ou 10e).

✧ Les jours de RTT
- Le mode de rémunération – la technique du lissage,
- Le calcul du solde de tout compte,

✧ Les jours fériés.

## Objectifs du stage

✧ **Maîtriser les règles de calcul des retenues sur salaire et de l'indemnisation en fonction des absences**

✧ **Vérifier ses pratiques**

✧ **Connaître les obligations des conventions collectives**

## Public concerné

✧ **Personnes du service administratif en charge de l'établissement des payes**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# La conduite de l'entretien professionnel

## PROGRAMME

◆ **1. Comprendre l'origine et les raisons de la création de l'entretien professionnel.**

✧ S'approprier le contexte de la réforme,
✧ La notion d'entretien professionnel au regard de la réglementation,
✧ La place de l'entretien professionnel dans le développement de la GPEC,
✧ Les objectifs de l'entretien professionnel,
✧ La complémentarité des différents entretiens réalisés.

◆ **2. Mesurer les intérêts de mise en œuvre de l'entretien professionnel dans l'entreprise.**

✧ Les enjeux stratégiques pour l'entreprise,
✧ La place des RH vis-à-vis des entretiens professionnels,
✧ Les impacts managériaux pour l'encadrement,
✧ L'intérêt pour les salariés.

◆ **3. Définir les enjeux de la réussite de l'entretien professionnel. Connaître les sanctions en cas de manquement aux obligations.**

✧ L'obligation d'un bilan à 6 ans,
✧ L'identification des projets professionnels individuels pour une meilleure cohésion dans l'entreprise,
✧ Un outils au service de l'analyse des besoins en compétence,
✧ L'enjeu de l'échange et de l'engagement dans la motivation et la gestion des compétences.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

### Objectifs du stage

✧ **Comprendre, mesurer, définir et structurer l'entretien professionnel.**

### Public concerné

✧ **Managers d'équipe**
✧ **RH, DRH, RRH, Responsables du Personnel**
✧ **Responsables Relations Sociales**
✧ **Dirigeants**
✧ **Juristes d'entreprise**

### Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

### Durée

✧ **1 journée existe aussi au format ½ journée**

# La conduite de l'entretien professionnel

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 4. Structurer l'entretien professionnel

- ✧ Les étapes clés de l'entretien professionnel,
- ✧ Le déroulement de l'entretien professionnel, de l'accueil à la finalisation,
- ✧ Les techniques de questionnement,
- ✧ L'écoute et la communication en « face à face »,
- ✧ La reformulation et la formalisation de l'entretien.

### ◆ 5. Découvrir les outils de l'entretien professionnel de la branche

- ✧ La préparation des salariés : le guide d'entretien,
- ✧ La préparation du manager : la procédure et la conduite d'entretien,
- ✧ La composition du support : les étapes clés et leurs utilités,
- ✧ Les outils de gestion et d'analyse des retours d'entretien.

*Exercice : Bien préparer son entretien professionnel*

### ◆ 6. Faire le point sur le poste, le devenir et les aspirations du collaborateur.

- ✧ L'identification des compétences au regard de l'emploi occupé et de la stratégie,
- ✧ L'état des compétences à entretenir et à maintenir au regard de son devenir et de la stratégie.

L'identification des compétences à envisager au regard des aspirations et de la stratégie.

## Objectifs du stage

- ✧ **Comprendre, mesurer, définir et structurer l'entretien professionnel.**

## Public concerné

- ✧ **Managers d'équipe**
- ✧ **RH, DRH, RRH, Responsables du Personnel**
- ✧ **Responsables Relations Sociales**
- ✧ **Dirigeants**
- ✧ **Juristes d'entreprise**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **1 journée existe aussi au format ½ journée**

# Gérer et motiver son équipe

## PROGRAMME

### ◆ 1. Définir les objectifs et clarifier les règles du jeu communes pour orienter l'action de l'équipe

✧ Décliner les objectifs du service en objectifs opérationnels communs et individuels,
✧ Co-construire les « règles de vie » de l'équipe pour faciliter l'atteinte des objectifs et prévenir dysfonctionnements et conflits,
✧ Impliquer les collaborateurs dans les décisions opérationnelles qui les concernent.

*Mise en situation sur un cas concret*

### ◆ 2. Adapter son management aux besoins des collaborateurs pour susciter l'adhésion

✧ Repérer les motivations de ses collaborateurs pour adapter son management : diagnostic des ressorts de motivation (les différents pôles de motivation),
✧ Définir une stratégie d'accompagnement et un plan d'action pour répondre aux motivations détectées,
✧ Clarifier comment mettre en œuvre et suivre le plan d'action au quotidien.

*Jeu de rôle autour de l'action sur les leviers de motivation pertinents*

### ◆ 3. Développer des comportements de management efficaces

✧ Prendre conscience de ses styles de management préférentiels : *autodiagnostic,*
✧ Identifier ses points forts et ses points d'améliorations,
✧ Adapter son style au contexte et aux situations,
✧ Développer l'autonomie de ses collaborateurs.

*Training : s'adapter en temps réel au degré d'autonomie*.

### ◆ 4. Savoir déléguer : un instrument de performance individuelle et collective

✧ Organiser une délégation efficace : conditions, règles du jeu, cadre, conclusion et pièges à éviter,
✧ Les étapes d'une délégation réussie,
✧ Comprendre ses freins personnels à la délégation et apprendre à les lever,
✧ Assurer le suivi et évaluer la réussite de la délégation.

*Analyse et enseignement à partir de situation réelles ou fictives*.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Définir les règles de fonctionnement et fixer des objectifs pertinents.**

✧ **Mobiliser les énergies individuelles des membres de l'équipe.**

✧ **Organiser la délégation pour renforcer l'autonomie au sein de l'équipe et la performance collective.**

✧ **Adapter son management à chaque situation.**

## Public concerné

✧ **Tout manager souhaitant renforcer ses capacités de gestion d'équipe notamment la délégation et la motivation de l'équipe.**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Gérer les conflits internes et externes

## PROGRAMME

### ◆ 1. Conflits : formes et mécanismes

✧ Problème, tension, conflit…de quoi parle t-on?
✧ Quelles sont les différentes étapes d'un affrontement?
✧ Prévenir, attendre ou gérer, quel comportement adopter?
*Analyser ce qui déclenche et nourrit les conflits. Déterminer son profil comportemental face au conflit.*

### ◆ 2. Décoder le fonctionnement de ses interlocuteurs en situation complexe.

✧ Appréhender les différents comportements conflictuels : passif, agressif, manipulateur…
✧ Identifier l'ensemble des paramètres verbaux et non-verbaux,
✧ Reconnaitre et canaliser les émotions de vos collaborateurs.
*Mise en situation « détecter une situation dysfonctionnelle » pour repérer la stratégie de son ou ses interlocuteurs et connaître les mécanismes de son équipe en situation conflictuelle.*

### ◆ 3. Les clés pour prévenir les conflits

✧ Créer les conditions pour préserver la cohésion et les liens de l'équipe,
✧ Identifier ses points forts et ses points d'améliorations,
✧ Prévenir les conflits au quotidien par une meilleure communication,
✧ Savoir exprimer ses consignes, critiques et ressentis de façon positive.
*Mise en situation « optimiser vos communications ». Travail sur son style de communication et entrainement à réagir face à une contradiction, un désaccord ou une situation de tension.*

### ◆ 4. Traiter le conflit : quelle stratégie d'intervention adopter ?

✧ Favoriser une confrontation positive : les techniques d'assertivité..
✧ La communication non violente : la méthode OSBD,
✧ Utiliser les outils de résolution de conflits : DECS, négociation, médiation, compromis.
*Mise en situation « désamorcer un conflit interpersonnel ».*

## Objectifs du stage

✧ **Comprendre la dynamiques des conflits.**

✧ **Mobiliser les énergies individuelles des membres de l'équipe.**

✧ **Savoir anticiper les conflits et identifier les méthodes de résolution.**

✧ **Acquérir des méthodes pour sortir du conflit par le dialogue**

## Public concerné

✧ **Tout manager souhaitant renforcer ses capacités de gestion d'équipe et de résolution des conflits (internes et externes).**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# HYGIÈNE SÉCURITÉ ET SANTÉ

# Sécurité

A. Règlementation sécurité : le management de la sécurité.....29

B. Responsable d'équipe : intégrez la sécurité dans votre management quotidien. ……30

# Réglementation sécurité :
## Le management de la sécurité

# PROGRAMME

### ◆ 1. Respecter les obligations légales en matière d'hygiène et de sécurité: rappel des textes

✧ Les principes généraux de prévention

✧ Le plan de prévention,
✧ Le devoir d'information des salariés,
✧ L'obligation de formation des salariés,
✧ Les obligations de diagnostics et de plans d'action,
✧ Le droit de retrait du salarié,
✧ L'obligation de veiller à sa propre sécurité et à celles des autres.

### ◆ 2. La qualité de vie au travail et ses enjeux

✧ La qualité de vie au travail et ses périmètres,
✧ QVT et RPS : quels regroupements ?
✧ Les obligations de diagnostic et de négociation,
✧ Les différentes méthodes de diagnostic,
✧ La structure du plan d'action,
✧ Les objectifs et les enjeux d'un accord QVT.

### ◆ 3. Santé et sécurité: savoir identifier les responsabilités

✧ Les principales infractions à la sécurité,

✧ Les conséquences de l'accident du travail touchant les salariés d'une entreprise externe,
✧ L'obligation de reclassement en cas d'inaptitude au travail,
✧ L'étendue de la responsabilité civile,
✧ Les risques de responsabilité pénale,
✧ L'impact de la « faute inexcusable » sur la responsabilité civile et pénale,
✧ La responsabilité de l'entreprise utilisatrice en cas de fourniture de main-d'œuvre,
✧ Les règles de la délégation de pouvoir :
    - Les conditions de validité
    - À qui déléguer ?
    - Les conséquences de la délégation et de la non délégation
✧ Mobiliser les bons interlocuteurs internes et externes de la santé au travail.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Intégrer les enjeux de la santé au travail en tant que chef d'entreprise ou responsable de site**

✧ **Maitriser la réglementation, évaluer sa responsabilité, sécuriser ses pratiques.**

✧ **Ajuster son management aux situations à risques : process et comportements**

✧ **Évaluer les risques d'infraction pénales en droit du travail et cerner toutes les conséquences pratiques pour le dirigeant.**

✧ **Mener des actions, des préventions adaptées à son entreprise ou son site.**

## Public concerné

✧ **Dirigeants,**
✧ **Managers et tous personnels encadrants.**
✧ **Responsable de site.**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Responsable d'équipe :
intégrez la sécurité dans votre management quotidien

## PROGRAMME

### ◆ 1. Hygiène et sécurité: où sont les risques ?

✧ Situer les enjeux et les risques humains, juridiques et économiques,
✧ Maîtriser les définitions essentielles (hygiène, sécurité, protection, prévention…),
✧ Connaître et comprendre les grands indicateurs.

### ◆ 2. Accident de travail et maladie professionnelle : des conséquences lourdes pour les personnes et pour l'entreprise

✧ Accidents du travail, de trajet, maladies professionnelles : définitions, ressemblances et différences,
✧ Connaître les principes et les modalités de l'indemnisation des victimes,
✧ Identifier les cas de responsabilité civile et pénale de l'employeur et des collaborateurs,
✧ Évaluer les coûts directs et indirects des accidents de travail et des maladies professionnelles.

### ◆ 3. Les interlocuteurs internes et externes de la sécurité

✧ Comprendre les rôles respectifs de la direction, de l'encadrement et du service de sécurité,
✧ Identifier les missions de la médecine du travail,
✧ Savoir travailler avec le CHSCT et les représentants du personnel,
✧ Identifier les possibilités d'intervention de l'Inspection du Travail, de la CRAM et des autres acteurs externes.

### ◆ 4. Les quatre missions spécifiques de l'encadrement

✧ La formation des nouveaux embauchés,
✧ Le contrôle du respect des consignes de sécurité,
✧ La détection des risques,
✧ La mise en œuvre des mesures de prévention.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Prévenir les situations dangereuses au sein des équipes opérationnelles**
✧ **Identifier sa responsabilité civile et pénale en tant que responsable d'équipe**
✧ **Connaître les obligations légales et réglementaires liées à la sécurité du travail**
✧ **Savoir mener une action sécurité, de la prévention à la communication**
✧ **Savoir agir avec les représentants du personnel**
✧ **Intégrer l'action sécurité à son management au quotidien**

## Public concerné

✧ **Responsable de service ou d'unité de production**
✧ **Responsable d'atelier**
✧ **Responsable d'équipe**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Responsable d'équipe :
intégrez la sécurité dans votre management quotidien

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 5. Comment mener une enquête après un accident ?

✧ Savoir analyser les causes d'incidents et d'accidents,
✧ Identifier les situations dangereuses ou à risque,
✧ Procéder à l'analyse d'un poste de travail.

### ◆ 6. Les risques psychosociaux

✧ Connaître les principes de base de l'analyse de l'incident ou de l'accident,
✧ S'initier à la méthode de l'arbre des causes.

### ◆ 7. La prévention au quotidien

✧ Hiérarchiser les différents ingrédients de sa politique de santé et sécurité,
✧ Construire une culture de la sécurité au quotidien,
✧ Intégrer l'hygiène et la sécurité dans le management stratégique de votre entreprise,
✧ Comprendre les enjeux d'une communication globale réussie.

## Objectifs du stage

✧ **Prévenir les situations dangereuses au sein des équipes opérationnelles**

✧ **Identifier sa responsabilité civile et pénale en tant que responsable d'équipe**

✧ **Connaître les obligations légales et réglementaires liées à la sécurité du travail**

✧ **Savoir mener une action sécurité, de la prévention à la communication**

✧ **Savoir agir avec les représentants du personnel**

✧ **Intégrer l'action sécurité à son management au quotidien**

## Public concerné

✧ **Responsable de service ou d'unité de production**
✧ **Responsable d'atelier**
✧ **Responsable d'équipe**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# COMMERCE ET FONDAMENTAUX DE LA VENTE

# Commerce et vente

A. La vente : les fondamentaux .....36

B. La relation commerciale .....37

C. La préservation des marges.....38

D. La gestion du portefeuille client .....39

E. Le coaching des vendeurs.....40

F. Attaché technico-commercial : optimiser la gestion de son territoire.....41

G. Vendre en salle d'exposition.....42

H. Vendre en comptoir.....44

I. La gestion du téléphone en agence, en magasin.....46

J. Vendre en libre service .....47

# La vente :
## Les fondamentaux

# PROGRAMME

### ◆ 1. La découverte des besoins.

✧ La clarification de la demande pour pouvoir proposer au client le bon produit,
✧ Les précisions sur le niveau du « juste nécessaire » du besoin à satisfaire.

### ◆ 2. Les attentes du client.

✧ L'identification des mobiles d'achat les plus forts du client,
✧ La prise en compte des hésitations du client et le repérage de ses freins à l'achat.

### ◆ 3. La reformulation.

✧ La vérification que la solution proposée répond aux besoins et aux attentes,
✧ La technique des « oui » de contrôle dans la reformulation des besoins.

### ◆ 4. La préconisation.

✧ La méthode de conception d'un argumentaire et les différentes manières d'argumenter un produit,
✧ Le mode de présentation des réponses aux objections pour que le client sache qu'il a été entendu, écouté et compris.

### ◆ 5. Les attentes du client.

✧ Les avantages et les limites des différentes techniques de conclusion,
✧ Les phrases de conclusion et leurs domaines d'applications privilégiés.

## Objectifs du stage

✧ **Doter les vendeurs des techniques à mettre en œuvre à chaque stade de l'entretien de vente.**

## Public concerné

✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Vendeurs itinérants**
✧ **Conseiller de vente**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **Deux formats possibles :**
- **2 journées**
- **2 journées + journée (en option à J+30)**

# La relation commerciale

## PROGRAMME

### ◆ 1. La dynamique de la relation commerciale.

✧ Les a priori sur le rôle du vendeur et les présupposés des attentes des clients,
✧ Les différents styles de vente qui découlent de ces postulats de départ.

### ◆ 2. Les styles de vente.

✧ Les caractéristiques et les spécificités des différents styles de vente,
✧ L'analyse comparée des avantages et des limites de chacun des styles.

### ◆ 3. Les styles de clients.

✧ Les comportements types les plus significatifs de chacun des styles clients,
✧ Le contrôle de la cohérence des observations et la validation des marges de manœuvre qui en découlent.

### ◆ 4. La gestion du face à face.

✧ L'analyse de la situation et la détermination du style de vente le plus adapté au client,
✧ Les solutions de remplacement et leurs conditions de réussite.

### ◆ 5. Le programme individuel de perfectionnement.

✧ L'élaboration du profil de vente, l'inventaire des points forts à conforter et les domaines à faire évoluer,
✧ L'établissement des priorités et les délais de réalisation, la liste des indicateurs et le choix des cas réels à traiter.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Permettre aux participants d'identifier leur style de vente et leurs zones de progrès dans une relation client de type « vente de conseil ».**

## Public concerné

✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Vendeurs itinérants**
✧ **Conseiller de vente**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **Deux formats possibles :**
- **2 journées**
- **2 journées + journée (en option à J+30)**

# La préservation des marges

## PROGRAMME

### ◆ 1. La discussion sur le prix.

✧ Les différentes raisons de remise en question du prix par le client, les attitudes à privilégier, les réflexes inadaptés à proscrire,
✧ Les passages obligés pour conserver l'entretien dans le périmètre de la négociation et éviter le dérapage vers le marchandage.

### ◆ 2. Le rapport de force.

✧ Les pouvoirs dont dispose le client et le bon usage de ceux du vendeur,
✧ Les questions à poser, les éléments à prendre en compte et les informations à donner pour faire « bouger les lignes » de manière acceptable par le client.

### ◆ 3. La défense du prix.

✧ Le champ d'action privilégié de chacune des techniques de défense du prix, les pré-requis et les conditions de réussite,
✧ Les techniques qu'il est possible d'associer entre elles et celles qui doivent être utilisées isolément.

### ◆ 4. L'esprit et la méthode.

✧ L'éthique en tant que facteur de fidélisation du client qui, après discussion, accepte de payer le prix demandé,
✧ La résolution du différend sur le prix dans la logique de type « double gagnant » pour préserver les intérêts légitimes du client et de son fournisseur.

## Objectifs du stage

✧ **Faire expérimenter aux participants les techniques qui rassurent les clients sur le bien fondé du prix qu'il leur est demandé de payer.**

## Public concerné

✧ **Responsables des ventes**
✧ **Animateurs des ventes**
✧ **Vendeurs sédentaires sectorisés**
✧ **Vendeurs itinérants.**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **Deux formats possibles :**
- **2 journées**
- **2 journées + journée (en option à J+30)**

# La gestion du portefeuille clients

## PROGRAMME

### ◆ 1. La configuration du portefeuille clients.

✧ La démographie du portefeuille clients et la mise en relief de ses particularités,
✧ Les actions possibles pour « réparer » un portefeuille sur concentré, pour améliorer un portefeuille concentré ou pour tirer le meilleur profit d'un portefeuille dilué.

### ◆ 2. Les ressources du portefeuille clients.

✧ La méthode de détermination du potentiel d'achat brut du client,
✧ L'évaluation du taux de pénétration de chaque client du portefeuille et l'estimation du potentiel accessible restant.

### ◆ 3. La revue du portefeuille par client.

✧ L'élaboration de la feuille de route de l'année en fonction de ce que montre la tendance général et la tendance pure du portefeuille,
✧ La définition des actions prioritaires à conduire chez chaque client en compte et la modélisation des résultats à obtenir.

### ◆ 4. Le plan d'action.

✧ La détermination du quota et du cadencement des contacts clients minimum requis pour atteindre les objectifs,
✧ Le mode de présentation des réponses aux objections pour que le client sache qu'il a été entendu, écouté et compris.

## Objectifs du stage

✧ **Doter les personnes en charge d'une clientèle régulière des méthodes et réflexes de travail qui leurs sont nécessaires pour améliorer la qualité de leur portefeuille client.**

## Public concerné

✧ **Responsable des ventes**
✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Vendeurs itinérants**
✧ **Conseillers de vente**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **Deux formats possibles :**
- **2 journées**
- **2 journées + journée (en option à J+30)**

# Le coaching des vendeurs

## PROGRAMME

### ◆ 1. Les tenants et aboutissants du coaching.

✧ La place du coaching dans l'animation des vendeurs,
✧ Les différences et complémentarités avec le rôle de manager.

### ◆ 2. Les préalables à l'action de coaching.

✧ L'analyse des résultats du vendeur et les hypothèses sur les causes à leur origine,
✧ Le choix de la méthode de coaching en fonction du résultat à obtenir et adaptée au vendeur.

### ◆ 3. La conduite du coaching.

✧ La projection du progrès à réaliser et l'information à communiquer pour que le vendeur s'approprie l'objectif assigné au coaching,
✧ La mesure des progrès et le programme de maintien de ces progrès dans le temps.

### ◆ 4. Le « fil rouge » du coaching.

✧ Les listes de contrôle et leurs utilisations au moment de la préparation et pendant le coaching,
✧ L'état des savoirs et savoir-faire par vendeur et le tableau de bord des compétences de l'équipe.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Doter les vendeurs des techniques à mettre en œuvre à chaque stade de l'entretien de vente.**

## Public concerné

✧ **Directeur commercial**
✧ **Animateurs des ventes**
✧ **Chef des ventes**
✧ **Chef de rayon**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **3 journées**

# Attaché Technico-commercial :
## Optimiser la gestion de son territoire

# PROGRAMME

◆ **1. Développer et valoriser son portefeuille client.**

✧ Comment valoriser son portefeuille existant,
✧ Trouver des « clients-prospect » dans son portefeuille,
✧ Organiser son cadencier de visite sur son territoire,
✧ Organiser son plan de prospection.

◆ **2. Organiser et qualifier ses visites prospects.**

✧ Quelle cible prospecter,
✧ De quelle façon les approcher,
✧ La prise de rendez-vous téléphonique,
✧ La visite de chantier,
✧ Les astuces pour prendre un contact positif.

◆ **3. Préparer sa visite client.**

✧ Avec ou sans RDV, apprendre à formuler ses objectifs de visite,
✧ Appliquer le CODE (Contexte, Objectif, Document, Equipiers).

◆ **4. Réaliser une visite client efficace.**

✧ À partir de ses objectifs de visite, piloter le déroulement du face à face en respectant les étapes de l'entretien de vente de la prise de contact à la prise de commande,
✧ Comment répondre aux objections,
✧ Proposer des produits ou services complémentaires.

◆ **5. Savoir gérer de façon réactive les SAV.**

◆ **6. Comment défendre au maximum son tarif et préserver son objectif de marge.**

◆ **7. Comment gérer les demandes de devis.**

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Optimiser la gestion commerciale de son territoire à travers son fichier clients.**

✧ **Réaliser une visite prospect et client préparée, en respectant à la fois ses objectifs de vente et les étapes d'un face à face générateur d'affaires.**

✧ **S'approprier les bons outils et les bon comportements pour optimiser sa gestion commerciale et gagner en efficacité.**

## Public concerné

✧ **Attaché Technico-Commercial**
✧ **Vendeurs comptoirs ou toutes personnes devant prendre la fonction d'ATC**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Vendre en salle d'exposition

## PROGRAMME

### ◆ 1. Préparez-vous!

✧ Les facettes et évolutions du métier,
✧ Identifier les missions clés du vendeur : ambassadeur de la marque, fidélisation client, développeur du CA et de la marge,
✧ Préparer sa mise en valeur dans l'agence et la gestion optimisée de l'exposition.

### ◆ 2. Accueillez le client comme un invité!

✧ Faire une première bonne impression : mots, gestes, distance, regard, sourire, gestion de l'espace, phrase d'accroche innovante et positive,
✧ Repérer les attentes du client, comprendre ses freins,
✧ Accueillir dans les situations difficiles : affluence, multi-interlocuteurs, réclamations, gestion des appels téléphoniques.

### ◆ 3. Découvrez ce qui déclenche l'envie d'acheter !

✧ Identifier la demande du client : maîtriser le questionnement efficace,
✧ Découvrir ses motivations d'achat et répondre au-delà du besoin initial,
✧ Adapter son attitude et son style à ceux du client,
✧ Apprendre à reformuler pour vérifier que la demande est bien comprise,
✧ Utiliser l'espace de vente : produits, rayons, démonstration.

## Objectifs du stage

✧ **S'approprier les étapes clés de l'entretien de vente en salle d'exposition.**

✧ **Adopter les mots, expressions et attitudes pour favoriser une communication adaptée et générer un climat de confiance.**

✧ **Développer son aisance pour améliorer ses résultats.**

✧ **Savoir réaliser des ventes additionnelles.**

✧ **Savoir relancer ses devis.**

## Public concerné

✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Conseillers en salle d'exposition.**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Vendre en salle d'exposition

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 4. Vendez le « produit-solution » adapté et même plus!

✧ À partir de ses objectifs de visite, piloter le déroulement du face à face en respectant les étapes de l'entretien de vente de la prise de contact à la prise de commande,
✧ Comment répondre aux objections,
✧ Proposer des produits ou services complémentaires.

### ◆ 5. Concluez avec succès et sachez répondre aux objections et redonnez RDV au client à l'agence !

✧ Engager le client vers la conclusion,
✧ Utiliser les atouts de votre agence : échantillons, passage d'un ATC, ouverture de compte en fonction de l'ampleur du projet,
✧ Repérer les signaux d'achats,
✧ Rassurer son client sur son achat,
✧ Savoir reprendre un rendez-vous avec le client ou prendre une date de relance du devis en cas où la vente n'est pas conclue,
✧ Favoriser les conditions de la fidélisation de ses clients.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **S'approprier les étapes clés de l'entretien de vente en salle d'exposition.**

✧ **Adopter les mots, expression et attitudes pour favoriser une communication adaptée et générer un climat de confiance.**

✧ **Développer son aisance pour améliorer ses résultats.**

✧ **Savoir réaliser des ventes additionnelles.**

✧ **Savoir relancer ses devis.**

## Public concerné

✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Conseiller en salle d'exposition**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Vendre au comptoir

## PROGRAMME

### ◆ 1. L'accueil au comptoir.

✧ Avoir une attitude et une efficacité professionnelle : Regard – Sourire – Mimiques – Silences,
✧ Réussir le premier contact : gestes, voix, message, voix : rythme, articulation, intention,
✧ Gestuelle : gestes parasites, gestes qui aident à la communication,
✧ Répondre aux besoins des clients : pratiquer l'écoute active,
✧ La coordination au comptoir du client physique et téléphonique
✧ Être positif en toute circonstance.

### ◆ 2. La découverte des besoins et de la reformulation. Savoir écouter ses clients.

✧ L'évolution des attentes du client,
✧ Identifier toutes les informations à recueillir sur son client,
✧ Saisir toutes les occasions de mieux connaître son client,
✧ Mener une découverte complète de la situation, des besoins du client,
✧ Questionner pour élargir du besoin aux enjeux,
✧ Questionner pour découvrir des besoins non exprimés,
✧ Déterminer les motivations réelles,
✧ Reformuler les besoins du client.

### ◆ 3. L'argumentation et la conclusion.

✧ Identifier les caractéristiques de l'argumentation,
✧ Repérer et prendre en compte les variables d'une situation d'argumentation,
✧ Choisir les mots justes et présenter des arguments percutants,
✧ Prendre en compte l'environnement et les enjeux personnels du client,
✧ Impliquer le client dans l'argumentation : S'appuyer sur les motivations pour remporter l'adhésion.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Optimiser l'accueil et le questionnement client.**
✧ **Maîtriser la valorisation de l'offre commerciale pour le client.**
✧ **Proposer des produits ou services complémentaires.**
✧ **Savoir repérer les signaux d'achats et conclure les ventes.**

## Public concerné

✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Toutes personnes appelées à vendre et à promouvoir des produits ou des services liés à la vente au comptoir.**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Vendre au comptoir

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 4. Le traitement des objections et la défense du prix.

✧ Adopter une attitude assurée et apaisante,
✧ Pratiquer l'écoute active et creuser jusqu'à identifier précisément la peur qu'exprime le client,
✧ Poser des questions en retour pour faire préciser le contenu des objections,
✧ Répondre par des arguments adéquats,
✧ Travailler sa réactivité pour répondre avec aisance,
✧ Vérifier l'adhésion du client aux explications données.

### ◆ 5. Les ventes complémentaires : Vendre mieux et plus.

✧ Proposer et valoriser un produit, un service complémentaire et indispensable,
✧ Positionner la nouvelle offre par rapport à l'offre en cours.

### ◆ 6. Conclure la vente avec succès.

✧ Préparer la conclusion : collecter des oui,
✧ Aider le client à prendre sa décision,
✧ Saisir le bon moment pour conclure : les "feux verts" de la conclusion,
✧ Rassurer et engager le client à l'achat.

## Objectifs du stage

✧ **Optimiser l'accueil et le questionnement client.**

✧ **Maîtriser la valorisation de l'offre commerciale pour le client.**

✧ **Proposer des produits ou services complémentaires.**

✧ **Savoir repérer les signaux d'achats et conclure les ventes.**

## Public concerné

✧ **Vendeurs sédentaires**
✧ **Toutes personnes appelées à vendre et à promouvoir des produits ou des services liés à la vente au comptoir**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# La gestion du téléphone en agence, en magasin

## PROGRAMME

- Énoncer la phrase d'accueil et d'identification avec le sourire : La première impression dans une entreprise est à travers son « accueil »,
- Maîtriser les techniques de présentation de soi-même ainsi que de l'entreprise,
- Les attitudes à maîtriser lorsque le téléphone sonne et que j'ai un client face à moi,
- Comment gérer lors d'une demande de prix ou de renseignements au téléphone : Client particulier ou professionnel identifié ou Client non identifié,
- Comprendre exactement ce que veut le client avant de passer le collaborateur et répondre au maximum directement,
- Savoir décrocher pour un collègue occupé avec un client (capter sa ligne ou se déplacer : Solidarité d'équipe),
- Ne pas hésiter à reformuler la demande pour être sûr du besoin du client,
- Savoir renseigner, réorienter et recadrer le client,
- Gérer le temps imparti pour chaque client pour éviter les longues files d'attente,
- Savoir conclure et prendre congé en toute courtoisie et énoncer le nom du client,
- Faire face à des situations délicates (agressivité, impatience, impolitesse).

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

### Objectifs du stage

- **S'améliorer dans sa mission d'accueil au téléphone face à un client qui s'est déplacé.**
- **Maîtriser les techniques d'accueil et de réponse téléphonique.**
- **Savoir faire face aux situations délicates.**
- **Faire du poste « accueil » téléphonique l'image de marque de l'entreprise.**
- **Consolider la qualité de sa communication non-verbale et donner de soi une image professionnelle et en adéquation avec l'entreprise.**

### Public concerné

- **Conseiller de vente L-S**
- **Vendeurs**

### Formation en intra

- **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

### Durée

- **1 journée**

# Vendre au libre service

## PROGRAMME

### ◆ 1. Les grandes règles d'accueil dans un LS.

✧ Qu'est-ce que l'accueil actif ?
✧ Adapter votre accueil aux typologies des clients,
✧ Qu'attendent-ils de notre point de vente ?
✧ Dans quels points de vente se sentent-ils le mieux ?
✧ Qu'est-ce qui les fait venir et revenir ?
✧ Qu'attend un particulier ?
✧ Qu'attend un professionnel ou un auto-constructeur ?
✧ Quelle est la bonne phrase d'accueil pour éviter « je fais un tour, je regarde ».

### ◆ 2. Le LS « conseil » comment ?

✧ L'écoute du client par un questionnement adapté,
✧ Comment ne pas tomber dans les pièges de ce type de demandes :
- répondre à la demande de prix d'un produit vu sur internet
- répondre à la demande d'un client qui souhaite connaitre les raisons d'une différence de prix entre deux produits ?

✧ Que dire à un client qui passe immédiatement commande d'un produit ?
✧ Comment gérer une file d'attente ?
✧ Comment gérer le téléphone qui sonne face à un client à qui vous donnez des renseignements ?
✧ Comment gérer une demande de prix d'un particulier par téléphone ? (face à un client ou non)
✧ Savoir transformer une caractéristique produit en avantage pour le client,
✧ Comment proposer et préconiser des ventes complémentaires et/ou additionnelles,
✧ Les attitudes de conseils,
✧ L'esprit de service,
✧ Savoir conclure.

**À la fin de cette formation, le stagiaire est en mesure de s'organiser pour mesurer et valider les résultats des modifications apportées.**

## Objectifs du stage

✧ **Optimiser l'accueil et le questionnement du client en LS.**

✧ **Passer de la technicité des produits au commerce et à la vente conseil.**

✧ **Proposer des produits ou services complémentaires.**

✧ **Savoir repérer les signaux d'achats et conclure les ventes pour éviter de trop renseigner sans concrétiser.**

## Public concerné

✧ **Conseiller de vente L-S**
✧ **Vendeurs comptoirs polyvalent**

## Durée

✧ **1 journée**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# ÉCONOMIE, DISTRIBUTION ET CONCURRENCE

# Économie, distribution, commerce

A. TASCOM : Nouvelles règles, déclaration et calcul.....54

B. Révision des valeurs locatives des locaux professionnels.....55

C. Nouveau droit des marchés publics.....56

D. Contrôle et enquête de la DGCCRF et des autorités de concurrence.....58

E. Préparer ses négociations commerciales.....60

F. Responsabilités et obligations juridique du producteur et du fournisseur.....63

G. Flux et reflux des jurisprudences sur la rupture brutale de relations commerciales établies.....64

# TASCOM :
nouvelles règles, déclaration et calcul

## PROGRAMME

### ◆ 1. Nature des contentieux en cours

- ✧ Les critères d'assujettissement,
- ✧ Activité mixte : l'obligation de comptes distincts,
- ✧ Définition de la vente au détail,
- ✧ La démonstration de l'existence des points de vente avant le 1er janvier 1960,
- ✧ La problématique des enseignes et de l'application des seuils de chiffres d'affaires et de surfaces.

### ◆ 2. Ce qu'il faut déclarer pour le 15 juin prochain

- ✧ Le CA issu de la vente à des consommateurs finaux,
- ✧ Les modifications de surfaces en cours d'année,
- ✧ L'abattement supplémentaire de 30% reconnu au négoce de matériaux de construction.

### ◆ 3. Décomposition des points de vente et seuils applicables

- ✧ Détermination de la surface imposable ouverte ou non au public,
- ✧ Surface couverte ou non couverte,
- ✧ Rapprochement à faire avec les surfaces déclarées dans le cadre de la réforme des valeurs foncières,
- ✧ La recherche d'un équilibre subtil entre surface et chiffre d'affaire pour la détermination du tarif applicable.

### ◆ 4. Actualité législative

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

- ✧ **Rappeler les principes d'imposition à la TASCOM**
- ✧ **Décrire les règles d'appréciations des surfaces et application des tarifs**

## Public concerné

- ✧ **Directeurs financiers**
- ✧ **Directeurs comptables**
- ✧ **Comptables en charge de la CET ou taxe foncière dans l'entreprise**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **½ journée**

# Révision des valeurs locatives des locaux professionnels.

## PROGRAMME

### ◆ 1. Comprendre les mécanismes de la réforme

- ✧ Locaux concernés, locaux exclus,
- ✧ Nouvelle référence : Elaboration des grilles tarifaires,
- ✧ Rôle des commissions départementales,
- ✧ Décomposition et pondération des surfaces,
- ✧ Délimitation de nouvelles zones,
- ✧ Une réforme à iso-fiscalité avec une entrée en vigueur progressive : « planchonnement » et lissage,
- ✧ La question des constructions nouvelles et restructurations lourdes.

### ◆ 2. Comprendre les nouvelles bases issues de la révision

- ✧ Les choix opérés lors de la déclaration 6660 REV,
- ✧ Les incertitudes face à l'évolution des coefficients de localisation.

### ◆ 3. La question de la mise à jour des loyers et de la grille tarifaire

- ✧ L'obligation de déclaration par les locataires des loyers dans la liasse fiscale par le système EDI REQUETTE,
- ✧ Une obligation déclarative assortie de sanction.

### ◆ 4. Actualité législative et contentieux

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

- ✧ **Comment apprécier les conséquences de la réforme et comprendre les avis de taxe foncière**
- ✧ **Comment anticiper la CFE à venir**

## Public concerné

- ✧ **Collaborateurs des direction juridiques et comptables**
- ✧ **Directeurs financiers**
- ✧ **Directeurs comptables**
- ✧ **Comptables en charge de la CET ou taxe foncière dans l'entreprise**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **½ journée**

# Nouveau droit des marchés publics

## PROGRAMME

### ◆ Introduction :

✧ De l'ordonnance de juillet 2015 au décret de mars 2016, la nouvelle architecture de la réglementation applicable aux marchés publics,

✧ Le droit européen et les directives de février 2014 : une influence limitée.

### ◆ A. L'unification des textes

✧ La suppression des ordonnances de 2004 (contrat de partenariat) et de juin 2005 (pouvoirs et entités non soumis au code),

✧ Une unification limitée : le maintien des régimes distincts.

### ◆ B. Des procédures simplifiées.

✧ L'assouplissement de la phase candidature,

✧ L'abaissement des seuils,

✧ L'avènement du sourçage,

✧ La possibilité de régulariser les offres,

✧ L'aboutissement de la dématérialisation.

### ◆ C. De nouveaux outils au service des acheteurs

✧ La procédure concurrentielle avec négociation,

✧ Le partenariat d'innovation,

✧ Les marchés publics globaux de performances,

✧ Les accords cadres sans marchés subséquents.

## Objectifs du stage

✧ **Étudier les principaux apports de la réforme du code des marchés publics.**

## Public concerné

✧ **Directeurs généraux**
✧ **Directeurs des achats**
✧ **Responsables grands comptes**
✧ **Responsables marchés publics**
✧ **Directeurs juridiques**
✧ **Responsable juridique, concurrence, distribution**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Nouveau droit des marchés publics

## PROGRAMME (SUITE)

◆ **D. Le maintien de nombreuses procédures existantes.**

- ✧ L'appel d'offre : ouvert ou restreint,
- ✧ Le marché à procédure adaptée,
- ✧ La procédure négociée sans publicité ni mise en concurrence,
- ✧ La possibilité de régulariser les offres,
- ✧ Les marchés de maitrise d'œuvre.

◆ **E. De nouvelles contraintes au service de la transparence.**

- ✧ Un sourçage encadré,
- ✧ Des obligations d'informations étendues,
- ✧ Des modifications des marchés en cours d'exécution encadrées.

### Objectifs du stage

- ✧ **Étudier les principaux apports de la réforme du code des marchés publics.**

### Public concerné

- ✧ **Directeurs généraux**
- ✧ **Directeurs des achats**
- ✧ **Responsables grands comptes**
- ✧ **Responsables marchés publics**
- ✧ **Directeurs juridiques**
- ✧ **Responsable juridique, concurrence, distribution**

### Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

### Durée

- ✧ **1 journée**

# Contrôle et enquête de la DGCCRF et des autorités de concurrence

## PROGRAMME

### ◆ 1. Quels enquêteurs pour quelles infractions?

✧ DGCCRF/DDPP/DIRECCTE
- Les pratiques commerciales,
- Les relations consommateurs,

✧ L'Autorité française de la concurrence
- Compétences « classique »,
- Extension des pouvoir d'enquête par la Loi Hamon,

✧ La Commission européenne
- Compétences « classiques »,
- Coordination avec les autorités nationales.

***Focus : l'harmonisation des pouvoirs des enquêteurs par la Loi Hamon***

### ◆ 2. Se préparer à une enquête / savoir agir

✧ Formation du personnel / la mise en place de process précis
✧ Arrivée des enquêteurs : quels documents vérifier
✧ Déroulement de l'enquête : droits et obligations de l'entreprise et de ses représentants.

***Focus : simulation d'une audition / acquérir les bons reflexes***

### ◆ 3.Enquête simple

✧ Pouvoirs d'investigations des enquêteurs,
✧ Renforcement des pouvoirs des enquêteurs par la Loi Hamon.

***Focus : le nouveau droit d'accès aux données informatiques introduit par la Loi Hamon***

## Objectifs du stage

✧ **Se préparer aux différents contrôles et enquêtes.**

✧ **Connaître les pouvoirs de la DGCCRF, de l'Autorité française de la concurrence et de la commission Européenne.**

✧ **Comprendre les droits et devoirs de l'entreprise et de ses représentants.**

## Public concerné

✧ **Directeurs généraux.**
✧ **Directeurs administratifs et financiers.**
✧ **Directeurs juridiques**
✧ **Responsable juridique, concurrence, distribution**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Contrôle et enquête de la DGCCRF et des autorités de concurrence

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 4.Enquête lourde

✧ Rôle des autorités judiciaires et officiers de police judiciaire,
✧ Pouvoir d'investigation des enquêteurs,
✧ Renforcement par la Loi Hamon des pouvoirs d'enquête en matière de conformité et sécurité des produits et services.

***Focus : Quid du « Legal Privilege »***

### ◆ 5. Obligation de l'entreprise

✧ Obligation de collaboration active de l'entreprise,
✧ Les sanctions alourdies par la Loi Hamon.

### ◆ 6. Gérer « l'après-enquête »

✧ Le procès-verbal / la question de la signature,
✧ Les documents saisis et leurs restitutions,
✧ La contestation de la procédure d'enquête,
✧ La protection du secret des affaires,
✧ Les sanctions (les nouveautés de la Loi Hamon).

***Focus : comment minimiser l'amende* ?**

## Objectifs du stage

✧ **Se préparer aux différents contrôles et enquêtes.**

✧ **Connaître les pouvoirs de la DGCCRF, de l'autorité française de la concurrence et de la commission Européenne.**

✧ **Comprendre les droits et devoirs de l'entreprise et de ses représentants.**

## Public concerné

✧ **Directeurs généraux.**
✧ **Directeurs administratifs et financiers.**
✧ **Directeurs juridiques**
✧ **Responsable juridique, concurrence, distribution**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Préparer ses négociations commerciales

## PROGRAMME

### ◆ Introduction

✧ Présentation du bilan d'application de la Loi de Modernisation de l'Économie (« LME ») dans le cadre du rapport Vautrin et Gaubert du 11 avril 2011,

✧ Négociation commerciale reposant sur un objectif de réduction significative des marges arrières poursuivi par le législateur,

✧ Négociabilité des tarifs des industriels et fournisseurs : la discrimination tarifaire est autorisée,

✧ Accroissement du formalisme au travers du Plan d'affaires annuel,

✧ La directive communautaire sur les délais de paiement du 16 février 2011,

✧ L'articulation des négociations commerciales avec les pratiques anticoncurrentielles : ententes et abus de position dominante.

### A. Les conditions de vente et leur négociabilité

#### ◆ 1. Les conditions de vente

✧ La déclinaison des conditions de vente de l'industriel / producteur / grossiste :

- Conditions générales de vente
- Conditions catégorielles de vente
- Conditions particulières de vente: la fin des contreparties?
- Conditions particulières de vente et services de «coopération commerciale»
- Conditions particulières de vente et «autres obligations» visées par la LME
- Faut-il communiquer les conditions particulières de vente?
- Faut-il proposer spontanément les conditions particulières de vente négociées avec un client à tous ses autres clients ou clients appartenant à une même catégorie ?

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Maîtriser les aspects juridiques des négociations commerciales**

✧ **Savoir rédiger un plan d'affaires annuel**

✧ **S'assurer de la pertinence de sa communication sur les prix de revente au regard du droit Antitrust**

✧ **Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun**

✧ **Déterminer au vu des exemples pratiques si son entreprise est en zone de risques ou non**

✧ **Connaître le rôle de la CEPC, de la DGCCRF et des tribunaux**

## Public concerné

✧ **Directeurs commerciaux**
✧ **Directeurs des achats**
✧ **Responsables compte clé**
✧ **Administration des ventes**
✧ **Services commerciaux**
✧ **Responsable MDD**
✧ **Responsable juridique concurrence, distribution**
✧ **Directeurs administratifs**
✧ **Directeurs financiers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Préparer ses négociations commerciales

## PROGRAMME (SUITE)

- Faut-il accorder les mêmes conditions à tous ses clients ?
- Les conditions logistiques et leur mode de rémunération
- Les délais de paiement : quelles conséquences juridiques et pratiques pour les entreprises ?
- Les remises et accords de gammes, interdiction ou possibilité?
- L'appréciation de leur légitimité en droit des pratiques collectives anticoncurrentielles

### ◆ 2. La négociabilité des tarifs

✧ Comment peut s'exercer la différenciation tarifaire?

✧ Quelle marge de négociation pour les opérateurs économiques?

✧ Quelle relation avec le formalisme induit par la conclusion d'un accord-cadre ou unique annuel visé par l'article L.441-7 du Code de commerce et la nécessité de préciser les obligations convenues entre les parties pour fixer le prix d'achat des produits,

✧ La limite de la négociabilité des tarifs,

✧ Les sanctions potentielles,

✧ Rappel de la définition de la coopération commerciale,

✧ Les « autres obligations » prévues par la LME,

✧ Évolution de la coopération commerciale pour englober les prestations rendues par les négociants grossistes,

✧ Le « plan d'affaire » annuel pour 2013 : définition / contenu /formalisation / délai maximal de conclusion,

✧ La facturation des services de coopération commerciale par les distributeurs et/ou grossistes – la rémunération des services en valeur absolue ou relative

- La qualification et la rémunération des autres obligations (ex-services distincts de la coopération commerciale)

## Objectifs du stage

✧ **Maîtriser les aspects juridiques des négociations commerciales**

✧ **Savoir rédiger un plan d'affaires annuel**

✧ **S'assurer de la pertinence de sa communication sur les prix de revente au regard du droit Antitrust**

✧ **Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun**

✧ **Déterminer au vu des exemples pratiques si son entreprise est en zone de risques ou non**

✧ **Connaître le rôle de la CEPC, de la DGCCRF et des tribunaux**

## Public concerné

✧ **Directeurs commerciaux**
✧ **Directeurs des achats**
✧ **Responsables compte clé**
✧ **Administration des ventes**
✧ **Services commerciaux**
✧ **Responsable MDD**
✧ **Responsable juridique concurrence, distribution**
✧ **Directeurs administratifs**
✧ **Directeurs financiers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 journée**

# Préparer ses négociations commerciales

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ B. Le calcul du seuil de revente à perte

- ✧ Quelle définition du seuil de revente à perte?
- ✧ Comment calculer le « trois fois net »?
- ✧ Que recouvrent « l'ensemble des avantages financiers »?
- ✧ Quid des ristournes conditionnelles et de l'impact des rémunérations de services facturés par les distributeurs sur le SRP ?
- ✧ Quelles sont les mentions obligatoires sur factures ?
- ✧ Définition du « prix unitaire net »,
- ✧ Attention aux pratiques collectives anticoncurrentielles (ententes verticales),
- ✧ Légitimité des prix conseillés/suggérés/préconisés ou indicatifs.

### ◆ C. Commission d'Examen des Pratiques Commerciales (CEPC)

- ✧ Présentation,
- ✧ Les avis rendus.

## Objectifs du stage

- ✧ **Maîtriser les aspects juridiques des négociations commerciales**
- ✧ **Savoir rédiger un plan d'affaires annuel**
- ✧ **S'assurer de la pertinence de sa communication sur les prix de revente au regard du droit Antitrust**
- ✧ **Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun**
- ✧ **Déterminer au vu des exemples pratiques si son entreprise est en zone de risques ou non**
- ✧ **Connaître le rôle de la CEPC, de la DGCCRF et des tribunaux**

## Public concerné

- ✧ **Directeurs commerciaux**
- ✧ **Directeurs des achats**
- ✧ **Responsables compte clé**
- ✧ **Administration des ventes**
- ✧ **Services commerciaux**
- ✧ **Responsable MDD**
- ✧ **Responsable juridique concurrence, distribution**
- ✧ **Directeurs administratifs**
- ✧ **Directeurs financiers**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **1 journée**

# Responsabilités et obligations juridiques du producteur et du fournisseur

## PROGRAMME

### ◆ 1. La responsabilité du fait des produits défectueux

✧ Produit et défaut,
✧ Personnes concernées,
✧ Conditions de mise en jeu,
✧ Délai d'action,
✧ Exonérations.

### ◆ 2. Les garanties légales

✧ La garantie légale des vices cachés,
✧ La garantie légale de conformité.

### ◆ 3. Garantie commerciale et contractuelle

✧ Nature et contenu,
✧ Formalisme.

## Objectifs du stage

✧ **Appréhender la responsabilité du fait des produits défectueux,**

✧ **Appréhender les conséquences liées aux garanties légales et/ou contractuelles**

## Public concerné

✧ **Dirigeants d'entreprises**
✧ **Représentants légaux**
✧ **Secrétaires généraux**
✧ **Directeurs commerciaux**
✧ **Directeurs administratifs**
✧ **Directeurs financiers**
✧ **Directeurs techniques**
✧ **Directeurs des achats**
✧ **Directeurs juridiques**
✧ **Responsable MDD**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **½ journée**

# Flux et reflux des jurisprudences sur la rupture brutale de relations commerciales

## PROGRAMME

**1. déterminer la nature de l'action en rupture brutale :**

- **Après quelques controverses sur la nature délictuelle de l'action en rupture brutale, la jurisprudence semble s'orienter vers le fondement contractuel.**
- **Nous analyserons les répercussions pratiques de cette évolution en mettant l'accent sur le régime associé à la nature contractuelle de l'action en rupture brutale, au-delà même de l'importance stratégique des clauses attributives de juridiction et de leur rédaction.**

**2. Cerner la notion de relation commerciale établie :**

- **Appels d'offres, mise en concurrence annuelle, relation précontractuelle, nous tenterons de délimiter la frontière souvent poreuse, entre relations commerciales stables, établies et les relations commerciales précaires qui échappent au droit de la rupture brutale,**
- **Nous vous donnerons les clés pour vous permettre d'auditer vos relations commerciales afin de vérifier si elles doivent recevoir ou non la qualification de relation commerciale établie.**

**3. Appréhender la notion de rupture brutale :**

- **Nous tenterons de tracer une ligne de crête entre la rupture partielle qui impose le respect d'un préavis écrit et une simple baisse des commandes**
- **De même, la jurisprudence récente revisite une notion, la brutalité, déjà largement éprouvé, à l'aune cette fois de la crise économique. Dans quels cas sont pris en compte la baisse des ventes, les tendances de marché, les carences du fournisseur, l'absence de compétitivité de son offre…….**

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

- **Faire le point sur les évolutions de la réglementation depuis la Loi de Modernisation de l'Economie ( modification du code civile et loi Warsmann, Hamon, Macron, Sapin, …..) et identifier les moyens de pression graduels qu'il est possible de mettre en œuvre :**

**- à l 'amiable, sur les plans commercial, juridique et financier,**

**- par l'intermédiaire d'un tiers,**

**- de façon judiciaire,**

# La rupture brutale de relations commerciales établies

## PROGRAMME (SUITE)

**4 . Eviter la brutalité d'une rupture des relations commerciales établies :**

➢ Respecter un préavis écrit d'une durée suffisante

- Définir la forme que doit revêtir le préavis, anticiper la notification,
- Evaluer la durée suffisante au préavis à respecter.
- Que faire pendant la durée du préavis ?

**5 . Evaluer le montant de l'indemnité lié à la rupture brutale de des relations commerciales établies :**

➢ Nous délivrerons des conseils afin d'évaluer in concreto le montant de l'indemnité liée à la réparation du préjudice subi au regard des recommandations de la cour d'Appel de Paris dans sa fiche méthodologique et de la jurisprudence la plus récente,

### Public concerné

- ✧ **Dirigeants**
- ✧ **Membre des Direction Générale, Juridique, Financière, des Achats et Commerciale,**
- ✧ **Délégués et Secrétaires généraux de fédérations professionnelles**
- ✧ **Directeurs juridiques**
- ✧ **Responsables juridiques concurrence, distribution**

### Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

### Durée

**1 journée**

# afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# GESTION DU RISQUE CLIENT

# Réagir face aux clients qui ne respectent pas les délais de paiement

## PROGRAMME

Depuis trente ans, le nombre des insolvables a été multiplié par 5 et celui des mauvais payeurs par 7! La survie des entreprises impose de ne pas baisser les bras devant une telle situation.

### ◆ Introduction

✧ Le coût des retards de paiement pour l'entreprise.

### ◆ 1. Code de commerce et éléments constitutifs du contrat, CGV, CGA…

✧ Point de départ du terme de paiement (expédition, livraison, facturation…) et mode de calcul de l'échéance,

✧ Risques encourus par le fournisseur et le client.

### ◆ 2. Moyens de pression progressifs en interne

✧ Relance amiable,

- Appel administratif + argumentation,
- Appui commercial.

✧ Application de la loi ou du contrat,

- Indemnité forfaitaire et pénalités de retard : du rappel à l'exigence. Notes de débit ou facturation,
- Déchéance du terme,
- Clauses pénales,
- Revendication en propriété.

✧ Pressions externes

- Médiation des relations interentreprises+charte et label.
- Commissaires aux comptes
- DGCCRF et sanctions
- Assignation en RJ

### ◆ 3. Recours judiciaires

✧ Mesures conservatoires

✧Procédures individuelles

✧Comment imputer aux débiteurs les frais réels de recouvrement.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Connaître les obligations du fournisseur (LME et non distorsion de concurrence)**

✧ **Faire le point sur les évolutions de la réglementation depuis la Loi de Modernisation de l'Économie (LME) (modification du Code civil et lois Warsmann, Hamon, Macron, Sapin)**

✧ **Identifier les moyens graduels de pression qu'il est possible de mettre en œuvre:**

- **à l'amiable, sur les plans commercial, juridique et financier**
- **par l'intermédiaire d'un tiers**
- **de façon judiciaire**

## Public concerné

✧ **Personnes chargées de la comptabilité client ou du recouvrement amiable**
✧ **Responsables commerciaux**
✧ **Chefs d'entreprise**
✧ **Responsables administratifs ou financiers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **1 Jour**

afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

# ENVIRONNEMENT ET REGLEMENTATION

# Environnement, réglementation

A. Gestion des déchets du BTP : enjeux, risques et opportunités pour le négoce ……76

B. Règlement Général de la Protection des Données……77

# Gestion des déchets du BTP :
## Enjeux, risques et opportunités pour le négoce

# PROGRAMME

### ◆ 1. Introduction : Préservation des ressources et gestion des déchets, un destin lié

- ✧ Les ressources utilisées dans la construction,
- ✧ Les déchets du BTP et leurs exutoires actuels,
- ✧ Les changements en cours : vers l'économie circulaire dans le BTP.

### ◆ 2. Obligations réglementaires sur les déchets et leur transport.

- ✧ Bases et évolution récente de la réglementation,
- ✧ Focus sur la Loi de transition Energétique pour la Croissance Verte,
- ✧ Analyse du décret d'application de l'article 93 relatif à la reprise des déchets par les négoces,
- ✧ Transports et traçabilité réglementaire des déchets,
- ✧ Responsabilité civile et pénale de l'entreprise et de son dirigeant.

### ◆ 3. Vers le développement de l'économie circulaire des déchets du BTP.

- ✧ Les changements des pratiques de tri en amont : prévention, démantèlement, déconstruction et tri.
- ✧ L'adaptation des outils de collecte et de tri.
- ✧ Les principales filières en développement.

### ◆ 4. Gestion des déchets de chantier : opportunité ou contrainte pour le négoce.

- ✧ Les différentes options de collecte des déchets de chantier,
- ✧ Déterminer son projet et son positionnement,
- ✧ Gérer en propre ou déléguer,
- ✧ Définir les équipements nécessaires et quelles démarches administratives,
- ✧ Exemple de services développés par la profession.

## Objectifs du stage

- ✧ **Connaître les enjeux réglementaires et économiques de la gestion des déchets issus de l'utilisation des matériaux de construction**
- ✧ **Connaître les différents modes de collecte des déchets de chantiers, leurs filières d'élimination.**
- ✧ **Comprendre et évaluer l'opportunité de la mise en place d'un service de gestion des déchets de chantier pour ses clients.**

## Public concerné

- ✧ **Dirigeants de société de négoces**
- ✧ **Responsable de site de négoce**
- ✧ **Responsable Environnement et Développement Durable de distributeurs de matériaux**
- ✧ **Acheteur de prestations externes**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **1 journée**

# Règlement Général de la Protection des Données

## PROGRAMME

### 1. Les textes de référence

- Loi, décret,
- Directives et règlement.

### 2. Le 10 changements clés :

- Champs d'application étendue,
- Sanction plus importantes,
- Application directe aux sous-traitants,
- Obligation de notification des failles de sécurité,
- Délégué à la protection des données, obligatoire dans certains cas,
- Principe « d'accountability » et de gouvernance des données,
- Principe de « privacy by design » / « privacy by default »,
- Exigence supplémentaire sur la licéité du traitement,
- Droit supplémentaire pour les personnes,
- Autorité chef de file.

### 3. Autres changements importants

### 4. Les 6 étapes proposées par la CNIL

**À la fin de cette formation, le stagiaire est en mesure de s'organiser pour mesurer et valider les résultats des modifications apportées.**

## Objectifs du stage

- **Rappel des textes de référence**
- **Rappel des principes à respecter en matière de protection des données personnelles**
- **Les 10 changements clés apportés par le RGPD.**
- **Les 6 grandes étapes de la mise en conformité RGPD.**

## Public concerné

- **Les collaborateurs de Direction Juridique et DSI**
- **RH, RRH, Audit et Dirigeant**

## Formation en intra

- **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- **1/2 journée**

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# TECHNIQUES ET CONSTRUCTION

# Techniques, construction

A. FEE Bat Rénove 1 : devenir responsable technique en rénovation énergétique des logements……84

B. La maison de A à Z……85

C. Les menuiseries extérieures : les fondamentaux…. ……86

D. Le second œuvre et l'isolation : les fondamentaux… ……87

E. Le sanitaire et ses accessoires……88

F. Le chauffage et ses accessoires……89

G. Le carrelage : les fondamentaux ……90

H. Le carrelage : les produits et solutions de pose de carrelage…… ……91

I. La décoration : savoir esquisser le projet client. ……92

# FEE Bat Rénove V1 :
devenir responsable technique en rénovation énergétique des logements

## PROGRAMME

◆ **1. Comprendre le fonctionnement énergétique d'un bâtiment dans le contexte PREH.**

✧ Connaître les ordres de grandeur des postes de consommation d'énergie et les facteurs les impactant,
✧ Connaître le contexte et les enjeux,
✧ Connaître le contexte réglementaire,
✧ Savoir repérer les principaux risques (défaut de mise en œuvre, choix des produits/procédés, dimensionnement) en fonction des différents types de bâti, savoir les repérer.

◆ **2. Connaître les principales technologies clés, les différentes solutions d'amélioration de la performance énergétique d'un bâtiment, leurs interfaces.**

✧ Les principales technologies et leurs performances associées,
✧ Identifier leurs interfaces et leurs risques de dégradations associées.

◆ **3. Dans le cadre d'une approche globale, savoir appréhender et expliquer le projet de rénovation énergétique, en interprétant une évaluation.**

✧ Démontrer les intérêts d'une évaluation énergétique,
✧ Savoir interpréter une évaluation énergétique et en connaître les éléments de sensibilité,
✧ Connaître les scénarios de rénovation et les bouquets de travaux efficaces énergétiquement,
✧ Être capable d'expliquer le bouquet de travaux retenus.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

### Objectifs du stage

✧ **Comprendre le fonctionnement énergétique d'un bâtiment dans le contexte du PREH**

✧ **Connaître les principales technologie clés, les différentes solutions d'amélioration de la performance énergétique d'un bâtiment, leurs interfaces**

### Public concerné

✧ **Responsable technique de l'entreprise**
✧ **Responsables de rayon/secteur**
**Vendeurs**

### Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

### Durée

✧ **3 journées**

### Validation de la formation

✧ **Par un QCM obligatoire**
✧ **Obtenir 80% de bonnes réponses**

# La maison de A à Z

## PROGRAMME

### ◆ 1. Le contexte du bâtiment

✧ Les acteurs de la construction :
- Prescripteurs, artisans, négoces, fabricants.

✧ Leur rôle et leurs responsabilités:
- Règle de l'art et assurabilité des ouvrages – Garanties.

✧ La responsabilité du vendeur :
- Obligation et chaîne de responsabilités.

✧ Les normes en vigueur:
- Norme NF EN – Marquage CE et marque NF,
- Normes de mise en œuvre ( NF DTU, CPT, Avis technique).

✧ Le projet de construction :
- Dossier de plan, organisation, étapes.

### ◆ 2. La logique, les étapes, les techniques et les produits de construction

✧ Le gros œuvre :
- Les fondations et les soubassements,
- Les dallages et les planchers,
- Les murs extérieurs et de soutènements.

✧ Le hors d'eau :
- La charpente et la couverture,
- Les enduits de façade.

✧ Le hors d'air :
- Les menuiseries extérieures.

✧ Le second œuvre et l'isolation :
- Les matériaux d'isolation et les plaques de plâtre,
- L'isolation des combles et des murs extérieurs,
- Les cloisons de distribution et les chapes flottantes.

✧ Les réseaux et les équipements :
- La ventilation mécanique,
- Le réseau de plomberie sanitaire,
- L'installation électrique.

## Objectifs du stage

✧ **Être crédible face à son client grâce à une bonne culture générale de la construction de l'habitat et à l'utilisation d'un vocabulaire approprié.**

✧ **Comprendre l'organisation de la construction d'une maison individuelle : la logique de construction, les techniques et les acteurs.**

✧ **Faire le lien entre le conseil, les règles de construction et les responsabilités engagées.**

✧ **Connaître les différentes étapes de la construction d'une maison individuelle.**

✧ **Identifier les intervenants, le cadre et la nature de leurs missions et leurs responsabilités.**

✧ **Découvrir les normes qui réglementent la construction.**

✧ **Relever les problématiques et les solutions techniques des principaux ouvrages et répertorier les produits associés**

## Public concerné

✧ **Tous salariés en cours d'intégration**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Les menuiseries extérieures :
les fondamentaux

## PROGRAMME

### ◆ 1. Les fenêtres et les portes.

✧ Étude successive des châssis, des ferrures, des matériaux, des vitrages,
✧ Critères de qualité : étanchéité, mobilité, verrouillage, esthétique, entretien, durabilité, thermique, acoustique, retardateur d'effraction,
✧ Marques de certification et classe de performance ( NF, AEV, Acotherm, A2P).

### ◆ 2. Les fermetures.

✧ Coffres de volets roulants, protections solaires (vénitiens, stores extérieurs), motorisation,
✧ Porte de garage : choix des modèles les mieux adaptés à la localisation et à l'utilisation du garage.

### ◆ 3. Les performances techniques des menuiseries et la RT 2012

✧ Les essentiels de la Réglementation Thermique RT2012,
✧ Les coefficients de performance énergétique des fenêtres Uw, Sw, TLw,
✧ L'efficacité des menuiseries et des fermetures vis-à-vis du confort d'hiver et du confort d'été.

### ◆ 4. La prise de cote pour la commande d'une menuiserie.

✧ Les différents modes de pose, les prise de cotes associés, les tolérances de la baie, le lien avec les plans,
✧ Les modes constructifs associés aux modes de pose : isolation par l'intérieur, par l'extérieur, monomur, rénovation.

### ◆ 5. La mise en œuvre des menuiseries.

✧ Les principes de mise en œuvre et les produits adaptés.
✧ Visualisation parfaite des différents cas de mise œuvre grâce à des représentations animées en 3D.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Poser les questions essentielles qui établissent le diagnostic technique du projet client**
✧ **Exploiter avec efficacité les fiches techniques appropriées.**
✧ **Proposer les techniques et produits adaptés et donner leurs avantages.**
✧ **Mettre en confiance le client par une bonne compréhension du projet, une bonne connaissance des produits et des conseils techniques pertinents**
✧ **Connaître les caractéristiques techniques et avantages des techniques et des produits qui interviennent dans la réalisation des ouvrages en menuiserie extérieure.**
✧ **Relever les étapes de la prise de cotes, les conditions d'emploi des produits et les normes qui orientent leur choix.**
✧ **Identifier les solutions techniques et les règles de mise en œuvre associées (DTU, CPT, Avis technique)**

## Public concerné

✧ **Responsables de rayon/secteur**

**Vendeurs / Magasiniers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Le second-œuvre et l'isolation:
## les fondamentaux

# PROGRAMME

### ◆ 1. Le contexte.

✧ Le second-œuvre dans le neuf et la rénovation : habillage, cloisonnement, isolation,
✧ Les problématiques et contraintes des ouvrages : la qualité de l'air, la thermique, l'humidité, l'acoustique, l'incendie.

### ◆ 2. Les isolants.

✧ Les différentes familles d'isolants : fibreux, plastiques, minces,
✧ Les caractéristiques et avantages des isolants : certification ACERMI, performance (R), classement M et Euroclasse.

### ◆ 3. Les caractéristiques et avantages des systèmes et des ouvrages du second-œuvre.

✧ Les solutions sèches : Plaque sur ossature, complexes de doublage, cloisons alvéolaires, chapes sèches (plaques de sol),
✧ Les solutions humides : briques plâtrières, enduits plâtre, Cx de plâtre, terre cuite, béton cellulaire, chapes traditionnelles, fluides, allégées, à prise rapide et isolant de sol.

### ◆ 4. Les problématiques et contraintes du second-œuvre et les solutions associées.

✧ Le traitement des pièces humides : le classement des locaux et les solutions et règles de mise en œuvre,
✧ La réaction et la résistance au feu des produits et ouvrages. Les exigences réglementaires, la performance des ouvrages, les solutions et règles de mise en œuvre,
✧ La performance thermique et la RT 2012: Les essentiels de la RT 2012, les aides financières en rénovation, la performance thermique des parois. Les solutions d'étanchéité à l'air et de ventilation,
✧ L'isolation phonique : les indices de performances acoustiques. La NRA, les labels QUALITEL et la performance des ouvrages. Les principes de base de l'isolation acoustique et les solutions associées.

## Objectifs du stage

✧ **Poser les questions essentielles qui établissent le diagnostic technique du projet client**
✧ **Exploiter avec efficacité les fiches techniques appropriées.**
✧ **Proposer les technique et produits adaptés et donner leurs avantages.**
✧ **Mettre en confiance le client par une bonne compréhension du projet, une bonne connaissance des produits et des conseils techniques pertinents**
✧ **Connaître les caractéristiques techniques et avantages des techniques et des produits qui interviennent dans la réalisation des ouvrages du second-œuvre et de l'isolation.**
✧ **Relever leurs conditions d'emploi des produits et les normes qui orientent leur choix.**
✧ **Identifier les problématiques et les règles de mise en œuvre associées (DTU, CPT, Avis technique)**

## Public concerné

✧ **Responsables de rayon/secteur**

**Vendeurs / Magasiniers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter: contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Le sanitaire et ses accessoires

## PROGRAMME

### ◆ 1. L'alimentation en eau sanitaire.

✧ La distribution de l'eau : les notions de débit et de pression, le traitement de l'eau. L'impact du calcaire sur la durée de vie des produits sanitaires, le réseau de distribution et les normes en vigueur,
✧ La production d'eau chaude : les principaux mode de production, leurs impacts sur le confort et le choix des produits du sanitaire.

### ◆ 2. L'évacuation des eaux usées.

✧ L'évacuation des eaux usées : le réseau de l'eau et les normes en vigueur,
✧ Les produits associés : les siphons, bondes, pipes de raccordement.

### ◆ 3. Les produits et accessoires du sanitaire.

✧ Les caractéristiques, les avantages et les conditions d'emploi : des receveurs, baignoires, vasques, W.C., des ensembles d'hydro-massage et de balnéothérapie, des parois et porte de douche, des meubles de salle de bains,
✧ Les normes en vigueur : la norme NF, les normes EAU et ECAU, les volumes de sécurité NF C15-100, les périmètres de déplacements,
✧ Les conditions de mise en œuvre : d'un receveur, d'une baignoire, d'un W.C. sur bâti-support, d'un lavabo, d'un meuble.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Poser les questions essentielles qui établissent le diagnostic technique du projet client**
✧ **Exploiter avec efficacité les fiches techniques appropriées.**
✧ **Proposer les techniques et produits adaptés et donner leurs avantages.**
✧ **Mettre en confiance le client par une bonne compréhension du projet, une bonne connaissance des produits et des conseils techniques pertinents**
✧ **Connaître les caractéristiques techniques et avantages des techniques et des produits et accessoires qui composent les gammes de sanitaire et de robinetterie.**
✧ **Relever leurs conditions d'emploi , les classements et les normes qui orientent leur choix.**
✧ **Identifier les problématiques et les principales solutions appropriées.**

## Public concerné

✧ **Commerciaux**

**Vendeurs / Magasiniers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Le chauffage et ses accessoires

## PROGRAMME

### ◆ 1. Les besoins.

✧ Les calculs et devis des besoins pour un confort été et hiver.

### ◆ 2. Les produits et les solutions.

✧ Choisir l'énergie, les possibilités, la mixité, les coûts,
✧ Étudier les différents systèmes de chauffage, central, électrique, appoint,
✧ Sélectionner les radiateurs, les planchers chauffants, les climatiseurs,
✧ Connaître les chaudières, les climatiseurs, les accessoires,
✧ Définir les conduits de cheminées, principes, réglementations élémentaires,
✧ Choisir les canalisations, les raccordements, la chaufferie, l'électricité, les accessoires,
✧ Connaître l'intérêt, le principe et le fonctionnement de la régularisation,
✧ Mettre en service et entretenir une installation.

### ◆ 3. Les arguments de vente.

✧ Traduire les spécificités techniques en avantages pour le client,
✧ Utiliser un langage simple et adapté.

## Objectifs du stage

✧ **Poser les questions essentielles qui établissent le diagnostic technique du projet client**
✧ **Exploiter avec efficacité les fiches techniques appropriées.**
✧ **Proposer les techniques et produits adaptés et donner leurs avantages.**
✧ **Mettre en confiance le client par une bonne compréhension du projet, une bonne connaissance des produits et des conseils techniques pertinents**
✧ **Connaître les caractéristiques techniques et avantages des différents systèmes de chauffage.**
✧ **Relever leurs conditions d'emploi , les classements et les normes qui orientent leur choix.**
✧ **Identifier les problématiques , les solutions techniques et règles de mise en œuvre associées (DTU,….)**

## Public concerné

✧ **Commerciaux**
✧ **Vendeurs / Magasiniers**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Le carrelage : les fondamentaux

## PROGRAMME

### ◆ 1. La connaissance technique des carrelages.

✧ La fabrication des carreaux : les techniques couramment employées. Les effets de la fabrication sur les propriétés des Cx,
✧ Les caractéristiques et avantages : du grès cérame plein masse, émaillé et mince, du grès mono cuisson émaillé et du grès étiré, de la terre cuite, de la faïence et de la pâte de verre,
✧ Le marquage des paquets : le choix, la nuance, le calibre et la porosité. Les informations utiles pour la pose du carrelage,
✧ Les classements et normes : Les classements PEI, UPEC, MOH et les normes DIN et AFNOR « pieds nus et pieds chaussés »,
✧ Le traitement et l'entretien : Les précautions d'usage, le traitement des carrelages poreux, le nettoyage courant.

### ◆ 2. La connaissance commerciale des carrelages et le calcul des métrés.

✧ Les critères qui valorisent les Cx : Apprendre à monter en gamme en valorisant la différence. La réussite de l'imitation pierre, parquet. La richesse de la série : choix des formats, des couleurs,
✧ Les questions essentielles : les questions clés qui précisent le besoin du client,
✧ Le calcul des métrés : le pourcentage de coupe, le calcul des métrés et des quantités en boite, en mètre linéaire et en pièce.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **Mettre en confiance son client par une bonne connaissance de ses produits.**
✧ **Poser les questions essentielles qui établissent son projet et ses besoins en carrelage.**
✧ **Proposer les produits appropriés et les argumenter.**
✧ **Connaître les familles de carrelage et repérer leurs caractéristiques techniques et avantages.**
✧ **Répertorier les informations qui définissent les carrelages et qui déterminent leurs préconisations et conditions d'utilisation.**
✧ **Identifier les produits de traitement et entretien**

## Public concerné

✧ **Commerciaux**
✧ **Responsables de rayon/secteur Vendeurs / Magasinier**

## Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

✧ **2 journées**

# Le carrelage :
## les produits et solutions de pose des carrelages

# PROGRAMME

### ◆ 1. Les produits de mise en œuvre des carrelages.

- ✧ La préparation des supports avant la pose : le contrôle des supports à carreler, les dispositions à respecter, selon le DTU 52.2, les produits associés à la préparation des supports, leurs caractéristiques techniques et avantages, leurs conditions d'emploi et d'application,
- ✧ Les produits de pose des carrelages : les mortiers-colles, les adhésifs, les mortiers-joints, les joints en pâtes, les adjuvants et l'outillage associé, leurs caractéristiques techniques et avantages, leurs conditions d'emploi et d'application,
- ✧ La mise en œuvre des carrelages selon la DTU 52.2 : les règles et conditions d'encollage des carrelages, les conditions d'exécution des joints, les joints entre Cx, périphérique et de fractionnement, les profilés et accessoires associés .

### ◆ 2. Les principales solutions de pose des carrelages.

- ✧ Les solutions de pose des carrelages,
- ✧ La réglementation appliquée à la pose des carrelages : en milieu humide, sur plancher bois, sur ancien carrelage, sur isolant phonique, en terrasse, sur plancher chauffant.

## Objectifs du stage

- ✧ **Poser les questions essentielles qui établissent le diagnostic technique du projet client.**
- ✧ **Exploiter avec efficacité les fiches techniques appropriées.**
- ✧ **Proposer les techniques et produits adaptés et donner leurs avantages.**
- ✧ **Mettre en confiance le client par une bonne compréhension du projet, une bonne connaissance des produits et des conseils techniques pertinents.**
- ✧ **Connaître les caractéristiques techniques et avantages des techniques et des produits qui interviennent dans la mise en œuvre des carrelages.**
- ✧ **Relever leurs conditions d'emploi et les normes qui orientent leurs choix.**
- ✧ **Identifier les problématiques, les solutions techniques et règles de mise en œuvre associées (DTU, 52.2, CPT,….)**

## Public concerné

- ✧ **Commercial**
- ✧ **Vendeurs / Magasinier**

## Formation en intra

- ✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

## Durée

- ✧ **2 journées**

# La décoration :
savoir esquisser le projet client

## PROGRAMME

◆ **1. Comprendre et appliquer les règles et techniques de la perspective.**

✧ Le concept, les atouts et les limites de la perspective,
✧ La maîtrise du point de fuite : recherches, analyses et conclusions,
✧ Les étapes du dessin en perspective : les perspectives frontales et obliques avec un ou deux points de fuite, la représentation des objets dans l'espace.

◆ **2. Esquisser et mettre en scène le projet décoratif du client.**

✧ Les techniques et astuces de la réalisation rapide d'une esquisse à main levée,
✧ Les étapes de la mise en scène d'une esquisse : la mise en ambiance ( le positionnement de la couleur, des textures, des graphismes), la mise en scène (la création des effets d'ombre, de lumière, de matière, de miroir, de transparence, d'eau.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

### Objectifs du stage

✧ **Accompagner le client, par un dessin rapide, dans la définition de son projet décoratif.**

✧ **Donner vie à son projet pour aider à matérialiser ses attentes et ses envies.**

✧ **Développer les ventes complémentaires ( accessoires colorés, frises, éclairages, miroir).**

✧ **Être entraîner à la réalisation rapide d'une perspective à main levée.**

✧ **Posséder les règles de la présentation des objets en volume (mobilier, éclairage, sanitaire, végétation).**

✧ **Connaître les techniques et astuces de la mise en valeur d'une esquisse (couleur, ombre, lumières, reflets).**

### Public concerné

✧ **Vendeurs**

### Formation en intra

✧ **Nous consulter : contact@afenbat.fr**

### Durée

✧ **2 journées**

afenbat

ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

# FORMATION À DISTANCE

# Formation à distance

A. Initiation et perfectionnement au management ……97

B. Initiation et perfectionnement aux techniques de vente……99

# Initiation et perfectionnement au management

## PROGRAMME

### ◆ 1. Animation de la politique commerciale.

✧ Présentation de la politique commerciale à l'équipe,
✧ La mise en place d'une opération commerciale,
✧ La fixation des objectifs commerciaux à un vendeur,
✧ L'entretien de suivi aux objectifs commerciaux,
✧ La gestion d'un litige avec un fournisseur,
✧ La négociation des objectifs avec un client,
✧ La négociation des objectifs avec un fournisseur,
✧ Un entretien d'achat avec un fournisseur,
✧ La gestion de la marge dans la négociation,
✧ Savoir dire non à un collaborateur ou à un client.

### ◆ 2. Développement des collaborateurs.

✧ L'accueil d'un candidat,
✧ Les techniques de questionnement,
✧ L'analyse des faits en recrutement : contexte, comportement, conséquences,
✧ L'intégration d'un nouveau collaborateur,
✧ La réponse positive à une période d'essai,
✧ L'échange autour des besoins en formation,
✧ Le retour de formation.

### ◆ 3. La politique QHSE.

✧ L'annonce d'un plan de sécurité en agence,
✧ La fixation des objectifs individuels en terme de QHSE,
✧ L'entretien de recadrage suite à des dérives comportementales QHSE,
✧ Les produits à risque,
✧ Geste et postures,
✧ La circulation dans la cour,
✧ Le chargement et déchargement des camions,
✧ La manipulation des chariots lors des stockages.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **S'approprier les bonnes compétences managériales par la visualisation de vidéos pédagogiques qui permettent de transmettre un grand nombre d'informations en temps réduit grâce à l'utilisation de l'image, de l'émotion, de la voix et des mots clés.**

✧ **Le déploiement pédagogique se fait par différentes séquence. Chaque séquence se compose d'un film erreur et d'un film référence correspondant aux compétences que les managers doivent maîtriser.**

✧ **Après le visionnage de la vidéo erreur, l'apprenant indique sur une page atelier les comportements repérés qui nuisent à la qualité de la relation managérial ou client. Ces comportements seront notifiés pour être comparer avec les pratiques actuelles du manager lors des échanges avec son tuteur.**

✧ **L'apprenant dispose de fiches pédagogiques qui lui permettent de s'acculturer les bonnes pratiques de comportements managériaux et geste à appliquer.**

# Initiation et perfectionnement au management

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 4. Organisation et management d'équipe.

✧ La gestion d'un réfractaire,
✧ Le cadrage d'un entretien : Valorisation et mise en confiance,
✧ La reformulation,
✧ L'entretien de recadrage assertif suite à des retards,
✧ L'entretien de félicitation,
✧ L'entretien d'encouragement,
✧ Le rappel collectif aux règles,
✧ L'application de la méthode DESC = l'assertivité

### ◆ 5. Technique de vente.

✧ La prise de contact dans le cadre d'une prospection et d'un nouveau client,
✧ La découverte des besoins à moyen terme d'un client,
✧ La présentation des gammes produits,
✧ La valorisation de la prestation « Réhabilitation »,
✧ La négociation des conditions de partenariat,
✧ La gestion de l'objection à la mise en place d'un partenariat,
✧ La négociation de projets et chantiers avec une entreprise,
✧ Conclure une négociation client,
✧ La valorisation de la typologie client,
✧ L'accueil client sur le parc,
✧ La relation commerciale sur le parc.

### ◆ 6. Exploitations.

✧ Briefing gestion des stocks,
✧ Briefing mise en place d'un inventaire tournant,
✧ Briefing gestion des stocks morts,
✧ Briefing gestion de la casse.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BATIMENT

## Objectifs suite

✧ **L'apprenant répond à un quizz pondéré avec choix de réponses parmi une liste de propositions. Pour accéder à la vidéo référence, il doit obtenir au moins 85 points. S'il échoue, il doit recommencer le quizz.**

✧ **Après le visionnage de la vidéo référence, l'apprenant note sur une fiche atelier les nouvelles postures managériales qu'il devra appliquer dans son quotidien.**

✧ **Grâce à l'historique, l'apprenant peut retrouver à tout moment sa progression et peut se rappeler des réponses qu'il a fourni précédemment.**

✧ **Avec la traçabilité , le manager peut consulter les temps de connexion, la progression ainsi que les résultats qualitatifs et quantitatifs de son équipe. Il a la possibilité d'imprimer les résultats de chacun, cela lui permet de débriefer de façon constructive avec son collaborateur et de faire un bilan des acquis.**

## Public concerné

✧ **Chef de rayon / département**
✧ **Directeur des ventes**
✧ **Directeur Régionale**

## Durée

✧ **36h15**

✧ **Pour de plus amples informations, contact@afenbat.fr**

# Initiation et perfectionnement aux techniques de vente

## PROGRAMME

### ◆ 1. Le comptoir.

✧ L'accueil,
✧ La gestion du téléphone,
✧ La découverte et reformulation,
✧ L'argumentation,
✧ La gestion de l'objection : « c'est cher ! »
✧ La gestion de l'objection : « J'ai vu le produit sur internet »
✧ La gestion de l'objection : «Je vais réfléchir »
✧ La gestion de l'objection : « Je travaille déjà avec un autre fournisseur »
✧ La gestion de l'objection : «je vais à la concurrence »
✧ La vente complémentaire,
✧ La conclusion au comptoir,
✧ La conclusion avec remise d'un devis.
✧ Scandale au comptoir : le compte bloqué.
✧ La collaboration avec les magasiniers.
✧ La collaboration avec les chauffeurs.

### ◆ 2. La salle d'exposition.

✧ L'accueil des clients,
✧ La découverte d'un projet,
✧ L'argumentation,
✧ Les ventes complémentaires,
✧ La gestion des objections sur un projet,
✧ La conclusion.

### ◆ 3. Le libre service.

✧ L' L'accueil des clients,
✧ La découverte des besoins,
✧ L'argumentation,
✧ Les ventes complémentaires,
✧ La conclusion.

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NEGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs du stage

✧ **S'approprier les bonnes compétences commerciales par la visualisation de vidéos pédagogiques qui permettent de transmettre un grand nombre d'informations en temps réduit grâce à l'utilisation de l'image, de l'émotion, de la voix et des mots clés.**

✧ **Le déploiement pédagogique se fait par différentes séquence. Chaque séquence se compose d'un film erreur et d'un film référence correspondant aux compétences que les salariés doivent maîtriser.**

✧ **Après le visionnage de la vidéo erreur, l'apprenant indique sur une page atelier les comportements repérés qui nuisent à la qualité de la relation commercial ou client. Ces comportement seront notifiés pour être comparer avec les pratiques actuelles du vendeur lors des échanges avec son tuteur.**

✧ **L'apprenant dispose de fiches pédagogiques qui lui permettent de s'acculturer les bonnes pratiques de comportements commerciaux et gestes à appliquer.**

# Initiation et perfectionnement aux techniques de vente

## PROGRAMME (SUITE)

### ◆ 4. Le téléphone.

✧ La réponse à la demande de prix,
✧ La réponse à l'attente d'un devis,
✧ L'annonce d'un retard de livraison,
✧ La relance d'un devis,
✧ La prospection téléphonique,
✧ La relance d'un client en retard de paiement,
✧ La gestion d'un client mécontent pour une erreur de livraison.

### ◆ 5. L'Attaché Technico Commercial.

✧ La prise de contact avec un client,
✧ La découverte des besoins,
✧ L'objection : je ne paye pas le transport »,
✧ L'objection : Prix.
✧ L'habitude fournisseurs,
✧ L'habitude concurrent,
✧ La remise intermédiaire,
✧ Défendre son prix,
✧ La contrepartie.

### ◆ 6. Le parcours vente d'une alarme.

✧ L'accueil d'un client,
✧ La gestion du téléphone face à un client,
✧ La découverte des besoins,
✧ L'argumentation,
✧ Le traitement de l'objection,
✧ Les ventes complémentaires,
✧ La conclusion .

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

## Objectifs suite

✧ **L'apprenant répond à un quizz pondéré avec choix de réponses parmi une liste de propositions. Pour accéder à la vidéo référence, il doit obtenir au moins 85 points. S'il échoue, il doit recommencer le quizz.**

✧ **Après le visionnage de la vidéo référence, l'apprenant note sur une fiche atelier les nouvelles postures commerciales qu'il devra appliquer dans son quotidien.**

✧ **Grâce à l'historique, l'apprenant peut retrouver à tout moment sa progression et peut se rappeler des réponses qu'il a fourni précédemment.**

✧ **Avec la traçabilité , le manager peut consulter les temps de connexion, la progression ainsi que les résultats qualitatifs et quantitatifs de son équipe. Il a la possibilité d'imprimer les résultats de chacun, cela lui permet de débriefer de façon constructive avec son collaborateur et de faire un bilan des acquis.**

## Public concerné

✧ **Vendeurs Sédentaires comptoir, Libre service, salle d'exposition.**
✧ **Vendeur Itinérant.**

## Durée

✧ **36h15**

✧ **Pour de plus amples informations, contact@afenbat.fr**

afenbat
ASSOCIATION DE FORMATION ET D'ETUDES DU NÉGOCE – BÂTIMENT

92 boulevard Raspail
75006 PARIS

Tél : 01 45 48 57 97

Fax : 01 45 48 42 89

contact@afenbat.fr

www.afenbat.fr