

LIVRET D'ACCUEIL

Formation
en distanciel



**Vous êtes inscrit à une de nos formations
et nous espérons sincèrement que celle-ci répondra à vos attentes.**

**Dans ce livret vous trouverez les informations de notre entreprise
ainsi que les précisions nécessaires au bon déroulement de votre formation.**



Formez-vous par l'action aux nouvelles méthodologies et pratiques des entreprises orientées clients !

Il faut faire pour apprendre et apprendre pour bien faire ! Relevez vos challenges marketing et gagnez du temps en participant à nos formations-actions qui s'appuient sur nos méthodologies d'intelligence collective.

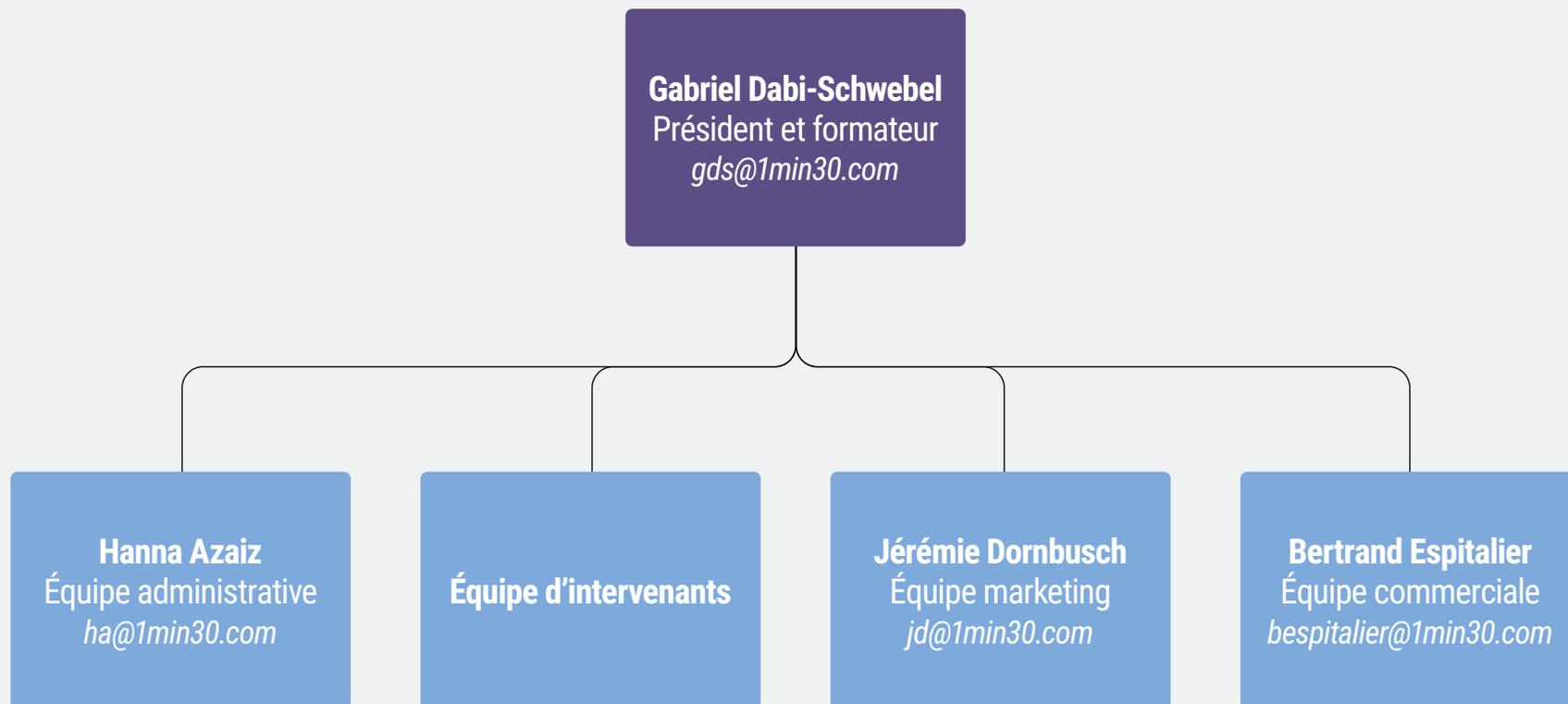
Vous allez adorer nos formations-actions si...

- pour vous formation rime avec action et qu'à l'issue de votre formation vous souhaitez mettre en œuvre ce que vous avez appris !
- vous croyez à la force de l'intelligence collective pour résoudre les problèmes plus efficacement et dégager des consensus !
- vous souhaitez vous appuyer sur des méthodes efficaces co-construites par les meilleurs experts du marketing Toutes nos méthodes et formations s'appuient sur les 4 phases du double-diamant !

Le double diamant est une méthode d'innovation de référence inventée par le UK Design Council :

- **Explorer les problématiques (divergence)** : à travers un canevas spécifique à chacune des méthodes vous vous posez les bonnes questions pour vous immerger dans le problème et cerner les enjeux
- **Formaliser et définir le problème (convergence)** : à l'issue de cette première phase vous dégager collectivement un consensus sur l'énoncé du problème à résoudre
- **Chercher des solutions au problème (divergence)** : à travers les outils propres à chacune des méthodes et des apports théoriques vous faites émerger des idées et des pistes de solutions
- **Définir un plan d'action** : à l'occasion de cette dernière phase vous priorisez vos actions en vous appuyant sur les bons critères

Organigramme de l'organisme de formation 1min30



Nos intervenants

Les consultants d'1min30 ont tous une forte expérience du terrain, ils ont tous occupé des fonctions de management à différents niveaux (directeur commercial, manager de projet, consultants marketing, etc.).

Ils sont formés régulièrement aux techniques d'animation et de formation, chaque consultant reçoit chaque année une formation de 10 jours en moyenne. Les consultants d'1min30 interviennent aussi bien dans des PME que dans des groupes internationaux.

Ressources

Dans le cadre des formations à distance, 1min30 dispose d'un système de visio conférence performant. La transmission synchrone de l'image et de l'audio avec les fonctionnalités de régulation des conversations vous permet un échange en temps réel avec votre formateur et les autres participants.

Afin de vous accompagner au mieux durant cette session de formation, nous disposons d'une assistance technique dans le déroulement du parcours à distance, notamment pour toutes questions relatives à la mise en place de la visioconférence.

Egalement , tout au long de la formation le(s) formateur(s) seront présents pour vous aider dans votre apprentissage. Au moment propice, vous recevrez sur votre boîte mail des fiches pédagogiques pour vous perfectionner dans votre démarche de formation.

Accessibilité aux situations de handicap

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. De plus en fonction des demandes, nous nous rapprocherons des partenaires spécialisés via votre référent de parcours ou la Ressource Handicap Formation de l'AGEFIPH (Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion des Personnes Handicapées).



Article 1 | Objet et champ d'application du règlement

Le présent règlement s'applique à toutes les personnes participant à une action de formation organisée par 1min30. Un exemplaire est remis à chaque stagiaire.

Le règlement définit les principales mesures applicables en matière de santé et sécurité, les règles générales et permanentes relatives à la discipline ainsi que la nature et l'échelle des sanctions pouvant être prises vis-à-vis des stagiaires qui y contreviennent et les garanties procédurales applicables lorsqu'une sanction est envisagée. Toute personne doit respecter les termes du présent règlement durant toute la durée de l'action de formation.

Article 2 | Hygiène et sécurité

La prévention des risques d'accidents et de maladies est impérative et exige de chacun le respect total de toutes les prescriptions applicables en matière d'hygiène et de sécurité. À cet effet, les consignes générales et particulières de sécurité en vigueur dans l'organisme, lorsqu'elles existent, doivent être strictement respectées sous peine de sanctions disciplinaires. Dans le cadre de la formation à distance, il est donc impératif de respecter les règles d'hygiène et de sécurité du lieu où est réalisée l'action de formation, notamment l'entreprise du stagiaire.

L'organisme de formation ne pourra être tenu pour responsable d'incidents ou d'accidents survenus à distance pendant les heures de formation et en particulier liées à l'utilisation des outils informatiques et internet.

Article 3 | Comportement

Il est demandé à tout stagiaire d'avoir un comportement garantissant le respect des règles élémentaires de savoir-vivre, de savoir-être en collectivité et le bon déroulement des formations.

Tout propos inapproprié (harcèlement, racisme ...) et tenu par le stagiaire sur quelconque support de la formation est passible d'exclusion définitive de la formation.

Article 4 | Accès aux formations

L'accès aux formations se fait via la plateforme Zoom avec les accès remis au stagiaire en début de formation.

Article 5 | Horaires

Les horaires de stage sont fixés par l'organisme de formation et portés à la connaissance des stagiaires à l'occasion de la remise aux stagiaires de leur convocation de stage. L'organisme de formation se réserve, dans les limites imposées par les dispositions en vigueur, le droit de modifier les horaires de stage en fonction des nécessités de service. Il en informera alors les stagiaires suffisamment à l'avance. Les stagiaires sont tenus de se conformer aux horaires de formation communiqués par l'organisme de formation. En cas d'absence ou de retard au stage, les stagiaires doivent avertir à minima par mail l'organisme et justifier leur absence. Par ailleurs, les stagiaires ne peuvent s'absenter pendant les heures de stage, sauf circonstances exceptionnelles précisées par l'organisme de formation qui doit informer préalablement l'entreprise de ces absences.

Toute absence ou retard non justifié par des circonstances particulières constitue une faute passible de sanctions disciplinaires par l'organisme de formation telles que prévues au présent Règlement Intérieur.

L'organisme de formation ne pourra être tenu responsable par le stagiaire de n'avoir pas disposé des enseignements dispensés pendant son absence ou ses retards.

Les stagiaires sont tenus de signer la feuille d'émargement remise à chaque début de session.

Article 6 | Sanctions

Tout manquement du stagiaire à l'une des prescriptions du présent règlement intérieur pourra faire l'objet d'une sanction prononcée par le responsable de l'organisme de formation ou son représentant. Tout agissement considéré comme fautif pourra, en fonction de sa nature et de sa gravité, faire l'objet de l'une ou l'autre des sanctions suivantes :

- Avertissement oral de 1min30 ;
- Avertissement écrit de 1min30 et remontée de l'information à sa hiérarchie ;
- Exclusion définitive de la formation avec PV d'exclusion.

Article 7 | Garanties disciplinaires

Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ne soit informé par écrit des griefs retenus contre lui. Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ne soit informé dans le même temps et par écrit des griefs retenus contre lui.

Lorsque 1min30 envisage une prise de sanction, il convoque le stagiaire par lettre recommandée avec accusé de réception ou remise à l'intéressé contre décharge en lui indiquant l'objet de la convocation, la date, l'heure et le lieu de l'entretien, sauf si la sanction envisagée n'a pas d'incidence sur la présence du stagiaire pour la suite de la formation.

Article 8 | Convocation pour un entretien

Au cours de l'entretien, le stagiaire a la possibilité de se faire assister par une personne de son choix, stagiaire ou salarié de 1min30. La convocation mentionnée à l'article précédent fait état de cette faculté.

Lors de l'entretien, le motif de la sanction envisagée est indiqué au stagiaire : celui-ci a alors la possibilité de donner toute explication ou justification des faits qui lui sont reprochés.

Article 9 | Prononcé de la sanction

La sanction ne peut intervenir moins d'un jour franc ni plus de 15 jours après l'entretien ou, le cas échéant, après avis de la Commission de discipline. Elle fait l'objet d'une notification écrite et motivée au stagiaire sous forme de lettre recommandée ou d'une lettre remise contre décharge.

1min30 informe l'employeur de la sanction prise et éventuellement l'organisme paritaire prenant à sa charge les frais de formation.

Article 10 | Représentation des stagiaires

Lorsqu'un stage a une durée supérieure à 500 heures, il est procédé à l'élection d'un délégué titulaire et d'un délégué suppléant en scrutin uninominal à deux tours. Tous les stagiaires sont électeurs et éligibles, sauf les détenus admis à participer à une action de formation professionnelle.

1min30 organise le scrutin qui a lieu pendant les heures de formation, au plus tôt 20 heures, au plus tard 40 heures après le début du stage.

En cas d'impossibilité de désigner les représentants des stagiaires, 1min30 dresse un PV de carence qu'il transmet au préfet de région territorialement compétent.

Les délégués sont élus pour la durée de la formation. Leurs fonctions prennent fin lorsqu'ils cessent, pour quelque cause que ce soit, de participer à la formation.

Si le délégué titulaire et le délégué suppléant ont cessé leurs fonctions avant la fin de la session de formation, il est procédé à une nouvelle élection dans les conditions prévues aux articles R.6352-9 à R.6352-12.

Les représentants des stagiaires font toute suggestion pour améliorer le déroulement des stages et les conditions de vie des stagiaires auprès de 1min30. Ils présentent toutes les réclamations individuelles ou collectives relatives à ces matières, aux conditions d'hygiène et de sécurité et à l'application du règlement intérieur.

Article 11 | Diffusion du règlement intérieur

Le règlement intérieur est envoyé par mail aux stagiaires en amont de la formation et se trouve également en consultation sur notre site Internet 1min30 www.1min30.fr

Fait à Paris, le 02/01/2021

Soucieux de la qualité de nos prestations, nous évoluons dans une démarche d'amélioration continue.

Par le biais de questionnaires en fin de formation, nous analysons vos retours et mettons tout en œuvre pour répondre à vos attentes.

Vos retours sont précieux pour nous !



Siège 75 rue de Belleville
75019 Paris

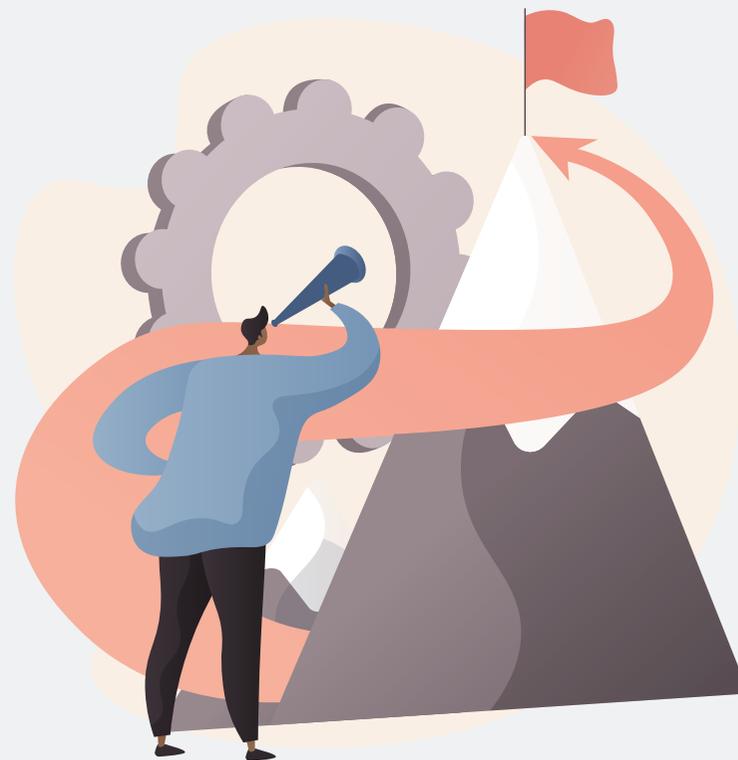
Tél. 06 73 55 17 36

gds@1min30.com
www.1min30.com

Les préalables indispensables avant d'établir le positionnement



- 1 Avoir une offre parfaitement claire**
Bien définir son offre grâce à la Value Proposition Design d'Oster Valder ou l'atelier **Offre & Message 1min30** !
- 2 Connaître sa place sur son marché**
On comprend ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses risques sur son marché, en réalisant un benchmark de ses concurrents et une matrice SWOT.
- 3 Identifier ses clients**
On établit les portraits de ses clients grâce aux personas pour les connaître par cœur : leurs habitudes, leurs attentes, leurs désirs (**Atelier personas 1min30**)...
- 4 Avoir une vision partagée**
Grâce au speed boat, on aligne sa marque, on identifie ses objectifs, ses embûches éventuelles et ses facteurs favorables. L'équipe dirigeante valide la cohérence de son **speed boat**.



Une fois ces étapes réalisées, vous pouvez définir le positionnement de votre marque... surtout pas avant !

Les 4 étapes pour définir son positionnement

1 Trouver ses points forts uniques grâce au jeu de rôle

Avec le jeu de rôle tracteurs / détracteurs, vous identifiez les points forts uniques (par rapport à vos concurrents) et les points faibles (sur lesquels vous devez travailler).



2 Formaliser le positionnement avec le onliness statement canvas

En une phrase, vous définissez ce qui vous rend unique ! Un positionnement clair vous permet de trouver **la promesse de la marque** en lui ajoutant le bénéficié client.



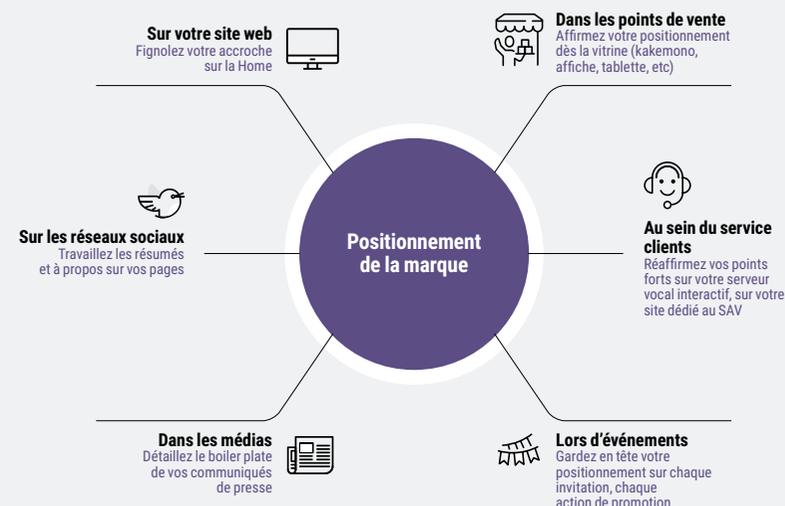
3 Définir la personnalité de votre marque avec le Brand Body

Votre marque est unique ! Il est temps de faire connaissance avec elle, en définissant son caractère et sa morphologie. Les éléments du tone of voice vous ouvrent les portes de la communication de marque.



4 Établir le plan d'action pour partager le nouveau positionnement de votre marque

Vous définissez votre stratégie éditoriale et listez toutes les actions pour faire vivre votre nouveau positionnement et le transmettre à vos clients et vos partenaires.



Étape 1 | Trouver ses points distinctifs avec le jeu de rôle

Trouver les points d'appuis de la marque,
les points différenciants en jouant avec 2 équipes



L'équipe des optimistes ou tractors

Elle liste toutes les forces et les qualités
de la marque, ses facteurs de succès.



L'équipe des pessimistes ou détracteurs

Elle liste toutes les faiblesses et les défauts
de la marque, ses facteurs de risque d'échec.

Étape 2 | Écrire son positionnement avec le Onlyness Statement Canvas

6

Votre distribution

Comment sont vendus vos produits et services ? Dans quel contexte de consommation ? Dans quelle tendance ?

1

Votre catégorie

Quel est votre cœur de métier ?

2

Vos produits

Quels sont vos principaux produits et services ? Avez-vous un moyen de commercialiser unique ?

5

Vos aspirations

A quels besoins de vos clients apportez-vous une solution et de quelle manière ?

1 CATÉGORIE NOUS SOMMES LES SEULS

2 PRODUITS À FAIRE QUOI ?

3 MARCHÉ OÙ ?

4 CIBLE POUR QUI ?

5 ASPIRATIONS POUR QUOI ?

6 DISTRIBUTION COMMENT ?

3

Votre marché

Quel est votre marché ? Est-il local, régional, international ?

4

Votre cible

Quelle est votre cible de prédilection ? Quels sont les caractères généraux de votre client idéal ?

Étape 3 | Établir la personnalité de la Marque avec le Brand Body

Pour décrire la personnalité de votre marque :
ce qu'elle est et ce qu'elle n'est pas.

Tête

Son âge
de communication
et de parole

Est-elle dans l'enfance, l'adolescence,
l'âge adulte, l'âge senior ?

Bras

Ses engagements

Quels sont
ses combats ?
Qu'est-ce qui la
révolte ?

Cœur

Son caractère

Quels sont
ses qualités
et ses défauts ?

Jambes

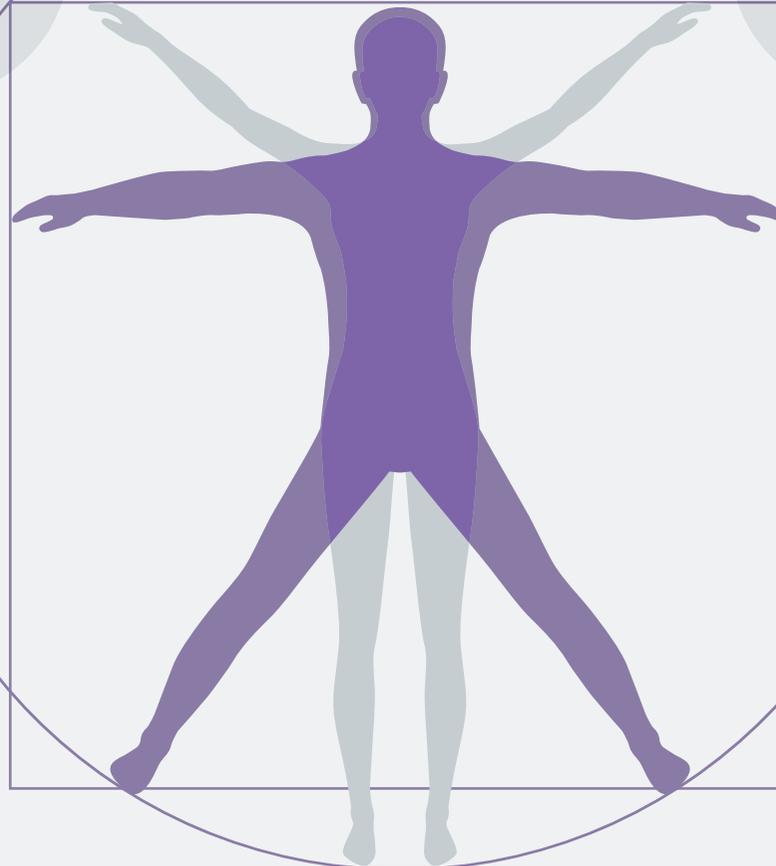
Ses compétences

Quelles sont ses hard
skills ? Quel est son
savoir-faire dans son
cœur de métier ?

Ventre

Son savoir-être

Quelles sont
ses soft skills ?
Quel est son relationnel ?



Étape 4 | Bâtir le plan d'action du positionnement

Les piliers éditoriaux de la marque expriment votre positionnement. Travaillez chaque moyen de communication grâce à notre check-list des supports !

