

# RÉALISATIONS DU PIA



COMPÉTENCES  
NUMÉRIQUES  
DES SERVICES  
DE L'AUTOMOBILE



DÉCEMBRE 2017  
DÉCEMBRE 2023





Stéphane RIVIÈRE  
Président



Bernard GUYOT  
Vice-Président

Observer les évolutions du secteur et leurs impacts sur les métiers, les emplois et les compétences, puis concevoir des dispositifs de formation en réponse à ces évolutions : cette dynamique est dans l'ADN de l'ANFA depuis toujours. C'est ainsi que notre organisme, mandaté par les partenaires sociaux de la branche des services de l'automobile, accompagne sans relâche les acteurs depuis plus de 70 ans, pour poursuivre l'un de ses objectifs majeurs : contribuer à pérenniser les entreprises, l'emploi et l'insertion des jeunes.

Portée par cette même dynamique, l'ANFA s'est montrée pro-active en initiant, en 2017, un Programme d'investissement d'Avenir avec l'Etat. L'ANFA, au service du PIA Compétences Numériques des Services de l'Automobile, a pour enjeu de déployer l'expertise d'observation et d'ingénierie de formation de ses équipes en réponse à une évolution majeure que connaît le secteur, la numérisation de ses activités.

Pendant six ans, l'ANFA a porté et piloté ce projet PIA Compétences Numériques des Services de l'Automobile, cofinancé par la Caisse des Dépôts et Consignation ; un projet multi partenarial qui a réuni des entreprises du secteur mais aussi de l'écosystème automobile, des centres de formation initiale et continue dont une université.

L'Observatoire des métiers des services de l'automobile, service intégré de l'ANFA et OPMQ de la branche, a conduit la réalisation d'études permettant de mesurer l'impact de la numérisation dans les domaines de la commercialisation et de l'après-vente des véhicules légers et industriels.

En mobilisant les compétences en ingénierie pédagogique et de formation de ses équipes, l'ANFA a conçu, produit et expérimenté 17 actions de formation, une centaine de modules, 75 e-learning et plus de 500 ressources pédagogiques.

L'ensemble de ces réalisations est désormais mis à disposition gracieusement des entreprises, des salariés, des jeunes et des organismes de formation préparant aux métiers des services de l'automobile.

Le présent document présente un panorama exhaustif de ces productions. Il témoigne des avancées permises par le PIA Compétences Numériques des Services de l'Automobile et met en lumière les capacités de recherche et de production de l'ANFA, au service des acteurs d'un secteur en permanente évolution.

Bonne découverte !

Stéphane RIVIÈRE  
Président

Bernard GUYOT  
Vice-Président

# Sommaire

Édito .....	p.2
Les raisons de l'engagement de la branche dans le projet PIA CNSA .....	p.4
Le projet PIA Compétences Numériques des Services de l'Automobile .....	p.6
Panorama général des formations .....	p.10
<b>Après-vente véhicules légers</b> .....	p.13
Système multimédia les véhicules connectés .....	p.15
La recherche de pannes dans un environnement connecté .....	p.19
Choix d'un DMS .....	p.21
<b>Après-vente véhicules industriels</b> .....	p.23
Bus : maintenance des systèmes connectés en seconde monte .....	p.25
Gestion des données VI .....	p.27
Mise en main VI .....	p.31
<b>Commercialisation véhicules légers</b> .....	p.33
Transmettre avec pédagogie .....	p.35
Outils du commerce numérique : séquençage à la journée .....	p.37
Outils du commerce numérique : séquençage à l'heure .....	p.45
<b>Thématiques transverses</b> .....	p.53
Socle informatique .....	p.55
Le RGPD dans les services de l'automobile .....	p.57
Apprentissages vers le futur .....	p.61
Les enjeux du Big Data .....	p.63
Véhicules autonomes .....	p.67
<b>Formation de formateurs</b> .....	p.69
Décrypter les évolutions technologiques .....	p.71
Outils numériques pour animer et évaluer en ligne .....	p.73
Animer une classe virtuelle .....	p.75
Liens et vidéos .....	p.77





**Bernard JULLIEN,**

Maître de conférence en économie  
à l'Université de Bordeaux



# LES RAISONS

## DE L'ENGAGEMENT DE LA BRANCHE DANS LE PROJET PIA CNSA

**Quand, en 2017, l'ANFA se saisit de l'appel à projet du Plan d'Investissement d'Avenir, le terme « ubérisation » vient d'apparaître et connaît d'emblée un très vif écho. La digitalisation ou, plus exactement, des digitalisations, ont bouleversé nombre d'activités traditionnelles en les « plateformisant ». Les services de l'automobile sont alors sur la liste des candidats potentiels à une telle disruption. Les chauffeurs de taxi, les librairies ou les agences bancaires offrent des points de comparaison aux professionnels qui n'ont rien de rassurant. Ainsi, comme dans bien d'autres métiers, dans un tempo inhabituellement rapide, l'entrée de l'automobile numérisée et connectée dans l'ère des data et des plateformes ressort pour la branche des services de l'automobile comme un défi de grande ampleur : il est alors patent qu'aucun métier n'échappera à la transformation numérique et qu'il est impératif de ne pas la vivre comme une menace de disparaître. Il faut se donner les moyens d'en faire une opportunité de développement des entreprises, des emplois et des compétences. De ses expériences passées, la branche a tiré les leçons : une telle situation appelle un effort collectif de formation majeur que l'ANFA a vocation à coordonner.**

La branche des services de l'automobile se caractérise à la fois par l'importance en son sein des petites et très petites entreprises et par sa très forte exposition aux évolutions technologiques lourdes, liées au produit automobile. Pour que ces deux traits coexistent sans que seules les plus grosses structures ne survivent aux vagues de changements successives, les professionnels, dans leur diversité, s'adossent largement à l'appareil de formation de leur branche. Les partenaires sociaux, conscients du rôle essentiel qu'ils jouent, investissent largement leur temps et leur énergie pour faire vivre l'action collective paritaire qui a en charge sa gouvernance. Les questions de formation et les institutions qui en ont la responsabilité sont des préoccupations partagées par employeurs, salariés, enseignants et formateurs.

Cette tradition fortement ancrée avait permis par le passé aux salariés et à leurs employeurs de faire face à d'importants changements des compétences à mettre en œuvre pour assurer, par exemple, la maintenance et les réparations des véhicules. Ainsi, lorsque leur « électronique » est

devenue centrale dans les années quatre-vingt-dix, l'après-vente des véhicules a en partie changé de nature. On a craint que cela ne signe l'arrêt de mort de certaines entreprises dont on pensait qu'elles seraient trop petites et fragiles pour s'adapter. Bien au-delà des soutiens apportés par les constructeurs et équipementiers de garage, l'intégration de ces mutations par les appareils de formation initiale et continue mobilisables par toutes les entreprises de la branche a alors largement contribué à permettre que la très grande majorité des structures et de leurs salariés ne subissent pas l'éviction que l'on leur promettait.

Même si la mémoire de ce moment clé de l'histoire de la branche et la confiance qu'elle peut donner dans ses capacités d'adaptation restent vives, nul n'en a conclu que l'on pouvait être rassuré et regarder les changements suivants s'opérer sans s'inquiéter. Ainsi, lorsqu'est publié l'appel à projet du volet Formation du PIA appelé PFPE (Partenariats pour la Formation Professionnelle et l'Emploi), la branche a saisi que la mutation numérique est d'ampleur plus grande encore

que celle à laquelle l'électronisation avait correspondu et lui pose des défis inédits. En effet, les transformations numériques ne concernent cette fois plus seulement le produit automobile mais affectent aussi les process commerciaux et d'après-vente. Entre les véhicules connectés qui s'auto-diagnostiquent et transmettent ces informations à distance et les achats en ligne de véhicules neufs ou d'occasion, les promesses de ruptures majeures sont consistantes. Elles sont susceptibles d'imprimer un rythme de changement d'une rapidité inédite et il faut dès lors produire une très lourde masse de contenus nouveaux pour une très large variété de publics.

Aussi, lorsque l'ANFA, OPCA à l'époque et chargée par la branche de coordonner son action collective en matière de formation, prend connaissance de l'appel à projet du Programme Investissements d'Avenir PFPE, elle ne peut que se sentir concernée. En effet, ledit programme est ainsi présenté : « *PFPE doit permettre une meilleure utilisation des fonds actuellement mobilisés pour la formation professionnelle, initiale et continue, en renforçant les synergies entre stratégies d'entreprises, politiques publiques, progression des individus ainsi qu'évolution des territoires et filières. Les projets candidats devront notamment contribuer à décloisonner l'action de ces différents acteurs, s'attacher à constituer des ressources pour un développement conjoint des individus et des entreprises, à mieux adapter les offres de formation aux objectifs et temporalités des entreprises, et ouvrir des possibilités de promotion pour leurs salariés.* »

Pour l'ANFA et ses partenaires, les digitalisations et la rapidité potentielle des mutations qu'elles impliquent appellent des approches plus partenariales pour que la nécessaire réactivité de l'appareil de formation soit au rendez-vous.

Plus précisément, pour éviter que les salariés et/ou leurs employeurs ne soient évincés par les mutations mais voient au contraire leurs opportunités accrues, il faut développer les compétences numériques des services de l'automobile en mobilisant principalement l'appareil de formation existant au service des entreprises de la branche. Pour cela, l'ANFA va, dans le montage du projet puis dans sa conduite, solliciter et mobiliser son réseau pour construire un consortium qui pourra, via ses comités de chantiers, expérimenter un fonctionnement « en mode projet » adapté aux défis. Pour les activités d'après-vente de véhicules légers comme de véhicules lourds, aussi bien que pour le commerce de véhicules neufs et d'occasion, l'ampleur des changements associés à la transformation numérique est telle que la branche, consciente de ces enjeux, se mobilise rapidement. Le projet et

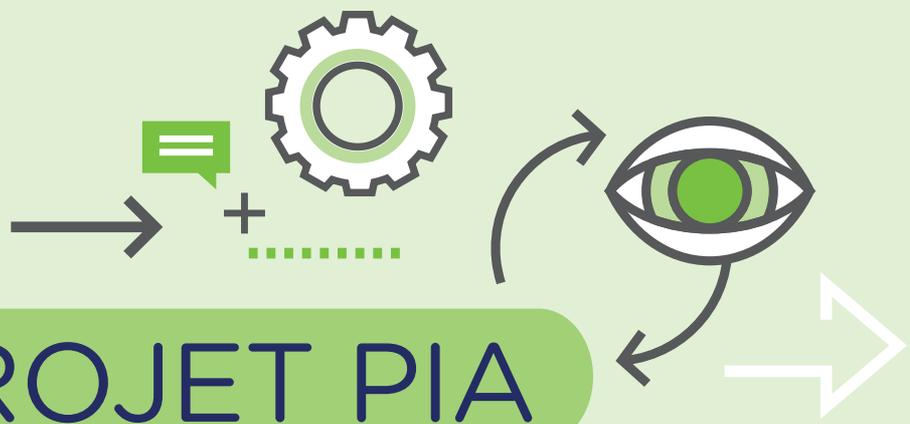
le consortium qui va le porter se construisent et emportent la conviction du Commissariat Général à l'Investissement : organismes de formation, constructeurs d'automobiles et de poids lourds, réseaux de marques, réparateurs indépendants et équipementiers de garages répondent à l'appel et leur implication ne se démentira pas pendant les six années qui suivront. La branche réaffirme face au numérique sa capacité à se mobiliser, dans le cadre d'une gouvernance renouvelée, au service d'une gestion des mutations qui s'évertue à faire des menaces qu'elles représentaient, des opportunités.

Les entreprises précisent leurs besoins et facilitent largement le travail d'évaluation des compétences numériques à acquérir et, avec les organismes de formation, précisent les cibles à privilégier et les actions de formation à concevoir. Sont ainsi rédigés et validés par le consortium des cahiers des charges pour la production de formations considérées comme prioritaires. Les organismes de formation et les services de l'ANFA coordonnent ces productions et, dans ces mêmes organismes de formation, en lien avec les entreprises du consortium, elles sont ensuite évaluées et pourront in fine être déployées.

La séquence ainsi décrite se déroule sur six années et, entre 2018 et 2023, l'automobile a beaucoup évolué. L'électrification a petit à petit pris le pas pour devenir la priorité principale de la construction et des services de l'automobile. Entre 2020 et 2023, le Covid-19 et la crise des semi-conducteurs viennent à leur tour apporter leur lot de perturbations. Il en est résulté que, sans disparaître, les enjeux des numérisations, ont perdu en importance relativement à d'autres. Parallèlement, dans le même temps, la formation professionnelle fait l'objet d'une réforme de grande ampleur qui, en faisant émerger l'OPCO Mobilités, modifie le statut et le rôle de l'ANFA, la relation directe aux entreprises étant désormais confiée à l'OPCO.

Le projet CNSA a, dans ce contexte tumultueux, tenu le cap et sa philosophie a été préservée : adossé à un consortium vivant et changeant, il a permis d'expérimenter en « mode projet » un fonctionnement plus partenarial et réactif. Les partenaires connaissent mieux désormais les contraintes et priorités de l'autre partie. La qualité des productions associées montre tout l'intérêt de faire vivre dans d'autres cas de figure de tels partenariats.

La branche en général et l'ANFA plus particulièrement  
sait désormais quand cela  
est opportun et comment  
s'y prendre.



# LE PROJET PIA

## COMPÉTENCES NUMÉRIQUES DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE

**Le projet PIA Compétences Numériques des Services de l'Automobile a pour objectif d'accompagner, par la formation, les professionnels de la branche face au développement de la connectivité des véhicules légers et industriels et à la numérisation des activités de commercialisation et d'après-vente.**

**Il fait suite à la réponse, par l'ANFA, à l'appel à projets « Partenariats pour la formation professionnelle et l'emploi » du Programme Investissements d'Avenir (PIA) de la Banque des Territoires.**

**Il est financé pour moitié par cet organisme qui cherche à encourager les partenariats entre organismes de formation et employeurs pour :**

- favoriser le maintien et l'essor des emplois dans les entreprises de la branche
- former les jeunes entrants dans le secteur
- développer les compétences des salariés en poste.

### LES ENJEUX ET OBJECTIFS DU PROJET

La numérisation progressive des process commerciaux, des véhicules et des interfaces avec les conducteurs, les réparateurs et les constructeurs, constitue un ensemble de contraintes et d'opportunités nouvelles pour les professionnels :

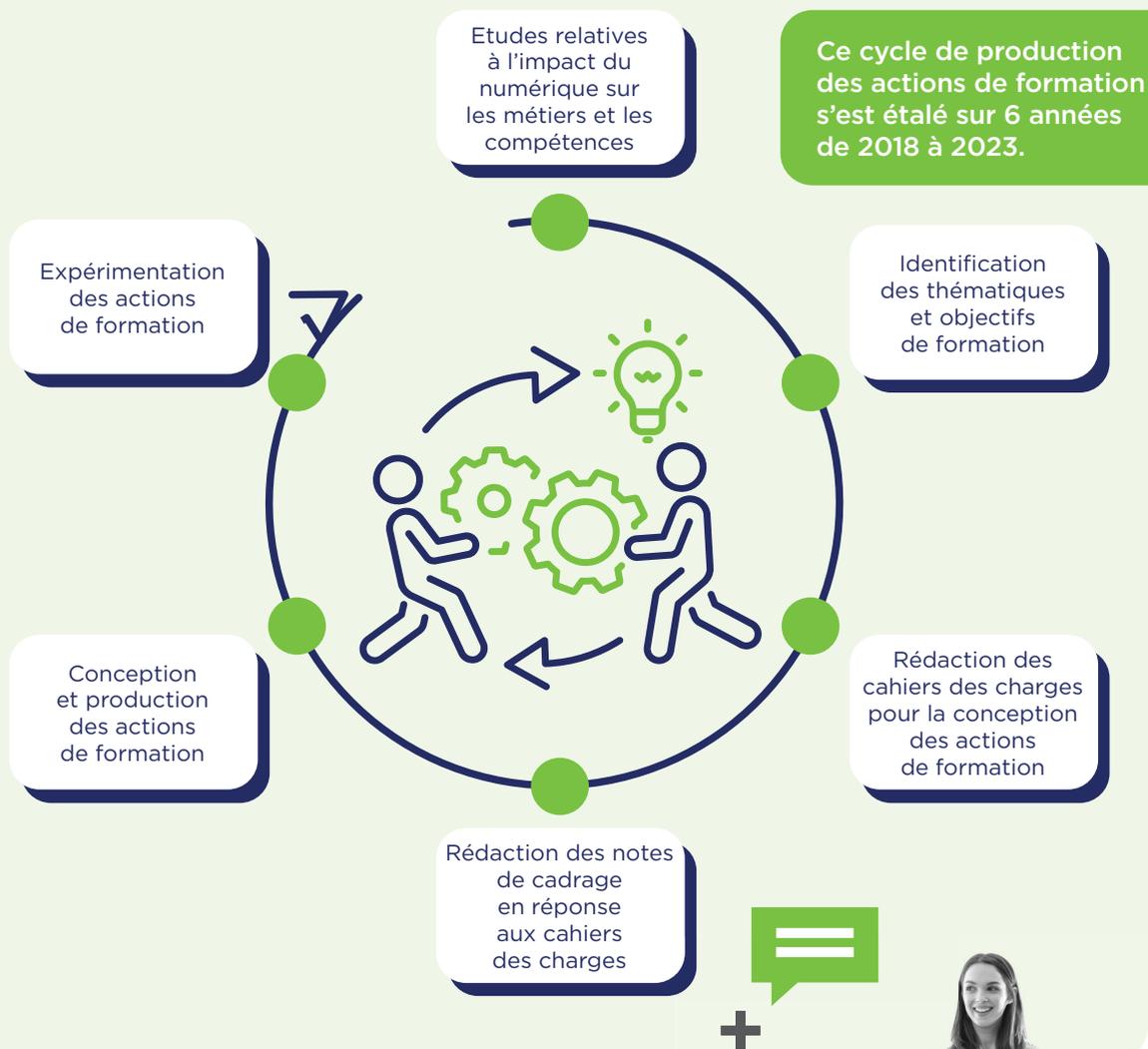
- Pour les métiers de l'après-vente (maintenance et réparation), l'intégration progressive des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les véhicules modifie le rapport des professionnels à la réparation et à la maintenance : développement des solutions de diagnostic à distance, généralisation des logiciels embarqués permettant d'activer ou de désactiver des fonctions dans le véhicule...
- Commercialement, les « parcours client » changent. Le métier de vendeur évolue à son tour et des possibilités inédites s'ouvrent aux professionnels de confectionner pour leurs clients, leurs propres offres de prestation de services embarqués.

- En terme marketing, les informations collectées à distance par les outils des constructeurs, ou par le biais de dispositifs développés par les start-ups, ou encore des équipementiers et diffusées par des professionnels de l'après-vente, viennent enrichir les stratégies commerciales et la relation client des distributeurs et réparateurs.

Ce projet vient en appui des TPE et PME pour leur permettre **d'anticiper et de tirer profit des mutations en cours.**

Par la production d'actions de formation à destination des jeunes entrants dans le secteur et des salariés en poste, il doit favoriser le développement des activités des entreprises grâce aux opportunités liées au numérique, contribuer à la préservation et l'essor des emplois des professionnels de la vente et de l'après-vente dans les domaines des véhicules légers et industriels.

## LE CYCLE DE PRODUCTION DES ACTIONS DE FORMATION



## CONSORTIUM ET GOUVERNANCE

PIA Compétences Numériques est un projet multi partenarial et innovant qui permet de faire travailler ensemble, au sein d'un consortium, des entreprises et des organismes de formation pour faire face aux enjeux liés au développement du numérique dans la branche des services de l'automobile.

### Les partenaires membres du consortium sont :

- Entreprises : Actia Muller, Autodistribution, Groupe Bernier, Groupe Bodemer, Electroclim, Emil Frey, GETE Automobile, Jean Lain Automobile, Mercedes, Olympic Garage, PSA, Renault SAS, Robert Bosch France,
- Organismes de formation : GNFA, CFA de la CMA de Bretagne (Bruz), GARAC (Argenteuil), CFA Technopolys (La Motte-Servolex), Institut des métiers de Clermont-Ferrand, Lycée Pierre Boulanger (Pont du Château), Lycée Emile Béjuit (Bron), Lycée Jean-Jaurès (Rennes), IUT Grenoble.

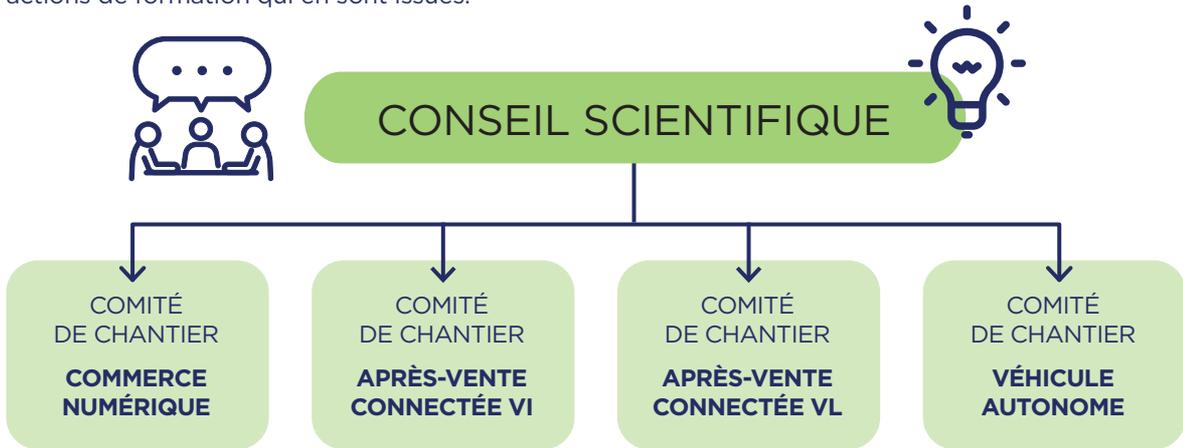


### Les missions du consortium :

- Être garant de la bonne cohérence entre les données terrain, les résultats des études et les actions de formation issues de ces études.
- Valider les cahiers des charges de formation et les actions de formation produites en réponse à ces cahiers des charges.
- Participer à l'expérimentation de ces actions de formation.

## L'ORGANISATION DU PROJET

Le consortium siège au conseil scientifique qui valide l'orientation des études, leurs résultats et les actions de formation qui en sont issues.



Chaque membre du consortium participe à l'un des quatre comités de chantier.

Les comités de chantiers sont des lieux d'échanges et de validation portant sur les productions en cours. Leur travail s'inscrit dans un processus itératif où chaque partenaire est tour à tour contributeur ou valideur.

L'ANFA est porteur et pilote du projet. Avec son observatoire et ses compétences en ingénierie de formation, elle coordonne les travaux d'études, la conception, la production et l'expérimentation des actions de formation.

## LES ÉTUDES

L'ANFA, par le biais de l'Observatoire des métiers des services de l'automobile, a coordonné la réalisation des études destinées à identifier les impacts de la numérisation sur l'emploi et les activités professionnelles dans les entreprises de la branche. De 2018 à 2020, neuf études ont été produites.

### COMMERCE NUMÉRIQUE VÉHICULES LÉGERS ET INDUSTRIELS



- Digitalisation du commerce de véhicules neufs
- Digitalisation du commerce de véhicules d'occasion
- Commercialisation des VI et VUL connectés et des services associés
- Numérisation du marketing et de la commercialisation de l'après-vente automobile

### APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS



- Après-vente connectée des véhicules légers
- Etat des lieux du garage connecté
- Usage des outils du garage connecté

### APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS BUS ET CARS



- Après-vente connectée des véhicules industriels
- Après-vente connectée des bus et cars

Consultez ces études →



## LES ACTIONS DE FORMATION

Les résultats des études ont abouti à la conception et la production d'actions de formation initiales et continues permettant d'accompagner les professionnels ou futurs professionnels à faire face aux évolutions de leurs activités et compétences.

Ces actions viennent enrichir l'offre des différents opérateurs de formation intervenant pour la branche des services de l'automobile.

Elles peuvent conjuguer plusieurs modalités de formation (présentiel, distanciel, en situation de travail) ou peuvent être exclusivement constituées de e-learning et favoriser ainsi l'autoformation.

### FORMATION DE L'APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS



- Environnement systèmes multimédias « Les véhicules connectés »
- La recherche de pannes dans un environnement connecté
- Le choix d'un DMS

### FORMATION DE L'APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS, BUS ET CARS



- Maintenance et diagnostic d'un système embarqué en seconde monte sur un bus
- Gestion des données véhicules industriels
- Mise en main véhicule industriel

### COMMERCIALISATION DES VÉHICULES LÉGERS



- Transmettre avec pédagogie
- Usage des outils du commerce numérique

### THÉMATIQUES TRANSVERSES



- Socle informatique
- Le RGPD dans les services de l'automobile
- Apprentissage vers le futur
- Enjeux du Big Data dans les services de l'automobile
- Véhicules autonomes

### FORMATION DE FORMATEURS



- Décrypter les évolutions technologiques
- Animer une classe virtuelle
- Les outils numériques pour animer et évaluer en ligne

Ces actions ont été conçues et produites entre 2019 et 2022 puis testées entre 2021 et 2023.

Elles ont été expérimentées auprès de jeunes en formation initiale et de salariés en formation continue.

Ces expérimentations font l'objet, pour chacune d'entre elles, d'un rapport d'expérimentation mettant en avant le point de vue des apprenants et des formateurs ainsi que les actions de remédiations à conduire.

# PANORAMA GÉNÉRAL

## DES FORMATIONS PIA →

### THÉMATIQUES DE FORMATION

### OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE LA FORMATION

### MODALITÉS ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

### PUBLICS VISÉS



#### L'APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS

##### ENVIRONNEMENT SYSTÈMES MULTIMÉDIA « LES VÉHICULES CONNECTÉS »

PARCOURS TECHNIQUE

Permettre le diagnostic et l'intervention sur système multimédia au sein d'architectures électriques constituant des services connectés

Parcours hybrides clés en mains, séquencés :

- 12 modules de formation (1 module = 2h)
- Simulateurs et/ou jeux de rôles
- E-learning pour FAD amont et FAD Aval

Tout diplôme, titre et CQP relevant du domaine maintenance des véhicules particuliers

##### ENVIRONNEMENT SYSTÈMES MULTIMÉDIA « LES VÉHICULES CONNECTÉS »

PARCOURS COMMERCE ET SERVICE

- Accompagner et informer le client des offres, des modalités contractuelles et des bénéfices associés aux véhicules connectés
- Répondre à des problématiques client

Tout diplôme, titre et CQP relevant des domaines vente, préparation livraison et après-vente

##### LA RECHERCHE DE PANNES DANS UN ENVIRONNEMENT CONNECTÉ

Construire et s'approprier une démarche de recherche de panne conforme aux règles de l'art et adaptée à son contexte professionnel

Formation sur mesure conjuguant AFEST et formation à distance :

- 5 e-learning
- 1 serious game
- Grilles d'observation et d'analyses d'activités

Tout diplôme, titre et CQP du domaine maintenance des véhicules particuliers

##### CHOIX D'UN DMS

Prendre en compte les critères adaptés au choix d'un DMS en entreprise

- 5 modules en ligne de 10 min
- Ressources téléchargeables et utilisables en situation professionnelle

BTS MV, licence pro OMSA, titre ingénieur spécialité Mécatronique...



#### L'APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS

##### BUS : MAINTENANCE DES SYSTÈMES CONNECTÉS EN SECONDE MONTE

Connaitre la démarche de recherche de panne sur un Système d'Aide à l'Exploitation et à l'Information Voyageurs (SAEIV)

3 modules en ligne de 20 min

Tout diplôme, titre et CQP relevant de la spécialité véhicules industriels

##### GESTION DES DONNÉES VI

Sensibiliser à la gestion des données techniques émanant de véhicules industriels (origine des données et types de maintenance associés)

3 modules en ligne de 8 min

Tout diplôme, titre et CQP relevant de la spécialité véhicules industriels

##### MISE EN MAIN VI

Sensibiliser aux enjeux de la mise en main de véhicules industriels et s'approprier un processus type

Parcours en présentiel clés en main, séquencé :

- 2 modules de formation (1 module = une demi-journée)
- Vidéos bonnes et mauvaises pratiques d'une mise en main VI

Tout apprenant susceptible de réaliser la mise en main d'un véhicule industriel

THÉMATIQUES DE FORMATION

OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE LA FORMATION

MODALITÉS ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

PUBLICS VISÉS



## COMMERCIALISATION DE VÉHICULES LÉGERS

<p><b>TRANSMETTRE AVEC PÉDAGOGIE LORS D'UNE LIVRAISON DE VÉHICULE</b></p>	<p>Apprendre à transmettre des informations dans le cadre d'une livraison de véhicules en s'appuyant sur les apports des sciences cognitives</p>	<p>Parcours en ligne constitué de 6 modules de 10 min</p>	<p>Tout apprenant développant des compétences dans le domaine de la livraison de véhicules</p>
<p><b>USAGE DES OUTILS DU COMMERCE NUMÉRIQUE</b></p>	<p>Maîtriser les usages des outils numériques dans la vente de véhicules au travers de 5 parcours :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exploiter les données d'un CRM</li> <li>2. Adapter la réponse à un lead selon l'outil numérique utilisé</li> <li>3. Réaliser une veille commerciale à l'aide du digital</li> <li>4. Définir une stratégie digitale et un plan d'action</li> <li>5. Mettre en œuvre une action marketing digitale</li> </ol>	<p>Parcours hybrides clés en mains, séquencés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 35 modules de formation (de 1 à 3h)</li> <li>• Simulateurs, e-learnings, vidéos, ressources apprenants et formateurs pour le présentiel</li> <li>• Classes inversées</li> </ul>	<p>Tout diplôme, titre et CQP relevant de la vente de véhicules</p>



## LES THÉMATIQUES TRANSVERSES

<p><b>SOCLE INFORMATIQUE</b></p>	<p>Permettre l'acquisition des compétences nécessaires à l'utilisation de l'informatique en entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 test de positionnement</li> <li>• 23 modules en ligne</li> </ul>	<p>Tout public</p>
<p><b>LE RGPD DANS LES SERVICES DE L'AUTOMOBILE</b></p>	<p>Permettre l'identification des objectifs, des conséquences et des impacts du RGPD sur les activités des services automobiles</p>	<p>Parcours modulaires selon les domaines d'activité du public : 6 modules en ligne de 15 min</p>	<p>Tout public</p>
<p><b>APPRENTISSAGES VERS LE FUTUR</b></p>	<p>Permettre la mise en œuvre de bonnes pratiques pour apprendre à distance</p>	<p>4 vidéos interactives de 6 min</p>	<p>Tout public</p>
<p><b>LES ENJEUX DU BIG DATA DANS LES SERVICES DE L'AUTOMOBILE</b></p>	<p>Sensibiliser les apprenants à la présence de la donnée dans les services de l'automobile</p>	<p>Parcours en présentiel clés en main, séquencé :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 modules de 2h</li> <li>• 9 e-learning</li> </ul>	<p>Tout public</p>
<p><b>VÉHICULES AUTONOMES</b></p>	<p>Sensibiliser aux différentes problématiques associées aux véhicules autonomes (niveaux d'autonomie, cas d'usage, aspects juridiques, technologiques, économiques, acceptabilité et régulation publique)</p>	<p>6 modules en ligne de 15 min</p>	<p>Tout public</p>

3

## ET AUSSI... ACTIONS SPÉCIFIQUES POUR LES FORMATEURS

- 1 Décrypter les évolutions technologiques
- 2 Les outils numériques pour animer et évaluer en ligne
- 3 Animer une classe virtuelle





# APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS



# SYNTHÈSE DES ÉTUDES



## RÉSULTATS PRINCIPAUX



## ENJEUX COMPÉTENCES



## ACTIONS DE FORMATION

### Étude VP connecté

- Intérêt limité des clients et des réparateurs VP pour les dongles connectés (prix, apports)
- Des problématiques plutôt centrées sur la mise à jour des systèmes multimédias connectés

- Conseiller les clients sur les systèmes multimédias
- Identifier des performances du système et des services
- Diagnostiquer et mettre à jour des systèmes multimédias

- Environnement systèmes multimédia « les véhicules connectés » parcours technique
- Environnement systèmes multimédia « les véhicules connectés » parcours commerce et service

### Étude : les outils d'aide au diagnostic connecté

- Des modes d'utilisation différenciés des OAD
- Un renforcement de la division du travail dans les ateliers

- Diagnostiquer le potentiel d'apprentissage des ateliers de maintenance automobile
- Permettre à un mécanicien d'aller vers un poste de technicien en maîtrisant la démarche de recherche de pannes

- La recherche de pannes dans un environnement connecté

### Étude Marketing digital de l'après-vente

- Beaucoup d'offres de CRM et DMS sur le marché surtout pour les indépendants
- Des sujets informatiques complexes (intégration avec les outils en place)

- Gérer la relation client par le biais du e-CRM
- Choisir le DMS adapté à ses besoins

- Choix d'un DMS

DOMAINE

# APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS

SYSTÈMES  
MULTIMÉDIA

*Les véhicules  
connectés*



THÉMATIQUE

# Système multimédia : parcours technique (organismes de formation)



## DURÉE

Pour un groupe de 8 à 12 apprenants

- Formation à distance en début de parcours : 40 mn
- Formation présentielle d'une durée adaptée suivant le profil des apprenants : 1 à 2 jours



## PUBLIC

- CAP Maintenance des véhicules, voitures particulières
- Bac professionnel Maintenance des véhicules, voitures particulières
- BTS Maintenance des véhicules, voitures particulières
- CQP Opérateur service rapide
- CQP Opérateur spécialiste service rapide
- CQP Mécanicien de maintenance automobile
- Titre à finalité professionnelle Mécanicien automobile
- CQP Technicien confirmé mécanique automobile
- CQP Technicien après-vente automobile
- Titre à finalité professionnelle Technicien expert après-vente automobile



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Quiz à l'issue de la formation à distance
- Questionnaire à l'issue de la formation en présentielle
- Quiz à l'issue de la formation à distance (ancrage de la formation)

## CONTENUS

**Objectif 1 :** Identifier les particularités d'un véhicule connecté et l'évolution croissante des prestations offertes

**Objectif 2 :** Identifier les principales offres connectées et leurs modalités d'accès

**Objectif 3 :** Identifier l'architecture de différents systèmes multimédias, les liaisons de communication et les services associés

**Objectif 4 :** Identifier l'architecture électrique du boîtier connecté / communicant (intégrant une carte SIM de téléphonie) et les liaisons de communication

**Objectif 5 :** Établir une communication (galvanique et radio) entre le smartphone et le système multimédia (cf. appairage). Identifier les modalités de mises à jour disponibles

**Objectif 6 :** Établir une communication (galvanique et radio) entre le smartphone et le système multimédia (cf. appairage) activer les services connectés ; Réaliser les mises à jour cartographiques

**Objectif 6 + :** Contrôler les performances des services connectés (cf. quand dysfonctionnement : contrôle des compatibilités entre matériels). Réaliser les mises à jour cartographiques

**Objectif 7 :** Diagnostiquer et réparer les systèmes multimédias :  
 • Diagnostic des systèmes de communication  
 • Reprogrammation et mise à jour des softs  
 • Remplacement et réinitialisation des éléments du système télématique  
 • Monitoring du système, contrôle des communications

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

### À distance :

- Formation à distance en début de parcours : découverte du véhicule connecté (40 min)
- Retour sur les points clés et ancrage de la formation en fin de parcours : « Relevez le défi du véhicule connecté »

### Présentiel :

- 3 capsules vidéo (3 x 5 min)
- Mises en pratique sur véhicule
- Learning game et jeux de rôles
- Mise en pratique sur simulateurs
- Des fiches ressources en synthèse pour l'apprenant
- Un support d'animation séquencé par objectif pour le formateur
- Activités ludiques...

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

Pour un groupe de 8 à 12 apprenants

- Formation à distance en début de parcours : 40 min
- Formation présentielle : 2 jours
- Formation à distance en fin de parcours : 30 min



### PUBLIC

Ensemble des apprenants visant une certification des domaines :

- Vente (exemples : CQP Chef des ventes, CQP Attaché Commercial, CQP Vendeur...)
- Après-vente (exemples : licence OMSA, Titre à finalité professionnelle Réceptionnaire après-vente VL...)
- Préparation livraison : (exemple : CQP Chef d'équipe préparation livraison...)



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Quiz à l'issue de la formation à distance
- Questionnaire à l'issue de la formation en présentielle
- Quiz à distance de fin de formation (ancrage de la formation)

# Systeme multimedia : parcours commerce (organismes de formation)

## CONTENUS

**Objectif 1 :** Identifier les particularités d'un véhicule connecté et l'évolution croissante des prestations offertes

**Objectif 2 :** Identifier les principales offres connectées et leurs modalités d'accès

**Objectif 3 :** Identifier l'architecture de différents systèmes multimédias, les liaisons de communication et les services associés

**Objectif 4 :** Identifier l'architecture électrique du boîtier connecté/communicant (intégrant une carte SIM de téléphonie) et les liaisons de communication

**Objectif 6 :** Établir une communication (galvanique et radio) entre le smartphone et le système multimedia (cf : appairage) activer les services connectés, Réaliser les MàJ cartographiques

**Objectif 9 :** Répondre à des problématiques client liées au système multimedia

**Objectif 10 :** Informer et orienter le client sur les mises à jour du système multimedia

**Objectif 11 :** Accompagner le client dans la restauration des paramètres d'usine

**Objectif 12 :** Décrire l'offre et les modalités contractuelles des services connectés

**Objectif 13 :** Expliquer les bénéfices clients de la technicité (mirror screen, Dongle, liaisons filaires/sans fil)

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

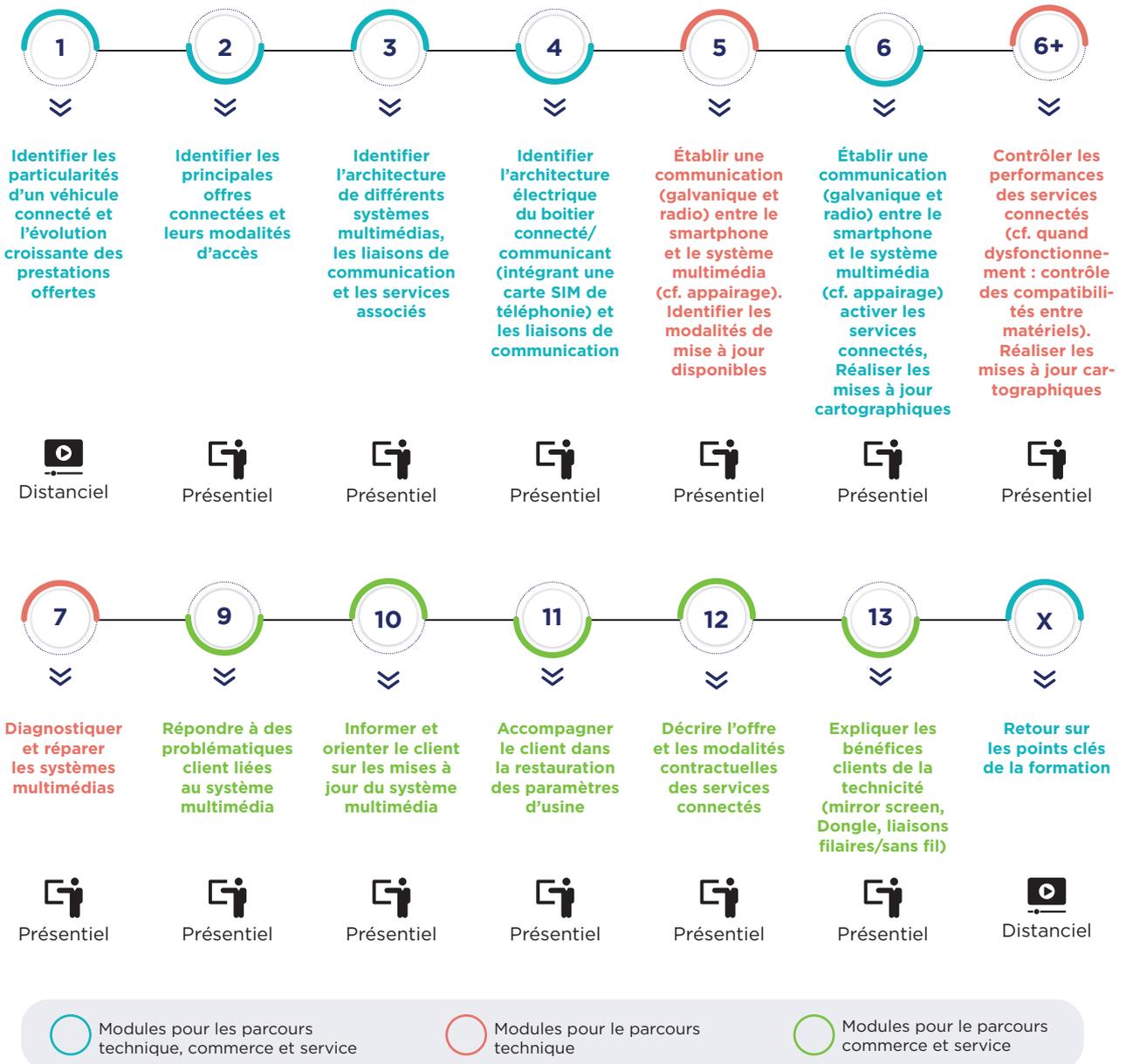
### À distance :

- En amont de la formation : découverte du véhicule connecté (40 min)
- En aval de la formation : retour sur les points clés et ancrages de la formation « Relevez le défi du véhicule connecté »

### Présentiel :

- 3 capsules vidéo (3 x 5 min)
- Mises en pratique sur véhicules
- Learning game et jeux de rôles
- Mises en pratique sur simulateurs
- Des fiches ressources de synthèse pour l'apprenant
- Mise en situation entre un client et un conseiller (téléphonique ou en face à face)
- Activité de recherche documentaire (portail constructeur)
- Analyses comportementales de vidéos d'échange entre un client et un conseiller
- Activités ludiques...

# Système multimédia : parcours technique, commerce et service (entreprises)



**PROFILS**

**OBJECTIFS**

**PARCOURS COMMERCE ET SERVICE**

Ensemble des salariés du domaine de la vente, de l'après-vente, de la préparation de livraison

1 - 2 - 3 - 4 - 6 - 9 - 10 - 11 - 12 - 13 - X

**PARCOURS TECHNIQUE**

Opérateur et opérateur spécialiste service rapide

1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - X

Mécanicien de maintenance automobile, Mécanicien spécialiste automobile, Technicien confirmé mécanique automobile

1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 6+ - X

Technicien électricien électronique automobile, technicien expert après-vente automobile

1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 6+ - 7 - X

La nomenclature des objectifs est reprise dans l'ensemble des supports fournis dans le kit de formation.

DOMAINE

# APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS

LA RECHERCHE  
DE PANNES  
*dans un environnement  
connecté*



THÉMATIQUE



# SE FORMER À LA RECHERCHE DE PANNES

## OBJECTIFS :

Construire et s'approprier une démarche de recherche de panne conforme aux règles de l'art et adaptée à son contexte professionnel

**PUBLIC :** Mécaniciens

## ENJEUX :

- ▶ Un enrichissement des compétences de vos salariés
- ▶ Une plus grande aisance avec les outils numériques
- ▶ Une première étape vers un poste de technicien



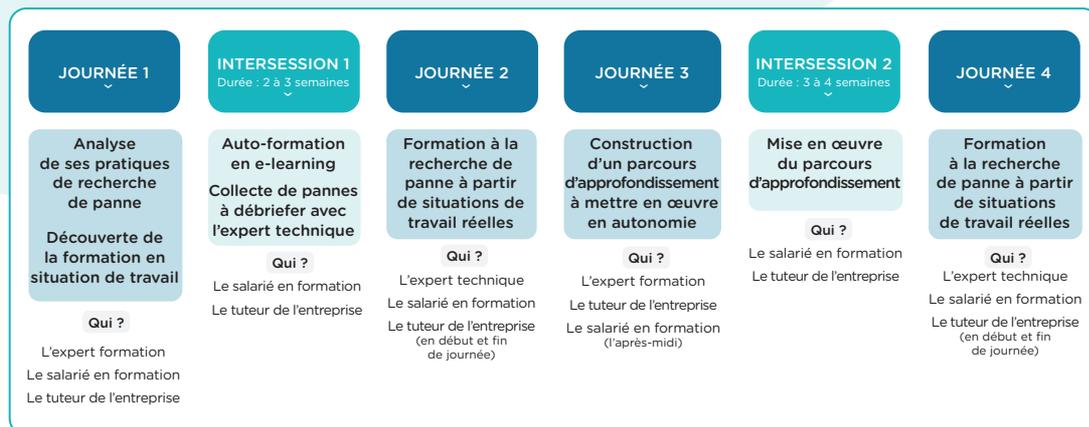
## UNE FORMATION SUR PLACE ET SUR-MESURE

### Sur place :

- ▶ Sans déplacement pour votre salarié en formation
- ▶ En co-animation par nos experts, qui se déplacent chez vous
- ▶ Et par l'un de vos salariés expérimentés, tuteur au quotidien

### Sur-mesure :

- ▶ Adaptée aux besoins spécifiques de votre entreprise
- ▶ Ancrée dans la réalité des travaux du quotidien
- ▶ Avec un rythme adaptable à vos contraintes



## DES ENGAGEMENTS RÉCIPROQUES

### Nous nous engageons à :

- ▶ Mettre à disposition nos experts
- ▶ Concevoir avec vous un programme sur-mesure pour votre salarié, sur la base d'une trame prédéterminée
- ▶ Vous accompagner dans la mise en œuvre du parcours de formation

### Vous vous engagez à :

- ▶ Désigner comme tuteur un salarié suffisamment compétent dans la recherche de panne (mécanicien expérimenté, technicien)
- ▶ Dégager le temps nécessaire à vos deux salariés pour mettre en œuvre le parcours de formation
- ▶ Aménager les situations de travail pour qu'ils atteignent les objectifs prévus (temps, droit au tâtonnement et à l'erreur...)

DOMAINE

# APRÈS-VENTE VÉHICULES LÉGERS

CHOIX  
D'UN DMS



THÉMATIQUE

**DURÉE**

5 e-learning de 10 mn

**PUBLIC**

Tout professionnel (salarié, chef d'entreprise, etc.) ou apprenant susceptible de choisir et/ou d'utiliser un DMS.

**OBJECTIFS**

Sensibiliser leurs équipes au potentiel de l'outil DMS et aux limites de l'existant :

- Identifier et d'analyser en interne les besoins des utilisateurs potentiels du DMS
- Sélectionner et hiérarchiser les critères de sélection du DMS en fonction des besoins spécifiques aux différents services.
- Accompagner la mise en place d'un DMS au sein de l'entreprise.

# Choix d'un DMS

## CONTENUS

**Module 1 : Identifier les besoins et les objectifs de son entreprise afin de choisir un DMS**

- Identifier le rôle d'un DMS.
- Identifier les besoins de l'entreprises.
- Préparer la mise en place ou le changement d'un DMS au sein de l'entreprise.

*Document à télécharger : « Grille d'évaluation des besoins »*

**Module 2 : Analyser les solutions DMS du marché**

- Préparer son étude comparative
- Lancer un appel d'offre

*Document à télécharger : Modèle de cahier des charges*

**Module 3 : Prendre en compte tous les coûts inhérents à la mise en place d'un DMS**

- Maîtriser la structure des coûts lors de la mise en place d'un DMS
- Comparer les coûts de différentes solutions DMS
- Utiliser une trame de gestion des coûts

*Document à télécharger : Trame de gestion des coûts*

**Module 4 : Mettre en place un plan d'action pour accompagner le changement**

- Comprendre les enjeux de la conduite du changement
- Identifier les clés de la réussite d'un changement
- Utiliser un outil de suivi

*Document à télécharger : Retroplanning*

**Module 5 : Connecter les autres applications au DMS**

- Comprendre l'importance de connecter un DMS à d'autres logiciels
- Identifier les applications pouvant être connectées à un DMS
- Identifier un moyen de connecter un DMS à d'autres logiciels

*Document à télécharger : Schéma d'interface*

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

- Quiz à la fin de chaque module
- Module 3 : Étude de cas

## IDÉES D'USAGES :

- Suivi de projet en entreprise
- E-learning en classe inversée

Domaine

# APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS



APRÈS-VENTE VI

# SYNTHÈSE DES ÉTUDES



## RÉSULTATS PRINCIPAUX

- Nécessité d'être en capacité d'effectuer une maintenance de premier niveau de complexité sur les systèmes de bus connectés (SAEIV)



## ENJEUX COMPÉTENCES

- Diagnostic de pannes d'un SAEIV : maintenance de 1<sup>er</sup> niveau



## ACTIONS DE FORMATION

- Bus : maintenance des systèmes connectés en seconde monte

- Intérêt partagé assez fort de clientèles professionnelles désireuses de rationaliser leur activité et déjà utilisatrices de « solutions télématiques »
- Intérêt des professionnels du VI pour les solutions numériques et connectées pour améliorer leurs performances opérationnelles et économiques

- Mise en main et accompagnement
- Réception digitale active
- Réalisation du carnet de maintenance électronique
- Dépannage « informé »
- Gestion des données

- Gestion des données VI
- Mise en main VI



# APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS

## BUS :

*Maintenance des systèmes connectés en seconde monte*



## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

3 e-learning de 20 min



### PUBLIC

Tout public préparant un diplôme ou une certification de branche comprenant la maintenance des bus et cars



### OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Sensibiliser les apprenants à la recherche de panne sur un Système d'Aide à l'Exploitation et à l'Information Voyageurs (SAEIV)

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À la fin de ces e-learning l'apprenant sera capable de :

- Identifier les éléments constituant un bus communicant
- Appliquer les principes d'installation d'un SAEIV en seconde monte
- Différencier les niveaux de maintenance d'un bus connecté
- Identifier les différents intervenants en fonction des niveaux de maintenance
- Réaliser une maintenance de premier niveau sur un bus connecté
- Analyser les causes de dysfonctionnement d'un SAEIV
- Appliquer une méthode de diagnostic à une recherche de panne sur un SAEIV



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Des quizz d'auto-évaluation sont disponibles au cours des e-learning

# Bus : maintenance des systèmes connectés en seconde monte

## CONTENUS

### E-learning 1 : Installer un SAEIV en seconde monte sur un bus connecté.

- Permet d'identifier les éléments constituant un bus communicant et de comprendre les principes d'installation d'un SAEIV en seconde monte.

### E-learning 2 : Effectuer une maintenance de 1<sup>er</sup> niveau sur un bus connecté.

- Permet de catégoriser les différentes maintenances sur 5 niveaux et d'y associer les différents intervenants.
- Permet de mémoriser une procédure d'intervention pour réaliser une maintenance de premier niveau.

### E-learning 3 : Identifier les causes de pannes impliquant un SAEIV.

- Permet d'appliquer une méthode de diagnostic, à travers différents cas pratiques, afin d'analyser les causes de dysfonctionnement d'un SAEIV et d'apporter une réponse adéquate.

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

3 e-learning, accompagnés d'une voix off, qui alternent des phases d'explications et des activités permettant d'ancrer plus solidement les apprentissages.

Chaque e-learning est accompagné d'une synthèse téléchargeable au format PDF.

DOMAINE

# APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS

GESTION DES  
DONNÉES VI



THÉMATIQUE

**DURÉE**

3 e-learning de 8 minutes

**PUBLIC**

- Tout apprenant inscrit à un diplôme, titre ou CQP relevant de la maintenance de véhicules industriels.
- Tout salarié de l'après-vente dans le secteur des véhicules industriels.

**OBJECTIFS**

- Sensibiliser les apprenants sur l'intérêt des données véhicules connectés
- Former les acteurs des concessions sur la gestion de ces données (exploitation, valorisation, législation...)

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Lire un tableau de bord/une remontée de donnée
- Suivre et prioriser les données de maintenance remontées des VI connectés afin de réduire les immobilisations
- Sensibiliser le client sur l'intervention de maintenance préventive et sur les services connectés auquel le client est susceptible de souscrire

**CONTENUS****E-learning 1 : La donnée**

Ce module traite uniquement des données utiles à l'après-vente des véhicules industriels avec les objectifs suivants :

- Appréhender les différentes sources de données.
- Identifier les enjeux de la donnée dans l'APV.
- Découvrir les règles de collectes et d'usage de la donnée.

**E-learning 2 : En pratique sur le terrain**

- Identifier les différents types de maintenance en APV.
- Découvrir les possibilités offertes par la donnée dans les métiers en APV.

**E-learning 3 : Des pistes d'avenir.**

- S'imprégner des pistes d'avenir liées à la donnée.

**EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES**

- E-learning 2 : Simulateur de rapport de données.  
Cet exercice permet de s'entraîner à la lecture d'un rapport de données sur plusieurs véhicules et à la mise en place d'actions liées à ces données.

## Gestion des données VI



### E-learning 1 : La donnée



### E-learning 2 : En pratique sur le terrain



### E-learning 3 : Des pistes d'avenir

#### PUBLIC

- Tout apprenant préparant un diplôme, titre à finalité professionnelle ou certificat de qualification professionnelle relevant de la maintenance des véhicules industriels.
- Tout salarié dans le domaine de l'après-vente des véhicules industriels.

 Distanciel :  
8 mn

#### PUBLIC

- Tout apprenant préparant un diplôme, titre à finalité professionnelle ou certificat de qualification professionnelle relevant de la maintenance des véhicules industriels.
- Tout salarié dans le domaine de l'après-vente des véhicules industriels.

 Distanciel :  
8 mn

#### PUBLIC

- Tout apprenant préparant un diplôme, titre à finalité professionnelle ou certificat de qualification professionnelle relevant de la maintenance des véhicules industriels.
- Tout salarié dans le domaine de l'après-vente des véhicules industriels.

 Distanciel :  
8 mn





DOMAINE

# APRÈS-VENTE VÉHICULES INDUSTRIELS



THÉMATIQUE

**DURÉE**

- 2 sessions en présentiel (2h30 et 4h)

**PUBLIC**

Toutes personnes susceptibles de réaliser la mise en main d'un véhicule industriel

**OBJECTIFS**

- Identifier les étapes de la mise en main d'un véhicule industriel
- Identifier les bonnes et mauvaises pratiques lors de la réalisation des principales étapes de la mise en main d'un véhicule industriel

**MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Un questionnaire pour évaluer les apprentissages durant le module.

**RESSOURCES****Ressources présentielles :**

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur

**Ressources digitales :**

- Vidéo : expliquer l'intérêt de la mise en main du véhicule dans un contexte connecté et numérique
- Tutos vidéo : identifier les bonnes et mauvaises pratiques lors de la réalisation des principales étapes de la mise en main d'un véhicule industriel
- E-learning : identifier les différentes étapes de la communication avec un client

**MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES****Préconisations d'animation :**

- En présentiel : 2 séquences
- En distanciel : possibilité de classe virtuelle après adaptation du support pédagogique

**Préconisations d'activités :**

- Exercices de mise en pratique, analyse de bonnes et mauvaises pratiques, jeux de rôle
- Animation avec les outils numériques

**IDÉES D'USAGES :**

- E-learning : classe inversée ou FAD aval
- Tutos vidéos : exploitation pédagogique des jeux de rôle

Domaine

# COMMERCIALISATION VÉHICULES LÉGERS



COMMERCIALISATION VL

# SYNTHÈSE DES ÉTUDES



## RÉSULTATS PRINCIPAUX

- Une digitalisation qui incrémente lentement les métiers
- L'informatisation de pratiques anciennes (suivi des clients, traitements des rappels, financement)
- Un effet plus novateur en VO qu'en VN (mise en ligne d'annonces)



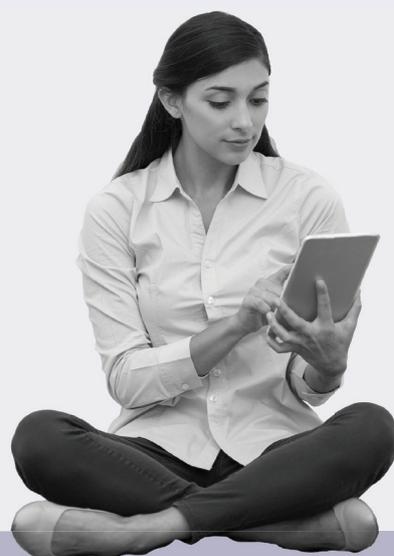
## ENJEUX COMPÉTENCES

- Créer une relation virtuelle avec un client
- Exploiter un CRM et les logiciels spécifiques à l'activité
- Mettre en valeur un VO
- Présenter et expliquer un véhicule complexe et connecté



## ACTIONS DE FORMATION

- Transmettre avec pédagogie lors d'une livraison de véhicule
- Usage des outils du commerce numérique



DOMAINE

# COMMERCIALISATION VÉHICULES LÉGERS

TRANSMETTRE  
AVEC  
PÉDAGOGIE



THÉMATIQUE

# Transmettre avec pédagogie



## DURÉE

- 6 e-learning de 10 min.



## PUBLIC

- Salariés des domaines vente et préparation rénovation des véhicules en charge de la livraison du véhicule au client
- Toutes personnes préparant une certification dans le domaine de la vente de véhicules ou préparant le CQP « Conseiller en livraison de véhicules »



## OBJECTIFS

Avec le numérique, les véhicules se complexifient et les informations à prendre en compte pour les utiliser sont de plus en plus nombreuses. S'appuyant sur les apports des sciences cognitives qui étudient le fonctionnement de notre cerveau et de notre pensée, cette formation vous permettra d'identifier les stratégies pour s'approprier et transmettre ces informations avec efficacité.

## CONTENUS :

### 4 e-learning consacrés aux fondamentaux de la pédagogie :

- - Soutenir l'attention pour favoriser la mémorisation
- - Prendre en compte les émotions et créer une posture d'apprentissage
- - Utiliser les tests et les feedbacks
- - Favoriser l'ancrage en mémoire

### 2 e-learning pour apprendre et accompagner l'apprentissage en équipe

- - Apprendre efficacement dans mon quotidien
- - Accompagner l'apprentissage en équipe

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

Ces e-learning interactifs alternent des exercices s'appuyant sur des mises en situation concrètes de livraison et des phases d'explications. Chaque e-learning se termine par une liste de messages clés à retenir puis par quelques micro-défis à appliquer dans la vie réelle.

## IDÉES D'USAGES :

- Utilisation en distanciel ou présentiel
- Possibilité de travailler sur les chapitres 1 et 2 (accueil client) de manière indépendante
- Accompagnement de toutes personnes dont le rôle consiste à transmettre des connaissances

DOMAINE

# COMMERCIALISATION VÉHICULES LÉGERS

OUTILS DU  
COMMERCE  
NUMÉRIQUE :

*Séquençage  
à la journée*



THÉMATIQUE

## Usage des outils du commerce numérique (séquençage à la journée)



**Exploiter les données du CRM**

Présentiel : 1 j

**RESSOURCES**

5 vidéos tutos  
1 vidéo globale

**PUBLIC**

Personnes préparant une certification de niveau 5 du domaine de la vente de véhicules ou le CQP ACA



**Adapter la réponse à un lead selon l'outil numérique utilisé**

Distanciel amont : 45 min

Présentiel : 1 j

**RESSOURCES**

4 e-learning  
+ 4 vidéos tutos

**PUBLIC**

Personnes préparant une certification de niveau 5 du domaine de la vente de véhicules ou le CQP ACA



**Réaliser une veille commerciale à l'aide du digital**

Distanciel : 1h30

**RESSOURCES**

2 e-learning  
+ auto-évaluation

**PUBLIC**

Personnes préparant une certification de niveau 5 ou 7 du domaine de la vente de véhicules, le CQP ACA, le CQP ACDV, ou le CQP CDV



**Définir une stratégie digitale et un plan d'action**

Distanciel amont : 10 min

Présentiel : 1 j

**RESSOURCES**

1 e-learning  
+ 3 vidéos tutos

**PUBLIC**

Personnes préparant une certification de niveau 5 ou 7 du domaine de la vente de véhicules, le CQP ACA, le CQP ACDV, ou le CQP CDV



**Mettre en œuvre une action marketing digitale**

Présentiel : 1 j

**RESSOURCES**

1 e-learning  
+18 vidéos tutos

**PUBLIC**

Personnes préparant un titre à finalité professionnelle ou un CQP relevant de la vente de véhicules

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**  
1 journée

#### **Durée indicatives des séquences :**

- **Séquence 1 :** les objectifs de la formation - l'évaluation des connaissances initiales (45 min)
- **Séquence 2 :** les rôles et enjeux d'un CRM (30 min)
- **Séquence 3 :** les fonctionnalités à usage quotidien d'un CRM (3 h)
- **Séquence 4 :** les fonctionnalités à usage avancé d'un CRM (1 h 15 min)
- **Séquence 5 :** l'intérêt du CRM - le plan d'engagement personnel - l'évaluation des acquis (1h)



### PUBLIC

- Salariés de la catégorie maîtrise voire cadre du domaine vente de véhicules
- Personnes préparant une certification de niveau 5 du domaine de la vente de véhicules ou le CQP ACA



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, cas pratiques

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage de la journée

## Programme 1 : Exploiter les données d'un CRM

### OBJECTIFS

- Identifier le rôle et les enjeux d'un CRM : l'utilité d'un CRM pour l'entreprise et pour le vendeur
- Utiliser les fonctionnalités à usage quotidien d'un CRM :
  - Rechercher, créer et mettre à jour une fiche client
  - Analyser les données du CRM
  - Analyser son tableau de bord pour prioriser les relances à effectuer
  - Planifier les prochaines actions (une relance, un rendez-vous)
- Utiliser les fonctionnalités avancées d'un CRM :
  - Dédoublonner un fichier client pour améliorer sa qualité
  - Définir les critères de ciblage pour lancer une campagne marketing
  - Mesurer les résultats d'une campagne marketing

### RESSOURCES

#### **Ressources présentielles :**

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur
- 6 cas pratiques avec utilisation du simulateur de CRM

#### **Ressources digitales :**

- 5 tutos explicatifs sur les fonctionnalités du simulateur de CRM
- 1 vidéo « Le rôle et les enjeux d'un CRM » (3 min)

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

#### **Préconisations d'animation :**

- En présentiel
- Installation préalable du simulateur de CRM localement sur des ordinateurs

#### **Préconisations d'activités :**

- Travaux pratiques et jeux de rôle avec le simulateur de CRM,
- Exercices de mise en pratique,
- Animation avec les outils numériques

**DURÉE****Durée indicative de l'action complète :**

1 journée

**Durée indicatives des séquences :**

Ces durées peuvent varier selon les publics

- **Séquence 1 :** les objectifs de la formation - les moyens de communication (1h)
- **Séquence 2 :** les éléments globaux de réponse à un lead (45 min asynchrones et 25 min synchrones)
- **Séquence 3 :** réponse à un lead par mail (1h15 min)
- **Séquence 4 :** réponse à un lead par SMS/MMS (45 min)
- **Séquence 5 :** réponse à un lead par chat (25 min)
- **Séquence 6 :** réponse à un lead par VMS (45 min)
- **Séquence 7 :** réponse à un lead par visio (1h20 min)
- **Séquence 8 :** les notions à mettre en œuvre dans sa pratique - l'évaluation des acquis (20 min)

**PUBLIC**

- Salariés de la catégorie maîtrise voire cadre du domaine vente de véhicules
- Personnes préparant une certification de niveau 5 du domaine de la vente de véhicules ou le CQP ACA

**MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Quiz, évaluation entre pairs

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage de la journée

## Programme 2 : Adapter la réponse à un lead selon l'outil numérique utilisé

**OBJECTIFS**

- Identifier les avantages et les inconvénients de chaque canal de communication
- Identifier et mettre en œuvre les éléments globaux de réponse à un lead :
  - Définir un lead (client, prospect, suspect) et le marketing prédictif
  - Repérer l'importance des leads pour le commerce automobile (les chiffres clés du parcours d'achat)
  - Identifier l'origine des leads et leurs moyens de traitement
  - Préparer le traitement du lead (origine du lead, consultation du CRM, taux de transformation, délai de réponse...)
  - Identifier les composantes d'une réponse réussie à un lead
  - Appliquer les étapes de la méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action) à l'écrit et à l'oral
- Identifier et mettre en œuvre les éléments spécifiques de réponse à un lead par : Mail, SMS et MMS, Chat, VMS, Visio

**RESSOURCES****Ressources présentielle :**

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur

**Ressources digitales :**

- E-learning : Qu'est-ce qu'un lead ? (15 min)
- E-learning : Le traitement des leads (15 min)
- E-learning : La méthode AIDA (15 min)
- E-learning : Les bonnes et mauvaises pratiques lors d'une réponse par visio (6 min)
- 4 vidéos tutos :
  - Les conditions de réussite d'un rendez-vous à distance
  - Le déroulement d'un rendez-vous à distance
  - Passer du PC au smartphone
  - Réussir l'après rendez-vous

**MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES :****Préconisations d'animation :**

- En présentiel : 8 séquences (une partie de la séquence 2 à distance)
- En distanciel : les 3 e-learning de 15 min, en amont de la formation (séquence 2)

**Préconisations d'activités :**

- Exercices de mise en pratique, analyse de bonnes et mauvaises pratiques, jeux de rôle
- Animation avec les outils numériques

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**

1 h 30 min

**Durées indicatives des séquences :**

- **Séquence 1 :** la réalisation d'une veille commerciale à l'aide du digital (30 min)
- **Séquence 2 :** le cas particulier d'une veille concurrentielle (1h)



### PUBLIC

- Salariés de la catégorie cadre voire maîtrise du domaine vente de véhicules
- Personnes préparant une certification de niveau 5 ou 7 du domaine de la vente de véhicules, le CQP ACA, le CQP ACDV, ou le CQP CDV



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, étude de cas, auto-évaluation

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage de la journée

## Programme 3 : Réaliser une veille commerciale à l'aide du digital

### OBJECTIFS

- Définir la veille, identifier ses enjeux, et repérer les types de veille (technologique, marketing et commerciale, juridique et réglementaire, ...)
- Distinguer les sources de veille (presse spécialisée, site des concurrents, presse quotidienne, ...)
- Préparer une veille et vérifier ses sources
- Créer une alerte avec Google, Talkwaker et La centrale (fonctionnalités gratuites) et organiser sa boîte emails via des filtres de classement automatique
- Gérer et partager ses favoris en ligne

### RESSOURCES

**Ressources digitales :**

- E-learning : « La veille : ses enjeux et l'évaluation des sources d'information » (20 min)
- E-learning : « Les outils pour réaliser sa veille » (10 min)
- Grille d'auto-évaluation pour le travail de recherche sur la veille concurrentielle

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

- En distanciel
- Travail de recherche sur la veille concurrentielle (1h)

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage de la journée

## Programme 4 : Définir une stratégie digitale et un plan d'action



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**  
1 journée

#### Durées indicatives des séquences :

Ces durées peuvent varier selon les publics

- **Séquence 1 :** les objectifs de la formation - l'évaluation des connaissances initiales (1h)
- **Séquence 2 :** la stratégie digitale-intérêt et définition (20 min)
- **Séquence 3 :** la réalisation d'un diagnostic digital (2 h 10 min)
- **Séquence 4 :** l'utilisation de la méthode SMART pour définir un e-objectif (25 min)
- **Séquence 5 :** la définition d'une cible et l'identification des outils et critères de ciblage (15 min asynchrones et 30 min synchrones)
- **Séquence 6 :** l'identification des e-contenants, e-contenus et e-leviers (35 min)
- **Séquence 7 :** la conception d'un plan d'action digital (1 h 25 min)
- **Séquence 8 :** le plan d'engagement personnel - l'évaluation des acquis (35 min)



### PUBLIC

Salariés de la catégorie cadre voire maîtrise du domaine vente de véhicules

Personnes préparant une certification de niveau 5 ou 7 du domaine de la vente de véhicules, le CQP ACA, le CQP ACDV, ou le CQP CDV



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, évaluation entre pairs

### OBJECTIFS

- Réaliser un diagnostic digital (performance d'un site web, présence sur les réseaux sociaux, e-réputation)
- Définir un e-objectif
- Définir une stratégie digitale et un plan d'action

### RESSOURCES

#### Ressources présentielles :

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur

#### Ressources digitales :

- E-learning : « Définir une cible et un ciblage » (10 min)
- 3 vidéos tutos : réaliser un ciblage sur les sites desclientsdansmonmagasin.com, AEF et avec Facebook ads, ...

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Préconisations d'animation :

- En présentiel : 8 séquences (une partie de la séquence 5 à distance)
- En distanciel : le e-learning de 10 min, en amont de la formation (séquence 5)

#### Préconisations d'activités :

- Mise en situation : analyse de la performance du site web de son entreprise et d'un site concurrent
- Exercices de mise en pratique (e-objectifs, plan d'action)
- Manipulations de sites internet dédiés
- Animation avec les outils numériques

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

#### Durée indicative de l'action complète :

1 journée

#### Durées indicatives des séquences :

- **Séquence 1** : les objectifs de la formation - l'évaluation des connaissances initiales (45 min)
- **Séquence 2** : la définition d'une offre ou des sujets à mettre en avant (20 min)
- **Séquence 3** : la communication digitale : e-contenus, e-levers (30 min)
- **Séquence 4** : la réalisation de photos de véhicules et de retouches simples avec un smartphone (50 min)
- **Séquence 5** : la rédaction d'une annonce VN ou VO selon le canal de diffusion (40 min)
- **Séquence 6** : la production d'un SMS mailing (25 min)
- **Séquence 7** : la production d'un e-mailing (1h)
- **Séquence 8** : la production d'un post Facebook (30 min)
- **Séquence 9** : la production d'un post Instagram (30 min)
- **Séquence 10** : la production d'un post LinkedIn (30 min)
- **Séquence 11** : le plan d'engagement personnel - l'évaluation des acquis (35 min)



### PUBLIC

Salariés des catégories maîtrise et cadre du domaine vente de véhicules



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage de la journée

## Programme 5 : Mettre en œuvre une action marketing digitale

### OBJECTIFS :

- Définir une offre commerciale
- Identifier les supports de communication digitaux
- Produire et diffuser le contenu :
  - Réaliser des photos de véhicules avec un smartphone
  - Réaliser des retouches de photos avec un smartphone
  - Rédiger une annonce VN/VO selon le canal de diffusion
  - Produire un SMS-mailing
  - Produire un e-mailing
  - Produire un post LinkedIn, un post Facebook et un post Instagram

### RESSOURCES

#### Ressources présentielles :

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur
- Fiches tutos : sms-mailing, e-mailing...

#### Ressources digitales :

- E-learning : « Réaliser des photos de véhicules avec un smartphone » (6 min)
- 8 vidéos tutos « Réaliser des retouches de photos d'un véhicule avec un iPhone » (durée totale : 6 min)
- 10 vidéos tutos « Réaliser des retouches de photos d'un véhicule avec un Android » (durée totale : 10 min)

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Préconisations d'animation :

- En présentiel

#### Préconisations d'activités :

- Exercices de mise en pratique, manipulations des outils
- Animation avec les outils numériques



DOMAINE

# COMMERCIALISATION VÉHICULES LÉGERS

OUTILS DU  
COMMERCE  
NUMÉRIQUE :

*Séquençage  
à l'heure*



THÉMATIQUE

## Usage des outils du commerce numérique (séquençage à l'heure)



### Exploiter les données du CRM

Présentiel : de 7 à 9h  
4 séquences

**RESSOURCES**  
TP + simulateur CRM  
5 vidéos tutos  
+ 1 vidéo globale

**PUBLIC**  
• Bac Pro MVC  
• BTS NDRC



### Adapter la réponse à un lead selon l'outil numérique utilisé

Présentiel : de 8 à 10h  
6 séquences

Classes inversées :  
2x 30 min et 1x 20 min

**RESSOURCES**  
4 e-learning  
+ 4 vidéos tutos

**PUBLIC**  
• Bac Pro MVC  
• BTS NDRC



### Réaliser une veille commerciale à l'aide du digital

Présentiel : de 4 à 6h  
3 séquences

Classes inversées :  
10 min et 20 min

**RESSOURCES**  
2 e-learning

**PUBLIC**  
• BTS NDRC et au-delà  
• Bac Pro MVC



### Définir une stratégie digitale et un plan d'action

Présentiel : 11h  
7 séquences

Classe inversée :  
15 min

**RESSOURCES**  
1 e-learning  
+ 3 vidéos tutos

**PUBLIC**  
• BTS NDRC et au-delà  
• Bac Pro MVC



### Mettre en œuvre une action marketing digitale

Présentiel : 25h  
7 séquences

Classes inversées :  
2x 2h

**RESSOURCES**  
1 e-learning  
+ 23 vidéos tutos

**PUBLIC**  
• Bac Pro MVC  
• BTS NDRC

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**  
de 7 à 9 h

**Durées indicatives des séquences :**

- **Séquence 1 :** les rôles et enjeux d'un CRM (1 h)
- **Séquence 2 :** les fonctionnalités à usage quotidien d'un CRM - L'onglet « Contacts » (3h)
- **Séquence 3 :** les fonctionnalités à usage quotidien d'un CRM - L'onglet « Tâches » (2 h)
- **Séquence 4 :** les fonctionnalités à usage avancé d'un CRM - L'onglet « Marketing » (3h)



### PUBLIC

Toutes personnes inscrites en Bac Pro MVC ou BTS NDRC



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, auto-évaluation, cas pratiques

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage à l'heure

## Programme 1 : Exploiter les données d'un CRM

### OBJECTIFS

- Identifier le rôle et les enjeux d'un CRM : l'utilité d'un CRM pour l'entreprise et pour le vendeur
- Utiliser les fonctionnalités à usage quotidien d'un CRM :
  - Rechercher, créer et mettre à jour une fiche client
  - Analyser les données du CRM
  - Analyser son tableau de bord pour prioriser les relances à effectuer
  - Planifier les prochaines actions (une relance, un rendez-vous)
- Utiliser les fonctionnalités avancées d'un CRM :
  - Dédoublonner un fichier client pour améliorer sa qualité
  - Définir les critères de ciblage pour lancer une campagne marketing
  - Mesurer les résultats d'une campagne marketing

### RESSOURCES

**Ressources présentielle :**

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique sur 4 séquences
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur
- 6 cas pratiques avec utilisation du simulateur de CRM

**Ressources digitales :**

- 5 tutos explicatifs sur les fonctionnalités du simulateur de CRM
- 1 vidéo « Le rôle et les enjeux d'un CRM » (3 min)
- Mode scénarisé du simulateur de CRM avec corrections à disposition
  - Situation professionnelle : « Utiliser un CRM au quotidien » (25 min)
  - Situation professionnelle : « Créer un ciblage » (15 min)

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

**Préconisations d'animation :**

- En présentiel, 4 séquences de 50 min à 150 min - nécessité d'avoir des écouteurs et le simulateur de CRM installé localement sur des ordinateurs

**Préconisations d'activités :**

- Travaux pratiques et jeux de rôle avec le simulateur de CRM
- Exercices de mise en pratique,
- Animation avec les outils numériques

**DURÉE**

**Durée indicative de l'action complète :**  
de 8 à 10 h

**Durées indicatives des séquences :**

- **Séquence 1 :** les leads et les moyens de communication (1 h)
- **Séquence 2 :** les éléments globaux de réponse à un lead (2 h)
- **Séquence 3 :** réponse à un lead par mail (3 h)
- **Séquence 4 :** réponse à un lead par SMS/MMS (1 h)
- **Séquence 5 :** réponse à un lead par chat et VMS (1,5 h)
- **Séquence 6 :** réponse à un lead par visio (1,5h)

**PUBLIC**

Toutes personnes inscrites en Bac Pro MVC ou BTS NDRC

**MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Quiz, évaluation entre pairs

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage à l'heure

## Programme 2 : Adapter la réponse à un lead selon l'outil numérique utilisé

**OBJECTIFS :**

- Identifier les avantages et les inconvénients de chaque canal de communication
- Identifier et mettre en œuvre les éléments globaux de réponse à un lead :
  - Définir un lead (client, prospect, suspect) et le marketing prédictif
  - Repérer l'importance des leads pour le commerce automobile (les chiffres clés du parcours d'achat)
  - Identifier l'origine des leads et leurs moyens de traitement
  - Préparer le traitement du lead (origine du lead, consultation du CRM, taux de transformation, délai de réponse...)
  - Identifier les composantes d'une réponse réussie à un lead
  - Appliquer les étapes de la méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action) à l'écrit et à l'oral
- Identifier et mettre en œuvre les éléments spécifiques de réponse à un lead par : mail, SMS et MMS, chat, VMS, visio

**RESSOURCES****Ressources présentielles :**

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique sur 6 séquences
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur

**Ressources digitales :**

- E-learning : Qu'est-ce qu'un lead ? (15 min)
- E-learning : Le traitement des leads (15 min)
- E-learning : La méthode AIDA (15 min)
- E-learning : Les bonnes et mauvaises pratiques lors d'une réponse par visio (6 min)
- 4 vidéos tutos :
  - Les conditions de réussite d'un rendez-vous à distance
  - Le déroulement d'un rendez-vous à distance
  - Passer du PC au Smartphone
  - Réussir l'après rendez-vous

**MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES :****Préconisations d'animation :**

- En présentiel : 9 séances de 50 min
- En distanciel : 3 classes inversées de 15 min à 30 min

**Préconisations d'activités :**

- Exercices de mise en pratique, analyse de bonnes et mauvaises pratiques, jeux de rôle
- Animation avec les outils numériques

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**  
de 4 à 6 h

#### Durées indicatives des séquences :

- **Séquence 1 :** l'évaluation des sources d'information (1h)
- **Séquence 2 :** les outils pour organiser sa veille (1h)
- **Séquence 3 :** la réalisation d'une veille concurrentielle (2 à 4 h)



### PUBLIC

Toutes personnes inscrites en BTS NDRC, voire Bac Pro MVC



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, auto-évaluation, étude de cas

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage à l'heure

## Programme 3 : Réaliser une veille commerciale à l'aide du digital

### OBJECTIFS :

- Définir la veille, identifier ses enjeux, et repérer les types de veille (technologique, marketing et commerciale, juridique et réglementaire, ...)
- Distinguer les sources de veille (presse spécialisée, site des concurrents, presse quotidienne, ...)
- Préparer une veille et vérifier ses sources
- Créer une alerte avec Google, Talkwaker et La centrale (fonctionnalités gratuites) et organiser sa boîte mails via des filtres de classement automatique
- Gérer et partager ses favoris en ligne

### RESSOURCES

#### Ressources présentielle :

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique sur 3 séquences
- Ressources pour l'apprenant et le formateur
- Etude de cas : réaliser une veille commerciale

#### Ressources digitales :

- E-learning : « La veille : ses enjeux et l'évaluation des sources d'information » (20 min)
- E-learning : « Les outils pour réaliser sa veille » (10 min)

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Préconisations d'animation :

- En présentiel : 4 séances de 50 min
- En distanciel : une étude de cas de 120 min et 2 classes inversées de 20 min et 10 min

#### Préconisations d'activités :

- Exercices de mise en pratique, étude de cas et restitution, production d'un PPT
- Animation avec des outils numériques

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**  
11h

#### Durées indicatives des séquences :

- **Séquence 1 :** La mesure de l'impact du comportement du consommateur sur le processus d'achat (1h en présentiel)
- **Séquence 2 :** L'analyse des performances de son entreprise et de ses concurrents sur le web (3h de travail en présentiel)
- **Séquence 3 :** L'utilisation de la méthode SMART pour définir un e-objectif (1h en présentiel)
- **Séquence 4 :** La définition d'une cible et l'identification des outils et critères de ciblage (15 min en distanciel et 1h en présentiel)
- **Séquence 5 :** L'identification des e-contenants, e-contenus et e-leviers (2h en présentiel)
- **Séquence 6 :** L'identification des indicateurs d'efficacité d'une campagne digitale (1h en présentiel)
- **Séquence 7 :** La conception d'un plan d'action digital (2h en présentiel)



### PUBLIC

Toutes personnes inscrites en BTS NDRC, voire Bac Pro MVC



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, évaluation entre pairs

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage à l'heure

## Programme 4 : Définir une stratégie digitale et un plan d'action

### OBJECTIFS

- Réaliser un diagnostic digital
- Définir un e-objectif
- Définir une stratégie digitale et un plan d'action

### RESSOURCES

#### Ressources présentielles :

- Support formateur PPT avec notes de guidance
- Déroulé pédagogique sur 7 séquences
- Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur

#### Ressources digitales

- E-learning : « Définir une cible et un ciblage » 10 min
- 3 vidéos tutos : réaliser un ciblage sur les sites desclientsdansmonmagasin, AEF et avec Facebook ads, ...

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Préconisations d'animation :

- En présentiel : 7 séquences de 1h (ou 50 min) à 3h (ou 150 min)
- En distanciel : 1 classe inversée de 15 min (séquence 4)

#### Préconisations d'activités :

- Feuille de route mobilisable tout au long du parcours pour concevoir un plan d'action
- Manipulations de sites internet dédiés
- Animation avec les outils numériques

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

**Durée indicative de l'action complète :**  
25h

#### Durées indicatives des séquences :

- **Séquence 1 :** Les différents types d'offre sur le web et les différents supports sur le web (2h de travail en distanciel et 2h de travail en présentiel)
- **Séquence 2 :** La réalisation de photos de véhicules et de retouches simples avec un smartphone (2h de travail en distanciel et 1h de travail en présentiel)
- **Séquence 3 :** La rédaction et l'adaptation d'une annonce VN ou VO à un canal de diffusion (2h)
- **Séquence 4 :** La réalisation d'un SMS Mailing (1h)
- **Séquence 5 :** La réalisation d'un e-mailing (1h)
- **Séquence 6 :** La réalisation d'une vidéo attractive avec un smartphone (12h)
  - Points communs et différences avec les photos, analyse de vidéos sur internet (1h)
  - Co-construction d'un mode opératoire (1h)
  - Rédaction de l'argumentaire CAB (2h)
  - Scénarisation d'une vidéo (2h)
  - Réalisation de la vidéo (2h)
  - Montage vidéo avec Canva Vidéo et auto-évaluation des vidéos (4h)
- **Séquence 7 :** La réalisation d'un post Facebook /Instagram / LinkedIn (2h)



### PUBLIC

Toutes personnes inscrites en Bac Pro MVC ou BTS NDRC



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Quiz, évaluation entre pairs

# Usage des outils du commerce numérique

Séquençage à l'heure

## Programme 5 : Mettre en œuvre une action marketing digitale

### OBJECTIFS

- Définir une offre commerciale
- Identifier les supports de communication digitaux
- Produire et diffuser le contenu :
  - Réaliser des photos de véhicules avec un smartphone
  - Réaliser des retouches de photos avec un smartphone
  - Rédiger une annonce VN/VO selon le canal de diffusion
  - Produire un SMS-mailing et un e-mailing
  - Réaliser une vidéo attractive de véhicules avec un smartphone
  - Produire un post LinkedIn, un post Facebook et un post Instagram

### RESSOURCES

- **Ressources présentielle :**
  - Support formateur PPT avec notes de guidance
  - Déroulé pédagogique sur 7 séquences
  - Ressources pour l'apprenant et/ou le formateur
  - Fiches tutos : sms-mailing, e-mailing...
- **Ressources digitales :**
  - E-learning : « Réaliser des photos de véhicules avec un smartphone » 6 min
  - 5 vidéos tutos « Réaliser une vidéo attractive d'un véhicule avec un smartphone » (durée totale : 7 min)
    - Préparer sa séance vidéo - Le matériel
    - Préparer sa séance vidéo - L'environnement
    - Préparer sa séance vidéo - Le véhicule
    - Préparer sa séance vidéo - L'argumentaire CAB
    - Réaliser sa séance vidéo - Les bonnes pratiques
  - 8 vidéos tutos « Réaliser des retouches de photos d'un véhicule avec un iPhone » (durée totale : 6 min)
  - 10 vidéos tutos « Réaliser des retouches de photos d'un véhicule avec un Android » (durée totale : 10 min)

### MODALITÉS ET ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Préconisations d'animation :

- En présentiel : 7 séquences de 1h (ou 50 min) à 4h (ou 200 min)
- En distanciel :
  - 1 classe inversée (travail de recherche) de 2h (séquence 1)
  - 1 classe inversée (e-learning + prise de photo) de 2h (séquence 2)

#### Préconisations d'activités :

- Exercices de mise en pratique, manipulations des outils, auto-évaluation des productions
- Animation avec les outils numériques



Domaine

# THÉMATIQUES TRANSVERSES



THÉMATIQUES  
TRANSVERSES

# SYNTHÈSE DES ÉTUDES



## RÉSULTATS PRINCIPAUX

- Maîtrise insuffisante des fondamentaux informatiques, numériques et bureautiques
- Nécessité de respecter les règles de confidentialité et de protection des données personnelles
- Décrochage, manque d'autonomie, difficulté à maintenir l'engagement des apprenants à distance
- Nécessité de sensibiliser aux opportunités offertes par une gestion « intégrée » des données
- Véhicules autonomes supplantés par les véhicules électriques
- De multiples questions (juridiques, économiques, technologiques, sociales...) posées par leur développement



## ENJEUX COMPÉTENCES

- Utiliser les logiciels internet et bureautiques (matériel et outils)
- Connaître son environnement juridique : consumérisme et RGPD
- Développer de bonnes pratiques pour apprendre à distance
- Mettre en place des techniques d'accompagnement à distance
- Comprendre les enjeux de la Big Data
- Comprendre le circuit de la donnée
- Sensibiliser aux différentes problématiques associées aux véhicules autonomes



## ACTIONS DE FORMATION

- Socle informatique
- RGPD
- Apprentissages vers le Futur
- Enjeux de la Big Data
- Véhicules autonomes

DOMAINE

# THÉMATIQUES TRANSVERSES



THÉMATIQUE

**DURÉE**

Selon les résultats au test de positionnement

**PUBLIC**

Tout public

**OBJECTIFS**

Permettre à l'apprenant d'acquérir les connaissances suffisantes pour aborder la technologie informatique, numérique et les problématiques techniques de la bureautique

**MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Questionnaire de positionnement en amont ainsi qu'un test de connaissances à la fin de chaque thème

**CONTENUS**

Au préalable, un questionnaire de positionnement pour évaluer les compétences bureautiques.

**24 thèmes**

1. Reconnaître les différentes **parties d'un ordinateur**
2. Utiliser le **clavier**
3. Manier la **souris/le pad**
4. Découvrir les principales **fonctionnalités Windows**
5. Identifier les principaux **outils du pack Office** et leur utilité
6. Découvrir **Word**
7. Découvrir **Excel**
8. Découvrir **Powerpoint**
9. Faire des **captures d'écran**
10. Utiliser **Paint** pour gérer une photo
11. Enregistrer et transférer du **son**
12. **Transférer** des données
13. Gérer les **fichiers**
14. Brancher et installer une **imprimante**
15. **Imprimer** un document
16. Découvrir les **outils mobiles**
17. Identifier les différents **systèmes d'exploitation**
18. Utiliser une **tablette/un smartphone** dans leurs principales fonctionnalités
19. Découvrir **Internet**
20. Utiliser, configurer et installer un **navigateur**
21. Utiliser un **navigateur**
22. Connecter un appareil au **Wifi/Ethernet**
23. Utiliser une **boîte de messagerie**
24. Découvrir **l'informatique en entreprise**

**EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES**

Pour chaque thème une vidéo explicative suivie d'un questionnaire pour ancrer les apprentissages.

**IDÉES D'USAGES :**

- Accompagnement des apprentis dans la production de leur rapport de stage et/ou dans l'utilisation de leur boîte mail
- A mettre au service de diverses activités pédagogiques : techniques de recherche d'emploi, rédaction de rapports...

DOMAINE

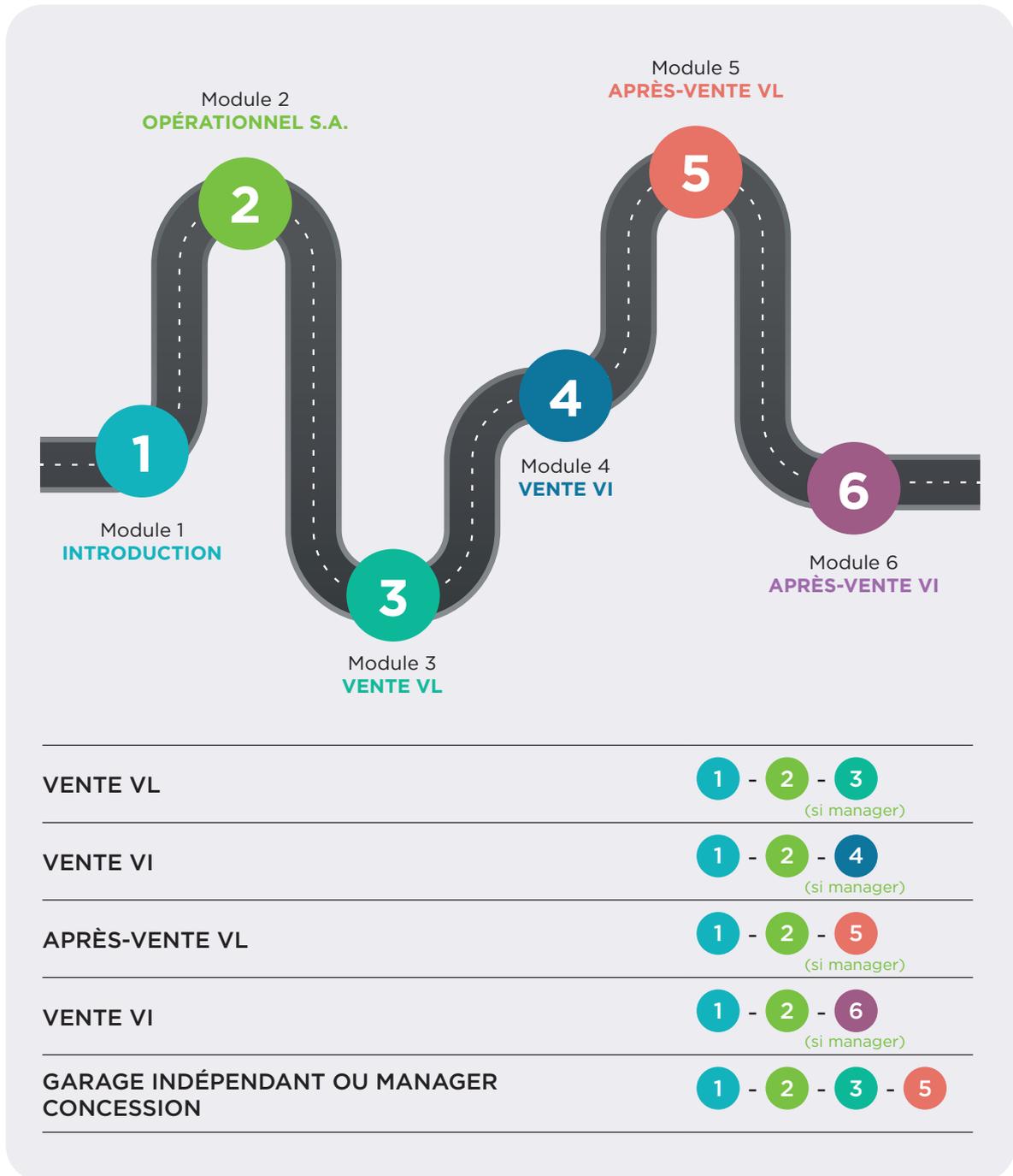
# THÉMATIQUES TRANSVERSES

**LE RGPD**  
*dans les services  
de l'automobile*



THÉMATIQUE

## Parcours de formation par profil métier



## FICHE PÉDAGOGIQUE



**DURÉE** 6 E-learning de 15 min



### **PUBLIC**

Métiers des domaines de la vente et de l'après-vente en relation avec le client



### **OBJECTIFS**

- Identifier les principes clés de la protection de la donnée
- Repérer les situations professionnelles dans lesquelles s'applique le RGPD
- Identifier les enjeux du RGPD dans les services de l'automobile



### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Des questionnaires d'évaluation sont disponibles à la fin de chaque E-learning

# RGPD

## CONTENUS

### **E-learning 1 : Introduction au RGPD**

Permet de comprendre les principes de bases à mettre en œuvre au quotidien pour un respect du RGPD

### **E-learning 2 : Le RGPD en pratique dans les Services de l'Automobile**

Permet de comprendre :

- L'obligation de conformité au RGPD
- Les rôles de la CNIL
- Comment gérer une violation des données

### **E-learning 3 : Le RGPD dans la vente des véhicules légers**

Permet de comprendre les règles à respecter pour collecter les données et prospecter en toute conformité avec le RGPD

### **E-learning 4 : Le RGPD dans la vente des véhicules industriels**

Permet de comprendre les règles à respecter pour collecter les données et prospecter en toute conformité avec le RGPD

### **E-learning 5 : Le RGPD dans l'après-vente des véhicules légers**

Permet de comprendre les principes et les bonnes pratiques à mettre en œuvre en matière de protection des données dans le cadre des activités d'entretien et de suivi des véhicules légers

### **E-learning 6 : Le RGPD dans l'après-vente des véhicules industriels**

Permet de comprendre les principes et les bonnes pratiques à mettre en œuvre en matière de protection des données dans les activités de maintenance et de suivi des véhicules industriels

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

- 6 E-learning, accompagnés d'une voix off, qui alternent des phases d'explications et des activités permettant d'ancrer plus solidement les apprentissages
- Chaque E-learning est accompagné d'une synthèse téléchargeable au format PDF



DOMAINE

# THÉMATIQUES TRANSVERSES

APPRENTISSAGES  
VERS LE FUTUR



THÉMATIQUE

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

4 vidéos interactives de 6 min



### PUBLIC

Tout public



### OBJECTIFS

Permettre aux apprenants de mettre en œuvre de bonnes pratiques pour apprendre à distance



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Pas d'évaluation des apprenants

# Apprentissages vers le futur

## CONTENUS

- **Retour vers l'organisation** : comment s'organiser pour travailler efficacement ?
- **Retour vers les ressources** : se former à distance, ce n'est pas se former seul. Quelles sont les ressources utiles pour apprendre à distance ?
- **Retour vers la classe virtuelle** : ne pas subir les classes virtuelles. Être acteur de ses apprentissages en mettant en œuvre la stratégie avant-pendant-après la classe virtuelle.
- **Retour vers les savoirs** : apprendre ne se fait ni en présentiel, ni à distance, mais dans la tête. Quels techniques et outils choisir pour s'appropriier les savoirs ?
- **Journal de bord** disponible pour accompagner les apprenants dans leurs apprentissages.

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

- Quatre vidéos « détournées » interactives suivies d'un quiz permettant de déterminer ses propres pratiques d'apprentissages à distance.

## OUTIL POUR ACCOMPAGNER DES SESSIONS DE FORMATION À DISTANCE

### Visionnage des vidéos en distanciel puis présentiel, ou 100% en présentiel (en salle informatique)

- Suivi des connexions des apprenants ( si visionnage à distance ) : tous les modules sont au format Scorm, donc intégrables dans un LMS
- Exploitation pédagogique en salle à chaud visant à :
  1. Co-construire une synthèse (sous la forme d'une carte mentale par exemple) sur les pratiques abordées dans les vidéos
  2. Choisir ses bonnes pratiques à mettre en place à l'aide du « journal de bord » qui permet de garder une trace des intentions/engagements et de faire le bilan sur ce qui a fonctionné/pas fonctionné/axes d'amélioration : le montrer
- Exploitation pédagogique en salle à froid visant à rendre compte, à l'aide du « journal de bord », des apports qui ont pu être réinvestis dans les méthodes de travail de chacun

DOMAINE

# THÉMATIQUES TRANSVERSES

LES ENJEUX  
DU BIG DATA



THÉMATIQUE

## Les enjeux du Big Data dans les services automobiles (organismes de formation)

1



### Acculturation au Big Data



Présentiel : 2h

#### RESSOURCES

vidéos, mur de mots virtuel, quiz

#### PUBLIC

Ensemble des apprenants visant  
une certification du domaine  
de l'après-vente automobile

2



### Le Big Data dans les services automobiles



Présentiel : 2h

#### RESSOURCES

mur de mots virtuel, quiz

#### PUBLIC

Ensemble des apprenants visant  
une certification du domaine  
de l'après-vente automobile



## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

- Parcours principal : 4 jeux de 10 à 15 min en learning-game
- Parcours secondaire : 5 jeux de 10 à 15 min en learning-game



### PUBLIC

Salariés et gérants d'entreprises de la branche des services automobile



### OBJECTIFS

L'objectif est de sensibiliser au Big Data, à la data science, à leurs impacts sur le secteur automobile et sur la branche et des services de l'automobile en particulier



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire de positionnement pour le parcours principal
- Système de médailles (bronze, argent et or) pour évaluer les activités effectuées

# Les enjeux du Big Data dans les services automobiles

## CONTENUS

- Comprendre les enjeux et les principes clés du Big Data et des Data Science dans l'économie mondialisée
- Définir la DATA (Big/Small Data)
- Appréhender les enjeux autour de la propriété et de l'accès à la donnée
- Comprendre l'intérêt du Big Data pour l'industrie et les services de l'automobile
- Montrer les liens avec le véhicule connecté, puis autonome
- Comprendre les impacts et l'intérêt pour la branche des services de l'automobile
- Comprendre en quoi le Big Data a des impacts non seulement sur les compétences techniques, mais aussi sur les compétences marketing et commerciales
- Comprendre l'intérêt du Big Data pour l'utilisateur

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

L'apprenant est immergé dans des jeux pédagogiques afin de réaliser des missions autour de la donnée dans le service automobile.

### Parcours principal

- Jeu 1 - Parcours de la donnée : Classer des données d'un véhicule dans l'ordre des étapes de traitement
- Jeu 2 - Les équipements du véhicule : Repérer les composants qui émettent de la donnée dans un véhicule
- Jeu 3 - Maintenance prédictive : Identifier les actions de maintenance à effectuer lors d'une alerte du véhicule
- Jeu 4 - Concession véhicule utilitaire : Repérer les fonctionnalités liées à la donnée dans les véhicules utilitaires

### Parcours secondaire :

- Jeu 1 - Concession automobile : Utiliser la donnée afin de lancer une campagne marketing adaptée aux clients
- Jeu 2 - Garage Pro : Utiliser pour agrandir et fidéliser la clientèle
- Jeu 3 - Transporteur de colis : Identifier les outils permettant d'exploiter au mieux la donnée dans un modèle prédictif (Véhicule industriel)
- Jeu 4 - Location de voiture : Identifier les outils permettant d'exploiter au mieux la donnée dans un modèle prédictif (Véhicule léger)
- Jeu 5 - Véhicule de demain : Identifier les éléments des véhicules de demain



53

30  
DOLORSIT  
AMET//

LOREM  
IPSUM

01

02

03

NAVIGATION SYSTEMS  
OF LOREM IPSUM

DESTINATION

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, ET  
DUI MORBIDUM APPOLLINUM. IN HIS  
CRUENTUS DISPERIENDI, NISI FACILIS  
SPERITUS QUAE VEC CU IMPETUS  
SPERITUS APPORTAT.

NAVIGATION  
NAVI

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, ET  
DUI MORBIDUM APPOLLINUM. IN HIS  
CRUENTUS DISPERIENDI, NISI FACILIS  
ACCURATA CU NISI, VEC CU IMPETUS  
SPERITUS APPORTAT.

DOMAINE

# THÉMATIQUES TRANSVERSES

VÉHICULES  
AUTONOMES



THÉMATIQUE

## FICHE PÉDAGOGIQUE



### DURÉE

6 e-learning de 15 à 20 min suivis d'une évaluation de 15 min



### PUBLIC

- Tout public préparant une certification relevant du domaine de l'après-vente automobile voire de la commercialisation des véhicules
- Salariés de l'après-vente automobile voire de la commercialisation des véhicules



### OBJECTIFS

L'essor des véhicules autonomes a fait l'objet d'un bruit médiatique conséquent face auquel il est important de disposer d'informations précises et argumentées. L'action de formation relative **aux véhicules autonomes** doit permettre d'identifier voire de répondre aux différentes questions posées par leur développement aux plans technologiques, économiques, juridiques...



### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation des acquis de la formation

# Véhicules autonomes

## CONTENU

### E-learning 1 Définition et niveaux d'autonomie

- Définir ce qu'est un véhicule autonome
- Distinguer les niveaux d'autonomisation d'un véhicule

### E-learning 2 Véhicule autonome - les différents cas d'usage

- Reconnaître les différents éléments permettant de définir les cas d'usage

### E-learning 3 - Les questions juridiques

- Découvrir les questions juridiques soulevées par les différentes formes d'autonomisation des véhicules

### E-learning 4 - Les clés technologiques du développement

- Découvrir les technologies permettant l'autonomisation des véhicules

### E-learning 5 - Intégrer les questions économiques

- Comprendre les enjeux économiques liés à l'autonomisation des véhicules (acteurs publics / opérateurs privés)

### E-learning 6 - Acceptabilité et problématiques de régulations publiques

- Comprendre les différences d'appréciations de l'apport du véhicule autonome dans le monde social

## EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

6 modules e-learning interactifs accompagnés d'une voix off qui alternent des phases d'explications et des activités permettant d'ancrer plus solidement les apprentissages.

Domaine

# FORMATION DE FORMATEURS



# SYNTHÈSE DES ÉTUDES



## RÉSULTATS PRINCIPAUX

- Pas d'urgence à mettre en place des actions favorisant la montée en compétences dans le champ de la vente et de l'après-vente du véhicule autonome, le véhicule électrique prenant le pas
- Prendre l'exemple du véhicule autonome pour adopter une posture critique vis-à-vis des discours sur les évolutions technologiques présentées le plus souvent comme des ruptures

- De nombreuses ressources numériques dans le PIA
- Des pratiques peu développées dans les établissements malgré l'existence de classes virtuelles pendant le COVID
- Des résistances à lever
- La professionnalisation des formateurs et enseignants à poursuivre



## ENJEUX COMPÉTENCES

- Déconstruire le mythe du véhicule autonome grâce à la mise en perspective avec d'autres révolutions technologiques
- Reconnaître les ingrédients d'un mythe
- Décrypter les intérêts et enjeux des acteurs vecteurs du mythe
- Au-delà du mythe du véhicule autonome, repérer les scénarios probables
- Identifier le rôle du formateur dans ce contexte

- Maîtriser les outils numériques pour animer des séquences pédagogiques



## ACTIONS DE FORMATION

- Décrypter les évolutions technologiques

- Les outils numériques pour évaluer et animer en ligne
- Animer une classe virtuelle
- Test auto-positionnement

DOMAINE

# FORMATION DE FORMATEURS

DÉCRYPTER  
LES ÉVOLUTIONS  
TECHNOLOGIQUES



THÉMATIQUE



## DURÉE

FAD asynchrone 60 min



## PUBLIC

- Formateurs et enseignants techniques toutes filières
- Formateurs et enseignants tertiaires (dont éco-gestion)



## OBJECTIFS

- Interroger les discours relatifs aux évolutions technologiques, notamment, à propos du véhicule autonome
- Examiner l'information de façon critique
- Prendre en compte cette approche critique dans les pratiques du formateur



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Un quizz est proposé en fin de module
- Il s'agit d'une action de sensibilisation aussi aucune attestation de fin de formation ne sera remise

## Décrypter les évolutions technologiques

### CONTENU

- Le véhicule autonome, vers une révolution annoncée : de quoi parle-t-on ?
- Le mythe de la révolution électronique automobile.
- Enjeux et effets du mythe de la révolution.
- Examiner l'information de façon critique : la méthode CRAAP.
- Au-delà du mythe, les scénarios possibles : les différents cas d'usage des véhicules autonomes.
- Au-delà du mythe : accompagner les changements liés au véhicule autonome.
- Et le formateur dans tout ça ?

### EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

- Activités et Quiz E-learning.
- Vidéo-Learning.
- Jeux de carte : cliquer/retourner, glisser/déposer.

DOMAINE

# FORMATION DE FORMATEURS

**OUTILS NUMÉRIQUES**  
*pour animer et évaluer  
en ligne*



THÉMATIQUE



## DURÉE

FAD asynchrone 180 min  
+ 1 jour



## ORGANISME DE FORMATION

STRATICE



## PUBLIC

- Formateurs CFA d'enseignement général
- Formateurs CFA d'enseignement professionnel



## PRÉREQUIS

Notion conseillées :

- Une utilisation de base du navigateur internet et de l'explorateur de fichiers



## OBJECTIFS

- Animer des sessions de formation présentielles et distancielles à l'aide d'outils numériques
- Utiliser des outils numériques pour réaliser différentes formes d'évaluation et actions de remédiation



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Une évaluation « diagnostic » en début de formation.
- Une évaluation des acquis en fin de formation.

## Les outils numériques pour animer et évaluer en ligne

### CONTENU

- Les différentes activités d'animation existantes
- L'impact des outils numériques sur l'animation d'une séance de formation
- Les animations individuelles et collectives
- L'intégration des outils dans ses pratiques pédagogiques
- L'identification d'outils d'animation simples
- Les typologies d'évaluation
- Les différentes formes de remédiation
- L'identification d'outils d'évaluation simples

### EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

- Création d'activités diversifiées via des outils numériques (Exemple : Wooclap)
- Création d'activités d'évaluation via des outils numériques (Exemples : Google forms, Microsoft forms, etc.)

### FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- **ACV** : animer une classe virtuelle

DOMAINE

# FORMATION DE FORMATEURS

ANIMER UNE  
CLASSE  
VIRTUELLE



THÉMATIQUE



## DURÉE

FAD asynchrone 90 min  
+ 1/2 journée classe virtuelle



## ORGANISME DE FORMATION

STRATICE



## PUBLIC

- Formateurs CFA d'enseignement général
- Formateurs CFA d'enseignement professionnel



## PRÉREQUIS

- Une utilisation de base du navigateur internet et de l'explorateur de fichiers
- Une utilisation du calendrier et de la programmation d'une classe virtuelle



## OBJECTIFS

- Animer une classe virtuelle en favorisant l'engagement des participants
- Accompagner les apprenants sur les fonctionnalités de la classe virtuelle



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Une évaluation « diagnostic » en début de formation
- Une évaluation des acquis en fin de formation

## Animer une classe virtuelle

### CONTENU

- Les fonctionnalités principales d'un outil de classe virtuelle
- Les bonnes pratiques en classe virtuelle (côté formateur/côté apprenant)
- La scénarisation d'une classe virtuelle
- La préparation de son propre scénario de classe virtuelle
- L'animation d'une classe virtuelle

### EXERCICES ET APPLICATIONS PRATIQUES

Prise en main des fonctionnalités d'interaction d'une solution de classe virtuelle

### FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- **NUMPEDA** : La conception et la réalisation des ressources numériques

DOMAINE

# FORMATION DE FORMATEURS

LIENS  
ET VIDÉOS



THÉMATIQUE



# LIENS ET VIDÉOS

## EXEMPLES DE RESSOURCES DIGITALES

Pour accéder à certaines de ces ressources, il faut vous créer un compte d'accès à l'espace ressources ANFA (voir modalités page suivante).

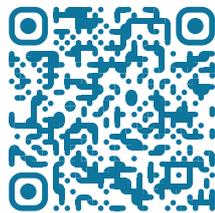
### Recherche de pannes

*Teaser Serious game*



### Apprentissages vers le futur

*Retour vers la classe virtuelle*



*Ressource accessible après création d'un identifiant et mot de passe*

### Transmettre avec pédagogie

*Présentation*



### Mise en main VI

*Tuto-vidéo*



### Usage des outils du commerce numérique

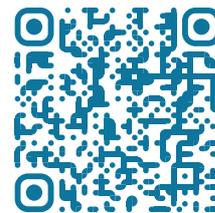
*Tuto Vidéo : Créer un argumentaire CAB*



*Programme 5 (séquençage à la journée)*

### Usage des outils du commerce numérique

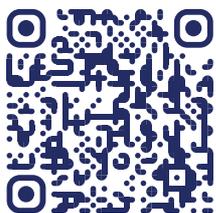
*Tuto Vidéo : Utiliser le mode scénarisé du CRM*



*Programme 1*

### Centre de dépannage 2.0

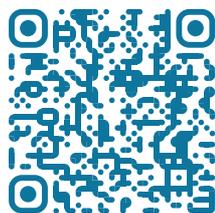
*Tuto vidéo : Téléchargement SCORM*



*Ressource accessible après création d'un identifiant et mot de passe*

### Décrypter les évolutions technologiques

*Introduction*



### Un kit de déploiement

*Présentation*



*Ressource accessible après création d'un identifiant et mot de passe*

## INFORMATIONS PRATIQUES

Créer **gratuitement et rapidement** votre compte pour accéder à l'espace ressources ANFA



1.

SÉLECTIONNEZ VOTRE QR CODE

2.

SCANNEZ-LE

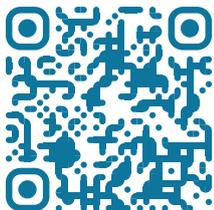
3.

DÉCOUVREZ L'INFORMATION



## OUTILS DE COMMUNICATION DU PIA

**Le PIA en 1 min et 17 secondes**



**Retour d'expériences**  
*Formateurs impliqués dans les expérimentations du PIA*





# L'ANFA S'ENGAGE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES NUMÉRIQUES DES SERVICES DE L'AUTOMOBILE



NOUS CONTACTER : [cnsapia@anfa-auto.fr](mailto:cnsapia@anfa-auto.fr)



Avec le soutien du Grand Plan d'Investissement

