hotspot
formations sur-mesure

Catalogue 2026 de formations

Vente • Management • Relation client

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie suivante : Actions de formation

HOTSPOT

NOTRE ORGANISME DE FORMATION





Hotspot est né de l'idée qu'il est possible
d'apprendre en prenant du plaisir.

L'aspect ludique et la gamification sont au cœur de toutes nos constructions pédagogiques.

Mettre à profit toute l'intelligence du cerveau humain !

Qu'elles soient digitales ou présentielles, les formations Hotspot sollicitent les 2 hémisphères du cerveau, simultanément. Nous formons vos équipes avec une pédagogie ludique et un contenu de formation sur-mesure, parfaitement adapté à vos objectifs.

Nos méthodes sont issues de la réalité du terrain.
Nous mettons notre expérience dans l'éducation nationale, la vente, le sport ou encore la restauration au service de formations efficaces.



Avec des consommateurs de plus en plus spécialistes et des collaborateurs "auto-entrepreneurs", la formation doit se réinventer.

Le collaborateur est désormais l'acteur principal de sa montée en compétence.

C'est en capitalisant sur le plaisir d'apprendre que nous créons les ambassadeurs de votre entreprise !

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie suivante : Actions de formation

L'organisme de formation HOTSPOT est certifié « Qualiopi », ce qui garantit la qualité et le sérieux de nos prestations. Cela ouvre la possibilité de prise en charge des actions de formation que nous réalisons pour vos collaborateurs votre OPCO.

SOMMAIRE

L'ORGANISME ET NOTRE APPROCHE

Notre organisme de formation 2

VENTE ET RELATION CLIENT

Relation client 5

Gestion des conflits 6

Technique de vente — Fondamentaux 7

Perfectionner son accueil client 8

Perfectionner sa découverte client 9

Perfectionner son argumentation 10

Vendre une garantie complémentaire 11

Vendre une offre de crédit 12

La servicialisation 13

Vendre les produits — Fondamentaux 14

Vendre les produits — La literie 15

MANAGEMENT ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Parcours management — 10 journées 16

Comprendre les fondamentaux du management 17

Animer son équipe au quotidien 18

Développer les compétences 19

Organiser son temps et sa performance 20

Manager les individualités 21

DISPOSITIFS SPÉCIFIQUES

Ouverture de magasin — Séminaire vente (3 jours) 22

Ouverture de magasin — Vente et management (5 jours) 23

Formation de formateur — Fondamentaux 24

DIGITAL LEARNING ET INFORMATIONS PRATIQUES

Nos offres de Digital Learning 25

Pourquoi nous choisir ? 26

Nos solutions sur mesure 28

Modalités d'accès et accessibilité 29

Contacts HOTSPOT 30

NOS OFFRES DE FORMATIONS PRÉSENTIELLES



APPRENDRE ENSEMBLE

Des formations au plus près des métiers
et de la **réalité du terrain**.



hotspot
formations sur-mesure

CATALOGUE
DE FORMATIONS

VENTE & RELATION CLIENT

Relation Client



43 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,86/5

Objectifs pédagogiques

- Connaître les enjeux de la satisfaction client
- Comprendre l'attitude à adopter pour satisfaire le client
- Développer une communication au service du client

Programme de la formation

01 **La différence entre « satisfait » et « très satisfait »**
Les nouvelles attentes du client
Les enjeux économiques et stratégiques de la satisfaction client

02 **Les 3 acteurs d'une relation client réussie**
L'importance et le rôle de chacun
Valoriser la relation gagnant-gagnant
Un état d'esprit au service du client

03 **Développer une « attitude de Service »**
Susciter la confiance en démontrant son expertise
Créer de la convivialité en personnalisant
Faire preuve d'enthousiasme
La confiance en soi pour rassurer

04 **S'affirmer grâce à sa communication verbale**
Comprendre son mode de communication
Poser les bonnes questions grâce à l'écoute active
L'importance de la voix et le choix des mots
Le langage positif

05 **Rassurer grâce à sa communication non verbale**
Faire preuve d'empathie
Les gestes qui rassurent
L'importance du regard
La communication émotionnelle

Infos pratiques

DURÉE
1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS
Tous public en magasin

PRÉREQUIS
Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION
Test de validation des acquis (QCM)

TARIF
1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuses mises en situation pour acquérir les bons reflexes.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

CATALOGUE
DE FORMATIONS

VENTE & RELATION CLIENT

Gestion des conflits



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Identifier les différents types de conflits
- Comprendre la stratégie à adopter pour désamorcer un conflit
- Adopter une communication factuelle et objective pour résoudre le conflit

Programme de la formation

01 Être en phase avec ses valeurs pour mieux comprendre l'autre

L'importance des valeurs selon Fréderic Hudson
La perception personnelle et subjective du monde
Accepter de ne pas toujours être en accord

02 Comprendre le mécanisme du conflit

Reconnaitre les différents types de conflits
Identifier les acteurs et les sources du conflit
Evaluer le niveau du conflit

03 Les 5 stratégies pour désamorcer et résoudre un conflit

Choisir la stratégie la plus adaptée
Personnaliser et agir avec méthode
Accepter les conséquences de ses choix

04 S'affirmer grâce à sa communication verbale et non verbale

Poser les bonnes questions grâce à l'écoute active
Remplacer les maux qui fâchent par les mots qui rassurent
Différencier empathie et sympathie
Les gestes qui font la différence

05 Exprimer son désaccord avec assertivité

La méthode DESC pour une communication assertive
Rester factuel et objectif grâce à l'analyse transactionnelle
Accepter d'exprimer ses émotions
Savoir exposer une alternative constructive

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

Tous public en magasin

PRÉREQUIS

Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION

Test de validation des acquis (QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuses mises en situation pour acquérir les bons reflexes.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Technique de Vente — Fondamentaux



123participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,90/5

Objectifs pédagogiques

- Identifier les nouveaux enjeux du métier de vendeur
- Comprendre les étapes de la méthode de vente ADAC
- Construire un argumentaire personnalisé intégrant le produit, l'accessoire et le service

Programme de la formation

01 **Le vendeur et la passion du client**

Les nouveaux enjeux du métier de vendeur
Surprendre le client de plus en plus exigeant

02 **Valoriser l'acte d'achat avec les avantages exclusifs de l'enseigne**

Les avantages exclusifs de mon enseigne
Expliquer et positionner ma gamme de produit

03 **Différencier le « feeling » et la « méthode »**

L'importance de la méthode dans la vente
Structurer son approche client pour des ventes plus rapides et plus complètes

04 **Le référentiel ADAC pour démontrer son expertise**

Les 4 étapes de la vente ADAC
La personnalisation de l'accueil pour susciter la confiance
Remplacer la découverte des besoins par une découverte réelle du client
Baser son argumentation sur la passion et l'expertise
Ne pas conclure mais fidéliser

05 **Vendre et augmenter la valeur d'usage**

Intégrer naturellement les accessoires dans son discours de vente
Valoriser l'expérience d'achat grâce aux services de l'entreprise
Fidéliser grâce aux avantages exclusifs de l'enseigne

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION

Test de validation des acquis (QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

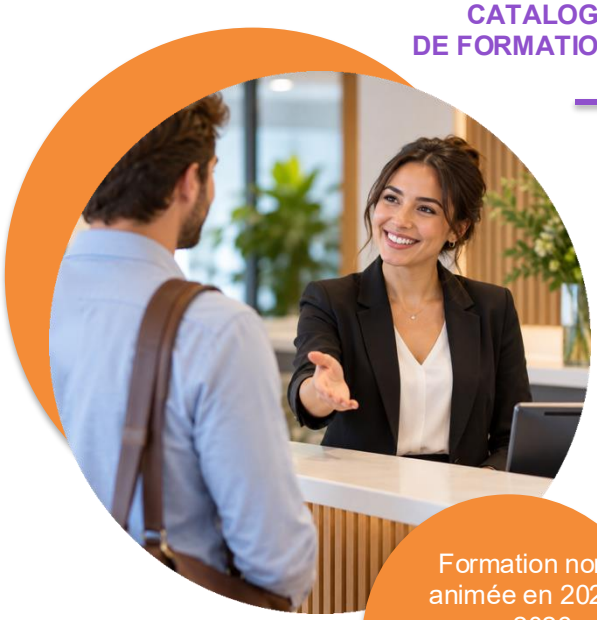
Les participants réaliseront un jeu d'équipe pour prendre conscience de l'importance de la méthodologie.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Technique de Vente — Perfectionner son accueil client



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Identifier le rôle du vendeur dans l'expérience client
- Comprendre l'importance de la personnalisation dans la phase d'accueil
- Appliquer la méthode « 60 secondes chrono » pour augmenter ses ventes

Programme de la formation

01 — Créer une relation unique avec le client
Le rôle du vendeur dans la relation client
Les clés d'une expérience client réussie en magasin

02 — Rentrer dans le cercle de confiance du client
Les nouveaux prescripteurs
Se distinguer face à l'expertise client

03 — Un accueil « 60 secondes Chrono »
Rendre le client « unique »
Valoriser l'acte d'achat
Réussir les premières secondes de la vente

04 — Se positionner pour inspirer confiance
L'importance de la communication non-verbale
Les 4 zones de communication

05 — Se synchroniser pour créer une relation de confiance
Le mimétisme comportemental
Du langage commercial au langage client
Développer son empathie

06 — Accrocher pour susciter l'intérêt
Se différencier dès l'accroche
Surprendre le client avec les atouts de l'enseigne
Susciter l'envie grâce à la personnalisation

Infos pratiques

DURÉE
1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS
- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS
Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION
Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF
Disponible sur demande
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les vendeurs réaliseront des mises en situation pour valider les acquis.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Technique de Vente — Perfectionner sa découverte client



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Identifier les besoins réels du client
- Comprendre l'importance du questionnement ADAC pour augmenter ses ventes
- Appliquer les bonnes méthodes de découverte pour valoriser son expertise

Programme de la formation

01 **Gagner la confiance d'un client de plus en plus « spécialiste »**

Le nouveau positionnement à adopter pour créer un climat de confiance
Le rôle du vendeur face à un client renseigné

02 **Concentrer son attention sur le client plutôt que sur le produit**

Remplacer la découverte des besoins par une découverte réelle du client
Découvrir la problématique client pour créer de la satisfaction
Comprendre ce que le client ne dit pas

03 **Conseiller uniquement sur des critères objectifs**

Différencier « proposition commerciale » et « conseil d'expert »
La découverte pour renforcer la qualité de ses conseils

04 **Découvrir sincèrement le client en 3 étapes**

Explorer les expériences passées
Comprendre l'environnement présent
Projeter le client dans une utilisation future

05 **6 questions ADAC pour une performance garantie**

De la découverte des besoins à la découverte du client
Se concentrer sur le client plus que sur le produit
Ouvrir le champ des possibles

06 **L'importance de la reformulation**

Les différentes techniques de reformulation
Se connecter avec le client grâce à « L'écoute active »

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuses mises en situation pour comprendre de l'importance de la méthodologie.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Technique de Vente — Perfectionner son argumentation



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Connaitre les postures à adopter pour « rentrer dans le cercle de confiance du client »
- Comprendre l'importance de « challenger » l'information des clients
- Appliquer la méthode APB pour augmenter ses ventes

Programme de la formation

01 — Vendeur, un métier de passionné
Les attentes des clients « spécialistes »
Passer « d'expert produit » à « expert client »

02 — Rentrer dans le cercle de confiance des clients
Les nouveaux prescripteurs
Se distinguer face à l'expertise client

03 — Challenger l'information des clients
Affirmer son statut d'expert
Se différencier grâce à la personnalisation
Démontrer la valeur ajoutée du « conseil vendeur »
Projeter le client à l'usage pour vendre une solution complète

04 — La mécanique de prise de décision
Les 3 étapes du processus de décision
La dopamine au service d'une réponse positive
Réduire les contraintes perçues pour une réponse positive

05 — Les techniques pour convaincre
Du langage vendeur au langage client
Comprendre «l'Empan mnésique »

06 — La méthode APB
Argumenter en bénéfices client
Personnaliser pour convaincre
Argumenter pour sublimer

Infos pratiques

DURÉE
1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS
- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS
Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION
Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF
1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuses mises en situation pour comprendre de l'importance de la méthodologie.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Vendre une Garantie Complémentaire



121 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,79/5

Objectifs pédagogiques

- Connaitre les enjeux commerciaux et stratégiques de la vente de garantie complémentaire
- Traduire les avantages exclusifs de la Garantie en bénéfices client
- Structurer son argumentation pour augmenter ses ventes de Garantie

Programme de la formation

01 Adopter une posture de vente « consommation durable »

Les nouveaux modes de consommation
Répondre au besoin d'un achat durable, sans surcoût en cas de réparation

02 La transparence et la clarté des arguments pour convaincre

Différencier la garantie légale et l'extension de garantie
Les avantages exclusifs de mon enseigne
Les bénéfices de chaque Garanties complémentaires

03 L'importance des mots et de la méthode pour susciter l'envie

L'importance de la méthodologie dans la vente
La technique ADAC pour une relation de confiance
Susciter l'envie dès la phase de découverte
Convaincre le client grâce à une accroche percutante

04 La personnalisation pour être plus persuasif et augmenter ses ventes

Comprendre les profils de représentation VAK
Personnaliser ses arguments pour se synchroniser avec le client

05 Structurer le traitement des objections

La méthode AAC pour conserver une relation de confiance
Répondre efficacement à l'objection « c'est trop cher »
Répondre efficacement à l'objection « Je suis déjà couvert »
Répondre efficacement à l'objection « Je rachèterais un autre produit »
S'entrainer à répondre à toutes les objections clients

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION

Test de validation des acquis (QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuses mises en situation pour maitriser parfaitement l'argumentaire.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Simulation de vente
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Vendre une offre de crédit



114 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,89/5

Objectifs pédagogiques

- Connaitre les enjeux commerciaux et stratégiques de la vente à crédit
- Traduire les avantages exclusifs de l'offre de crédit en bénéfices client
- Démontrer son expertise en personnalisant son argumentation

Programme de la formation

01 Donner au client les moyens de ses envies

Les enjeux de la vente à crédit dans la stratégie de l'entreprise
Les tendances du marché favorables à la vente à crédit

02 Lever ses propres freins face à la vente de « Crédit »

Les bénéfices de la vente à Crédit
Les idées reçues sur le Crédit
Adopter un état d'esprit positif pour mieux convaincre

03 Développer son expertise pour inspirer confiance

L'encadrement légale et les conditions administratives
Les différentes possibilités de paiement à crédit
La souscription d'un dossier Crédit

04 Démontrer les exclusivités, la simplicité et l'accessibilité de l'offre

Argumenter sur les bénéfices de l'offre de Crédit
Les avantages exclusifs de notre offre de crédit
Convaincre le client grâce à une accroche percutante

05 Personnaliser pour rendre le client unique

Les 5 profils de clients qui achètent à crédit
Développer un argumentaire adapté à chaque client

06 Démontrer son expertise avec la méthode ADAC

La technique ADAC pour une relation de confiance
Susciter l'envie dès la phase de découverte
Rassurer le client en traitant les objections avec méthode

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Hôte de caisse
- Responsables Caisses
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront des simulations de vente pour parfaire leur argumentation.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

La « Servicialisation »



72 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,82/5

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le nouveau positionnement des Services dans l'acte d'achat
- Démontrer sa valeur ajoutée face à un client exigeant, connecté et expert
- Concevoir une nouvelle approche pour augmenter ses ventes

Programme de la formation

01 La « Servicialisation » du commerce

Les enjeux de la « Servicialisation »
Prendre conscience de la place des Services dans l'expérience client

02 D'un besoin de possession vers une envie d'utilisation

D'un achat produit à un achat Service
Sublimer le produit par la vente de service
Augmenter la valeur d'usage du produit

03 Le Service comme point de départ dans l'argumentation

Développer une nouvelle méthodologie de vente de Services
Argumenter autour des « 4 piliers » de la vente de Service
S'appuyer sur les services exclusifs pour séduire le client

04 Réinitialiser sa vision du service client

Prendre en compte les nouvelles exigences du client « connecté »
Challenger l'information pour rentrer dans le « cercle de confiance »
Se démarquer face à « l'expertise » des clients
S'adapter pour satisfaire le client « conso 'acteur »

05 Renouveler l'expérience client en magasin

Intégrer le besoin « d'omnicanalité » dans son discours commercial
Développer une relation « ultra-personnalisée »
Surprendre pour générer de la dopamine

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Exercer une fonction en relation avec la clientèle

ÉVALUATION

Test de validation des acquis (QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront des exercices de réflexion en groupe pour partager leurs points de vue.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

VENTE & RELATION CLIENT

Vendre les produits — Fondamentaux



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Connaitre les attentes des clients sur la famille de produit
- Comprendre les critères de montée en gamme
- Démontrer son expertise avec une argumentation claire et convaincante

Programme de la formation

01 — Affirmer son expertise face à un client « spécialiste »

Transmettre la passion des produits
Le marché et son évolution

02 — Développer son expertise sur les fondamentaux

Les critères de choix des clients
La composition de la gamme
Savoir se repérer sur le rayon

03 — La montée en gamme pour augmenter son PVM

Les technologies qui font la différence
Rajouter de la valeur d'usage en montant en gamme
Traduire les avantages en bénéfices client

04 — Se distinguer avec des conseils d'experts

Les questions fréquentes des clients
Les conseils de mise en marche et d'installation
Les conseils d'entretien
Les accessoires indispensables
Les services exclusifs

05 — La méthode ADAC pour augmenter ses ventes

Les questions de découverte pour connaitre les besoins réels
Une argumentation APB pour convaincre le client
Réussir une démonstration et donner envie au client

06 — Les tendances par marques

Le positionnement et la vision client par marque
Les technologies par marque

Infos pratiques

DURÉE

1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants s'entraineront à réaliser des démonstrations pour appuyer leur argumentation.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

VENTE & RELATION CLIENT

Vendre les produits — La literie



Objectifs pédagogiques

- Connaitre les attentes des clients en matière de sommeil et de bien-être
- Comprendre les critères de choix d'une solution literie
- Démontrer son expertise avec une argumentation claire et convaincante

Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Programme de la formation

01 **Affirmer son expertise face à un client « spécialiste »**
Une approche conseil et bien-être
Le marché et son évolution

02 **L'importance de la literie pour le sommeil et le bien-être**
Les cycles de sommeil
5 conseils d'experts pour bien dormir

03 **Les fondamentaux de la vente d'un matelas**
Les différents bénéfices d'un matelas
Le fonctionnement d'un matelas
La suspension adaptée aux besoins du client

04 **Les fondamentaux de la vente d'un sommier**
Les différents types de sommiers
Conseiller une solution « sommier/matelas » personnalisée

05 **Les critères de choix de la literie**
Le choix idéal, le choix budget et le choix raisonné
La solution adaptée selon le client
Savoir prendre en considération les préférences du client

06 **La méthode ADAC pour augmenter ses ventes**
Les questions de découverte pour connaitre les besoins réels
Une argumentation APB pour convaincre le client
Conseiller les accessoires indispensables
Réussir une démonstration et donner envie au client

07 **Les tendances par marques**
Le positionnement et la vision client par marque
Les technologies par marque

Infos pratiques

DURÉE
1 journée
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS
- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

ÉVALUATION
Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF
1190€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants s'entraineront à réaliser des démonstrations pour appuyer leur argumentation.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

MANAGEMENT

Parcours management – 10 journées



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Connaître le rôle et les responsabilités du manager
- Comprendre les enjeux de l'animation d'équipe et du développement des compétences
- Appliquer les bonnes pratiques pour un management individualisé et performant

Programme de la formation

01 **Comprendre les fondamentaux du Management (2 jours)**

Identifier son style managérial
Comprendre les attentes des collaborateurs pour adopter un management motivant
Adapter son style de management en fonction de ses collaborateurs

02 **Animer son équipe au quotidien (2 jours)**

Identifier les rituels managériaux pour animer son équipe
Comprendre l'importance de l'animation pour performer
Définir l'animation adaptée au besoin de ses collaborateurs

03 **Développer les compétences (2 jours)**

Identifier les besoins de montée en compétence de son équipe
Comprendre l'importance de la matrice des compétences pour performer
Adopter la posture de « manager formateur »

04 **Organiser son temps et sa performance (2 jours)**

Identifier ses besoins réels en matière de gestion du temps
Comprendre les principes d'organisation du temps
Appliquer les bonnes pratiques pour décider de son temps et gagner en performance

05 **Manager les individualités (2 jours)**

Connaitre les enjeux du management « personnalisé »
Identifier ses axes de travail pour personnaliser sa communication et son management
Adopter la posture de « manager-coach »

Infos pratiques

DURÉE

10 journées
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

11900€ HT
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreux jeux d'équipe pour prendre conscience de l'importance de la méthodologie.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

MANAGEMENT

Comprendre les fondamentaux du Management



444 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,93/5

Objectifs pédagogiques

- Identifier son style managérial
- Comprendre les attentes des collaborateurs pour adopter un management motivant
- Adapter son style de management en fonction de ses collaborateurs

Programme de la formation

01 Exprimer ses valeurs dans son management

L'importance des valeurs selon Fréderic Hudson
Oser être soi, s'affirmer et adopter un management qui nous ressemble
La cohérence personnelle pour motiver ses collaborateurs

02 Être à la hauteur des attentes des collaborateurs

La quête de sens pour réussir à performer
Définir des règles du jeu claires et valorisantes
Les attentes personnelles de chaque collaborateur
Réaliser un feed-back motivant
La montée en compétence pour développer « l'employabilité »

03 Développer l'autonomie et la compétence de ses collaborateurs

Définir et adapter son style de management
Les 4 lois du management situationnel selon Hersey et Blanchard
Le management directif, persuasif, participatif et délégatif

04 Nourrir la motivation de ses collaborateurs

Les 6 sources de motivation
Les motivations générales et spécifiques

05 Distinguer animation d'équipe et performance individuelle

Animer son équipe en s'appuyant sur des rituels managériaux
Organiser son temps et sa performance
Manager les individualités

06 Concevoir et animer un plan d'action motivant

La méthodologie de conception d'un plan d'action
Définir des objectifs SMART

Infos pratiques

DURÉE

2 journées
14 heures au total

PUBLICS CONCERNÉS

- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

2380€ HT
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants s'entraineront à utiliser les méthodes et outils présentés pour faciliter la mise en pratique.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

hotspot
formations sur-mesure

CATALOGUE
DE FORMATIONS

MANAGEMENT

Animer son équipe au quotidien



44 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,93/5

Objectifs pédagogiques

- Identifier les rituels managériaux pour animer son équipe
- Comprendre l'importance de l'animation pour performer
- Définir l'animation adaptée aux besoins de ses collaborateurs

Programme de la formation

01 Affirmer son leadership lors des rituels managériaux
Poser le cadre et organiser les décisions
Fédérer et nourrir le besoin d'appartenance
Reconnaitre l'importance des étapes franchies

02 Le « briefe du matin » pour booster les performances d'équipe
Analyser ses résultats et définir ses priorités au quotidien
Communiquer ses attentes avec enthousiasme
Les profils VAK pour augmenter l'impact de sa communication

03 Le « débriefe » pour booster la performance individuelle
L'importance de la formalisation
Evaluer la performance sans jugement
Faire prendre conscience des axes d'amélioration
Féliciter la performance et encourager l'effort

04 L'entretien de motivation
Féliciter les bons comportements et recadrer avec bienveillance
Développer l'écoute active pour un échange sans interprétation
La méthode « Hamburger » pour un échange positif et constructif

05 Le « suivi informel »
La motivation et le rythme chrono biologique
La méthode « B.A. BA » pour une forte proximité avec ses collaborateurs

06 La réunion d'équipe
Fédérer l'équipe autour de sujets communs
Définir le format de réunion adapté à l'objectif visé
Réussir la conception et l'animation d'une réunion

Infos pratiques

DURÉE
2 journées
14 heures au total

PUBLICS CONCERNÉS
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

ÉVALUATION
Test de validation des acquis (QCM)

TARIF
2380€ HT
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants s'entraineront à utiliser les méthodes et outils présentés pour faciliter la mise en pratique.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

MANAGEMENT

Développer les compétences



Objectifs pédagogiques

- Identifier les besoins de montée en compétence de son équipe
- Comprendre l'importance de la matrice des compétences pour performer
- Adopter la posture de « manager formateur »

Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Programme de la formation

01 **L'humain au cœur de la performance de l'entreprise**
Les collaborateurs sources de croissance et de productivité
Valoriser les « talents » et développer la fidélisation
Donner du sens à l'engagement

02 **La quête permanente de nouvelles compétences**
Nourrir le besoin individuel de progression
Evaluer les motivations de chacun à monter en compétences

03 **La matrice des compétences pour piloter la performance**
Déterminer les compétences nécessaires pour performer
Evaluer le niveau de compétence individuel et collectif
Les actions managériales pour l'acquisition de nouvelles compétences
La répartition et l'équilibrage des ressources

04 **Former ses équipes**
Intégrer la formation dans sa stratégie de développement
La planification des actions de formation

05 **La posture de « manager-formateur »**
Les missions du « manager-formateur »
Comprendre les spécificités de l'apprentissage pour adulte
La conception et l'animation d'une formation

06 **Traduire son expertise en séquence de formation**
Concevoir et animer une séquence de formation
Faire monter en compétence son collaborateur

Infos pratiques

DURÉE
2 journées
14 heures au total

PUBLICS CONCERNÉS
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

ÉVALUATION
Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF
2380€ HT
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

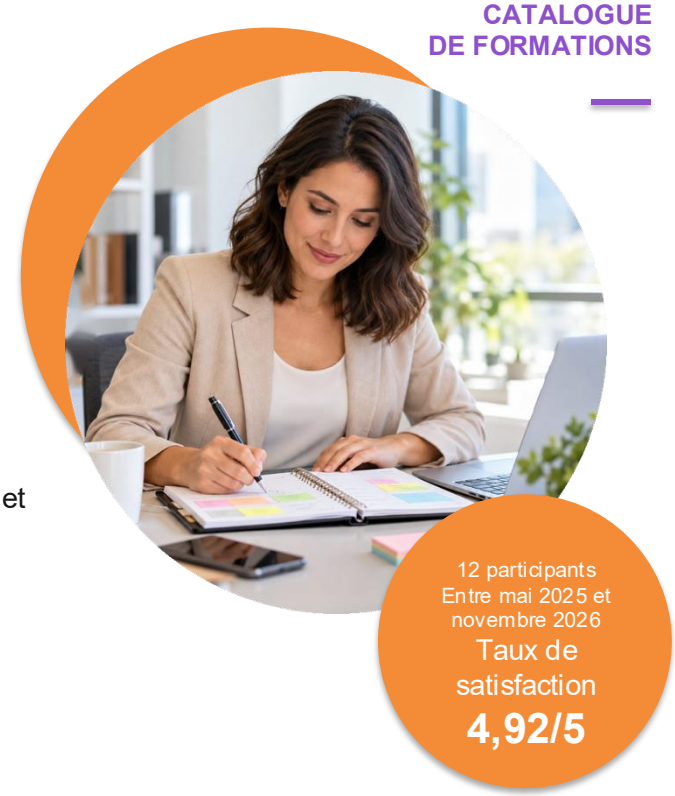
Les participants s'entraineront à utiliser les méthodes et outils présentés pour faciliter la mise en pratique.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

MANAGEMENT

Organiser son temps et sa performance



12 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
4,92/5

Objectifs pédagogiques

- Identifier ses besoins réels en matière de gestion du temps
- Comprendre les principes d'organisation du temps
- Appliquer les bonnes pratiques pour décider de son temps et gagner en performance

Programme de la formation

01 L'importance de la prise de recul
S'accorder du temps pour soi
Ralentir et profiter du moment présent

02 Quantifier ses besoins réels en temps
Evaluer son apport pour chaque tâche et mission
Identifier les actions à haute valeur ajoutée

03 Gérer son temps et prévoir l'imprévisible
10 habitudes pour optimiser et suivre sa productivité
Etablir et suivre son « plan journalier »
Prévoir du temps pour l'imprévu et l'informel

04 Décider de son temps avec la matrice d'Eisenhower
Distinguer l'important et l'urgent
Valoriser les missions prioritaires
Anticiper et planifier pour optimiser la productivité
Déléguer et responsabiliser ses collaborateurs

05 S'opposer aux pertes de temps
Minimiser l'impact des « voleurs de temps »
Identifier les sollicitations excessives et apprendre à dire « non »
Identifier les ressources et demander de l'aide

06 Concevoir un emploi du temps équilibré, réaliste et motivant
La méthode SMART pour des objectifs motivants et atteignables
Intégrer les moments conviviaux et informels dans l'emploi du temps
Arrêter le temps et valoriser chaque étape franchie

Infos pratiques

DURÉE
2 journées
14 heures au total

PUBLICS CONCERNÉS
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

ÉVALUATION
Test de validation des acquis (QCM)

TARIF
2380€ HT
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants s'entraineront à utiliser les méthodes et outils présentés pour faciliter la mise en pratique.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

MANAGEMENT

Manager les individualités



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Connaitre les enjeux du management « personnalisé »
- Identifier ses axes de travail pour personnaliser sa communication et son management
- Adopter la posture de « manager-coach »

Programme de la formation

01 Rendre chaque collaborateur unique

Différencier le collectif et les individualités
Valoriser la personnalité, la créativité et le talent
Les enjeux du management « personnalisé »

02 Capitaliser sur la personnalité de chaque collaborateur

Les catégories de personnalité au travail selon Taibi Kahler
Les apports de chacun dans la performance collective
Donner à chaque collaborateur les moyens d'exceller

03 Gagner en efficacité grâce à une communication ultra-personnalisée

Les 4 styles de communication selon la méthode Persona Global
Mes forces et mes axes d'amélioration en communication
Adapter mon style de communication à chaque collaborateur

04 Développer une relation privilégiée avec chaque collaborateur

La quête de sens et le besoin d'engagement
L'implication au travail et la culture d'entreprise
La symétrie des attentions
Le lien étroit entre « satisfaction client » et « satisfaction collaborateurs »

05 Adopter la posture de « manager-coach »

La prise de hauteur pour développer la confiance
La proximité pour développer l'autonomie
Développer sa capacité d'observation
Une relation unique pour garantir l'épanouissement professionnel

Infos pratiques

DURÉE

2 journées
14 heures au total

PUBLICS CONCERNÉS

- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

2380€ HT
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants s'entraineront à utiliser les méthodes et outils présentés pour faciliter la mise en pratique.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Atelier de démonstration

DISPOSITIFS SPÉCIFIQUES

Ouverture de magasin — Séminaire vente - 3 journées



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Connaître les valeurs et les enjeux de l'enseigne
- Comprendre la méthodologie de vente de l'enseigne
- Adopter un esprit de vente orienté « Service » et « Satisfaction client »

Programme de la formation

01 Adhérer au projet d'entreprise (jour 1)

Comprendre les valeurs et les enjeux de l'entreprise
La stratégie et les ambitions de l'enseigne
Se distinguer de la concurrence
Le rôle stratégique de chacun des membres du magasin
La différence entre « satisfait » et « très satisfait »

02 Adhérer à la méthodologie de vente (jour 2)

Le vendeur et la passion du client
Valoriser l'acte d'achat avec les avantages exclusifs de l'enseigne
Différencier le « feeling » et la « méthode »
Le référentiel ADAC pour démontrer son expertise
Vendre et augmenter la valeur d'usage

03 Adopter un « esprit de service » (jour 3)

Les enjeux des services dans la stratégie de l'entreprise
Les offres de services de l'entreprise (Crédit, Garanties, Assurances…)
Donner au client les moyens de ses envies
Démontrer les exclusivités, la simplicité et l'accessibilité de nos offres
Personnaliser pour rendre le client unique

Infos pratiques

DURÉE

3 journées
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

3570€
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuse situation et des jeux en équipes pour favoriser la cohésion.
Les participants repartiront avec un book complet,
ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

DISPOSITIFS SPÉCIFIQUES

Ouverture de magasin — Séminaire vente et management – 5 journées



Formation non animée en 2025
en 2026
Taux de satisfaction
Non évalué

Objectifs pédagogiques

- Connaître les valeurs et les enjeux de l'enseigne
- Comprendre la méthodologie de vente de l'enseigne
- Adopter un esprit de vente orienté « Service » et « Satisfaction client »
- Adopter les bases d'un management commun

Programme de la formation

01 **Adhérer au projet d'entreprise (jour 1)**

Comprendre les valeurs et les enjeux de l'entreprise
La stratégie et les ambitions de l'enseigne
Se distinguer de la concurrence
Le rôle stratégique de chacun des membres du magasin
La différence entre « satisfait » et « très satisfait »

02 **Adhérer à la méthodologie de vente (jour 2)**

Le vendeur et la passion du client
Valoriser l'acte d'achat avec les avantages exclusifs de l'enseigne
Différencier le « feeling » et la « méthode »
Le référentiel ADAC pour démontrer son expertise
Vendre et augmenter la valeur d'usage

03 **Adopter un « esprit de service » (jour 3)**

Les enjeux des services dans la stratégie de l'entreprise
Les offres de services de l'entreprise (Crédit, Garanties, Assurances…)
Donner au client les moyens de ses envies
Démontrer les exclusivités, la simplicité et l'accessibilité de de nos offres
Personnaliser pour rendre le client unique

04 **Les fondamentaux du management (jour 4 et 5)**

Exprimer ses valeurs dans son management
Être à la hauteur des attentes des collaborateurs
Développer l'autonomie et la compétence de ses collaborateurs
Nourrir la motivation de ses collaborateurs
Distinguer animation d'équipe et performance individuelle
Concevoir et animer un plan d'action motivant

Infos pratiques

DURÉE

5 journées
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

- Vendeurs
- Chefs de rayons
- Directeurs de magasin

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis
(QCM)

TARIF

5950€ HT
Pour 12 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants réaliseront de nombreuse situation et des jeux en équipes pour favoriser la cohésion.
Les participants repartiront avec un book complet, ainsi que l'intégralité de la formation au format numérique.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

DISPOSITIFS SPÉCIFIQUES

Formation de Formateur — Fondamentaux



10 participants
Entre mai 2025 et novembre 2026
Taux de satisfaction
5/5

Objectifs pédagogiques

- Connaitre les fondamentaux de la formation
- Comprendre les leviers pour concevoir une formation motivante
- Appliquer les techniques spécifiques pour une animation réussie

Programme de la formation

01 Comprendre les fondamentaux de la formation (Jour 1)

Les spécificités de la formation pour adulte
Le rôle stratégique du formateur pour l'entreprise
Le formateur au service de la progression individuelle
Différencier le commanditaire et le participant
Traduire son expertise en séquence de formation

02 Concevoir une formation efficace et motivante (jour 2)

Les objectifs pédagogiques avec la taxonomie de Bloom
Formaliser la progression pédagogique avec le « conducteur »
Mettre en valeur les « Messages clés »
Personnaliser l'apprentissage avec les profils de communication VAK
Rédiger un « séquencement » claire et précis
Evaluer les connaissances

03 Maitriser les différentes techniques d'animation (jour 3)

Les composantes et les leviers de l'animation
Maitriser l'alternance « Ecoute » et « Existence »
Créer une dynamique de groupe
Conserver la motivation des participants
Les techniques spécifiques d'animation (exercices, jeux de rôle, quiz…)
Créer une relation de confiance dès le démarrage de la formation
Utiliser la méthode « TOAST » pour une introduction réussie
Conclure et engager les participants
Gérer les situations difficiles

Infos pratiques

DURÉE

3 journées
9h30 - 17h30

PUBLICS CONCERNÉS

Toute personne souhaitant devenir Formateur occasionnel

PRÉREQUIS

Aucun prérequis

ÉVALUATION

Test de validation des acquis (QCM)

TARIF

3570 HT€
Pour 6 personnes max

LES + DE CETTE FORMATION

Les participants bénéficieront d'un accès à notre base de donnée « mon kit de formation » avec des modèles personnalisables de tous les documents nécessaires à la réalisation d'une formation.

PÉDAGOGIE

- Apport théorique et pratique
- Mise en situation
- Entraînement individuel
- Entraînement collectif

NOS OFFRES DE DIGITAL LEARNING



APPRENDRE AUTREMENT

Des dispositifs digitaux sur mesure,
engageants et accessibles



NOS OFFRES DE DIGITAL LEARNING
POURQUOI NOUS CHOISIR ?



HOTSPOT

C'est le choix de Solutions Digitales pour que vos équipes puissent :

ADHÉRER

La personnalisation permet de susciter l'adhésion des équipes à un projet pédagogique qui correspond parfaitement aux problématiques du participant.

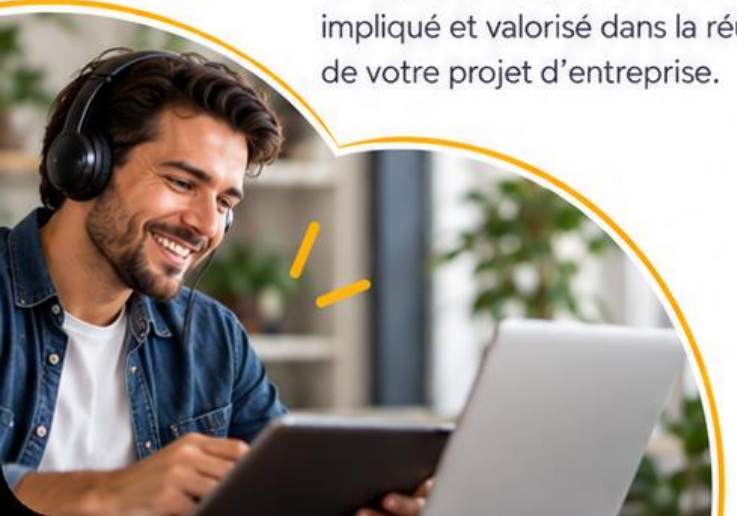
S'ENGAGER



La pédagogie particulièrement ludique de chaque dispositif e-learning favorise le plaisir d'apprendre. Notre défi : développer des formations addictives qui permettent à chaque participant de se reconnaître, tout en développant une véritable envie de monter en compétence !

VALORISER

Nos formations « sur-mesure » permettront à chaque participant de se sentir pleinement impliqué et valorisé dans la réussite de votre projet d'entreprise.



Des expériences de formation qui donnent envie d'apprendre et de se dépasser !

NOS OFFRES DE DIGITAL LEARNING | SUR-MESURE



IN STORE LEARNING

Pour approfondir sur le terrain | Un module conçu pour permettre à vos équipes d'animer la formation en magasin.

SOCIAL LEARNING

Pour développer une communauté | Un dispositif pour partager ses connaissances et favoriser l'engagement autour de votre marque.





SPEED LEARNING

Pour évaluer ses connaissances | Un module conçu autour de jeux et de quiz pour valider le niveau de connaissance des apprenants.

E-LEARNING

Pour découvrir et apprendre | Un module de formation pour maîtriser les fondamentaux et monter en compétence.



Nos Solutions sont 100% responsive

NOTRE ORGANISME DE FORMATION



MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Pour nous contacter et étudier vos besoins, vous pouvez nous contacter :

formation@ajpo-hotspot.com

Prosper Onaheta - 06 29 98 24 85

Nous vous rappellerons sous 48H, les délais d'accès à la formation seront à valider lors d'un entretien téléphonique préalable.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Notre Organisme de formation est à votre écoute afin de permettre à chacun l'accès à nos formations. Une étude de vos besoins sera réalisée afin de construire et adapter notre formation en lien avec les experts mobilisables.

HOTSPOT EN CHIFFRES

2025–2026

Des formations qui mobilisent. Des participants satisfaits.

1 284+

participants formés

De mai 2025 à novembre 2026

4,89/5

SATISFACTION GLOBALE

Moyenne de satisfaction sur l'ensemble des formations HOTSPOT.

4,9/5

QUALITÉ DES FORMATEURS

Qualité des explications et de l'animation appréciée par les participants.

DES FORMATIONS SUR DES THÉMATIQUES VARIÉES

Techniques de vente • Management • Vente de services • Relation client

Méthode : résultats issus des questionnaires de satisfaction à chaud recueillis auprès des participants aux formations de mai 2025 à novembre 2026.

CONTACT



Adrien Joubier

Directeur Associé Hotspot

adrien.joubier@ajpo-hotspot.com

06 31 12 01 28

Prosper Onaheta

Directeur Associé Hotspot

prosper.onaheta@ajpo-hotspot.com

06 29 98 24 85

Matthieu Dubois

Dev. Digital & Communication

matthieu.dubois@ajpo-hotspot.com

06 59 51 65 32