

COMMERCIAL

classement 2016 des meilleurs organismes de formation

Dans chaque groupe, les classements sont établis par ordre alphabétique

ORGANISME	ÉQUIPE ANIMÉE PAR...
INCONTOURNABLE	
Halifax	Nicolas Caron, Frédéric Vendeuvre
Mercuri International	Thierry Brunet, Charles Vérot, Pierre-Yves Lucas
EXCELLENT	
CAA	Laurianne Dijol
Cegos	José Montes
CSP	Aurélie Feld
Executive Selling	François Drillon
ISM	Dominique Titeux
Krauthammer	Thierry Stephan
FORTE NOTORIÉTÉ	
Adecco Training	Gaël Salomon
AFPA Entreprises	Raphaele Gauducheau
CNFCE	Renaud Baudier
Demos	Jean Wemaëre, Dai Shen, Franck Lebouchard
Docendi	Sophie Bolloré, Claude Maire, Catherine Bétourné, Caroline Moreau, Fabienne Gasganias
Futurskill Training	Bénédicte Bailleul
Interactifs	Philippe de Lapoyade
Moortgat consulting	Jacky Moortgat
Orsys	Denis Levy Willard, Michel Belli
VDC consultants	Valéry Challier
PRATIQUE RÉPUTÉE	
Achieve global	Dominique Richard
Booster-academy	Evelyne Cohen
Capite Corpus	Laurant Lagarde, Chystel Belvisi
Idefi	Philippe Dumortier
Ifocop	Jean-Marc Hamon
ISM	Dominique Titeux
ITC Conseil	Antoine Jude
Meras Network	Ysabelle Le Millin



MÉTHODOLOGIE DES CLASSEMENTS

Les critères de classement retenus sont :

- **Excellence dans la durée** : durée de présence sur le marché, évolution du chiffre d'affaires, séniorité et profil des consultants, formations certifiantes et diplômantes, évaluation des formations, stratégie de développement
- **Deals de l'année** : appels d'offres remportés, nombre et nom des grands comptes, contrats-cadres
- **Innovation** : actualisation des programmes, digitalisation, pédagogie

Les classements sont établis au moyen des outils suivants :

- **Méthode des questionnaires** :
Envoi aux structures qui figurent d'ores et déjà dans les

classements *Décideurs* ainsi qu'à celles susceptibles de les intégrer. Elles sont notamment invitées à communiquer des informations relatives à leur organisation, à leur track record ainsi qu'à leur marché.

- **Méthode qualitative** :

De plus, les équipes de *Décideurs* réalisent un nombre important d'entretiens. Ces entretiens nous permettent non seulement d'en apprendre davantage sur les structures citées dans les classements, mais également d'évaluer la dynamique dans laquelle s'inscrivent les firmes et les équipes évaluées. Les analystes et responsables de marché rencontrent par ailleurs un nombre important de clients, qui ont l'opportunité de partager les points de vue privilégiés sur les meilleurs acteurs et conseils du marché concerné. Une occasion pour celles-ci de commenter et d'apporter des informations inédites sur le marché ainsi que sur leurs conseils respectifs.