

Introduction

Nom officiel de l'organisme:	Teampower
Siège social:	Avenue Louis Gribaumont 179 1200 Bruxelles - Belgique
Adresse de contact:	Avenue Louis Gribaumont 179 1200 Bruxelles - Belgique
Téléphone:	+32 (0)2 771 76 23
Fax:	+32 (0)2 772 18 42
Adresse email:	info@teampower.be
Site WEB:	www.teampower.be
Année du début des activités auditées:	1988
Forme juridique actuelle:	scrl - 1988
Nom du directeur, fonction:	Mme Annie Delahaye - administrateur délégué
Personne de contact, fonction:	Mme Ann De Troch - administration officer
Date de l'audit:	18-07-2011
Responsable audit:	Annie Delahaye
Membre de:	Epsilon - B.E.C.I.
Reconnu par:	Suez et Dexia via un contrat cadre
Numéro d'entreprise:	TVA BE 0435.348.272
Siège(s) d'activité:	1200 Bruxelles - Belgique

Auditeur

Monique Van Dycke

Scope de l'audit

L'audit est limité aux services suivants:

- Training: formations intra- et interentreprises, coaching en vente et marketing, people management, communication et développement comportemental

La reconnaissance FoodScan est maintenue sur base de la collaboration avec l'IFP, conseiller en formation pour l'industrie alimentaire.

Reconnaissance Qfor

Sur base des contrôles effectués par l'auditeur, la Commission de Certification a décidé que l'organisme audité et ses activités répondent à la norme Qfor avec ClientScan.

Période de validité : du 19-07-2011 au 19-07-2014

La période de validité est la durée de validité maximale. Vous pouvez consulter la liste actuelle de toutes les reconnaissances Qfor sur www.qfor.org

Commentaires

-

Présentation de l'organisme

Origine, historique et structure

L'organisme est créé en 1988 sous le nom de Sales Power par Annie Delahaye, Guy Hercot et Pierre Dontaine. Voyant son offre de formations évoluer vers d'autres thématiques, l'organisme prend le nom de Teampower en 1993. L'organisme opère sous la forme juridique d'une société coopérative à responsabilité limitée. Les parts de la société sont réparties entre les deux administrateurs délégués, Annie Delahaye et Guy Hercot. Pierre Dontaine, le troisième fondateur, exerce un rôle de conseil externe.

Pour dispenser ses formations, l'organisme peut compter sur une équipe de huit consultants qui travaillent uniquement pour Teampower. Chaque consultant a ses domaines de compétences privilégiés et suit ses propres clients, de l'analyse des besoins en passant par l'offre, jusqu'au suivi du projet. Parallèlement à cette équipe stable, l'organisme fait régulièrement appel à un réseau de six formateurs indépendants pour des domaines spécifiques. En plus de leurs activités managériales, Annie Delahaye et Guy Hercot animent quelques formations.

Deux collaborateurs s'occupent du suivi et du support administratif, de la facturation et de la mise à jour du site web.

Teampower exerce la même activité en France sous le nom de Pragma Conseil. Ces activités n'ont pas été auditées.

Activités et spécificités

Au départ, l'organisme donnait surtout des formations commerciales au sens large. Au fur et à mesure, l'offre s'est étoffée et élargie vers des thématiques relatives au management, à la communication et au développement personnel.

L'organisme propose différentes formes de formation. Son créneau essentiel réside dans l'intra-entreprise. Teampower propose également des formations en interentreprises. Le coaching proposé est surtout individuel et découle le plus souvent d'une formation. Il peut se dérouler lors d'un entretien face à face mais aussi lors d'un entretien téléphonique ou sur place auprès du collaborateur.

Dans les formations intra-entreprises, le caractère sur mesure de la formation ressort à différents niveaux. Dans la phase de préparation, le formateur identifie clairement les besoins et attentes du client avec les différentes parties impliquées dans le projet. Les caractéristiques du groupe-cible sont passées en revue afin de faire coïncider tant le contenu que la méthodologie au public qui participera à la formation. Avant de démarrer effectivement la formation, le commanditaire doit valider les objectifs, la méthode et le contenu. Pour Teampower, il est important de comprendre la culture de l'entreprise du client afin de prendre appui sur son message lors de la formation.

Les formations interentreprises sont présentées sur le site web, au départ duquel les inscriptions peuvent se faire. L'organisme a élaboré une fiche qui présente chaque formation. Sur le site web, il est également possible d'imprimer le catalogue des formations.

Les formations sont données en français et néerlandais. A la demande, les formations peuvent aussi être données en anglais.

L'organisme propose également des activités de consultance en ressources humaines. Ces activités n'ont pas été auditées.

Développements futurs

Teampower désire étendre son offre en développant les activités de coaching en vente et marketing, en people management, en communication et en développement comportemental. Dans la continuité du renouvellement du site web ainsi que du logo, Teampower souhaite continuer à développer la qualité du support didactique tant au niveau du fond que de la forme et ce, afin d'améliorer la cohérence et l'uniformisation de tous les documents. L'organisme désire mettre à profit les nouvelles technologies ainsi que l'e-learning et différents outils internet pour soutenir et varier les formes d'apprentissage. Enfin, Teampower souhaite s'inscrire dans une politique de développement durable de l'entreprise en accompagnant ses clients à réfléchir au transfert des savoir-faire dans une vision à long terme.

Vision (*)

"L'offre de services de Teampower orientée sur le capital humain se caractérise par un objectif de résultats et de changements de comportements, pour développer le potentiel de l'individu.

Face à un environnement centré coût, mobilité, temps, il est important de tenir compte de ces paramètres et du bien-être du participant pour l'aider au quotidien à faire face au niveau d'exigences, au rythme des changements auxquels il est confronté."

(*) *Reproduction du texte écrit par l'organisme.*

Visite à l'organisme

Au cours de la visite, les informations telles que reprises dans ce rapport d'audit ont été validées par l'auditeur au moyen d'un contrôle par échantillonnage.

Activités auditées

Types de services

Formations interentreprises:	entre 10 et 50 jours / an
Formations intra-entreprise:	plus de 50 jours / an
Coaching:	moins de 10 jours / an

Domaines

Marketing & Sales:	plus de 50 jours / an
Communication:	plus de 50 jours / an
Management:	plus de 50 jours / an
Ressources Humaines:	entre 10 et 50 jours / an

Thèmes

Prestations de la dernière année par thème et type de service, exprimées en nombre de jours.

Thèmes	Formations interentreprises	Formations intra-entreprise	Coaching
management/gestion d'équipe	4	156	5
communiquer efficacement	3	82	
vente	5	173	
négociation	2		
presentation skills, train the trainer	4	6	
créativité		36	
gestion de projet	2	27	
gestion du stress	1	35	
orientation client	1	94	
assertivité	4	18	
gestion du temps et des priorités	3		
psychologie client		14	
Total: (675)	29	641	5

Clientèle

Profil des personnes

exprimé en: nombre de jours ou d'heures

Top management:	3 %
Middle management:	23 %
Employés:	73 %
Chefs d'entreprises TPE:	1 %

Secteur d'activités

exprimé en: nombre de jours ou d'heures

Commerce et distribution:	25 %
Industrie:	7 %
Transport:	5 %
Finances:	4 %
Pouvoirs publics:	5 %
Non marchand:	21 %
Services:	33 %

Taille des entreprises / entités

exprimé en: nombre de jours ou d'heures

moins de 250 collaborateurs:	42 %
250 collaborateurs ou plus:	58 %

Type de clients

exprimé en: nombre de jours ou d'heures

clients finaux directs:	81 %
clients pour lesquels l'organisme travaille en tant que sous-traitant:	19 %

Nombre de clients différents

2010:	de 101 à 1000
2009:	de 101 à 1000
2008:	de 11 à 100

Langue

exprimé en: nombre de jours ou d'heures

Français:	70 %
Néerlandais:	30 %

Références récentes mentionnées par l'organisme:

Krëfel - Cefora / Cevora - UCM - Smals - SONACA - Audi - STIB - TEC - Belgocontrol - Confederatie Bouw - ORES - SPF Justice - ICI Paris XL

Qfor ClientScan

Training

Cette synthèse est basée sur les réponses d'un échantillon sélectionné par l'auditeur parmi tous les commanditaires de Teampower pour la période du 01-01-2010 au 31-12-2010 inclus. Pendant la visite d'audit l'exhaustivité de la liste des clients sur base de laquelle l'enquête sur la satisfaction des clients a été effectuée, a été contrôlée par l'auditeur. Nombre de clients sélectionnés et interrogés par l'auditeur: 12. Période de l'enquête sur la satisfaction des clients: du 11-07-2011 au 13-07-2011 inclus. Des contacts avec les clients, il ressort que ceux-ci, sauf un, sont satisfaits à très satisfaits de l'organisme et des services prestés par celui-ci.

L'organisme et ses activités de formation répondent à la norme Qfor ClientScan.

Résultats

Scores	n/a	1	2	3	4	5	Moyennes
Impression globale	-	-	-	1	5	6	4,42/5
Phase préparatoire	-	-	-	-	8	4	4,33/5
Exécution	-	-	-	-	6	6	4,50/5
Gestion de projet	-	-	-	-	10	2	4,17/5
Rapport & outils	1	-	1	-	9	1	3,91/5
Consultants	-	-	-	1	6	5	4,33/5
Suivi	-	-	-	1	11	-	3,92/5
Contact avec l'organisme	-	-	-	-	6	6	4,50/5
Administration & Logistique	1	-	1	1	7	2	3,91/5
Rapport qualité-prix	-	-	-	-	9	3	4,25/5

Légende scores: n/a : non applicable - 1 : très insatisfait - 2 : insatisfait - 3 : neutre - 4 : satisfait - 5 : très satisfait

Pourcentage de satisfaction impression globale : 92%

Pourcentage de clients interrogés dont l'impression globale sur l'organisme est 'satisfait' ou 'très satisfait'.

Pourcentage de satisfaction aspects : 95%

Somme du nombre des scores 'satisfait' et 'très satisfait' par rapport au nombre total des scores, chaque fois pour les 9 aspects partiels.

Valeur moyenne des aspects évalués : 4,21/5

Valeur moyenne de tous les scores attribués par les clients aux 9 aspects partiels lors de l'enquête des références.

Indice d'homogénéité impression globale : 83%

Indique le degré d'homogénéité ou de dispersion des réponses relatives à l'impression globale, sur une échelle de -100 à 100.

Indice d'homogénéité satisfaction aspects : 91%

Indique le degré d'homogénéité ou de dispersion des réponses relatives à la satisfaction pour les 9 aspects partiels, sur une échelle de -100 à 100.

Niveau moyen pondéré de satisfaction : 4,31/5

Valeur moyenne de 'valeur moyenne de l'impression globale' et 'valeur moyenne de tous les scores concernant les 9 aspects partiels'.

Synthèse:

Les clients collaborent généralement avec Teampower depuis plusieurs années. Une recherche sur internet a mené certains clients à trouver l'organisme. Les participants aux formations interentreprises mentionnent un programme et des informations préalables claires et complètes. Les commanditaires des formations intra-entreprises préparent la formation lors de réunions avec Teampower. Plusieurs clients font remarquer que Teampower est à l'écoute de leurs besoins spécifiques. Parfois, un intake pris auprès des participants est effectué oralement ou par écrit.

Les clients rapportent que la formation ou le coaching a répondu à leurs attentes. Ils décrivent une partie théorique limitée ou un mélange entre théorie et pratique. Des exercices pratiques sous la forme de jeux de rôles ou de mises en situation sont également évoqués. Un client aurait souhaité plus d'exercices. Un certain nombre trouve que la formation et le coaching sont bien en lien avec la réalité du terrain et qu'ils sont sur mesure ou adaptés au public-cible.

Les commanditaires trouvent que la planification des formations se passe bien et qu'elle se déroule en collaboration avec Teampower. Les participants au coaching règlent leurs rendez-vous directement avec le coach. Quelques clients apprécient la flexibilité dont Teampower fait preuve. Plusieurs clients estiment que la

durée de la formation est correcte. Les dates et horaires sont respectés. Certains commanditaires reçoivent des évaluations intermédiaires durant le projet de formation.

Les clients mentionnent qu'un syllabus est distribué. Une présentation PowerPoint ainsi qu'un flipchart sont parfois utilisés. La qualité du support est évaluée comme correcte. Un commanditaire déplore la qualité du syllabus en néerlandais.

Les clients apprécient l'expérience des formateurs, le fait qu'ils connaissent leur sujet et qu'ils soient issus d'un domaine spécialisé. Quelques clients trouvent qu'ils savent s'adapter au public tandis qu'un autre ne partage pas cet avis. D'autres atouts des formateurs sont leur pro-activité, la passion et une bonne approche. Certains reconnaissent une qualité identique des formateurs en néerlandais et en français.

Les clients évaluent la formation à l'aide d'un formulaire. Un participant regrette ne pas avoir eu d'évaluation avec son coach. Les commanditaires mentionnent qu'ils font un débriefing avec Teampower, formalisé ou non. Quelques-uns n'en font pas et cela leur convient comme ça, sauf un qui apprécierait un feedback de l'organisme. Quelques participants rapportent qu'ils peuvent encore contacter le formateur après la formation.

Les contacts sont décrits comme étant conviviaux. Les clients estiment qu'ils reçoivent des réponses rapides à leurs questions et apprécient le suivi qui est fait. L'organisme est facilement joignable.

Le suivi administratif ne pose généralement pas de problème. Quelques clients apprécient que Teampower s'adapte à leur façon de procéder. Deux clients déplorent des soucis au niveau de la facturation. Les participants aux formations interentreprises disent recevoir une confirmation de leur inscription ; un autre participant ne partage pas cet avis. Les clients qui ont suivi la formation dans les locaux de Teampower trouvent que l'infrastructure et le catering sont convenables.

La majorité des clients estiment que le rapport qualité – prix est bon et correct. Quelques clients le trouvent très bon. Plusieurs clients rapportent que, pour le prix, ils reçoivent des formations de qualité.

L'organisme laisse une bonne à très bonne impression globale auprès de tous les clients, sauf un qui est moyennement satisfait. Les clients apprécient le caractère sur mesure des formations proposées et le fait que l'organisme est à l'écoute des besoins spécifiques du client. La qualité des formateurs et le professionnalisme de l'organisme sont cités comme points forts. Teampower est décrit comme un bon partenaire, une bonne organisation bilingue, un organisme à recommander ou une société sérieuse. Quelques clients souhaiteraient une amélioration au niveau de la facturation. D'autres suggestions sont : plus de sur mesure dans les formations interentreprises et une proposition d'autres formations en fonction des besoins détectés. Tous les clients recommanderaient l'organisme.

Ressources humaines

Tableau synoptique des collaborateurs

	Collaborateurs permanents		Collaborateurs réguliers et occasionnels		total
	#	fte	#	fte	fte
Consultants	8	5,62	6	0,65	6,27
Non-Consultants	4	4,62	0	0,00	4,62

Légende: #: nombre de personnes physiques différentes; fte: nombre d'équivalent temps plein

Stabilité de l'équipe des consultants permanents

Ancienneté moyenne des consultants (en années):	7,12
Nombre de consultants ayant quitté ces 12 derniers mois:	2
Nombre de consultants engagés ces 12 derniers mois:	2

Commentaires

-

Aperçu de la formation et de l'expérience professionnelle des consultants

Les formateurs ont un profil varié. Gradués ou licenciés, ils disposent tous d'une longue expérience sur le terrain, dans différentes fonctions managériales. Plusieurs d'entre eux ont géré leur propre entreprise. Certains ont suivi un cycle de formation en coaching, sont maîtres-praticiens en PNL ou ont suivi des formations en gestion de projets et en gestion du changement.

Suivi qualitatif interne

Teampower attache de l'importance à la formation et à la fidélisation de ses formateurs. Lorsqu'ils démarrent, les nouveaux formateurs reçoivent une formation des dirigeants sur la façon de travailler au sein de l'organisme ainsi que sur les valeurs prônées par celui-ci. Ils sont ensuite épaulés par un consultant expérimenté. Le nouveau formateur accompagne son collègue lors des visites en clientèle et apprend à identifier correctement les besoins des clients. Son apprentissage est progressif et se déroule étapes par étapes. Au niveau de l'animation des formations, il assiste d'abord aux formations de ses collègues. Ensuite, il co-anime et enfin, il donne lui-même ses formations.

Chaque formation est évaluée directement au terme de celle-ci par un formulaire d'évaluation de la satisfaction des participants. En cas de formation supérieure à une journée, un débriefing est organisé avec le commanditaire. Il reçoit par écrit une évaluation du formateur qui reprend les statistiques des évaluations ainsi qu'un débriefing du formateur qui porte sur le déroulement et les apports de la formation, ainsi que sur les difficultés rencontrées et sur le groupe. Dans certains trajets de formation, Teampower organise, en concertation avec le commanditaire, un suivi et un ancrage de la formation. Ceux-ci sont variés et peuvent se faire par e-mailing, par une session de suivi, par un coaching, de manière personnalisée ou collective.

L'organisme obtient pour la quatrième fois consécutive le label de qualité Qfor.