



# client<sup>box</sup>



Les objectifs et R.O.I

Modalités et tarifs

Contactez-nous

## Le best of de la relation client, en boîte ! 100 % digital, 100 % humain

Un parcours créé par des experts de la relation client depuis + de 30 ans apportant les savoir-faire et savoir-être indispensables pour un service client à forte valeur ajoutée et permettant de développer la posture et l'agilité relationnelle

### Une expérience unique d'apprentissage !

- Une box, livrée à domicile ou au bureau, comprenant :
  - › Un parcours de formation 100% distanciel
  - › Un mix des meilleures modalités et méthodes d'apprentissage (classes virtuelles, vidéos inspirantes, coaching individuel, ateliers de co-dev,...)
  - › Des outils pratico-pratiques (fiches mémos, lecture, méthodes pas à pas...)
  - › Un accompagnement personnalisé
  - › Une communauté pour échanger, se challenger
  - › D'autres options et surprises à la carte...
- Et pour finir en beauté :  
un événement de clôture riche en émotions, pour se retrouver et échanger en vrai !

Découvrez l'aperçu du parcours la Client<sup>box</sup>

Découvrez le contenu de la Client<sup>box</sup>

La Client<sup>box</sup> est personnalisable et peut être coconstruite sur mesure pour s'adapter à vos objectifs et contraintes opérationnelles.

# Public

Tout collaborateur ayant des contacts face à face et/ou téléphonique avec des clients internes ou externes

Groupe de 5 à 8 participants

## Objectifs

- Identifier les enjeux d'une relation client de qualité
- S'approprier les étapes clés d'une relation client efficace
- Développer son potentiel de communication pour s'adapter à tout type d'interlocuteur
- Développer une écoute active de qualité
- Traiter sereinement et efficacement les situations délicates

## Durée

Entre 2 semaines (format intensif)  
à 4 mois (pour favoriser les ancrages)

Notre box est déclinable sur-mesure en français, anglais, espagnol avec audit, co-construction et ingénierie pédagogique.

# Les mesures du R.O.I et les résultats attendus

Retour à la page d'accueil

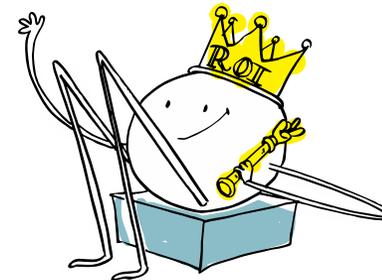


## Les compétences acquises en fin de parcours :

- Une meilleure connaissance de soi et de ses talents
- Une posture de communication assertive et une écoute qualitative
- Une agilité relationnelle permettant d'appréhender avec aisance tous types de situations
- Une maîtrise des outils indispensables pour une relation client de qualité
- Une compréhension des attentes des clients grâce à l'intelligence émotionnelle.

## Des évaluations régulières pour valider la montée en compétences et les acquis en accord avec la nouvelle réforme de la formation professionnelle

- Méthodes : grilles d'évaluation, jeux de rôle, études de cas...



L'aperçu du parcours

Le parcours en détail

Modalités & tarifs

# La client<sup>box</sup> : aperçu du parcours

Retour à la page  
d'accueil



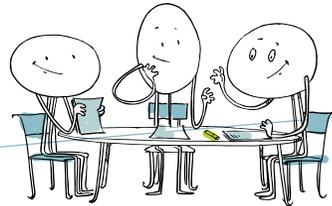
Retour aux  
objectifs et R.O.I



## Kick-off



S1

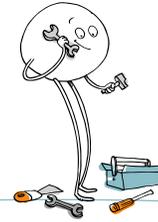


Mieux se connaître  
pour mieux communiquer  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)

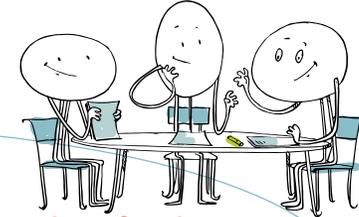


(COACHING  
INDIVIDUEL 45MIN)

S2

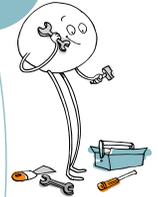


Jeu « le fauteuil client »  
les irritants et les enthousiasmants  
dans le parcours client  
(ATELIER VIRTUEL 1H)



Les fondamentaux  
de la relation client  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)

S3



Construire  
le parcours client idéal  
(ATELIER VIRTUEL 1H)

Tout au long du parcours :  
Un groupe WhatsApp animé par  
l'Ange Gardien pour partager entre pairs



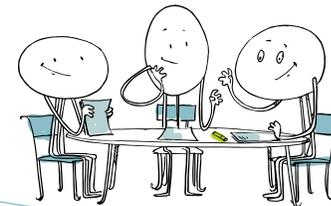
## Evènement de clôture / R.O.I



Co-design  
Pecha Kucha  
(ATELIER VIRTUEL 1H)



Co-développement :  
Plan d'action  
(ATELIER VIRTUEL 1H)

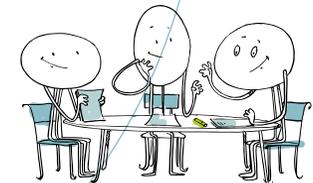


Développer son intelligence  
émotionnelle pour mieux  
interagir avec son client  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)

S4



(COACHING  
INDIVIDUEL 45MIN)



Traiter les situations  
délicates et les objections  
(CNV)  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)

Chaque semaine : travail individuel et challenge d'étape

# La client<sup>box</sup> : un exemple de parcours sur 1 mois

Avant le kick-off, l'Ange Gardien enverra le planning et l'invitation sur la communauté WhatsApp créée pour eux.

Cliquez sur chaque [lien](#) pour découvrir les programmes détaillés 

Retour à la page  
d'accueil 

Retour aux  
objectifs et R.O.I 

## Semaine 1 : 5H Apprendre à me connaître

- [Lancement de la promo, recueil des objectifs de chacun, engagement](#)  
(CAFÉ VIRTUEL 1H)
- [Mieux se connaître pour mieux communiquer avec la méthode des couleurs \(DISC\)](#)  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)
- [Débriefing profil DISC](#)  
(COACHING INDIVIDUEL 45MIN: VISIO OU TÉL)

### Travail individuel :

- L'importance d'incarner les valeurs de l'entreprise (VIDÉO 30 MIN)
- Mind mapping de mon profil comportemental DISC (CARNET DE VOYAGE 1H)

**Challenge étape 15min :**  
Quiz sur les valeurs de l'entreprise

## Semaine 2 : 4H45 Développer mes compétences relationnelles

- [Jeu « Le fauteuil du client » et co-design : Identifier les irritants et les enthousiasmants dans le parcours client](#)  
(ATELIER VIRTUEL 1H)
- [« Les fondamentaux de la relation client »\\*](#)  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)

### Travail individuel :

- Aimer faire plaisir : mettre en avant l'empathie, la sollicitude (15MIN VIDÉO TÉMOIGNAGE)
- Lister mes points forts et mes axes d'amélioration sur chaque interaction avec le client (par des exemples) (CARNET DE VOYAGE 1H)

### Challenge d'étape 15 min : (question pour un champion)

Quiz sur le parcours client, gestes, postures, comportement verbal et non-verbal, irritants, enthousiasmants ...

La suite  
par ici ! 

Modalités et tarifs

Contactez-nous



Ils les accompagnent tout au long du parcours :

- leur Ange Gardien : animateur de la communauté
- leurs formateurs et coaches

\*En période de Covid nous aborderons « comment la proximité comportementale est plus que jamais importante en distanciation »

# La client<sup>box</sup> : un exemple de parcours sur 1 mois

Retour à la page  
d'accueil



Retour aux  
objectifs et R.O.I



## Semaine 3 : 4H15 Se mettre à la place du client

- Traiter les situations délicates et les objections grâce à la CNV : les bonnes attitudes  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)
- Design Thinking « Construire le parcours client idéal et partager les bonnes pratiques »  
(ATELIER VIRTUEL 1H)
- Travail sur ses points forts et ses axes d'amélioration.  
(COACHING INDIVIDUEL 45MIN)

### Travail individuel

- Comment l'émotion et soft skills permettent les moments vrais  
(TÉMOIGNAGES ET VIDÉO 30 MIN)
- Moment inspirant à se raconter en équipe de 2 sur un parcours client et à partager avec la promo  
(CARNET DE VOYAGE 1H)

#### Challenge d'étape 15min:

Quiz sur les bonnes pratiques et sur la gestion de situations difficiles (CNV)

## Semaine 4 : 7H15 L'Intelligence émotionnelle au service du client

- Développer son intelligence émotionnelle pour mieux interagir avec son client  
(CLASSE VIRTUELLE 1H30)
- Coaching d'équipe sous forme de co-développement :  
Définition d'un plan d'actions individuel et collectif  
(KPI de la RC)  
(ATELIER VIRTUEL 1H)
- Co-design Présentation Pecha Kucha\*  
(ATELIER VIRTUEL 1H)

### > Se voir pour de vrai :

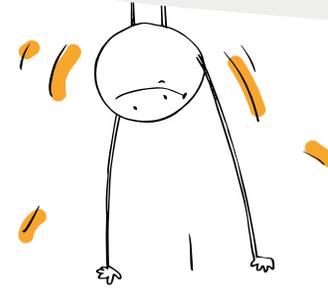
Evènement de clôture 3H:

Fêter ensemble le chemin parcouru

Retour d'expériences, dessinateur / humoriste et un classement de la promo

#### Challenge d'étape 15 min:

Quiz sur les bonnes pratiques, attitudes sans failles



**La box livrée sur leur bureau avec des fiches mémo,** une BD, une invitation pour l'événement de promo, et bien d'autres surprises...

**Et dans la box ?**

Modalités et tarifs

Contactez-nous

Option ancrage mémorielle : **tinycoaching**

Le coach virtuel qui continue à former les apprenants entre chaque séance

Qui est Tiny ?

\*Méthode permettant de présenter et de pitcher efficacement une idée dans un laps de temps très limité

# client<sup>box</sup>

Revenir au parcours en détail 

Dîner promo

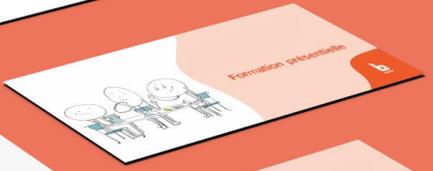
Carnet de voyage

Profil DISC Couleurs



Challenges d'étape

Lecture



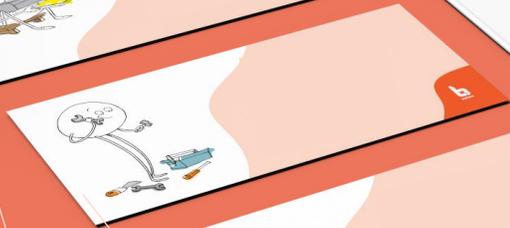
Cadeaux



Fiches pratiques



Classes virtuelles



Coaching

Ateliers virtuels



Groupe WhatsApp

Les livres et magazines sont choisis lors des phases de co-construction pour une Client<sup>box</sup> sur-mesure



# Café virtuel

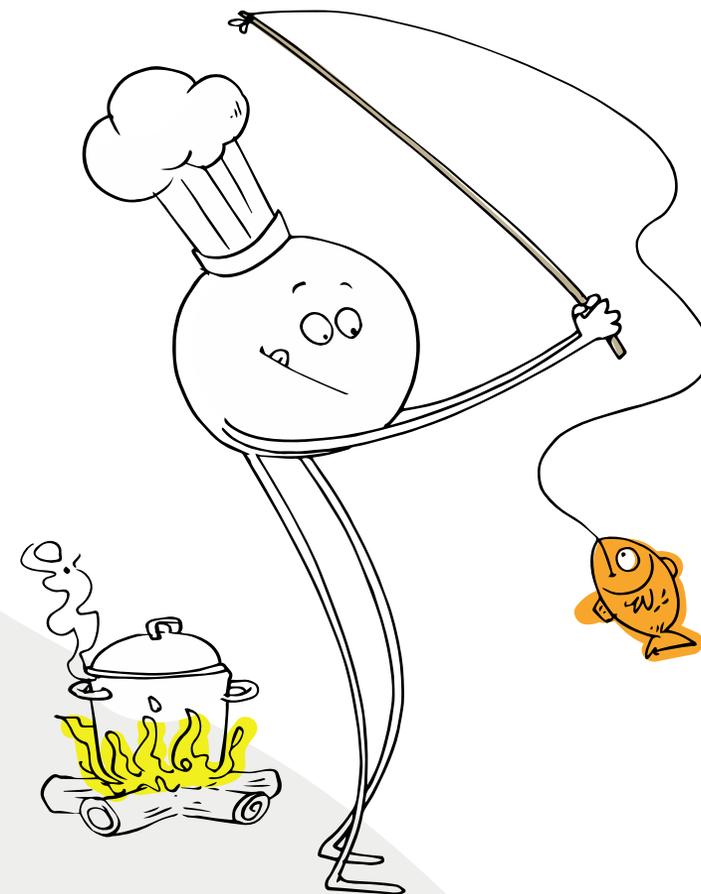
## 1 rencontre clé pour faire vivre la communauté

- Un **café** de début de promo pour :
  - Lancer la promo
  - Créer la cohésion de groupe
  - Générer l'envie et l'engagement
  - Recueillir les objectifs et les attentes de chacun

## Évènement de clôture

Pour se retrouver ensemble dans un lieu convivial, célébrer la montée en compétence de chacun

Une rencontre 100 % humaine et surtout 100 % **POUR DE VRAI**



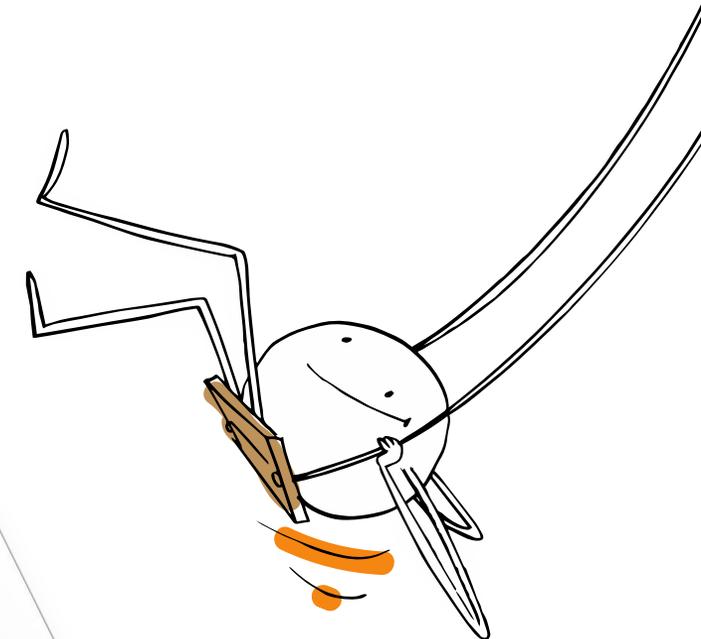


# Fiches pratiques

Des fiches mémos et méthodes sont glissées dans votre client<sup>box</sup> pour vous donner des outils pratiques

Quelques exemples :

- Les principales étapes de la relation client
- Gérer les situations difficiles
- Mieux se connaître avec les couleurs DISC
- Faire des ventes additionnelles
- Savoir argumenter en toute situation
- ....





# Mieux me connaître pour mieux communiquer avec la méthode des couleurs DISC\*

Classe virtuelle 1H30

## VALEURS AJOUTÉES

Une méthode simple et ludique pour mieux se connaître et déterminer rapidement quelle stratégie et attitude adopter face aux différents types de profils et ainsi améliorer la qualité de ses communications

## OBJECTIFS

- Découvrir et intégrer la méthode de communication des couleurs DISC
- Mieux se connaître et prendre du recul sur ses pratiques
- Reconnaître le profil comportemental de ses clients
- Appréhender les différents styles de comportements: les caractéristiques du mode de fonctionnement et de communication de chaque style / les forces, les faiblesses et les besoins de chaque style

## PÉDAGOGIE – 70 % pratique 30 % théorie

- Appropriation du modèle
- Mises en situation
- Travail en sous-groupe
- Apport du consultant

## PROGRAMME

- Découverte de la méthode: le langage des couleurs
- Mieux se connaître pour mieux communiquer avec ses clients grâce à la méthode des couleurs DISC
- Réflexion et analyse des différents comportements
- Identifier ses clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils ?
- Adapter son mode de communication en fonction de chaque typologie de client

\*Cette formation est également animable sans achat de profils comportemental DISC Couleurs



# Les fondamentaux de la relation client

## Classe virtuelle 1H30

### VALEURS AJOUTÉES

Proposer, sous forme ludique, une acculturation nécessaire sur les fondamentaux de la relation client afin d'expérimenter le design du parcours client

### OBJECTIFS

- Connaître les principes des fondamentaux de la relation client
- Être capable de développer un savoir-être en lien avec le territoire de la marque et les attentes des clients
- Adopter une posture orientée client et un « esprit de service »
- Identifier les bonnes attitudes de la relation client

### PÉDAGOGIE – 70 % pratique 30 % théorie

- Prise de conscience à travers d'exemples d'autres secteurs
- Travail en sous-groupe
- Apports du consultant

### PROGRAMME

- Comprendre les enjeux d'une relation client de qualité
- S'approprier les différentes étapes clés d'une relation client efficace : les moments forts du parcours client qui emportent l'émotion
- Maîtriser les bonnes attitudes face à un client : accueil, écoute active, questionnement, posture
- Récolter les informations utiles par un questionnement efficace



# Traiter les situations délicates et les objections grâce à la CNV

Classe virtuelle 1H30

## VALEURS AJOUTÉES

Une approche simple et structurée facilitant les relations humaines par l'empathie, le respect de soi et des autres

## OBJECTIFS

- Mieux communiquer avec ses clients pour créer une relation durable et de confiance
- Savoir repérer ce qui génère de la tension ou ce qui facilite la communication
- Prendre conscience de l'importance de la manière de formuler les choses
- Apprendre à désamorcer l'agressivité pour instaurer ou rétablir un dialogue bienveillant et fidéliser le client

## PÉDAGOGIE – 70% de pratique, 30% de théorique

- Apport en CNV (méthode de Marshall Rosenberg)
- Travail autour de cas pratiques
- Trucs et astuces du consultants pour mieux gérer son stress

## PROGRAMME

- Introduction et principes de base de la Communication Non violente (CNV)
- Analyser le problème, prendre en compte la demande et désamorcer les tensions
- Développer ma capacité d'empathie : adopter les bonnes attitudes pour éviter l'escalade et apaiser la tension
- Savoir observer sans émettre de jugement ni d'évaluation
- Savoir gérer les principales objections des clients : typologie des objections et stratégies appropriées
- Transformer une situation de blocage en opportunité de fidélisation

# Le jeu du fauteuil du client



## Atelier virtuelle 1H

### VALEURS AJOUTÉES

Cet exercice concret permet de mieux comprendre comment interagit le client. Savoir se mettre à la place de l'autre est une qualité précieuse, leur permettant d'appréhender plus facilement les besoins et les attentes de leurs clients.

### OBJECTIFS

- S'entraîner à mettre en œuvre les techniques et les comportements significatifs d'une relation client de qualité
- Développer une présence chaleureuse et professionnelle
- Prendre des décisions dans des situations concrètes.
- Utiliser un vocabulaire positif, actif et précis.

### PÉDAGOGIE – 80 % pratique 20 % théorie

- Entraînement intensif
- Mises en situation ludique
- Enregistrements audio
- Apports du consultant

### PROGRAMME

- Simuler des jeux de rôle contextualisés (utilisations de situations proches de la réalité de l'entreprise)
- Trouver la réponse à des questions concernant les pratiques
- Juger de la qualité de conversations type
- Faire face à des aléas (client énervé, indécis...)



# Construire le parcours client idéal et partager les bonnes pratiques

Atelier virtuel 1H animé sous forme d'atelier de Design Thinking

## VALEURS AJOUTÉES

Une méthode au service de l'amélioration de l'expérience client.  
L'approche collaborative et d'itération du Design Thinking permet de capitaliser sur l'intelligence collective afin de créer le meilleur parcours client

## OBJECTIFS

- Prendre conscience des besoins spécifiques de son client
- Capitaliser sur sa propre expérience pour construire un parcours client à forte valeur ajoutée
- Déterminer les bonnes pratiques et les plans d'actions en fonction des enjeux de l'entreprise

## PÉDAGOGIE – 90 % pratique 10 % théorie

- Découverte de la méthode Design Thinking : une méthodologie centrée sur l'humain, en vue de réaliser des services innovants et à fortes valeurs ajoutées.
- Design par étapes en sous-groupe

## PROGRAMME

En amont : phase de recherche – se mettre à la place de son client  
Lister les problématiques rencontrées par le client sur chaque étape de son parcours (étapes identifiées dans la classe virtuelle les fondamentaux)

- Découverte de la méthode: la construction du parcours client en relation avec leur métier sur un périmètre défini et la finalité de l'exercice
- Synthèse de la phase de recherche
- Phase d'Idéation : proposer des solutions à chaque problématique rencontrée
- Prototypage : le parcours client idéal

Possibilité d'adapter cet atelier aux enjeux et objectifs de l'entreprise lors d'un atelier de co-création en amont



# Développer son intelligence émotionnelle pour mieux interagir avec ses clients

Classe virtuelle 1H30

## VALEURS AJOUTÉES

Un « must have » : selon l'enquête « the Future of jobs » réalisée par le Forum économique mondial, l'intelligence émotionnelle fait partie des dix compétences clés pour réussir professionnellement. C'est aussi un facteur clé de l'expérience client, les consommateurs mettent l'accent sur la qualité de l'expérience client. Développer son intelligence émotionnelle permettra d'offrir une expérience unique, un véritable atout concurrentiel.

## OBJECTIFS

- Découvrir le rôle des émotions dans les relations : prendre conscience de l'impact des émotions sur son comportement
- Identifier les émotions positives et négatives
- Maintenir ou rétablir son équilibre émotionnel en toutes situations
- Développer son agilité relationnelle pour mieux interagir avec ses clients

## PÉDAGOGIE – 70 % pratique 30 % théorie

- Mises en situation à partir de cas concret
- Exercices pratiques
- Apports du consultant

## PROGRAMME

- Réussir à gérer ses émotions en restant authentique
- Décrypter ses croyances, ses valeurs et en mesurer l'impact sur son comportement
- Prendre conscience de l'impact de sa communication non verbale dans l'expression de ses émotions
- Repérer le ressenti émotionnel de ses clients et s'adapter en conséquence

# Challenge d'étape



## VALEURS AJOUTÉES

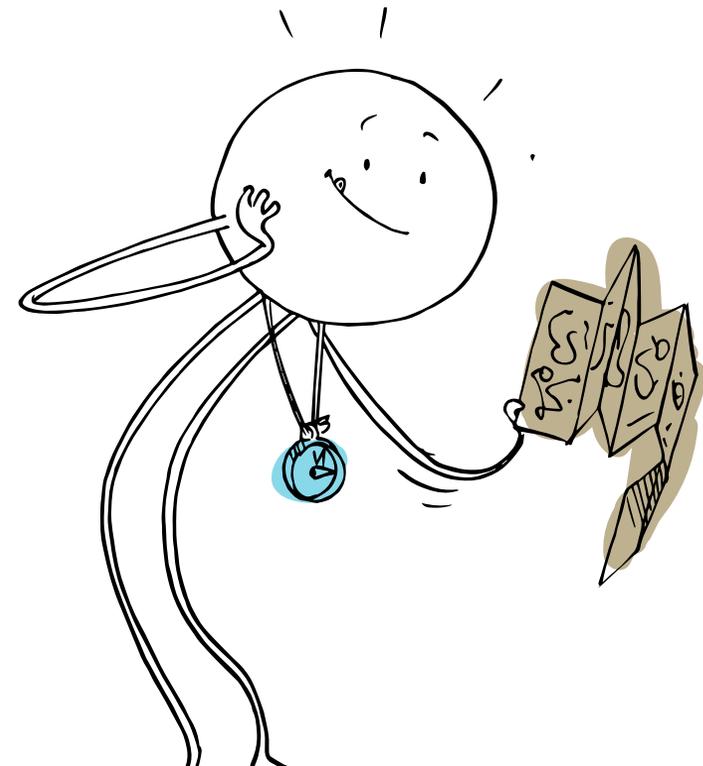
Le meilleur moyen d'évaluer chaque participant pendant l'accompagnement

## OBJECTIFS

- Mesurer le niveau de compétences de chaque participant
- Valider les acquis de la formation à chaud jour après jour
- Évaluer les progrès et la compréhension des compétences nouvelles
- Remettre une attestation individuelle de formation certifiant les acquis

## PÉDAGOGIE – 100 % pratique

- Tests de contrôle de connaissance simples et rapides
- QCM, Quizz interactifs



# Modalités & tarifs pour ce parcours :

Pour un groupe de 8 participants

**1 545 € HT / PARTICIPANT**

**PRIX ALL INCLUSIVE COMPRENANT :**

- L'ingénierie pédagogique, l'organisation complète et le pilotage
- Le marketing, la communication RH
- En virtuel : les classes, cafés, jeux, coachings individuels
- Les intervenants : formateurs, coachs,...
- L'ange gardien (animation de la communauté WhatsApp, articles, tedX...)
- La livraison de la box sur le bureau du participant
- Livre, BD, fiches mémo, cadeaux...
- Les évaluations et les quiz
- Et un événement de clôture (dîner + coach + dessinateur / humoriste)

## Options

- Le profil comportemental DISC Couleurs : + 140 € HT / participant
- Le coach virtuel Tiny Coaching sur 5 mois + 350 € HT / participant

[Qui est Tiny ?](#)

**TEMPS TOTAL :**

**21H15 dont 16H30 de formation digitale**

- 1 café virtuel (1H)
- Coachings individuels : 2 séances (2 x 45mn)
- Formations distancielles :
  - 4 classes virtuelles (4 x 1H30)
  - 4 ateliers (4 x 1H)
- Travail individuel / Carnet de voyage: autodiagnosics, lectures, vidéos, cahier d'exercices, mises en situation, ... (4H45)
- Challenge d'étape: Quiz de validation des acquis (4 x 15min)
- Un événement de retour d'expériences et cohésion de groupe (3H)

[Revenir à la page d'accueil](#)



[Revenir aux objectifs et R.O.I](#)



[Revenir au parcours en détail](#)



Existe aussi en blended

**Nous consulter**

[La Client<sup>box</sup> sur-mesure ?](#)

[Nos autres box ?](#)

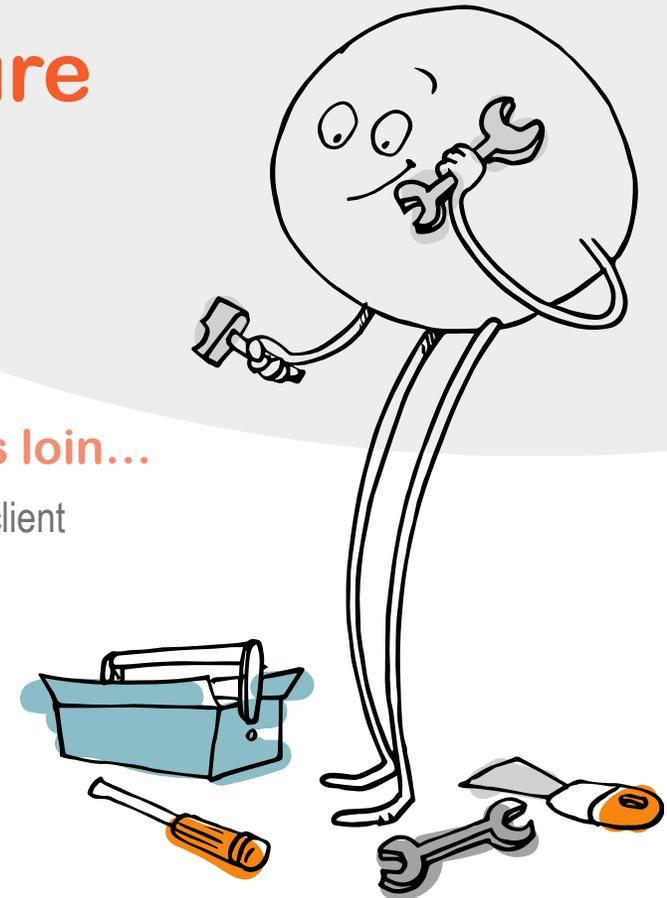
[Contactez-nous !](#)



# Construisez votre Client<sup>box</sup> sur-mesure en fonction de vos enjeux et contraintes opérationnelles

## Quelques exemples de thématiques complémentaires pour aller plus loin...

- Gérer la relation client multiculturelle
- Savoir être force de proposition : savoir oser proposer / ventes additionnelles
- Reformuler pour bien argumenter et conclure
- Définir les signatures de service et les marqueurs de différenciation
- S'élever à une posture d'excellence
- Maîtriser les codes du luxe
- Affirmer son élégance
- Manager son équipe pour offrir un service client à forte valeur ajoutée
- ROS (ROI dans le service) et suivi des KPI
- Spécial Call center : qualité d'écoute, de questionnement et de réponses
- L'étiquette à la Française (restauration et hôtellerie)



Et bien d'autres thématiques !

Contactez-nous

# OPTION : ANCRAGE MÉMORIEL - R.O.I.

Revenir au parcours  
en détail



Revenir aux  
modalités et tarif



## Rapid Learning : profitez d'un chatbot pédagogique, Tinycoaching

- Tiny, c'est un **assistant virtuel** qui lance des discussions en ayant au préalable mesuré le niveau de l'apprenant. Il sélectionne les meilleurs contenus de formation et s'assure de la compréhension en posant les bonnes questions.
- C'est aussi un **catalogue de parcours de formations managériales**. Chaque apprenant a accès à un ensemble de contenus e-learning pour développer les compétences clés en entreprise.

Une conversation  
régulière avec un  
coach qui accompagne,  
motive et relance.

Ce n'est pas l'apprenant qui va vers les contenus, **c'est Tiny qui va vers l'apprenant**. Les contenus passent directement par les **messaging instantanées** de l'utilisateur, il n'est pas indispensable de se connecter à l'application.

Le microlearning permet  
de proposer des capsules  
de savoir pour ne pas  
surcharger l'apprenant  
d'informations superflues.



**3 contenus**

pédagogiques par  
jour sont à valider



**5 minutes**

passées par contenu  
en moyenne

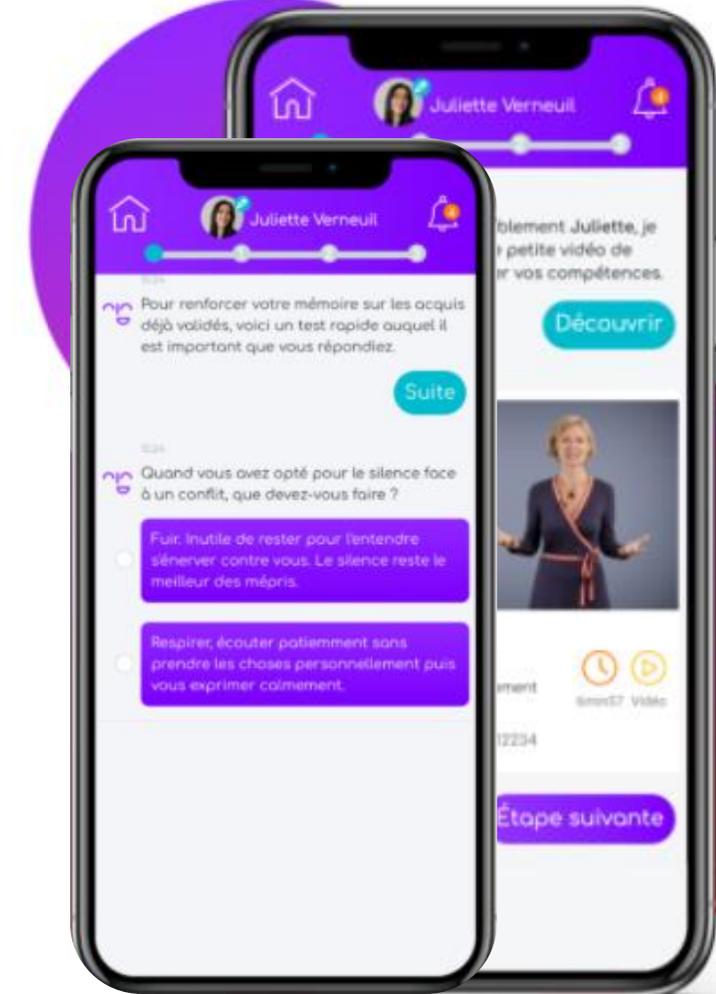


**4 fois**

par  
semaine

Faciliter la consolidation  
de l'apprentissage

Tinycoaching a mis en place un **algorithme** qui permet de mieux **mémoriser les acquis** tout au long du parcours pédagogique.





## Découvrez nos autres box

### La manag<sup>box</sup>

Pour développer sa posture de manager coach, agile

- En blended – C'est [ici](#) !
- En e-box – C'est [ici](#) !
- La quick<sup>box</sup> management à distance – c'est [ici](#) !

### La négo<sup>box</sup>

Pour développer la posture et l'efficacité de vos forces de vente

En blended – C'est [ici](#) !

### La softskills<sup>box</sup>

Pour acquérir la bonne posture comportementale en toute situation et travailler sur son développement personnel

- En blended – C'est [ici](#) !
- En e-box – C'est [ici](#) !
- En accélérée – C'est [ici](#) !

### Les quick<sup>box</sup> - 1 box

Un large choix de formations sur les fondamentaux en 3 jours chrono

## Et pendant cette période spéciale de COVID19

### La Reprise Sereine

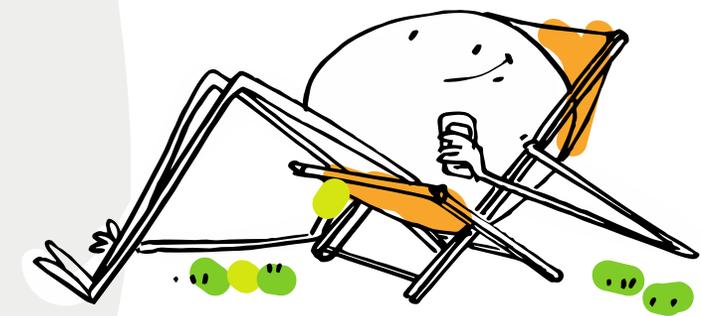
Parce que le bien-être et le moral de vos équipes sont vos leviers de réussites

En e-box – C'est [ici](#) !

## Et bien d'autres sur mesure...

Avec nos 30 formateurs coaches, nous répondons également à toutes les demandes de coaching et formation « plus traditionnelles »

Nous consulter pour plus de détails, [contactez-nous](#)





## Votre directrice de programme, experte de la relation client :

Laurence O'Neill

06 29 34 37 14

Son CV, [ici](#) !

## Vos contacts privilégiés :

Sophie Dupaigne

06 86 81 79 85

[sdupaigne@soboxformation.com](mailto:sdupaigne@soboxformation.com)

Elisa Tanzer

06 75 51 75 27

[elisa@soboxformation.com](mailto:elisa@soboxformation.com)

**Au plaisir de démarrer  
cette expérience  
avec vous !**

[www.soboxformation.com](http://www.soboxformation.com)





# LAURENCE, Directrice de programme

## Compétences clés

- Experte de la relation client
- Ingénierie pédagogique
- Créativité
- Management des intervenants
- Garante de la qualité et l'amélioration continue de l'offre

## Domaines de compétences et terrains d'action

- **Facilitatrice dans l'accompagnement de la relation client d'excellence par l'expérience**
- **Eveilleur et gestion de projet en open innovation.**
- **Audit, analyse de l'existant et réflexion approfondie des valeurs, ADN et signature de la marque**
- **Mise en place du meilleur programme et outils d'accompagnement pour le développement des compétences pour la direction, les managers et les collaborateurs en RC**

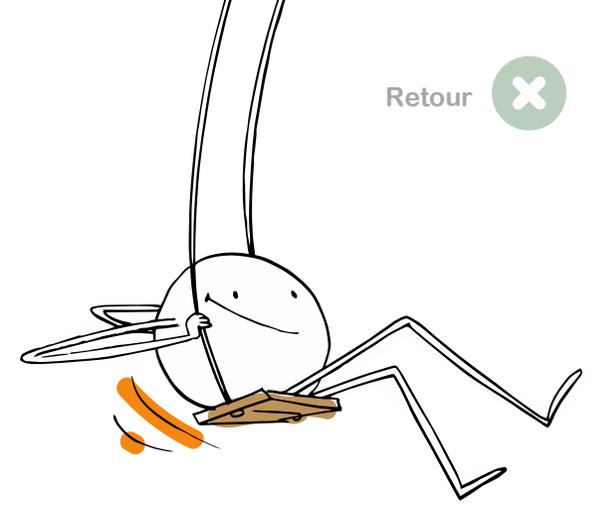
## Certifications

- DISC Discernys 2018
- Process com 2014
- PNL 2012

## Parcours

- Mentor startup digitale
- Business developpeur formation HES ( groupe Orange)
- Cours INSECC Bachelor, master 1 et 2 marketing du luxe et service client? multiculturel
- CEO Excellence Attitude: Groupement d'excellence de consultants autour de la relation client ( Barcelone et Montréal)
- CEO BCNclub plateforme de réseau et de mise en relation business (10 ans Barcelone)
- Responsable commerciale achat zone Asie Céline, Dior
- Quality Event Coordinator L'Oréal Japon
- Master in Digital marketing Barcelone
- Diplômée licence commerce international Paris X

Retour



## Références

L'ORÉAL- LVMH ( CÉLINE, DIOR) –  
PUIG - TOUS- MAJESTIC HÔTEL –  
RITZ - BNP GESTION PATRIMOINE–  
ORANGE – INSTITUT DU TOURISME  
ET DE L'HÔTELLERIE DU QUÉBEC-  
HÔTELS GERMAIN– SOFITEL- CITY  
ONE- ROYAL JORDANIAN - PERNOD  
RICARD- HOTEL ARTS-