

# 1.2.3 Top Conseil

## Catalogue de formation 2018

Organisme de formation référencé Datadock



**Organisme de formation** « Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11 75 54991 75. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état. »



# Sommaire

- Les formations dispensées avec : p 4-10
  - les enjeux
  - le public visé
  - les prérequis
  - les objectifs pédagogiques
  - les compétences visées
  - les conditions matérielles du stage durée et tarif
  - Le programme
  - Le suivi de l'acquisition des compétences
- Les méthodes d'animation : p11
- L'évaluation de la formation : p12
- L'organisation de la formation : p13
- La présentation 1.2.3 Top Conseil : p14
- Les références, témoignages clients : p15
- Les conditions générales de vente : p 20



# Les formations dispensées

Le programme des 7 formations ci-dessous sont dans ce catalogue

- Définir une offre de service
- Développer le portefeuille clients
- Optimiser la satisfaction client
- Communiquer pour développer la notoriété
- Maitriser la frontière : Vie Privée - Vie Professionnelle
- Mutualiser les ressources pour augmenter la performance
- Mieux communiquer sur ses actions par le rapport d'activité



## Définir une offre de service :

Apprendre à élaborer une offre en cohérence avec le projet de la structure

### Le public visé

- Responsable marketing et /ou commercial
- Chargé de mission marketing et/ou commercial

### Les prérequis

- Participer à la promotion ou à la communication de l'offre

### Les objectifs pédagogiques

- Evaluer les atouts de la structure dans son environnement commercial
- Concevoir une offre adaptée aux attentes du marché

### Les compétences visées

- Comprendre les interactions entre la structure et son marché
- Intégrer les attentes et besoins du marché dans la conception des offres
- Acquérir des outils et des méthodes pour apprécier le marché et proposer des offres adaptées à la demande

### Les conditions matérielles durée et tarif :

- 2 jours consécutifs → (14h) 2\*7 heures
- Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
- Stage en présentiel
- Tarif : 875 €HT

### Forfait repas :

- Paris : 35€HT
  - Province : 30€HT
- REF : TCF2018-01

Le programme se déroule selon les 4 étapes de progression ci-dessous

### 1-Elaborer l'offre en cohérence avec le projet de la structure

- Découvrir les différentes composantes de l'offre et leurs particularités
- Comprendre l'importance de l'étude de concurrence dans la conception d'une offre
- Définir l'offre en tenant compte des paramètres internes et externes à la structure

### 2-Tester la validité de l'offre avant la mise sur le marché

- Définir une méthode de test : échantillon, outils et méthodologie
- Etudier les règles de l'entretien qualitatif et quantitatif
- Découvrir les règles pour dépouiller les résultats
- Aménager l'offre en fonction des résultats

### 3-Formaliser l'offre pour la commercialiser

- Définir les argumentaires
- Définir les supports de vente
- Définir les circuits de vente

### 4-Définir les indicateurs de mesure

- Repérer les indicateurs de mesure interne : ration de suivi
- Découvrir les indicateurs de mesure externe : retour client

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de l'acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

# Développer le portefeuille clients

Acquérir des outils pour fidéliser et gagner des clients

## Le public visé

- Responsable commercial, responsable d'agence, responsable des ventes
- Chargé de mission commerciale

## Les prérequis

- Participer au plan de développement de la structure

## Les objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la fidélisation et de la prospection
- Evaluer le potentiel de développement
- Elaborer un plan de développement

## Les compétences visées

- Comprendre les interactions entre fidélisation et prospection
- Percevoir la dynamique du développement du portefeuille
- Acquérir des outils et des méthodes pour engager des actions de développement

## Les conditions matérielles durée et tarif :

- 2 jours consécutifs → (14h) 2\*7 heures
- Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
- Stage en présentiel
- Tarif : 875 €HT

## Forfait repas :

- Paris : 35€HT
- Province : 30€HT      REF : TCF2018-02

Le programme se déroule selon les 4 étapes de progression ci-dessous

### 1-Comprendre les deux axes de développement du portefeuille clients : fidélisation et prospection

- Evaluer les enjeux de la fidélisation
- Etudier les couts d'acquisition des nouveaux clients

### 2-Etudier l'impact de la composition du portefeuille sur le développement

- Etudier les différentes caractéristiques du portefeuille client (exemples ancienneté, niveau de prestation, fréquence d'achat, potentiel disponible, etc. )
- Segmenter le portefeuille en catégorie ou typologie

### 3-Définir une politique de développement

- Elaborer un plan de fidélisation avec des actions ad hoc pour augmenter le taux de fidélisation
- Elaborer un plan de prospection avec des commerciales pour gagner de nouveaux clients

### 4- Mettre en place des outils de suivi des résultats

- Définir des outils de suivi de fidélisation (exemple flux entrée/sortie)
- Définir des outils de suivi de prospection (exemple nombre de nouveaux clients)

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

# Optimiser la satisfaction client

Apprendre à utiliser les outils de mesure de la satisfaction

## Le public visé

- Responsable commercial, responsable d'agence, responsable des ventes
- Chargé de mission commerciale

## Les prérequis

- Participer au plan de développement de la structure

## Les objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la satisfaction client
- Apprécier la qualité de service perçue par les clients
- Connaître la valeur de la satisfaction client

## Les compétences visées

- Comprendre les interactions entre satisfaction et développement
- Acquérir des outils et des méthodes pour évaluer la satisfaction client

## Les conditions matérielles durée et tarif :

- 2 jours consécutifs → (14h) 2\*7 heures
- Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
- Stage en présentiel
- Tarif : 875 €HT

## Forfait repas :

- Paris : 35€HT
- Province : 30€HT      REF : TCF2018-03

Le programme se déroule selon les 5 étapes de progression ci-dessous

### 1-Evaluer les enjeux de la satisfaction client

- Comprendre l'impact financier de la rotation du portefeuille
- Apprécier l'impact image d'une clientèle fidèle

### 2-Découvrir les bonnes pratiques pour mesurer la satisfaction client

- Choisir le moment propice à la mesure de la satisfaction
- Sélectionner le support adapté à la mesure et à la cible

### 3-Examiner les méthodes pour apprécier la satisfaction client

- Etudier les indicateurs internes adaptés à la cette mesure
- Apprécier l'importance des indicateurs externes

### 4-Concevoir et réaliser une enquête de satisfaction

- Définir l'échantillon, la période de test et le questionnaire
- Dépouiller et interpréter les résultats
- Définir les actions correctrices

### 5-Mesurer la pertinence de l'outil mis en place

- Examiner les résultats quantitatifs (exemple : nombre de retours)
- Examiner les résultats qualitatifs (exemple : qualité du verbatim)

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

# Communiquer pour augmenter la notoriété

Découvrir les outils qui favorisent la visibilité de la structure

## Le public visé

- Responsable d'agence, responsable de communication, responsable commercial
- Chargé de mission communication

## Les prérequis

- Participer au plan de communication et à la promotion de la structure

## Les objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la communication
- Différencier communication institutionnelle et communication produit
- Comprendre les clés pour réaliser un plan de communication

## Les compétences visées

- Faciliter la mise œuvre d'action de communication
- Acquérir des outils et des méthodes pour réaliser des actions de communication à fort impact

## Les conditions matérielles durée et tarif :

- 2 jours consécutifs → (14h) 2\*7 heures
  - Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
  - Stage en présentiel
  - Tarif : 875 €HT
- Forfait repas :
- Paris : 35€HT
  - Province : 30€HT
- REF : TCF2018-04

Le programme se déroule selon les 4 étapes de progression ci-dessous

## 1-Comprendre les attentes et les contraintes des clients pour choisir le bon angle de communication

- Etudier les différents type d'organisation
- Examiner les circuits de décision pour sélectionner les interlocuteurs ad hoc

## 2- Promouvoir la structure et son expertise auprès des clients

- Elaborer une communication institutionnelle
- Concevoir une communication produit
- Choisir des supports de communication en phase avec la cible visée

## 3- Concevoir le plan de communication

- Fixer un objectif par cible
- Sélectionner les actions pour atteindre la cible
- Dérouler le process action

## 4-Définir les indicateurs de mesure

- Repérer les indicateurs de mesure interne (exemple nombre de sollicitations spontanées)
- Découvrir les indicateurs de mesure externe (sondage sur la connaissance de la marque)

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

## Maitriser la frontière entre la vie privée et professionnelle

Apprendre à mieux gérer les priorités facilite le maintien de la frontière entre vie privée et vie pro

### Le public visé

- Aide à domicile, AVS

### Les prérequis

- Tout intervenant du service à la personne travaillant au domicile du client

### Les objectifs pédagogiques

- Découvrir l'intérêt de différencier Vie privée et Vie professionnelle
- S'appuyer sur des outils pour faciliter la gestion quotidienne
- Prendre du recul et gérer les priorités
- Augmenter la confiance en soi
- Promouvoir la prestation service à domicile

### Les compétences visées

- Comprendre les interactions entre gestion du temps et qualité de vie privée et pro.
- Acquérir des outils et des méthodes pour mieux maitriser vie privée et vie pro

### Les conditions matérielles durée et tarif :

- 2 jours consécutifs → (14h) 2\*7 heures
- Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
- Stage en présentiel
- Tarif : 875 €HT

### Forfait repas :

- Paris : 35€HT
- Province : 30€HT

REF : TCF2018-05

Le programme se déroule selon les 4 étapes de progression ci-dessous

### 1-Définir Vie privée et Vie professionnelle

- Comprendre les raisons d'une frontière difficile à maintenir
- Lister les avantages de la frontière et de son existence
- Découvrir les outils pour conserver cette frontière

### 2- Mettre en scène les situations de travail

- Jouer à tour de rôle le client, le prestataire et l'observateur
- Débriefing sur les vécus et les axes de progrès

### 3- Améliorer sa gestion du temps

- Rappeler les objectifs d'une maîtrise de la gestion du temps
- Présenter quelques outils de gestion du temps

### 4-Définir un guide des bonnes pratiques Vie privée/Vie pro

- Valider les bonnes pratiques à utiliser
- S'engager sur des objectifs personnels
- Suivre l'atteinte des objectifs

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

## Mutualiser les ressources pour augmenter la performance

Apprendre à définir le cadre d'un partenariat et à définir les règles du partage gagnant / gagnant

### Le public visé

- Responsable d'agence ou de service

### Les prérequis

- Rechercher un projet de mutualisation

### Les objectifs pédagogiques

- Découvrir et comprendre les enjeux de la mutualisation
- Porter un nouveau regard sur les ressources disponibles
- Rechercher des partenariats gagnant/gagnant
- Augmenter la performance de la structure sans investissement supplémentaire

### Les compétences visées

- Faciliter la mise en place de la mutualisation.
- Acquérir des outils et des méthodes pour mettre en œuvre la mutualisation

### Les conditions matérielles durée et tarif :

- 2 jours consécutifs → (14h) 2\*7 heures
- Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
- Stage en présentiel
- Tarif : 875 €HT

### Forfait repas :

- Paris : 35€HT
- Province : 30€HT      REF : TCF2018-06

Le programme se déroule selon les 5 étapes de progression ci-dessous

### 1-Comprendre les enjeux de la mutualisation

- Définir la mutualisation
- Formaliser les objectifs de la mutualisation

### 2-Réaliser l'audit des ressources et des outils

- Lister le potentiel de ressources à céder
- Etudier les besoins en ressources complémentaires
- Définir des délais de mise à disposition

### 3-Sélectionner les partenaires

- Identifier les partenaires potentiels
- Sélectionner les partenaires potentiels

### 4-Etablir les relations

- Sélectionner et prendre contact avec le partenaire potentiel
- Proposer et négocier une solution commune
- Formaliser le partenariat et son fonctionnement

### 5-Piloter le partenariat

- Suivre les relations et les résultats des partenariats engagés
- Faire vivre le partenariat

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

## Mieux communiquer sur ses actions par le rapport d'activité

Apprendre à promouvoir l'activité et les projets de la structure avec le rapport d'activité

### Le public visé

- Responsable d'agence ou de service
- Responsable de la communication

### Les prérequis

- Etre en charge du rapport d'activité

### Les objectifs pédagogiques

- Comprendre l'importance du rapport d'activité comme support de communication interne et externe
- Sélectionner et intégrer les éléments pour la conception du rapport d'activité
- Exploiter le rapport d'activité comme outil de communication

### Les compétences visées

- Savoir capitaliser sur le rapport d'activité pour renforcer l'image et la notoriété de la structure
- S'organiser pour collecter les informations à intégrer dans le rapport d'activité

### Les conditions matérielles durée et tarif :

- 1 jour → 7 heures
- Horaires : 9h à 17h avec une pause déjeuner d'une heure
- Stage en présentiel
- Tarif : 450 €HT

### Forfait repas :

- Paris : 35€HT
- Province : 30€HT      REF : TCF2018-07

Le programme se déroule selon les 4 étapes de progression ci-dessous

### 1-Définir la structure du rapport d'activité

- Rappeler les objectifs du rapport d'activité
- Présenter les composantes du rapport d'activité
- Travailler le fonds et la forme pour obtenir un rapport à forte valeur ajoutée
- S'organiser pour collecter les informations et données nécessaires à la réalisation du rapport

### 2-Réaliser un benchmark de rapports d'activité sélectionnés

- Repérer et étudier les rapports pour réaliser une analyse SWOT sur le fond et la forme
- Tirer les enseignements de l'étude concurrence pour les appliquer aux cas des structures participantes

### 3-Travailler en petit groupe sur les cas pratiques

- Elaborer l'analyse de l'existant avec la méthode SWOT
- Proposer des aménagements ou évolutions pour promouvoir la structure et ses projets

### 4-Etudier l'exploitation du rapport d'activité

- Analyser les pratiques actuelles : à qui est-il diffusé? Avec quel message? Où est-il disponible? Comment peut-on y accéder?
- Etudier de nouvelles opportunités d'exploitation en interne et en externe

Les méthodes pédagogiques sont interactives avec des : informations théoriques, exercices pratiques, travaux en groupe, jeux de rôle, quizz, QCM. L'évaluation de acquisition des connaissances se fait en cours de formation avec des quizz ou QCM. A l'issue de la formation le stagiaire reçoit une attestation et les supports de cours.

# La méthode d'animation

Tout l'enjeu est de pouvoir capitaliser sur l'expertise des participants pour faciliter l'acquisition de nouvelles pratiques.

Les séances de formation sont interactives avec des :

- Informations théoriques
- Discussions et échanges
- Exercices pratiques
- Travaux en groupe
- Jeux de rôle
- Quizz

Les exercices sont conçus à partir de situations réelles rencontrées par les participants ou des acteurs du même secteur d'activité.

**Les journées de formation se déroulent de 9h00 à 17h.** Elles comprennent une pause le matin à mi-séance, une pause déjeuner et une pause l'après midi à mi-séance.

Toutes les journées de formation se déroulent avec les étapes suivantes :

- Accueil,
- Tour de table avec les stagiaires recueil des attentes et des besoins
- Présentation du programme et méthodes d'animation
- Déroulé de la formation avec la théorie et la pratique
- Clôture de la séance avec un retour sur le vécu de chacun et une évaluation de la séance
- A l'issue de la formation, le stagiaire reçoit une attestation de stage et les supports de formation



# L'évaluation de la formation

L'évaluation de la formation nécessite plusieurs temps :

- Une phase en amont pour définir avec le client les objectifs à atteindre en fonction d'une attente et des besoins de formation
- Une phase à l'issue de la formation pour évaluer à « chaud » l'adéquation entre les objectifs initiaux et les objectifs atteints
- Une phase 6 mois après la formation pour apprécier la mise en pratique de la formation sur le terrain

Chacune de ces évaluations se font avec des outils adaptés au recueil de l'information



# L'organisation pratique de la formation

## Le lieu de la formation

La formation se déroule selon les cas :

- Dans les locaux de la structure cliente
- Dans les locaux de 1.2.3 Top Conseil
- Dans un lieu extérieur loué spécialement pour la formation.

## Le nombre de participants par stage

Pour les formations collectives, elles se déroulent en groupe de 10 stagiaires. La formation est assurée à partir de 6 participants. En dessous de ce nombre, la formation est annulée et prise en charge par le client. Cette prise en charge est due si l'annulation a lieu dans un délais de moins de 10 jours avant la formation.

## Le prix de la formation

La journée de formation est à partir de 1 000 €HT, hors frais de location de salle et de restauration.

**Les tarifs individuels sont indiqués sur les programmes en fonction de la durée de la formation. Les tarifs individuels sont tous frais compris hors forfait déjeuner.**

1.2.3 Top Conseil est un organisme de formation enregistré à la DIRECCTE Ile de France sous le n° 11 75 54991 75.

**1.2.3 Top Conseil est un organisme de formation référencé Data Dock.** Grâce à cette validation, les OPCA peuvent vérifier la conformité de nos formations aux critères du décret Qualité du 30 juin 2015 concernant la formation professionnelle. **Ainsi, notre démarche de qualité est reconnue et permet aux entreprises et aux professionnels d'obtenir le financement d'une formation par leur OPCA .**



## 1.2.3. Top Conseil



**Marianne Roquebrune Best,**  
un profil adapté par :

- Ses connaissances en communication, marketing et en contrôle de gestion liées à son parcours professionnel chez Allianz
- Son expertise de formation au CNAM et à Paris Descartes
- Son expérience en tant que formatrice auprès de nombreuses associations

Diplômée Dauphine et CELSA, Marianne Roquebrune-Best a exercé diverses fonctions en marketing, communication et gestion de projet pendant de nombreuses années dans le secteur de l'assurance.

Installée, depuis 2013, comme Consultante et Formatrice Indépendante sous la marque 1.2.3 Top Conseil, elle accompagne aujourd'hui les entreprises et les associations dans le développement de leur activité et de leurs compétences.

Sa valeur ajoutée :

- Son écoute, sa curiosité et son intérêt pour de nombreux domaines d'activité lui sont de véritables moteurs d'engagement au service de ses clients
- Sa formation initiale, son expertise technique\* et sa connaissance de l'entreprise lui permettent de proposer des méthodes et des outils adaptés aux besoins et attentes du client
- Sa mission d'enseignante au CNAM et sa participation à l'animation d'un réseau de

Femmes lui confèrent la maîtrise de l'animation de groupe

**1.2.3 Top Conseil est référencé DLA, pour intervenir en Ile de France et en régions.**

**Organisme de formation référencé DATA DOCK**

«Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11 75 54991 75. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état. »

Retrouver les informations sur : [www.123topconseil.fr](http://www.123topconseil.fr), [LinkedIn](#), [Twitter](#),

\*Les outils marketing: les matrices SWOT, PESTEL, McKinsey, BCG, ADL, Ansoff, GPO, les Panels, le CRM, l'analyse de la fidélité, de la pénétration et de la notoriété sur le marché, le processus d'achat, le mix-marketing, les référencements internet, Marketing Digital, etc.

## 1.2.3. Top Conseil : des références en entreprise et dans le monde associatif

- Allianz
- Eurotech France
- La Compagnie des Femmes
- AMC ressources
- Caroline Feldman
- Graphic Events
- 1FOPRESTA
- Suresnes Habitat Jeunesse
- Haut de Seine Initiative
- BGE ADIL
- BGE Picardie
- BGE Yvelines
- ADDEL
- Fol93
- IPCA
- Dynamique 16
- Initiatives et Changement
- La Compagnie Vagabond
- Ygazelle
- FASOL
- Femmes Solidaires 93
- FACE Seine Saint Denis
- Le Rayon de Soleil Bryard
- Le RADyA
- APF Paris & Val de Marne
- ADPAHS
- Valérie Blairon, Avocat
- Essonne Active
- Qualcynus
- Cohésion 17
- Présence à Domicile
- Foyer Carcel
- IRIS/INAE
- AGIR 17
- Jad'Insert
- Etc.



## 1.2.3. Top Conseil : Témoignages



"Directrice d'un Pôle à Domicile comprenant deux SAP, j'ai eu la chance de rencontrer Marianne ROQUEBRUNE dans le cadre d'un accompagnement à la structuration de notre offre commerciale et notre stratégie de communication. Elle a su, par son professionnalisme, son pragmatisme et ses qualités humaines, impulser une nouvelle dynamique au sein de notre équipe, ce qui nous permet aujourd'hui d'envisager de nouvelles perspectives de développement. J'ai particulièrement apprécié ses capacités à s'adapter aux spécificités de notre secteur, son regard critique et son enthousiasme. Un grand merci à Marianne pour son accompagnement de qualité. »  
**Nacima ZERRIATTE, Directrice**  
**Pôle à Domicile APF 94 - SAAD 75**



« Nous avons la motivation, des idées à foison, quelques outils "faits maison" et la nécessité de développer notre activité. Mais aucune compétence en communication et marketing. Marianne est venue nous accompagner dans nos projets puis le tour était joué. Elle nous a écouté, a diagnostiqué avec justesse notre situation, nos forces et faiblesses et nous nous sommes mis au travail. Nous avons maintenant acquis une méthodologie d'action et savons construire et utiliser les outils ad-hoc afin d'atteindre les objectifs fixés. Merci Marianne et à bientôt pour une évaluation post-intervention »  
**Pascal Vérolot, Directeur de Cohésion 17**



« Experte en marketing et communication, attentive à nos besoins d'association de quartier, et à l'écoute de nos difficultés, Marianne Roquebrune nous a vraiment été d'un grand secours pour structurer l'offre commerciale de l'association FaSol. Pas à pas, et avec toute son énergie, Marianne Roquebrune nous a guidés vers l'essentiel sans perte de temps. Nous disposons désormais d'un joli catalogue d'offres d'animations en entreprises : bravo à toute l'équipe FaSol d'avoir tenu le rythme, et merci à Marianne pour tous ses conseils ! »  
**Isabelle Hollebecq, Directrice de FaSol**



Marianne sait motiver et fédérer les équipes en adaptant les actions à mener aux compétences de chacun qu'elle identifie avec beaucoup de justesse. Toujours positive et disponible travailler avec Marianne restera une expérience très enrichissante.  
**Cédric Monnereau. CIP. AGIR**

## 1.2.3. Top Conseil : Témoignages



"Nous avons fait intervenir Marianne Roquebrune pour accompagner plusieurs structures du territoire. Nous avons beaucoup apprécié son approche de l'accompagnement, sa compréhension des enjeux et tout particulièrement son adaptation aux besoins des structures. Outre ses compétences professionnelles, ce sont ses qualités humaines et sa capacité à mobiliser les équipes et à les faire travailler collectivement à l'élaboration de leurs propres réponses qui font toute la qualité de ses interventions."

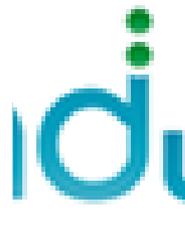
**Claire Piot, Chargée de mission DLA, Fédération de Seine Saint Denis, Ligue de l'Enseignement FOL93**



« Marianne a aidé notre association, Initiatives et Changement, à se repenser en profondeur, et de façon très concrète et pratique. En un trimestre, avec peu de séances de travail, son approche du marketing centrée sur l'humain et le respect des bénéficiaires et des salariés, nous a fait passer des étapes essentielles: notre positionnement stratégique, notre organisation et notre communication en sortent profondément impactés. Encore plus important, c'est toute l'équipe de l'association qui en sort plus soudée et unie autour d'une cause commune. Du conseil de très grande qualité, qui nous met en mouvement! » **Luc Roulet, Président Initiatives et Changement France**



« Notre association a fait appel à l'expertise de Marianne Roquebrune pour être accompagnée dans le développement d'actions de communication visant à promouvoir notre offre. De la conception jusqu'à la réalisation du projet, nous avons bénéficié d'un soutien, de conseils, d'une expertise et d'un accompagnement de proximité dont nous sommes très satisfaits ». **Catherine Dujardin, Directrice de Suresnes Habitat Jeunes**



« Marianne est intervenue pour un état des lieux de notre stratégie de communication. En 5 mois et l'équivalent de 4 journées de son expertise, nous avons conçu et imprimé notre plaquette institutionnelle, amélioré la préparation en amont de notre rencontre régionale annuelle, élaboré la liste des indicateurs pour l'évaluation de nos actions de communication, réfléchi à une procédure efficace pour la recherche de prospects. Bref un accompagnement complet, flexible, à l'écoute des besoins et des contraintes du milieu associatif. J'ai apprécié les conseils experts de Marianne, sa capacité et sa volonté de transmettre et de partager ses connaissances et son savoir-faire dans le but de nous rendre autonomes et outillés ». **Sabine Véréout, Responsable développement chez RADyA**

# 1.2.3. Top Conseil : Témoignages



« Je pense que tout le monde a été très satisfait de sa prestation tant dans la qualité de son intervention que dans son approche de notre problème de fond. Nous voyons maintenant plus clairement sur quelles bases nous allons pouvoir rebondir et avec quels partenariats. Merci encore de nous avoir permis de faire cette mise au point essentielle à la survie du club Dynamique16" **Antoine Gasseling, Secrétaire Général de l'association "Dynamique 16** « Marianne a été de très bon conseil et a fait preuve de pédagogie afin de faire évoluer notre structure. je ne peux que recommander Marianne pour son enthousiasme et son professionnalisme ».

**Frédéric Moreau, Co-Président de l'association Dynamique 16**



" Président d'une association de mutualisation, YGAZELLE, regroupant plusieurs structures de Services A la Personne (SAP), nous avons eu recours aux prestations de Marianne Roquebrune, au travers de son cabinet 123 TOP CONSEIL, par deux fois. Un premier accompagnement avait pour thème la mise en adéquation des exigences qualité entre membres du groupement, en vue de répondre aux conditions d'une certification future : harmonisation des documents qualité, des procédures, respect d'un cahier des charges. Une deuxième session a permis de travailler sur les conditions propres à la mise en place d'une mutualisation : quoi mutualiser, comment, pour quels résultats, et définition de procédures Ces deux accompagnements se sont déroulés à la satisfaction générale de nos membres. Marianne a fait preuve d'une écoute et une patience remarquable, afin de bien appréhender les spécificités de chacun. Son apport a été très concret et documenté, montrant un vrai professionnalisme de sa part, Marianne n'hésitant pas à appuyer ses conseils de nombreux exemples Ceci nous a amené à solliciter son appui à nouveau pour un futur accompagnement, axé sur la démarche commerciale, et envisagé vers septembre. Le Président »

**Jean-Claude Charon, Président de Ygazelle**



« Marianne est une consultante qui sait répondre et s'adapter aux besoins des structures sur le terrain. Elle propose donc des idées, voir des solutions concrètes. C'est une personne à l'écoute qui sait apporter avec son recul un regard critique sur les situations rencontrées. »

**Gaëlle Giammattei, Directrice Association ESS, ADPAHS**

## 1.2.3. Top Conseil : Témoignages



« Je n'hésiterai pas à recommander Marianne à des personnes à la recherche de prestations de qualité en direction de dirigeants ».

**Stéphanie Poppe, Déléguée Générale Hauts de Seine Initiative**



« Sollicité par un des clients de Marianne, j'ai pu constater le brillant travail réalisé. Elle a su répondre efficacement à la problématique de positionnement marketing et au lancement de nouvelles offres. Un travail plus que remarquable ! »

**Aurélie Bouleuc,  
Dirigeante Cabinet Puls'rh**



« J'ai eu le plaisir de rencontrer des clients de Marianne alors qu'elle y était en mission. Grâce à ses qualités de coaching, j'ai vu se développer un projet qui nécessitait une évolution profonde dans la culture de leur entreprise. Entre rigueur méthodologique et accompagnement humain, elle a su trouver la bonne approche pour que ses clients s'approprient les clés de la réussite. »

**Ghislaine Cadinot, Responsable Marketing Réseau, MACSF**



« Je recommande Marianne, qui a réalisé un diagnostic de mon site internet, comprenant ses forces et faiblesses, avec des préconisations précises et très pertinentes. »

**Isabelle Capart, Dirigeante  
ICAP SYNERGIE-RH Coach & Psy**



« Marianne m'a accompagnée dans la conception et la réalisation du catalogue d'offres de formation AMC Ressources à destination de l'entreprise. J'ai apprécié son professionnalisme, son écoute, son pragmatisme et ses conseils en phase avec mes besoins et attentes. Son intervention m'a permis d'obtenir un véritable outil de promotion d'AMC Ressources »

**Anne Malouine Corbin, Gérante associée AMC Ressources.**



« Avocate libérale nouvellement installée, Marianne m'a accompagnée pour rédiger ma plaquette de présentation et ainsi définir mon positionnement. Alors que mes réflexions tournaient en rond depuis un certain temps, par son écoute bienveillante, ses conseils d'experts et son grand sens de l'adaptation, cette dernière m'a permise, en seulement deux séances de travail, de canaliser mes idées, identifier mes besoins et ainsi construire mon offre de services. Notre collaboration a été un réel moteur pour moi et je l'en remercie! » **Valérie BLAIRON, Avocat aux Barreaux de Paris et de Bruxelles**

# 1.2.3. Top Conseil

## Conditions générales de ventes

### Article 1 - Dispositions générales :

Les présentes Conditions Générales de Vente de prestations de services, ci-après dénommées CGV, constituent l'accord régissant pendant sa durée, les relations entre la Société 1,2,3 TOP CONSEIL, ci-après dénommé le Prestataire et ses clients dans le cadre de la vente des prestations de services.

Le client faisant appel aux services de la Société 1,2,3 TOP CONSEIL reconnaît avoir pris connaissance les présentes Conditions Générales de Vente et déclare les accepter sans réserves.

Le fait que le prestataire ne mette pas en œuvre l'une ou l'autre des clauses établies en sa faveur dans les présentes conditions, ne peut être interprété comme une renonciation de sa part à s'en prévaloir.

### Article 2 - Nature des prestations :

La Société 1,2,3 TOP CONSEIL accompagne les entreprises et les associations dans la mise en œuvre du plan de formation.

### Article 3 - Devis et commande :

Le prestataire intervient sur demande expresse du client. Un devis gratuit ou un contrat ou convention sera réalisé pour toute formation. Le devis adressé par le prestataire au client en deux exemplaires, précise :

- La nature de la formation
- Le prix de la formation Hors taxes
- Les frais hors formation
- Les modalités de paiement
- Le planning détaillant les actions/obligations du client et du prestataire
- La durée de validité du devis
- L'adhésion pleine et entière du client aux CGV

Pour confirmer sa commande de manière ferme et définitive, le client devra retourner au prestataire le devis sans aucune modification :

Soit par courrier postal ou par télécopie, dument signé et daté

avec la mention « Bon pour Accord » de la personne légalement responsable ainsi que du cachet commercial

Soit par courrier électronique avec l'expression du consentement du client.

La commande ne sera validée qu'après renvoi du devis ou du contrat,

accepté et signé, accompagné du règlement d'un acompte. A défaut de réception de l'accord du client et de l'acompte, ou bien à compter de la date d'expiration du devis, la proposition de devis est considérée comme annulée et le prestataire se réserve le droit de ne pas commencer sa prestation. La validation de la commande implique l'adhésion pleine et entière et sans réserves du client aux présentes CGV.

### Article 4- Prix :

Les prix des services sont ceux détaillés dans les devis, contrats ou conventions, acceptés par le client. Ils sont exprimés en euros et soumis à la TVA. Les prix peuvent être calculés au forfait, à l'heure ou à la journée.

Il est convenu entre les parties que le règlement par le client de la totalité des honoraires du prestataire vaut réception et acceptation définitive des prestations.

# 1.2.3. Top Conseil

## Conditions générales de ventes

### Article 5 - Modalités de paiement :

Les factures sont payables à réception, minorées de l'acompte le cas échéant. Le paiement s'effectue par chèque, ou par virement bancaire. Aucun escompte ne sera consenti en cas de paiement anticipé.

Lors de l'acceptation du devis, et si le devis stipule le paiement d'un acompte, le client devra verser un acompte de 30% du montant global hors taxes de la prestation. Le début des travaux interviendra après encaissement de ce montant. Le solde sera facturé à l'issue de la formation.

### Article 6- Retard de paiement :

Tout retard ou défaut de paiement entraînera de plein droit:

L'exigibilité immédiate de toute somme restant due,

Le calcul et le paiement d'une pénalité de retard sous forme d'intérêts à un taux équivalent à trois (3) fois le taux d'intérêt légal (en vigueur au jour de la facturation des prestations). Cette pénalité est calculée sur le montant hors taxes de la somme restant due, et court à compter du jour suivant la date de règlement portée sur la facture, jusqu'à son paiement total, sans qu'aucun rappel ou mise en demeure préalable ne soient nécessaires. Le taux applicable est calculé prorata-temporis.

Le droit pour le prestataire de suspendre l'exécution de la prestation en cours et de surseoir à toute nouvelle commande ou livraison.

### Article 7 - Durée Résiliation de la convention:

Conformément à l'article L6354-4 du Code du travail :

En cas de résiliation de la convention par l'entreprise à moins de 10 jours francs avant le début d'une des actions mentionnées à l'annexe, l'organisme retiendra sur le coût total, les sommes qui lui sont dues pour la réalisation de ladite action.

### Article 8 - Force majeure :

Aucune partie ne pourra être considérée défaillante dans l'exécution de ses obligations et voir sa responsabilité engagée, si et seulement si cette obligation est affectée, temporairement ou définitivement, par un événement ou une cause de force majeure. À ce titre, la force majeure s'entend de tout événement extérieur, imprévisible et irrésistible au sens de l'article 1148 du Code civil, indépendant de sa volonté et qui échappe à son contrôle, tels que notamment, à titre indicatif et non limitatif : catastrophes naturelles, restrictions gouvernementales, troubles sociaux et émeutes, guerres, malveillance, sinistres dans les locaux du prestataire, les interruptions de service EDF supérieure à deux (2) Jours, défaillance du matériel informatique, absence longue durée (accident ou maladie). Dans les cinq (5) jours ouvrés maximum de la survenance d'un tel événement, la partie défaillante pour cause de force majeure s'engage à le notifier à l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception et à en apporter la preuve.

La partie défaillante fera tous ses efforts afin d'éliminer les causes du retard et reprendra l'exécution de ses obligations dès que le cas invoqué aura disparu. Toutefois si la cause de force majeure perdure au-delà d'un délai de quinze (15) jours ouvrés à compter de la date de réception de la notification du cas de force majeure, chaque partie aura le droit de résilier l'accord, sans octroi de dommages et intérêts. La dite résiliation prendra effet à la date de réception par l'autre partie de la lettre de résiliation adressée en recommandée avec Accusé Réception. Dans le cas où l'accord est résilié par le client pour cause de force majeure, le client doit verser au prestataire tous montants dus jusqu'à la date de résiliation.

# 1.2.3. Top Conseil

## Conditions générales de ventes

### **Article 9 – Déontologie et Confidentialité :**

1.2.3 Top Conseil est tenu au secret professionnel. Il s'interdit de faire usage des renseignements qui lui sont fournis ou dont il a connaissance pour d'autres raisons que celles relatives à l'accomplissement de la mission.

1.2.3 Top Conseil s'engage au cours de sa mission à respecter les individus (vie privée, options politiques, convictions religieuses, sensibilité...) avec lesquels elle est amenée à travailler.

1.2.3 Top Conseil s'autorise à faire mention, auprès de tiers, de la mission à titre de référence toujours dans le strict respect de la confidentialité des informations reçues.

Réciproquement, 1.2.3 Top Conseil bénéficie pour tous ses travaux et études de la protection donnée par la loi à la propriété intellectuelle et industrielle ; le client ne peut utiliser les travaux et documents fournis par 1.2.3 Top Conseil que pour les fins stipulées par le contrat ; il s'interdit notamment toute communication ou publication sans l'accord écrit et préalable 1.2.3 Top Conseil.

### **Article 10 - Responsabilité :**

Considérant la nature des prestations réalisées, l'obligation du prestataire est une obligation de moyen.

Le prestataire s'engage à réaliser les prestations conformément aux règles de l'art et de la meilleure manière, aux termes et conditions de l'accord, ainsi que dans le respect des dispositions légales et réglementaires applicables.

### **Article 11 - Litiges :**

Les présentes CGV et le contrat signé entre les parties sont régis par le droit français. Les parties s'obligent à mettre en œuvre une solution amiable avant tout litige. A défaut de résolution amiable, tout différent persistant entre les parties à propos de l'exécution ou de l'interprétation des CGV et du contrat sera de la compétence des tribunaux de Paris (75).