



achieveglobal™

DOSSIER DE PRESSE

De la Stratégie aux Hommes, des Hommes aux Résultats

Réalisé par :
 **Clipping**
traitdunion
RELATIONS PRESSE

SOMMAIRE

AchieveGlobal : de la Stratégie aux Hommes, des Hommes aux Résultats	3
La vocation d'AchieveGlobal	
Sa mission	
Structure et organisation d'AchieveGlobal	
AchieveGlobal en France	
L'approche client AchieveGlobal	5
Une approche client en 5 étapes	
Sa méthode pédagogique	6
Des méthodes efficaces...	
...Pour un taux de mémorisation exceptionnel	
Des contenus pertinents issus de la recherche	
Des formations de proximité, élaborées à l'international	
AchieveGlobal, précurseur de la démultiplication	
Les nouvelles technologies au service de l'apprentissage	
Son offre	8
Le client au cœur des préoccupations de l'entreprise	
Ses domaines d'expertise	
Les enjeux de la performance commerciale	
Les enjeux de l'excellence du service	
Les enjeux du leadership	
Ses références clients	13
L'entreprise et ses hommes	14
L'équipe dirigeante	
Un peu d'histoire...	
Fiche d'identité	
Contacts presse	

AchieveGlobal, de la Stratégie aux Hommes, des Hommes aux Résultats

La vocation d’AchieveGlobal

La vocation d’AchieveGlobal est d’aider les entreprises à traduire leur stratégie en résultats concrets, en développant les compétences et en optimisant la performance de leurs équipes, au travers de programmes de formation.

Sa mission

AchieveGlobal s’adresse principalement aux grands entreprises ou aux PME à vocation internationale. Elle forme leurs collaborateurs dans les domaines de la performance commerciale, de la relation de service, du leadership, du management et du travail en équipe. Elle privilégie un mode d’intervention intra entreprise.

Ses formations sont destinées aux commerciaux et responsables commerciaux, aux responsables Services Clients et leurs collaborateurs, et aux équipes de management.

Elles s’appuient sur une méthode pédagogique dynamique et interactive, très axée sur l’apprentissage et qui favorise la mémorisation de méthodes efficaces.

Présent dans 45 pays, AchieveGlobal est le seul prestataire de son secteur d’activités à proposer à ses clients une démarche globale dans le monde entier.

Transmettant les mêmes techniques dans chacun des pays, les formations sont traduites dans près de cinquante langues. Leur méthodologie est adaptée pour tenir compte des différences culturelles.

Structure et organisation d’AchieveGlobal

La fusion en 1998 de trois entreprises leaders dans leurs domaines respectifs (Learning International, Zenger Miller, Kaset International) a permis de réunir 80 années d’expérience en conseil et formation au sein d’une même entité, AchieveGlobal.

Depuis lors, le groupe dispose d’une des expertises les plus complètes de son marché.

Adossé au groupe T&F Informa (7000 collaborateurs), le numéro un mondial de l’information professionnelle coté au London Stock Exchange, AchieveGlobal compte près de 1600 collaborateurs.

Ses équipes locales sont constituées de professionnels du conseil, de la formation et de la conduite de projet, spécialisés dans la conception, l’animation et l’accompagnement de projets, à l’échelle d’un pays, d’un continent ou à l’international.

AchieveGlobal en France

Implanté à Paris, le groupe réalise en France, en 2006, un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros, pour un effectif de 8 personnes et une équipe d'une dizaine de formateurs. 4 % de son chiffre d'affaires est généré par des formations interentreprises, 71% en intra, 17% par des activités de démultiplication et 8% par des prestations de conseil.

Dans l'Hexagone, la SAS AchieveGlobal bénéficie d'un portefeuille de 120 clients réguliers. Chaque année, elle forme, en moyenne, 3250 personnes, majoritairement en formations intra entreprises.

L'approche client AchieveGlobal

Les programmes de formation AchieveGlobal sont conçus de façon à ce que les participants apprennent les meilleures pratiques et méthodes, évaluent leurs aptitudes, appliquent les nouvelles connaissances acquises. Ils suscitent le développement de la confiance et des compétences par des processus de feedback et de mise en oeuvre continue.

Cette formule d'apprentissage favorise les changements positifs de comportement et des résultats durables pour les collaborateurs de l'entreprise.

Pour obtenir ces résultats, AchieveGlobal définit un cahier des charges avec les entreprises qui s'articule en 5 étapes.

Une approche client en 5 étapes

AchieveGlobal construit sa relation client suivant 5 phases :

- **L'analyse** : dès les prémices de la collaboration, AchieveGlobal acquiert une compréhension détaillée des besoins de l'entreprise, de sa stratégie, de sa culture et des résultats escomptés.

- **L'évaluation** : avec l'aide de l'entreprise, AchieveGlobal évalue les écarts de performance et cherche à les réduire. Elle identifie également les facteurs clé de succès et lui recommande les meilleurs outils de mesure.

- Le **développement** : grâce à son expertise d'implémentation de projets, elle planifie et développe la solution la plus appropriée. Elle identifie les ressources nécessaires et élabore une stratégie d'apprentissage qui réponde aux besoins spécifiques de l'entreprise. Elle définit ensuite une solution qui s'intègre aux démarches internes déjà lancées ou en passe de l'être. Elle peut lui recommander des interventions de conseil, une évaluation de sa stratégie de formation, de ses plans de communication pour le management, des plans de marketing internes, des programmes spécifiques de formation, des processus de certification de formateurs, du renforcement et du coaching. Ses solutions allient ses prestations de conseil à ses programmes de formation.

- **L'implémentation** : pendant l'implémentation, ses consultants travaillent avec l'entreprise au déploiement des éléments clés de la solution, comme le plan de communication, l'implication du management et la mise en oeuvre de la formation.

- La **mesure** : AchieveGlobal travaille avec l'entreprise pour mesurer les résultats obtenus et le niveau d'amélioration nécessaire suivant la stratégie de mesure définie pendant la phase d'évaluation. A ce stade, elle l'aide à mieux comprendre :

- Le changement comportemental,
- La fréquence avec laquelle les nouveaux comportements sont appliqués,
- Le niveau d'amélioration des compétences identifiées,
- Les activités de suivi en cours,
- Les répercussions de la mise en oeuvre de la compétence ou du modèle sur les résultats de l'entreprise,
- Le retour sur investissement.

Sa méthode pédagogique

Des méthodes efficaces...

Les méthodes pédagogiques utilisées par AchieveGlobal assurent l'acquisition réelle du savoir-faire par les stagiaires et garantissent leur motivation à l'appliquer dans leur quotidien.

L'efficacité de l'apprentissage repose sur le respect de 4 principes essentiels :

- Le participant doit recevoir la formation dans un environnement familier,
- Les messages doivent être pertinents et présentés dans un contexte qu'il comprend,
- La méthode d'apprentissage doit refléter ses valeurs et lui permettre de rester dans sa zone de confort,
- Il doit pouvoir s'identifier aux exemples fournis.

Pragmatiques plutôt que théoriques, les contenus des formations permettent aux participants de savoir quoi faire et comment le faire.

L'approche pédagogique d'AchieveGlobal fait appel à tous les moyens d'apprentissage adaptés à la formation pour adulte : mémoire auditive à travers des supports audiovisuels, mémoire visuelle à travers des supports écrits et des films, mémoire des situations via des jeux de rôle et des exercices pratiques. Elle s'appuie également sur les technologies modernes du savoir, comme le e-learning.

Elle repose sur des objectifs clairement définis tout au long de la formation. La variété et le rythme des activités du programme ainsi que la référence constante au contexte professionnel des participants facilitent l'acquisition des concepts.

Les formateurs qui mettent en œuvre les programmes ont des expériences significatives dans des fonctions commerciales et de management. Ils apportent ainsi leur propre valeur ajoutée aux méthodes déjà éprouvées d'AchieveGlobal.

Pour assurer un transfert efficace de connaissances et de compétences, ils adaptent les programmes à l'environnement local, professionnel et culturel des participants.

...Pour un taux de mémorisation exceptionnel

A l'issue de ses formations, AchieveGlobal affiche des taux de mémorisation records : 90 % des participants mémorisent 90 % des techniques présentées.

Des contenus pertinents issus de la recherche

Le centre de recherche international d'AchieveGlobal effectue une veille permanente sur les évolutions des pratiques efficaces en terme de leadership, de relation commerciale et de service. Ces recherches permettent l'identification des meilleures pratiques susceptibles d'être transférées ensuite dans le cadre de formation.

Par le biais d'enquêtes réalisées auprès des entreprises, d'études, de recherches académiques, il anticipe les évolutions majeures et élabore les programmes de formations. Après test sur les différents marchés, ces nouveaux programmes sont alors traduits et adaptés en tenant compte des spécificités des pays.

Des formations de proximité élaborées à l'international

Fort de 80 années d'expérience, AchieveGlobal est partisan d'un apprentissage délivré dans la langue natale des participants et construit sur des expériences locales. Cette approche permet leur plus grande implication, une meilleure coopération et un changement actif dans leur comportement.

Pour assurer des formations culturellement appropriées, AchieveGlobal :

- développe des approches en cohérence avec les normes culturelles du monde des affaires,
- utilise un support vidéo propre à chaque pays,
- se base sur des exemples culturellement pertinents,
- traduit dans les langues utilisées par les clients,
- utilise des exercices variés,
- explique les raisons de l'apprentissage de chacun des concepts et compétences présentés.

Dans chaque pays, ses équipes sont uniquement constituées d'animateurs locaux certifiés pour le déploiement de ses solutions. Pour des implémentations globales, elle s'appuie sur les collaborateurs de chaque pays concerné pour s'adapter aux réalités du terrain.

AchieveGlobal, précurseur de la démultiplication

Lorsque les entreprises sont dotées d'équipes de formation internes, AchieveGlobal les aide à choisir, au sein de ces équipes, les futurs animateurs qui relayeront ses solutions en interne, et assure le transfert auprès de ces animateurs de ses contenus et de ses méthodes pédagogiques.

Cette démultiplication facilite l'autonomie et l'intégration de la culture d'entreprise dans les méthodes de formation.

Les nouvelles technologies au service de l'apprentissage

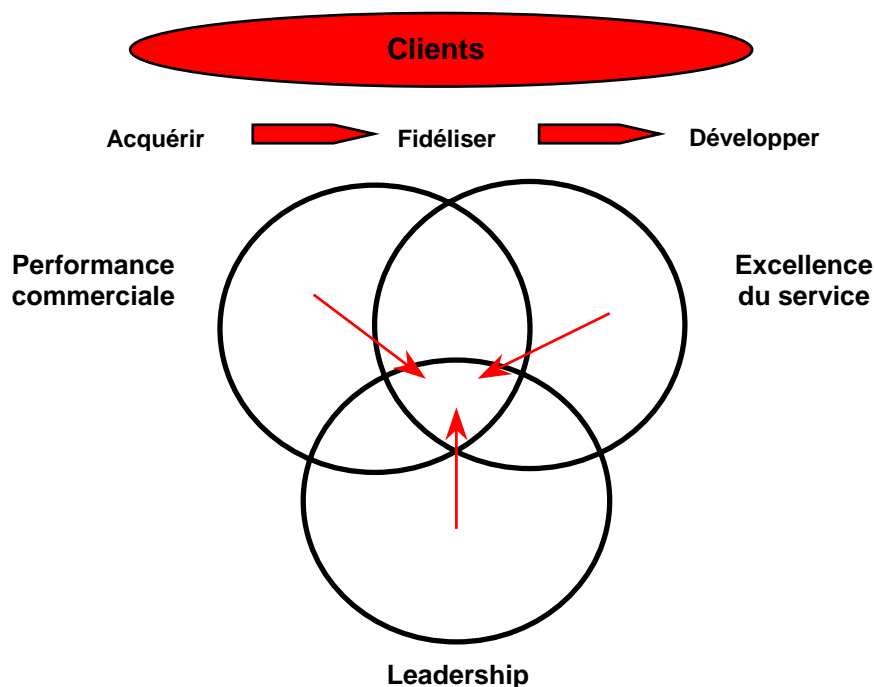
Pour répondre aux exigences de productivité des entreprises et obtenir de meilleurs résultats en moins de temps et à moindre coût, AchieveGlobal propose également des formations sur supports multimédias.

De cette manière, l'apprenant garde le choix du moment et du lieu de sa formation (bureau, domicile, transports...).

Mais pour assurer une acquisition et une utilisation des concepts et des techniques optimales, AchieveGlobal préconise une intervention humaine en amont et en aval. Il s'agit, par exemple, de présenter en amont le plan de formation et ses objectifs aux participants afin de susciter leur implication. En aval, ils seront conviés à participer à un atelier pratique pour renforcer les acquis. Des outils de mesure seront également mis en place.

Le client au cœur des préoccupations de l'entreprise

Les formations AchieveGlobal reposent toutes sur une priorité : mettre le client au **centre des préoccupations de l'entreprise**. Cette considération qui se traduit en actes, tout au long de la session d'apprentissage, est la clé de l'efficacité des pratiques enseignées par AchieveGlobal.



Son offre, dans son ensemble, est structurée autour de la relation client. Elle aide les entreprises à être plus performantes avec leurs propres clients en formant leurs collaborateurs à l'efficacité commerciale, à la qualité de service et au leadership.

Ses domaines d'expertise

AchieveGlobal délivre des formations aux entreprises correspondant à ses 3 domaines d'expertise : **la performance commerciale, l'excellence du service et le leadership.**

Les enjeux de la performance commerciale

La complexité croissante de l'économie exige une organisation adaptée. La vente dans l'environnement actuel requiert la maîtrise des techniques de vente et la connaissance de son marché et de ses produits. Rester concurrentiel dans un environnement instable, caractérisé par des opérations de fusion-acquisition, des marchés mondiaux et de plus en plus exigeants, une banalisation des produits, demande plus que des processus et des comportements adaptés. Dans ce contexte, une organisation des ventes très performante devient une nécessité.

Les recherches d'AchieveGlobal démontrent que les entreprises qui réussissent dans une telle configuration possèdent de nombreuses caractéristiques communes :

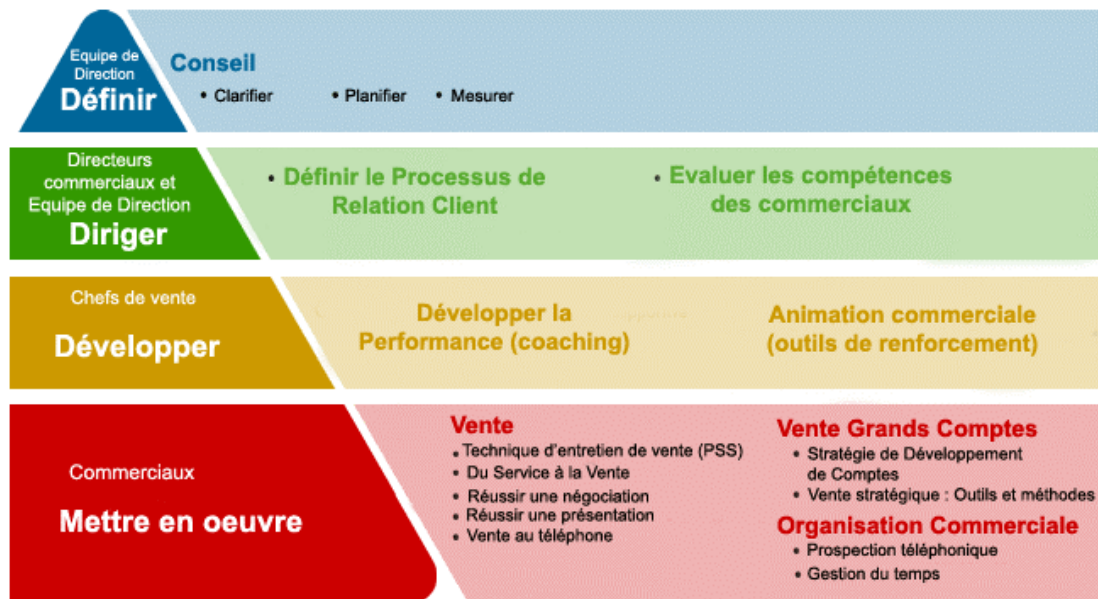
- une vision holistique : toute l'entreprise est orientée client et communique une vision claire à travers l'organisation toute entière,
- un engagement personnel : tous les collaborateurs de l'entreprise sont convaincus du rôle qu'ils jouent dans les ventes,
- une force de ventes d'excellence : la force de vente se différencie sur le marché grâce à un excellent niveau de recrutement, de formation, de coaching et de soutien.
- la création et le maintien de relations mutuellement bénéfiques avec les clients,
- une puissance opérationnelle : l'organisation s'appuie sur un solide processus de vente qui fournit une orientation pour les activités de vente, tire parti des nouvelles technologies et facilite la planification et le partage des informations.

En outre, une approche des ventes sur la base des besoins des clients constitue un élément clé de différenciation.

Les organisations commerciales les plus performantes estiment que vendre est synonyme de partenariat avec les clients et prospects et créent des relations durables et mutuellement bénéfiques. Les vendeurs qui appliquent ce schéma de relation comprennent les enjeux et les besoins actuels et futurs des clients et leur fournissent des services et des produits qui les aident à atteindre leurs objectifs. Le résultat de cette approche consultative est que le vendeur renforce en permanence ses relations commerciales et devient un vendeur conseil fiable aux yeux de ses clients.

AchieveGlobal s'est investi dans la recherche des attitudes et des compétences qui définissent les organisations de vente les plus performantes et le processus de la vente conseil. **Les conclusions de ses recherches sont à la base de ses solutions - depuis l'analyse des processus de relation client jusqu'aux programmes de formation.**

Ses formations relatives à la performance commerciale englobent tous les aspects suivants :



Les enjeux de l'excellence du service

Lorsque les attentes des clients sont satisfaites ou surpassées, ceux-ci restent fidèles à l'organisation qui les a bien servis. De plus en plus d'entreprises développent des stratégies d'excellence dans la relation de service qui augmentent la satisfaction et la fidélité des clients, et donc, leur rentabilité.

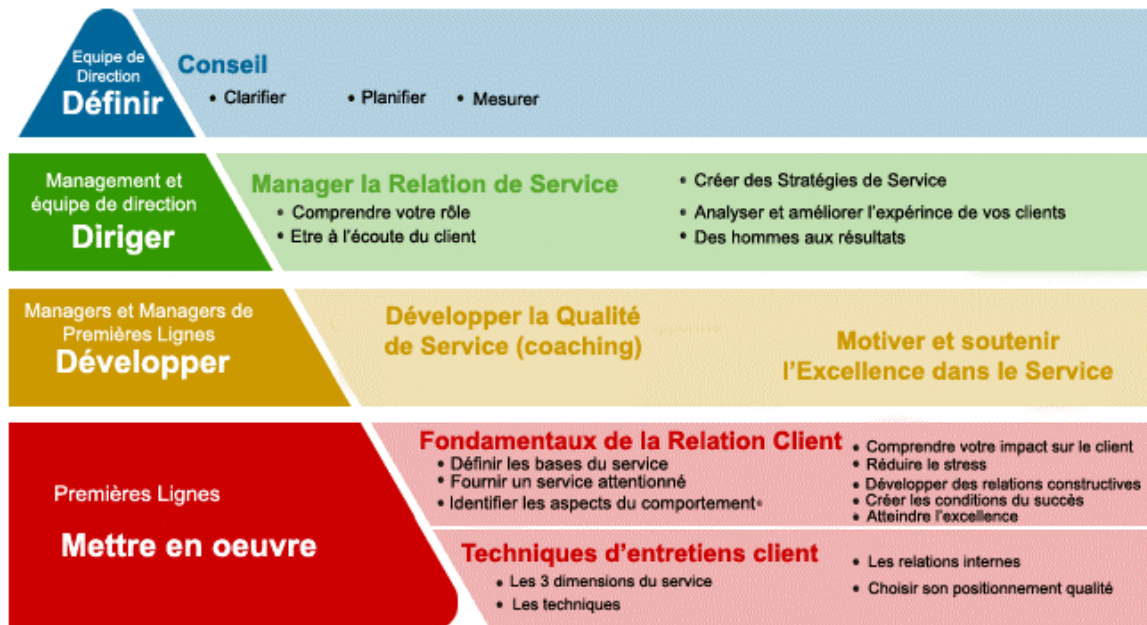
AchieveGlobal aide à mettre en œuvre les stratégies et à développer les comportements nécessaires à l'amélioration permanente de l'excellence des services et à la création de relations profitables à long terme avec les clients. Il permet aux collaborateurs de l'entreprise de :

- créer, s'engager et soutenir une stratégie de service dans toute l'entreprise,
- considérer chaque interaction avec les clients comme une occasion de les fidéliser,
- fournir un service positif et mémorable du point de vue du client,
- développer une réputation de service exemplaire,
- faire du service interne et externe un atout essentiel.

Ses solutions aident les entreprises à :

- clarifier leur stratégie de service et recueillir les feedback des clients pour maintenir l'excellence du service,
- analyser l'expérience service des clients au travers d'outils pour accroître la notoriété de l'entreprise,
- renforcer les compétences de la relation client dont a besoin le management pour soutenir et mettre en œuvre le changement de comportement à l'échelle de l'entreprise,
- sensibiliser les collaborateurs sur la façon dont leur comportement affecte le client et comment la mise en œuvre de la stratégie de service développe les expériences positives avec le client.

Ses formations et solutions relatives à l'excellence du service englobent tous les aspects suivants :



Les enjeux du leadership

Survivre dans une économie en constante évolution, travailler plus efficacement, fournir à ses clients un service fiable, répondre aux demandes des actionnaires et assurer un niveau régulier de contrôle qualité ne sont que quelques-uns des problèmes majeurs auxquels les managers d'aujourd'hui doivent faire face.

Développer un avantage concurrentiel est donc une question de survie et disposer des compétences de leadership appropriées peut faire la différence. C'est pourquoi les leaders, qu'ils soient cadres supérieurs ou simples collaborateurs, ont besoin de solides compétences de leadership pour garantir la réussite de l'entreprise.

Pour AchieveGlobal, seul le **Leadership Authentique** peut garantir à l'entreprise le niveau de management et de stabilité dont elle a besoin.

On reconnaît un leader authentique à ce qu'il :

- fait preuve de qualités clés requises pour gérer les enjeux d'entreprise difficiles,
- incite ses collaborateurs à prendre des initiatives et à faire de leur mieux en utilisant des compétences de leadership efficaces,
- agit sur la base de principes fondamentaux qui lui permettent d'établir une collaboration efficace avec autrui,
- montre un désir sincère d'atteindre en équipe un résultat bien meilleur que celui qu'il pourrait atteindre seul.

Sa formation « **Obtenir des résultats grâce au Leadership Authentique** » a pour but d'aider les Managers à affronter les enjeux auxquels ils doivent faire face aujourd'hui et demain. Fondé sur des recherches rigoureuses, le système de formation au Leadership Authentique fournit une approche systématique visant à obtenir les services de collaborateurs motivés, loyaux et capables d'atteindre de nouveaux niveaux de productivité.

Ce système, qui repose sur les principes et qualités d'un Leadership Authentique, permet d'acquérir les cinq qualités fondamentales qui font d'un simple chef un Leader Authentique : collaboratif, visionnaire, humain et qualifié.

Sa formation « **Obtenir des résultats grâce au Leadership Authentique** » se traduit de la manière suivante :



Ses références clients

En France, AchieveGlobal compte près de 120 clients réguliers, parmi lesquels :

3 M Santé, Air France, Air Liquide, Ascometal, Alsthrom, Auxilia Médical, Auxitrol, Avenance Entreprise, Bacou Dalloz, Banque Populaire d'Alsace, BNP Paribas Lease Group, BSN Medical, BT France, CGELL, Davigel, Dell, Dentsply France, Good Year Dunlop, Gaz de France, Hewlett Packard, K Buy, Kimberly Clark Professional, KP1, Koramic Tuiles, OCD, Oxypharm, PPG Industries International, Radio Frequency Systems GmbH, Saft, Mobalpa, Synthes, Valéo

« Même si nous avons choisi la formation parce qu'elle avait parfaitement réussi à d'autres entreprises, nous n'étions pas certains de l'accueil que lui réserverait le personnel. C'est l'adaptation culturelle qui a fait toute la différence » commente Michel Teychene, Directeur Institut du Service - département formation - d'Air France.

Marie-Paule Foulmer, responsable du centre de Formation du réseau Mobalpa, témoigne : *« Nous avons choisi de travailler avec AchieveGlobal car ils ont une vraie expertise de la définition et de la mise en oeuvre du processus de relation client ».*

AchieveGlobal a une capacité d'action internationale. Elle a, par exemple, formé 2000 agents de Western Union à l'atteinte de l'Excellence dans la Relation de Service dans 80 pays de la zone EMEA.

L'entreprise et ses hommes

L'équipe dirigeante

Serge Lloan, Directeur associé



Titulaire d'une maîtrise en droit (1986), Serge Lloan entre au District urbain d'Alençon comme responsable du service des marchés publics, assurances biens et personnes, poste qu'il occupe pendant 4 ans. Recruté par le groupe de presse CEP Communication en 1990, il devient chef de publicité à la Gazette des Communes, puis intègre le service commercial et production au groupe de presse Le Moniteur jusqu'en 1996. Dès 1996, il intègre TMT Europe pour développer la clientèle des collectivités locales. Depuis 2001, il co-dirige AchieveGlobal avec Dominique Richard.

Dominique Richard, Directeur associé



Diplômée de l'ESSCA (1982), Dominique Richard entame sa carrière chez IBM en tant qu'ingénieur commercial. De 1986 à 1998, elle occupe des fonctions d'animation de réseau et de direction commerciale dans les domaines du financement et de la distribution informatique, puis de la communication et du recrutement. En 1998, elle entre chez AchieveGlobal comme consultante sur les marchés high tech. Depuis 2001, elle co-dirige AchieveGlobal avec Serge Lloan.

Un peu d'histoire...

La société débute en 1960 sous le nom de « Basic System ». Un psychologue renommé, B.F. Skinner proposait des idées révolutionnaires pour changer le comportement grâce à l'instruction programmée.

Un psychologue de l'Université de Columbia, Francis Mechner, voit immédiatement l'intérêt de ces principes mais en utilisant une méthodologie différente. Il est l'un des premiers à mettre en application les principes de Skinner pour enseigner des techniques au monde de l'entreprise. Ainsi est née Basic System.

Le succès de la société attire bientôt l'attention de Xerox Corporation qui la rachète en 1965. La nouvelle société, Xerox Learning Systems, ne possède à l'origine qu'un programme, appelé Professional Selling Skills (PSS). Vers la fin des années 60, des modules

d'encadrement et de vente avancée sont ajoutés au programme de base et des programmes de management et de service client sont lancés. Dans les années 70, ce programme phare est enrichi et mis à jour avec une nouvelle version, le PSS II, développée dans la langue de chaque pays. Elle est suivie au début des années 80 par des programmes de service client et des programmes plus avancés de formation à la vente.

En 1985, Xerox Learning Systems intègre le groupe Times Mirror et devient Learning International puis Times Mirror Training (TMT).

A la fin des années 80, le groupe absorbe deux sociétés leaders sur leur marché, Zenger-Miller (Leadership) et Kaset (Relation client).

Depuis 1998, AchieveGlobal, nouveau nom du groupe, est devenu la première société dans le domaine de la formation comportementale avec des contenus adaptés aux attentes des grandes entreprises. Achieveglobal fait aujourd'hui partie du groupe T&F Informa, leader mondial de l'organisation de conférences professionnelles.

Fiche d'identité

Société	AchieveGlobal
Activité	Formation professionnelle
Date de création du groupe	1975
Création de la filiale française	2001
Forme juridique de la filiale française	SAS
Siège social France	Paris
Les dirigeants France	Dominique Richard, Directeur associé Serge Lloan, Directeur associé
Effectif monde / France	1600 collaborateurs / 28 personnes
Adresse	AchieveGlobal 4, rue de Châtillon 75014 Paris
Site	http://www.achievegloal.fr
Contacts presse	Agence Clipping-traitdunion Muriel Grimaldi / Alexandra Nuns Tél. : 01.53.24.98.39 / 35 muriel@clipping-tu.com / alexandra@clipping-tu.com Une photothèque ainsi que l'ensemble des communiqués sont disponibles sur le site http://www.clipping-tu.com