



# Évaluer la formation dans l'entreprise

## Suivi de formation

Date d'entretien : ..... Nom du responsable : .....  
 Intitulé du stage : ..... Nom du salarié : .....  
 Dates et durée : ..... Nom du formateur : .....  
 Organisme de formation : .....

OBJECTIFS PROFESSIONNELS ATTENDUS	DÉLAI	INDICATEURS

### A - Bilan de la formation

RUBRIQUES	COMMENTAIRES DU SALARIÉ (POINTS POSITIFS OU NÉGATIFS)	OBJECTIFS ATTEINTS
Objectifs 1. .... 2. .... 3. ....		
Animation		
Durée		
Organisation		
Avis général		

1

### B - Plan d'accompagnement professionnel

ACTIONS À ENTREPRENDRE	DÉLAI	MOYENS NÉCESSAIRES





# Évaluer la formation dans l'entreprise

Suivi de formation (exemple)

Date d'entretien : 5/02/2012

Nom du responsable : M. DUBOSQ

Intitulé du stage : Prospection et négociation commerciale

Nom du salarié : Christian BOIS, commercial

Dates et durée : du 10 au 13/02/2012, 25 heures

Nom du formateur : Charles GIBERT

Organisme de formation : Business Développement

OBJECTIFS PROFESSIONNELS ATTENDUS	DÉLAI	INDICATEURS
Développer la clientèle «marchés publics» en nombre et chiffre d'affaires	1 an	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Passer de 3 à 6 clients «marchés publics»</li> <li>• Augmenter le chiffre d'affaires «marchés publics» : de 10 à 25%</li> </ul>

## A - Bilan de la formation

RUBRIQUES	COMMENTAIRES DU SALARIÉ (POINTS POSITIFS OU NÉGATIFS)	OBJECTIFS ATTEINTS
Objectifs 1. Décrocher des RDV ciblés 2. Conduire des entretiens 3. Identifier et analyser les besoins 4. Argumenter et convaincre	Fort intérêt pour la présentation des outils de ciblage (fichiers) et de communication (marketing direct...). A apprécié les jeux de rôle sur la conduite d'entretien. Pas assez ciblé sur les besoins des structures publiques. Aurait besoin de compléments. A permis de travailler sur la construction d'un argumentaire commercial.	Oui Oui En partie Oui
Animation	Formateur intéressant. Forte participation des stagiaires. Expérience du formateur basée sur la négociation en grande distribution et pas assez sur les organismes publics.	
Durée	Un peu courte. Aurait souhaité plus d'éléments sur les techniques de prospection.	
Organisation	Bien gérée par l'organisme.	
Avis général	Formation jugée satisfaisante.	

2

## B - Plan d'accompagnement professionnel

ACTIONS À ENTREPRENDRE	DÉLAI	MOYENS NÉCESSAIRES
1. Décrocher 30 RDV de prospects en ciblant a) les mairies b) les conseils généraux c) les hôpitaux...	2 mois 4 mois 6 mois	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budget : achat de fichiers et réalisation d'une plaquette commerciale.</li> <li>• Les 3 premiers RDV sont effectués en binôme avec le dirigeant.</li> </ul>
2. Construire 15 propositions commerciales, suite à ces RDV.	A adresser aux entreprises 15 jours après le RDV.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les 2 premières propositions sont rédigées avec le dirigeant.</li> </ul>
3. Obtenir 5 RDV, suite aux propositions retenues et négocier des contrats.	10 mois maximum.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboration d'un argumentaire. Présence du dirigeant lors des 5 premières négociations.</li> </ul>

