



Proposition de Formations

METISSE

Année 2020

L'Echécologie®

Réussir, c'est d'abord arrêter d'échouer ...

1

Contacts :

claudelajugee@metisse-finance.com AU 06 81 23 53 91

pascal.pineau@metisse-finance.com AU 06 20 50 30 04

Site :

www.metisse-finance.com

Présentation Générale De L'Echécologie®

2

METISSE est un **organisme de formation** dédié à l'optimisation de la **Performance** d'une structure et/ou d'une personne, principalement dans les métiers du Conseil (CGP, EC, Notaires, Dirigeants).

A partir de ses expériences et de ses recherches, METISSE a développé le concept de **L'Echécologie®**.

Approche totalement novatrice, **L'Echécologie®** pose le postulat que pour stimuler la réussite individuelle et collective, il convient tout d'abord **d'arrêter nos processus d'échecs** et de limitations avant de mettre en place tout principe, outils, méthodes ou stratégies nouvelles.

Le concept de **L'Echécologie®** repose sur quatre niveaux de performance :

- **L'Échec** : à plus ou moins court terme, la sanction de la structure ou du marché est inévitable.
- **La Réussite** : notion de récompense, mais aussi de technique permettant sa reproductibilité.
- **Le non-échec** permet de durer et de ne jamais être concerné par l'échec.
- **La non-réussite** bloque toute véritable réussite.

Une majorité de personnes et/ou de structures utilisent, pour faire face aux contraintes et aux changements permanents de l'environnement, des stratégies de non échec ou de non réussite, permettant de **réussir à ne pas échouer, mais aussi d'échouer à réussir**.

Sur ces sujets, METISSE propose des **formations opérationnelles** reprenant ces concepts et ces outils permettant la réalisation concrète de vos indicateurs de succès.

Présentation des modules METISSE Finance Sommaire & Prix

Les Modules à destination des Conseils en Gestion de Patrimoine (CGP)

- La stratégie digitale dans la démarche commerciale du CGP P4
- De l'Audit au Closing en Gestion de Patrimoine P7
- Histoires de Totaux : La facturation et la valeur du Conseil P10
- Qualité du suivi-client, aspects réglementaires, source de CA P12
- La prise de recommandations, vers l'Interprofessionnalité P14
- Le développement du cabinet par le recrutement et l'intégration P16
- Chef de famille, Chef d'Entreprise : Approche du Dirigeant P18
- Les principes et les outils de la prise de décision en GP P20
- D'autres modules peuvent être **créés sur-mesure**.

Politique des prix facturés au client

Le prix des modules varient selon 3 facteurs :

- **Volume annuel** sur une année glissante : on peut négocier nos tarifs à partir du 5^{ème} jour de formation
- **Historique du Client** : plus le client est fidèle, plus sa fidélité est récompensée soit par une baisse du tarif, soit par une action de formation offerte
- **Mise en relation** : un client recommandé par un autre bénéficie de son tarif.

Ainsi, les prestations sont dans les fourchettes de prix suivantes :

- **Demi-journée** : de 1.234 à 1.547€ HT (de 2 à 3h30)
- **Journée** : de 1.775 à 2.253€ HT (7 heures)

Auxquels se rajoutent les frais logistiques (Transport & Hébergement si besoin), les frais de préparation sont offerts.

- **Objectif pédagogique** : Comprendre les transformations digitales et les impacts dans le métiers de CGP. Trouver des outils adaptés à la démarche commerciale et réglementaire, et mieux les paramétrer.
- **Compétences visées** : Savoir établir un plan d'action pour ajuster son positionnement métier, ses outils tant dans la conquête d'un client que dans la gestion de son portefeuille clients.
- **Public visé** : L'ensemble des CGP et du personnel du Cabinet quelque leur son ancienneté et leurs processus.
- **Prérequis** : Etre en Cabinet (ou Etude) de Gestion de Patrimoine, en contact avec des prospects ou clients en mode direct ou *intermédié* (écran, Skype, téléphone). Aucun besoin d'être initié dans les réseaux sociaux, mais connaissances et pratiques informatiques (avec minimum de type utilisation d'un PC) requises.
- **Durée** : La durée de la formation est de 3h30 effectives .
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : Le module est animé en présentiel à partir d'études et d'enquêtes officielles sur les nouveaux usages et nouvelles pratiques de la cible clients. L'animateur du module est lui-même le Community Manager de METISSE Finance, ses retours d'expériences tant au sein de la société que des clients permettent aux participants de trouver les outils adéquates à leur problématique.

Un support est remis aux participants.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.
- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
- **Modalités d'évaluation**
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Déroulé - Plan de la demi-journée

1. Phase de conquête de clients

- Cadre et définition du Digital :
 - Un vocabulaire anglo-saxon qui déjà peut faire peur ou rebuter certains
 - La Fintech et les robots advisors ne sont pas tout le digital
 - Jusqu'à maintenant, le digital se nourrissait des insatisfactions clients.
 - Le digital est l'opportunité de proposer une offre personnalisée (outils de connaissance client, marketing, segmentation plus fine) et de valoriser un conseil à très forte VA (au-delà du produit), et ce avec un tarif légitime (ROI et ressenti du client).

- Constats :
 - Supports : Mobile 1st / Tablet 2nd / Destop 3rd ...Notion Reponsive design
 - ATAWADAC : Any Time - Any Where - Any Device - Any Content
 - Digital = Discount = Pour les plus pauvres ?
 - Une opposition en trompe l'œil: Henry's (High earning, not rich yet) vs Wendy's (Wealthy enough, not digital yet).
 - Générations YZ : faire avec les outils *en plus* et non à la place
 - Les prospects s'informent sur Internet avant d'acheter : 66% !
 - Place des outils digitaux dans l'activité CGPI : Etude Périclès (p. 34/38)

- L'utilisation des réseaux sociaux : Vers plus de visibilité du CGP...
 - Définition d'un réseau social & Zoom sur quelques outils : Twitter / LinkedIn / Facebook et site Internet / Google Alertes / Google Forms
 - Cartographie des risques :E-réputation : De par la cohabitation de données perso et pro Réglementation : Guide de bonne conduite
 - Impacts relevés :
 - CGP : Image associée / push services / buzz patrimonial
 - Cible : Appétit de services / Comparaisons de stratégies

- Utilisation des outils digitaux en rendez-vous de conquête (Tablette / PC) :
 - Préparation des rendez-vous : Simulations et comparaisons de stratégies
 - RV1 : DER / Animation des séquences des rdv / Méthodologie
 - Présentation des audits & solutions : Comparaisons de stratégies animées (codes couleurs) / Simulations en direct
 - Closing : Signature électronique / Envoi des documents en temps réel

- Conclusion : POUR UNE PRODUCTIVITE ACCRUE + Bibliographie des Sources

2. Phase de gestion des clients

- Big Data & Technologie :
 - Capacité d'extraction de données (métadonnées), traitement par algorithmes, et sémantique optimale (questions et réponses claires).
 - Définitions et enjeux d'aujourd'hui (demain : trop tard !)
- Cadre réglementaire comme fil rouge :
 - Prouver la qualité de service apportée : Quelle est la valeur ajoutée apportée ? Vers un Bilan d'Impact Annuel : BIA (tel un ROI objectif)
 - Traçabilité des informations et mouvements (au-delà de la simple GED)
 - Gestion des données et précautions : CNIL / Cryptage / TRACFIN
- Pilotage du Cabinet avec le Big Data :
 - Coût d'un client : mode de calcul
 - Segmentation du portefeuille client : technique et impacts
 - Plan de pilotage du cabinet : Règlementation, Requêtes commerciales
 - Valorisation du cabinet par sa structuration et sa transférabilité (Val. Vie)
- Informations partagées avec les clients et les partenaires :
 - Coffre-fort électronique : source de pérennité de la relation (précautions)
 - Mises à jour de données par le client lui-même (CNI / Situation perso/pro)
 - Partage d'infos (avec autorisation du client) entre professionnels : accélérations de l'interprofessionnalité
- Gestion des alertes et anomalies financières et juridiques : Exemples
 - Financier :
 - Seuil d'alerte (ou de déclenchement) d'un arbitrage ou RTO
 - Date de fin de crédits, de produits à terme, d'impacts fiscaux
 - Age : Crédit plus facile à obtenir / Simulations Retraite (35+5)
 - Juridique :
 - Mots clés de type : SC / ISF / DMB ... pour cibler une information
 - Age : Assurance-Vie (69) / Changement de régime matrimonial (2)
 - Dates : Séparation (réversion retraite de base) / Kbis (99)
- Conclusion : Il est temps de bouger, « L'âge de pierre ne s'est pas arrêté par manque de pierres ! » + Bibliographie des Sources

- **Objectif pédagogique** : Les modèles utilisés pour les principaux rendez-vous réalisés en gestion de patrimoine sont des éléments clés de la réussite du Conseiller. Tant en ce qui concerne le 1er RDV, le RDV vente ou la gestion du refus, le CGP est le plus souvent à la peine pour décrire son modèle, et donc le mettre en application systématiquement. Nous proposons donc, sur la base des dernières connaissances sur l'optimisation des stratégies relationnelles, différents modèles pertinents et de nombreuses clés facilitant leur utilisation. Il s'agit d'un cadre avec des étapes clés.
- **Compétences visées** : Savoir faire et respecter le processus réglementaire de la vente en 3 temps avec des accélérateurs commerciaux pertinents.
- **Public visé** : L'ensemble des CGP et du personnel du Cabinet quelque leur ancienneté et leurs processus.
- **Prérequis** : Etre en Cabinet (ou Etude) de Gestion de Patrimoine, en contact avec des prospects ou clients en mode direct ou *intermédié* (écran, Skype, téléphone).
- **Durée** : La durée de la formation est de 14 heures effectives (2 jours consécutifs ou pas : nous recommandons 3-4 semaines entre les journées) .
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : La formation étant de 14 heures, avec le recul, nous préconisons de laisser 3 à 4 semaines entre le module Audit et le second appelé CLOSING. Il permet aux participants de tester les outils sur cette période, d'en faire expérience et débriefing ensemble. Les intervenants étant des professionnels de la Gestion de Patrimoine (ayant eu eux-mêmes un cabinet de GP ou du management de CGP à effectuer), leur regard opérationnel permet de calibrer le bon outil selon les problématiques propres à chaque participant. Un support est remis

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.
- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
- **Modalités d'évaluation**
 - Partage des expériences entre le jour 1 et 2
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Journée 1 : De L'Audit

- **Généralités sur le RDV : Ce que l'on appelle 'les compétences molles'**
 - Les préférences cérébrales de Ned Herrmann (dit des 4 Couleurs)
 - Discours, matière, envie, frustration : savoir inverser la frustration
 - Dose d'efficacité minimum, qualité relationnelle, engagement

- **Le 1^{er} RDV**
 - Structuration du modèle
 - Un plan cadre de rendez-vous pour ne pas se perdre
 - Préférences cérébrales liées aux principes de décision
 - Stratège Organisateur Fédérateur Novateur
 - Des questions et des réponses différentes
 - Application sur un modèle DER en 4 temps
 - Audit et définition des besoins
 - Les 4 phases de l'identification des besoins
 - Etat Présent (Problème) & Désiré (Projet)
 - Freins & Ressources
 - Ego financier et émotions liées à l'argent, le pouvoir , la possession
 - Questions d'intérêts et de dispositions
 - Notion de patrimoine Fantôme, Actuel et Fictif
 - Données essentielles via 24 Questions clés
 - Impacts sur la facturation des honoraires
 - Engagement
 - Le cadre de la lettre de mission
 - Zoom sur le principe de payer des honoraires

Journée 2 : Au Closing

- ▶ **Le RDV Vente**
 - ▶ La préparation
 - ▶ Solutions / Lettre de mission / Objectif
 - ▶ Travail sur les biais cognitifs et la structuration de l'offre (7x3)
 - ▶ Structuration du modèle
 - ▶ Le contrôle : Techniques de rappel des besoins
 - ▶ Présentation de la solution
 - ▶ Préférences cérébrales, principes de décision : 4 temps
 - ▶ Application sur une présentation de solution
 - ▶ Travail en atelier sur une solution phare ou classique
 - ▶ L'engagement
 - ▶ Engagement et pré-engagement
 - ▶ De l'interrogatif au déclaratif

- ▶ **La gestion du refus**
 - ▶ Définition et causes du Refus : Quand le client dit tout sauf « Oui »

 - ▶ Le Refus lié au Client
 - ▶ La normalité du refus
 - ▶ L'acceptation de l'objection et son traitement
 - ▶ Traitement selon la nature du refus par ...
 - ▶ Réflexe :
 - ▶ Méta-programme Accordeur / Dés-Accordeur
 - ▶ Validation par le *Oui* ou par le *Non*
 - ▶ Blocage :
 - ▶ Index de computation pour fluidifier la réflexion
 - ▶ Stratégie de questionnement adapté
 - ▶ Résistance :
 - ▶ Traitement d'objection en 5 étapes
 - ▶ Reprise du modèle à cerveau total de Ned Herrmann
 - ▶ Négociation plutôt que passage en force (autorité, expertise)

- ▶ **Synthèse des traitements du refus lié au client.**

- **Objectif pédagogique** : Le business model des cabinets en GP est en évolution notamment à cause de la Réglementation, leur survie en dépend. Il s'agit ici de trouver de nouvelles formes économiques pour pérenniser les rémunérations, et offrir en échange un autre niveau de service aux clients.
- **Compétences visées** : Savoir Facturer son conseil à sa juste valeur.
- **Public visé** : L'ensemble des CGP motivés par un changement de modèle (facturation des honoraires) ou souhaitant optimiser leurs processus.
- **Prérequis** : Etre en Cabinet (ou Etude) de Gestion de Patrimoine, en contact avec des prospects ou clients en mode direct ou *intermédié* (écran, Skype, téléphone).
- **Durée** : La durée de la formation est de 7 heures effectives.
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : De nombreuses études sont à disposition permettant de mesurer les tendances du marchés, les freins et opportunités. Les intervenants étant des professionnels de la Gestion de Patrimoine (ayant eu eux-mêmes un cabinet de GP ou du management de CGP à effectuer), leur regard opérationnel permet de calibrer le bon niveau de facturation selon l'offre et les problématiques (de ressources) propres à chaque participant.

Un support est remis.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.

- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
- **Modalités d'évaluation**
 - Remise un fiche de type Plan d'Action qui sera transmise aux managers ou gérée directement (hot line) si besoin.
 - Qu'allez-vous changer immédiatement ?
 - Quels indicateurs de succès choisissez-vous ?
 - Quelle stratégie allez-vous mettre e place ?
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Plan de travail et déroulé de la journée

- ▶ Les différences sources de rémunérations :
 - ▶ Production et services : des Coûts différents car un travail différent
 - ▶ Comment prouver le travail en amont ? Sélection / Données objectives
 - ▶ Les prix pratiqués sur le marché selon les acteurs
- ▶ Les liens entre Prix / Valeur / Effets / Actions / Missions
 - ▶ Penser entrepreneur ; Quel Coût pour la structure et donc quelle facturation ?
 - ▶ Penser client : Quelle Valeur et donc quel coût facturer ?
- ▶ Travailler sur tous les angles de la Gestion Patrimoine bien au-delà de la plus-value : la valeur ajoutée des 6 facettes de la GP :
 - ▶ Financière, Fiscale, Civile, Sociale, Contractuelle
 - ▶ Et Emotionnelle (si souvent négligée et pourtant évoquée réglementairement)
 - ▶ D'autres primes Clients à ne pas confondre au risque d'Abus de droit : Privé / Professionnel / Entreprise
- ▶ Le positionnement du cabinet et le contenu de son offre : DER
 - ▶ Les aspects réglementaires en lien avec les statuts engagés
 - ▶ La transparence des frais : une obligation de fond et de forme
 - ▶ Une opportunité de montrer la richesse de services à rendre/vendre
- ▶ Travail à partir de maquettes à paramétrer par le CGP :
 - ▶ DER (et lien avec les Associations Professionnelles)
 - ▶ Lettre de mission d'Audit
 - ▶ Offre permettant de facturer des services
 - ▶ Convention d'Abonnement Patrimonial

- **Objectif pédagogique** : Transformer les contraintes réglementaires en opportunités de services auprès du client & Créer de la valeur ajoutée sur les aspects juridiques en lien avec les aspects financiers en mettant en place une offre de services structurée
- **Compétences visées** : Savoir Facturer son conseil durablement par la mise en place d'une lettre de mission d'Abonnement comprenant les services souhaités et acceptés par le Client.
- **Public visé** : L'ensemble des CGP motivés par un changement de modèle (facturation d'un Abonnement) ou souhaitant optimiser leurs processus.
- **Prérequis** : Etre en Cabinet (ou Etude) de Gestion de Patrimoine, en contact avec des prospects ou clients en mode direct ou *intermédié* (écran, Skype, téléphone).
- **Durée** : La durée de la formation est de 7 heures effectives.
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : De nombreuses études sont à disposition permettant de mesurer les tendances du marchés, les freins et opportunités. Les intervenants étant des professionnels de la Gestion de Patrimoine (ayant eu eux-mêmes un cabinet de GP ou du management de CGP à effectuer), leur regard opérationnel permet de calibrer le bon niveau de facturation selon l'offre et les problématiques (de ressources) propres à chaque participant.

Un support est remis.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.

- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
 - Accompagnement du travail sur le contenu de l'Abonnement dans les 3 mois suivants la formation
- **Modalités d'évaluation**
 - Accompagnement et validation du travail demandé dans les 3 mois
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Plan de travail – Déroulé de la journée

Introduction : La qualité du suivi client est une réponse à la fois aux exigences des régulateurs et aux attentes légitimes des clients tout en étant source de Chiffre d’Affaire récurrent. Il s’agit de l’organiser, de le prouver et de le valoriser.

Rappel de la Réglementation : Directive MIF / AMF N°2013-02 et 2013-10 / Traçabilité

➤ 1. L’environnement du Suivi Client

- Ciblage, requêtes et traitement des données : vers le Chiffre d’Affaires...
- Aide à la prise de décision : DER, Autonomie et Choix, Positionnement
- Formalisation du conseil : lettre de mission, contenu, retour sur investissement
- Proposition de Contenu classique pour tous les clients

➤ 2. La valeur ajoutée / Financier

- Agrégation des comptes
- Travail *ex ante* et encadrement (Finance Comportementale)
- Gestion des anomalies et des alertes

➤ 3. La valeur ajoutée / Juridique

- Profil MIF et lien d’engagement
- Gestion des anomalies et des alertes

➤ 4. L’organisation :

- Suivi contresigné et séquences d’un rendez-vous de suivi
- Segmentation du portefeuille clients pour plan d’action
 - Modèle de la Loi de Pareto
 - Choix des indicateurs de poids
 - Travail sur le plan d’action des 3 segments A/B/C tant sur le plan d’action commercial (actions ponctuelles vs durables via l’Abonnement) que Réglementaire.

- **Objectif pédagogique** : Le développement d'un cabinet de Gestion de Patrimoine est lié à 2 axes incontournables. La qualité du portefeuille clients : Comment développer son réseau de clients à l'aide des réussites passées auprès de ses clients historiques ? La qualité de la relation avec les autres métiers du conseil : Comment travailler en inter professionnalité ? Comment les choisir ?
- **Compétences visées** : Savoir demander des recommandations sur sa clientèle, et en faire autant sur son réseau de professionnels de type notaire.
- **Public visé** : L'ensemble des CGP motivés par un changement de modèle (travail sur une cible client ou avec un professionnel identifié) ou souhaitant optimiser leurs processus.
- **Prérequis** : Etre en Cabinet (ou Etude) de Gestion de Patrimoine, en contact avec des prospects ou clients en mode direct.
- **Durée** : La durée de la formation est de 3h30 effectives.
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : Proposition de différentes méthodes permettant de demander des recommandations. Elles sont adaptées à la typologie psychologiques des Conseillers et des clients ou Prescripteurs. Il d'agit que chacun trouve son outil avec lequel il se sente à l'aise, c'est la clé pour éviter la peur et le renoncement.

Un support est remis.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.

- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
 - Accompagnement du travail sur les techniques de prise de recommandations dans les 3 mois suivants la formation
- **Modalités d'évaluation**
 - Accompagnement et validation du travail demandé dans les 3 mois
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Plan de travail – Déroulé de la demi-journée

1. Les techniques de la prise de recommandations :

- Définition d'une recommandation, Objectif & Enjeu vital
 - Différence entre un nom dit *Dur* / *Référencé* / *Recommandé*
 - Les caractéristiques d'une recommandation : *Cible* / *Annonce* / *Appui*
- Savoir donner avant de recevoir : bâtir son réseau et s'auto qualifier
- Une démarche officielle et structurée en 5 temps (confiance, principe, laser cognitif, accompagnement, merci)
- L'art du ciblage : les techniques liées aux Profils HBDI
 - Stratège / Organisateur / Fédérateur / Novateur
 - Les recherches croisées de multiples données

2. Les techniques de la synergie des métiers, l'inter professionnalité ?

- Définition et données du marché
 - Zoom Expert-Comptable / Notaire
 - Réseaux et statut de chacun : raisons de difficultés
- Pourquoi ça ne marche pas...
 - *Notion de propriété et de détournement de clientèle*
 - *Règles financières et réglementation différente*
- Pourquoi et comment ça marcherait :
 - DER ou DERIP (DER Inter Professionnel) : Positionnement des métiers
 - Gestion de Patrimoine aux multi facettes,
 - Fédérateur : la Réunion de Concertation Pluridisciplinaire, un concept porteur

- **Objectif pédagogique** : Le recrutement est un axe de développement majeur d'un cabinet. Hélas, il est le plus souvent vécu comme un facteur de risque financier et de perte de temps pour réussir l'intégration. La maîtrise de ces deux aspects, recrutement et intégration, ouvre cependant de nouvelles perspectives pour le cabinet, et favorise son évolution financière durable. A travers une adaptation des techniques de recrutement et d'intégration aux enjeux et aux comportements d'aujourd'hui, nous proposons une approche concrète et opérationnelle permettant aux cabinets de passer de la notion de risque à la notion d'investissement raisonnable et raisonné.
- **Compétences visées** : Savoir déterminer le profil à recruter, mener l'entretien et bâtir un plan d'intégration sur les premiers mois.
- **Public visé** : L'ensemble des CGP en phase de développement d'acteurs au sein de son cabinet ou souhaitant optimiser leurs processus.
- **Prérequis** : Etre le dirigeant du cabinet ou la personne en charge des RH.
- **Durée** : La durée de la formation est de 3h30 effectives.
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : Les intervenants de METISSE Finance ont dans leur parcours recrutés et intégrés une centaine de collaborateurs aux nombreux statuts , ils disposent d'une boîte à outils complète qu'ils partageront avec les participants.

Un support est remis.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.

- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
 - Accompagnement du travail sur un des axes travaillés (profil, recrutement, intégration en cours) dans les 3 mois suivants la formation
- **Modalités d'évaluation**
 - Accompagnement et validation du travail demandé dans les 3 mois
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Plan de travail –Déroulé de la demi-journée

1. Recrutement

➤ Généralités sur le recrutement

- Candidat « idéal »
- Cible
- Critères de sélection
- Recruter les nouvelles générations

➤ L'entretien de recrutement

- La découverte réciproque
- Les questions clés pour ne pas se faire vendre qu'un potentiel

➤ Principes de **précaution**

- Rémunérations & Statut
- Charte informatique et Règlement Intérieur

➤ Le retour sur investissement a un prix

- Communiquer sur le point sensible à faire progresser (un et un seul)
- Contrôler et Valoriser
- Vers l'autonomie et tableau d'autonomie croissante (TAC)

2. Intégration

- Projets et objectifs
 - Travail sur les indicateurs de succès
 - Maturité relative au travail
- Accompagnement : Objectif / Anticipation / Observation / Débriefing
- Intégrer les nouvelles générations : Y & Z avec les bonnes accroches et le bon projet mobilisateur

- **Objectif pédagogique** : Tous les CGP souhaitent augmenter le niveau de leur clientèle et tous rêvent du Dirigeant. Mais il n'est pas une cible facile, autant courtisé que méconnu. L'approche doit être stratégique, l'offre adaptée et le comportement synchronisé pour rentrer dans son cercle, et ce quel que soit sa phase entrepreneuriale (gestion, croissante ou transmission).
- **Compétences visées** : Savoir parler aux dirigeants, retenir son attention, créer une offre pertinente, et donc être légitime.
- **Public visé** : Etre CGP en charge du développement et/ou de la fidélisation de la clientèle Dirigeants.
- **Prérequis** : Connaître les fondamentaux de la GP sur la personne physique (de type Master 2 ou DU GP).
- **Durée** : La durée de la formation est de 7h effectives.
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : Les intervenants de METISSE Finance sont consultants dans le monde de l'entreprise, notamment en transmission et cession. Ils accompagnent donc les dirigeants, leurs familles et les cadres dirigeants lors de ces missions. Le partage est la clé de ce module car les typologies de dirigeants sont hétéroclites.

Un support est remis.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.

- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences et mesure des impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
 - Accompagnement du travail sur la présentation et le positionnement du Cabinet dans les 3 mois suivants la formation
- **Modalités d'évaluation**
 - Accompagnement et validation du travail demandé dans les 3 mois
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Plan de travail – Déroulé de la journée

1. Principe d'Economie :

- Les données du marché : CGP et Entrepreneurs (CA, Cible, Honoraires ...)
- Le positionnement du CGP : DER attractif / Offre au moins double : Privée & Professionnelle
- La relation Valeur / Coût : Le ROI, leitmotiv de l'entrepreneur / Le Bilan d'Impact Annuel
- Les 3 cartographies de l'entrepreneur (savoir parler comme eux) : *Risques / Kairos / Krisis.*

2. Principe d'Optimisation :

- Les préférences personnelles : Présentation du modèle HBDI (4 couleurs) / Profil du dirigeant / Motivations & Valeurs / Qualité et pertinence de la communication
- L'approche spécifique en rdv découverte : Questions d'intérêts & de dispositions tant sur le Statut, la sphère privée que l'entreprise.
- Approches en suivi pour mieux servir le client :
- Phase de gestion (avec ou pas des difficultés)
- Phase de croissance (recherche de fonds)
- Phase de cession/transmission (anticipation)

3. Principe de Précaution :

- L'ouverture aux autres conseils passe par une présentation humble.
- Travailler avec les conseils en place : synchronisation de leur forme de management du client
- Prendre sa place : *chef d'orchestre ou homme-orchestre ?*

- **Objectif pédagogique** : Les CGP sont souvent d'excellents techniciens dans leur matière, mais cette asymétrie d'expertise face aux clients trouble la relation. Associées à leur savoir, les *compétences molles* étudiées dans ce module leur permettent d'accélérer confortablement la prise de décision de leur interlocuteur. Plus simple, plus direct, plus clair : tout le monde y gagne.
- **Compétences visées** : Savoir-faire prendre une décision à son prospect/client en tenant compte de tous les facteurs tant émotionnels que réglementaires, tout en apportant une vraie solution patrimoniale.
- **Public visé** : Etre CGP en charge du développement et/ou de la fidélisation de la clientèle Dirigeants.
- **Prérequis** : Connaître les fondamentaux de la GP sur la personne physique (de type Master 2 ou DU GP).
- **Durée** : La durée de la formation est de 3h30 effectives.
- **Moyen pédagogique technique et encadrement** : Le sujet se prête aux études de cas des participants en lien avec les affaires qu'ils ont signés ou d'autres pas. Pourquoi ? Comment aurait pu-t-il faire ? L'intervenant donne des clés et fait appel à la créativité des participants en lien avec les éléments étudiés.

Un support est remis.

Une hot line est activée sur les 3 mois suivants la formation.

- **Suivi des connaissances acquises et appréciation des résultats**
 - Test QCM lors de la formation sous forme de jeux en équipe.
 - Partage d'expériences dans la vie quotidienne et impacts
 - Débriefing et validation (voire correction)
 - Accompagnement du travail sur la présentation et les éléments de comparaison de stratégies dans les 3 mois suivants la formation
- **Modalités d'évaluation**
 - Test QCM au début et à la fin du module.
 - Mesure des écarts.
 - Synthèse

Plan de travail – Déroulé de la demi-journée

Introduction sur le métier : Conseiller mais aussi faire décider & agir

- Les données des neurosciences :
 - La naturelle résistance au changement (de prestataires, de conseils, de supports)
 - L'émotionnel lié à l'argent, la gestion de patrimoine
- (Faire) Prendre une décision juste :
 - La différence entre une décision simple (quotidienne) et complexe (en GP). Comment passer du mode Problème au mode Problématique ?
 - Les systèmes de comparaison de stratégies : la clé (7 X 3)
 - Les simulations : *encadrage* (Finance Comportementale), urgence vs stimulation. Etude de possibilité à la hausse/baisse des marchés.
- Les préférences personnelles selon le modèle de Ned Herrmann (HBDI dit des 4 couleurs) :
 - Les modes Problèmes / Problématiques (*S'éloigner de*) et Projet (*Aller Vers*) : savoir parler les deux langages.
 - Les 4 profils : *Stratège / Organisateur / Relationnel / Novateur*
 - Lien avec le profil MIF et rappel de la réglementation (et Rapport Delmas-Marsalet). Poser les questions des connaissances et expériences du client.
- Intégration dans le rdv découverte :
 - Document d'Entrée en Relation (DER) attractif
 - Séquences de l'identification des besoins en 4 temps
 - Matrice de prise de décision comme fermeture du rendez-vous découverte
- Prise de décision (signature) :
 - Lettre de mission : contractualisation de la relation (rappel réglementation CIF)
 - Contenu de l'offre : vers l'Abonnement pour pérenniser les engagements