

Catalogue CPF



Formations 2023-24



Les Pléiades - 417 Route de la Farlède - 83130 LA GARDE
04.94.488.774 - contact@horizonrh.fr - www.horizonrh.fr
SARL au capital de 8 000 € - RCS TOULON 798 704 722 - Code APE 8559A
Horizon Formation est une marque du Groupe Horizon RH

Un peu de Nous

Au départ, 3 associés passionnés depuis plus de 15 ans par la **Formation Professionnelle, le Coaching et les Ressources Humaines**, nous sommes maintenant une équipe de 5 personnes à votre écoute.

Nous conseillons des entreprises de toutes tailles et dans tous les secteurs d'activités.

Accélérateur de l'évolution professionnelle de plus de 18 000 salariés et non-salariés, tous secteurs confondus et sur la France entière, le **Groupe HORIZON RH** agit comme un **partenaire Ressources Humaines externalisé**.

HORIZON FORMATION

Notre équipe Formation se compose de chefs de projets expérimentés, capables de répondre au mieux à vos besoins spécifiques.

Dans le respect de **notre certification QUALIOPi**, nous intervenons lors de la mise en place de votre **« Plan de développement des compétences »**, mais aussi tout au long de l'année afin de vous proposer des sessions de formations ciblées et spécifiques métiers.

En Inter comme en Intra, Horizon Formation propose avant tout des sessions sur-mesure, personnalisées et adaptées à vos exigences.

Depuis 3 ans, nous sommes également organisme agréé pour **toutes vos formations CSE** obligatoires.

Par **nos 30 modules CPF dédiés à la vente, au management et à l'intelligence collective**, nous vous proposons une nouvelle façon d'aborder votre budget formation par **la mise en œuvre de parcours certifiants**, en échange « gagnant-gagnant » avec vos salariés.

Nous sommes heureux aujourd'hui, de vous proposer quelques exemples de formations, à travers ce catalogue.

Bonne lecture,

Qu'est ce que le CPF ?

Le **Compte Personnel de Formation** est le droit à la formation professionnelle, qui **remplace le DIF** (Droit Individuel à la Formation) depuis le 1er janvier 2015.

Définition du Compte Personnel de Formation (CPF)

Le CPF permet **à toute personne**, salariée ou demandeur d'emploi, de suivre, **à son initiative**, une action de formation. Il accompagne son titulaire dès l'entrée dans la vie professionnelle et tout au long de sa carrière jusqu'au départ en retraite.

Quelles sont les formations éligibles au CPF ?

Le Compte Personnel de Formation permet d'acquérir des **compétences reconnues** (qualification, certification, diplôme) et/ou un socle de connaissances permettant d'enrichir ses savoirs comme son employabilité.

Les formations éligibles au CPF doivent figurer sur une liste élaborée au National, par les Conseils régionaux, les partenaires sociaux, et les branches professionnelles. Ces formations répondent aux besoins économiques prévisibles et à des critères de qualités règlementées.

Fonctionnement

Le CPF est alimenté automatiquement au début de l'année qui suit l'année travaillée (ainsi les droits acquis en 2019 seront disponibles au 1er trimestre 2020). **Les droits restent acquis même en cas de changement d'employeur ou de perte d'emploi.**

L'alimentation du compte est calculée proportionnellement au temps de travail effectué. Lorsque le salarié relève de plusieurs catégories au cours d'une même année, la Caisse des dépôts et consignations (CDC) applique le montant d'alimentation annuel et le plafond les plus favorables.

Pour **un salarié ou un travailleur indépendant** (à temps plein, ou à temps partiel) l'alimentation du compte se fait à hauteur de **500 € par année de travail**, dans la limite d'un plafond de 5 000 €.

Pour un **travailleur non qualifié** (CAP/BEP, titre professionnel enregistré et classé au niveau 3 du RNCP) l'alimentation du compte se fait à hauteur de **800 € par année de travail**, dans la limite d'un plafond de 8 000 €.

S'inscrire à une formation

Vous pouvez créer votre compte et consulter votre solde à l'adresse suivante : <https://www.moncompteformation.gouv.fr>

Pour vous inscrire à une de nos formations : « **taper** dans le champ de recherche **l'intitulé exact de la formation** recherchée (voir sommaire) et le **code postal 83130** » ou contactez-nous au **04 94 48 87 74**.

Réaliser Son Bilan de Compétences.....	5
Word : opérationnel	6
Word : perfectionnement.....	7
Excel : opérationnel	9
Excel : perfectionnement.....	10
Powerpoint : opérationnel.....	11
Powerpoint : perfectionnement.....	12
Photoshop : l'essentiel.....	13
Illustrator : l'essentiel	14
Wordpress : opérationnel	15
Création et administration d'un site vitrine et commerce Wordpress : Certification TOSA.....	17
Formation et Certification à l'Anglais Professionnel (TOEIC, PIPLETT FLEX.....)	18
Parcours Certifiant : Élaborer et diffuser la stratégie globale d'une organisation	19
Parcours Certifiant : Piloter la mise en oeuvre de la stratégie globale d'une organisation.....	22
Parcours Certifiant : Manager des équipes.....	25
Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation.....	31

Réaliser Son Bilan de Compétences

Public concerné :

Toute personne qui souhaite faire un bilan de ses compétences.

Objectifs :

Le bilan de compétences permet de repérer les compétences du salarié, ses motivations et centres d'intérêt, d'identifier précisément la formation à mettre en oeuvre, d'évaluer l'opportunité d'une démarche de validation des acquis de l'expérience (VAE), d'un projet professionnel ou de formation.

Contenu de la formation :

Le Bilan de Compétence s'effectue toujours sur une durée de 24 heures se répartissant sur une période de 8 à 10 semaines.

- ▶ Il se décompose comme suit :
 - 16 heures réparties en 8 séances de travail de 2 heures avec le consultant selon un planning qui tient compte des modalités de réalisation du bilan (en temps de travail ou hors temps de travail) et de vos disponibilités.
 - 8 heures de travail personnel.
- ▶ En « back office », le consultant référent effectue l'exploitation des tests, des diagnostics et rédige les documents de synthèse et annexes du bilan.

Répartition du travail et ventilation dans les Trois phases du Bilan de Compétences (cf. art. R900-1 a du Code du Travail) :

- ▶ La première phase : l'entretien préliminaire au bilan de compétences qui a pour objet :
 - de confirmer l'engagement du bénéficiaire dans sa démarche,
 - de l'informer rigoureusement des conditions de déroulement du bilan de compétences,
 - des méthodes et techniques mises en oeuvre, ainsi que des principes d'utilisation des conclusions de la prestation,
 - de préciser et d'analyser ses besoins, ses objectifs.
- ▶ La seconde phase est une phase d'investigation : Cette phase doit permettre au salarié(e), au regard des perspectives d'évolution envisagées :
 - d'identifier les éléments déclencheurs du processus de changement dans lequel il s'inscrit,
 - de mieux appréhender ses valeurs, ses intérêts, ses aspirations ainsi que les facteurs déterminants de sa motivation,
 - d'évaluer ses connaissances générales et professionnelles, ses savoir-faire et ses aptitudes,
 - de repérer les éléments de son expérience transférables aux nouvelles situations professionnelles envisagées,
 - de déceler ses ressources et ses potentialités inexploitées.
 - Tous les travaux que nous engageons avec la personne sont individualisés. En aucun cas, nous ne proposons de forme collective à ces actions.
- ▶ La troisième phase est une phase de conclusion : Cette phase doit permettre au bénéficiaire de :
 - prendre connaissance des résultats détaillés de la phase d'investigation,
 - recenser les facteurs susceptibles de favoriser ou non la réalisation d'un projet professionnel et le cas échéant, d'un projet de formation,
 - prévoir les principales étapes de la mise en oeuvre de ce projet.

Restitution de la synthèse :

- ▶ Nous restituons par écrit les conclusions du bilan de compétences : travail effectué, projets professionnels prioritaires, alternatifs, les points d'appuis de chacun d'eux, les éléments d'enquête venant justifier le bien fondé de ces projets, les axes de progrès et les étapes de leur mise en oeuvre dans les conditions décrites au paragraphe ci dessus (« Les 3 phases du bilan de compétences », en conformité avec l'article R900-1 a du Code du Travail).
- ▶ Les résultats des tests et des questionnaires font partie des résultats détaillés du bilan sont restitués dans leur intégralité dans un document « Annexes du bilan de compétences ».

Méthodes d'intervention :

Le bilan de compétences est réalisé dans le cadre d'un accord bi ou tripartite entre le bénéficiaire, l'organisme agréé et éventuellement l'employeur lorsque le bilan s'inscrit dans un plan de formation.

S'il est réalisé au titre du plan de développement des compétences, votre employeur vous rendra disponible dans votre temps de travail pour les séances de travail planifiées dans la limite des 24 heures autorisées. Dans ce cas de figure, votre rémunération est maintenue.

Vous pouvez également opter pour l'utilisation de votre CPF pour réaliser votre bilan de compétences. Il sera alors possible de réaliser votre bilan de compétences hors temps de travail sans en informer votre employeur.

Réaliser Son Bilan de
Compétences

Public concerné :

Toute personne souhaitant se familiariser avec le logiciel Word.

Objectifs :

Acquérir les savoirs essentiels pour concevoir facilement des documents et courriers avec Word.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Prise en main.

Démarrer avec Word :

- ▶ Ouvrir un nouveau document.
- ▶ Ouvrir, enregistrer et fermer un document existant.
- ▶ Apprendre à utiliser la barre d'état, la barre d'outils et les options d'affichage.

Concevoir un document :

- ▶ Saisir, modifier et déplacer un texte.
- ▶ Supprimer une zone de texte.
- ▶ Utiliser les fonctions copier/coller et couper/coller.

Mise en forme d'un document :

- ▶ Définir la police, le style et les autres attributs d'un texte,
- ▶ Choisir les options d'un paragraphe : alignement, retrait, espacement, interligne.
- ▶ Insérer des listes à puces ou numéros.
- ▶ Copier/coller une mise en forme.
- ▶ Utiliser les mises en forme automatiques.

Journée 2 : Outils complémentaires.

Création d'un tableau :

- ▶ Concevoir un tableau et y saisir un texte,
- ▶ Redimensionner un tableau,
- ▶ Insérer, déplacer ou supprimer une ligne ou une colonne,
- ▶ Définir la mise en forme et l'habillage.

Affiner la présentation du document :

- ▶ Insérer une pagination et/ou une numérotation de pages.
- ▶ Insérer en-têtes et pieds de page.
- ▶ Corriger son document à l'aide des outils Microsoft Word.

Mettre en page un document et l'imprimer :

- ▶ Définir les options de mise en page : marges, orientation du document (portrait ou paysage), numérotation des pages, bordures, etc.
- ▶ Utiliser le mode "aperçu avant impression".

Méthodes d'intervention :

Après une présentation théorique, mettre en application sous forme d'exercices les différentes fonctions évoquées dans le logiciel Word.

Word : perfectionnement

Public concerné :

Toute personne souhaitant se perfectionner avec le logiciel Word.

Objectifs :

Se perfectionner dans la maîtrise du logiciel Word.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Fonctions classiques et avancées.

Reprise des fondamentaux :

- ▶ Mode affichage écran.
- ▶ Sélection, déplacement.
- ▶ Gestion courante des documents (ouverture, enregistrement, fermeture, etc.).

Formatage (mise en forme des documents) :

- ▶ Police, tailles, attributs de caractère.
- ▶ Couper, copier, coller.
- ▶ Listes à puces.
- ▶ Paragraphes : alignement, retrait, espacement, interlignage.
- ▶ Bordures et trames.

Formatage avancé :

- ▶ Retraits de paragraphe.
- ▶ La tabulation : utilisation du menu et de la règle.
- ▶ Mise en page : marges, format papier, disposition.
- ▶ En-têtes et pieds de page.
- ▶ Insertion des caractères spéciaux.
- ▶ Fonctions d'impression.

Éditions, corrections et vérifications :

- ▶ Outil de correction automatique,
- ▶ Utilisation des insertions automatiques existantes.
- ▶ Correction orthographique.
- ▶ Recherche et remplacement du texte.
- ▶ Correction orthographique et grammaticale.
- ▶ Recherche des synonymes.
- ▶ Statistiques.
- ▶ Synthèse automatique.
- ▶ Le presse-papier.

Journée 2 : La mise en forme et les modèles.

Styles :

- ▶ Créer un style basé sur une mise en forme existante.
- ▶ Créer un style sans exemple de mise en forme.
- ▶ Appliquer un style.
- ▶ Modifier un style.
- ▶ Remplacer un style par un autre.
- ▶ Supprimer un style.

Modèles :

- ▶ Créer un modèle basé sur un modèle existant.
- ▶ Créer un modèle basé sur un document existant.
- ▶ Modifier un modèle de document.

Publipostage :

- ▶ Qu'est-ce qu'un publipostage ?

Word : perfectionnement

(suite)

- ▶ Créer un publipostage (notions).

Méthodes d'intervention :

- Apports théoriques.
- Exercices pratiques.

Word : perfectionnement

Public concerné :

Toute personne souhaitant s'initier au logiciel Excel.

Objectifs :

Acquérir les savoirs essentiels pour concevoir facilement des documents, tableaux et calculs sur des données avec Excel.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Mise en main.

Excel dans l'environnement Windows et le Pack Office.

Saisie de textes et de nombres, corrections et suppressions.

Copies et déplacements.

Calculs simples et corrections.

Automatiser la saisie et les calculs :

- ▶ Automatiser la saisie de suites d'éléments (nombres, dates, mois, jours, etc.).
- ▶ Appréhender la notion de formule.
- ▶ Effectuer des statistiques (fonctions Somme, Moyenne, etc.).
- ▶ Effectuer des opérations arithmétiques de base (additions, multiplications, etc.).
- ▶ Utiliser les références (élémentaires) de cellules.

Mise en forme des nombres, des textes et du tableau.

Utilisation de formats de tableaux prédéfinis.

Visualiser les données à l'aide de graphiques :

- ▶ Créer des graphiques à partir de tableaux.
- ▶ Modifier la présentation des graphiques (courbes, histogrammes, secteurs, etc.).
- ▶ Personnaliser les graphiques (titres, légendes, etc.).
- ▶ Gérer et organiser les séries.

Paramétrage de l'impression.

Journée 2 : Calculs et bases de données...

Faire des calculs à partir de données externes ou d'autres classeurs.

Lier des feuilles de calcul :

- ▶ Créer des liaisons dynamiques (copier/coller avec liaison).
- ▶ Créer des tableaux de synthèse.

Savoir créer et utiliser une base de données Excel.

Exporter un tableau ou graphique dans d'autres logiciels du Pack Office (Word, PowerPoint).

Envoyer un document par e-mail.

Savoir utiliser des modèles.

Mise en page évoluée.

Méthodes d'intervention :

Après une présentation théorique, mettre en application sous forme d'exercices les différentes fonctions évoquées dans le logiciel Excel.

Public concerné :

Toute personne souhaitant se perfectionner avec le logiciel Excel.

Objectifs :

Acquérir les savoir-faire pour se perfectionner dans la mise en forme de ses documents, tableaux et calculs sur des données avec Excel.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Rappel des bases d'Excel et aller plus loin.

Maîtriser complètement les fonctions de bases/Concevoir un tableau/Gérer un classeur :

- ▶ Automatiser la saisie et les calculs :
 - Automatiser la saisie de suites d'éléments (nombres, dates, mois, jours, etc.).
 - Appréhender la notion de formule.
 - Effectuer des statistiques (fonctions Somme, Moyenne, etc.).
 - Effectuer des opérations arithmétiques de base (additions, multiplications, etc.).
 - Utiliser les références (élémentaires) de cellules.
 - Visualiser les données à l'aide de graphiques :
 - Créer des graphiques à partir de tableaux.
 - Modifier la présentation des graphiques (courbes, histogrammes, secteurs, etc.).
 - Personnaliser les graphiques (titres, légendes, etc.).
 - Gérer et organiser les séries.

Les tableaux croisés dynamiques :

- ▶ Créer/supprimer un tableau croisé dynamique,
- ▶ Ajouter/supprimer un champ dans un tableau croisé dynamique,
- ▶ Réorganiser les champs,
- ▶ Filtrer un tableau croisé dynamique.
- ▶ Lier des feuilles de calcul :
 - Créer des liaisons dynamiques (copier/coller avec liaison).
 - Créer des tableaux de synthèse.

Maîtriser les références de cellules :

- ▶ Appréhender la notion de référence et les différents types de références.
- ▶ Choisir le type de référence le plus approprié les nommer et les utiliser.
- ▶ Utiliser les références externes à une feuille de calcul et à un classeur.

Utiliser les expressions conditionnelles :

- Appréhender la notion d'expression conditionnelle.
- Définir une mise en forme conditionnelle.
- Créer des formules avancées à l'aide des expressions conditionnelles.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

Powerpoint : opérationnel

Public concerné :

Toute personne souhaitant s'initier au logiciel PowerPoint.

Objectifs :

Après une présentation théorique, mettre en application sous forme d'exercices les différentes fonctions évoquées dans le logiciel PowerPoint.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Les grandes fonctions.

Concevoir une présentation efficace :

- ▶ Les règles d'or et les pièges à éviter.
- ▶ Appréhender les différents types de supports et leurs différences.

Maîtriser les fonctions de base :

- ▶ Créer et enregistrer un document.
- ▶ Ouvrir un document existant.
- ▶ Contrôler l'aperçu d'un document avant impression.
- ▶ Imprimer un document.

Élaborer une présentation :

- ▶ Utiliser les modèles de conception existants.
- ▶ Utiliser les modèles de mise en page de diapositives.
- ▶ Modifier le texte des espaces réservés.
- ▶ Mettre en forme le texte (police, alignements, bordures, etc.).
- ▶ Utiliser l'explorateur de diapositives et les différents modes d'affichage.
- ▶ Gérer et organiser les diapositives (ajout, suppression, copie et déplacement).

Journée 2 : Dynamiser ses présentations.

Enrichir les diapositives d'une présentation :

- ▶ Utiliser les bibliothèques d'images de Microsoft (images clipart).
- ▶ Choisir et insérer des images à partir de fichiers.
- ▶ Insérer des éléments de présentation (graphiques, organigrammes, tableaux, etc.).
- ▶ Positionner, aligner et répartir les différents éléments d'une diapositive.

Utiliser les effets de transition et d'animation :

- ▶ Créer un effet de transition d'une diapositive à l'autre.
- ▶ Créer un effet d'animation sur les textes et les objets.
- ▶ Insérer des effets sonores.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.
Exercices pratiques.

Powerpoint : opérationnel

Powerpoint : perfectionnement

Public concerné :

Toute personne souhaitant se perfectionner avec le logiciel PowerPoint.

Objectifs :

Après quelques rappels, se perfectionner dans l'utilisation du logiciel sous forme d'exercices.

Contenu de la formation :

Utiliser les effets de transition et d'animation :

- ▶ Créer un effet de transition d'une diapositive à l'autre.
- ▶ Créer un effet d'animation sur les textes et les objets.
- ▶ Insérer des effets sonores.

Préparer et utiliser un diaporama au cours d'une présentation :

- ▶ Définir l'enchaînement automatique des diapositives.
- ▶ Enregistrement et exportation d'un diaporama.
- ▶ Naviguer entre les diapositives au cours d'une présentation.

Utiliser des assistants et des outils d'automatisation.

Générer le sommaire de la présentation.

Créer et modifier un masque et des modèles.

Insérer des tableaux d'Excel.

Créer, modifier et mettre en forme un objet.

Générer un diaporama.

Journées 2 : Les fonctions complémentaires.

Créer des enchaînements, des transitions et des animations.

Créer des liens dans le diaporama avec d'autres fichiers.

Utiliser la visionneuse.

Mettre en page les diapositives.

Définir les options d'impression.

Comprendre l'utilité du mode plan.

Faire des acquisitions multimédia.

Utiliser et paramétrer des boutons d'action.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

Powerpoint :
perfectionnement

Photoshop : l'essentiel

Public concerné :

Utilisateur professionnel ou particulier souhaitant maîtriser les fonctions principales de Photoshop.

Objectifs :

Maîtriser les principales fonctionnalités de Photoshop.

Savoir effectuer des retouches sur une image.

Concevoir des montages et réaliser des effets grâce aux calques et aux filtres.

Travailler sur des images en vue de leur insertion dans une mise en page ou sur le web.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Prise en main de l'interface.

Les rappels sur les images numériques.

La méthode colorimétrique.

La présentation et personnalisation.

La préférence et unités de règles de repères et de grille.

Les options de la palette formes, couleurs...

La manipulation des outils.

Journée 2 : Travail sur l'image.

Le traitement numérique et retouche, recadrage, dimension et taille d'une image.

Les travaux topographiques.

Les différents formats.

L'expression et la diffusion électronique.

Les mises en pratique et capacités induites.

La retouche et la réparation des images.

Les applications des effets spéciaux.

La préparation des images pour l'impression.

L'optimisation les images sur le web.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

Illustrator : l'essentiel

Public concerné :

Toute personne désirant acquérir la pratique d'Illustrator.

Objectifs :

Créer des illustrations vectorielles précises et de qualité.

Contenu de la formation :

L'environnement de travail.

Les modes de visualisation.

Les zooms.

Les outils de traçage et leur manipulation.

Les outils de transformation d'un tracé.

- ▶ La manipulation de texte.

Les calques (superposition des tracés).

Les outils complémentaires, motifs, masques, couleurs...

L'impression des illustrations et paramétrages de l'impression.

La mise en pratique et capacités induites.

L'intégration des formes et des objets.

L'application des effets aux formes.

Le travail sur le texte.

L'utilisation des calques pour optimiser le travail.

Méthodes d'intervention :

Apports théoriques.

Exercices pratiques.

Illustrator : l'essentiel

Public concerné :

Toute personne souhaitant créer un site Web et le mettre en ligne.

Objectifs :

Créer un site web simple.

Incorporer les textes et les images.

Créer des liens hypertextes.

Publier un site web en ligne.

Maîtriser les fonctions avancées de Wordpress pour améliorer et professionnaliser un site Web.

Contenu de la formation :

Journée 1 : A la découverte de Wordpress.

Créer un site Web :

- ▶ Déposer un nom de domaine.
- ▶ Trouver un hébergeur pour son site.
- ▶ Définir l'arborescence.
- ▶ Organiser les contenus.
- ▶ Structurer la navigation.

Concevoir les pages :

- ▶ Acquérir les bases du HTML.
- ▶ Proposer un contenu de qualité.
- ▶ Créer les pages de son site.

Installer et utiliser Wordpress :

- ▶ Télécharger le logiciel.
- ▶ Démarrer l'installation.
- ▶ Utiliser le tableau de bord.
- ▶ Définir les options générales.
- ▶ Régler et paramétrer les médias.
- ▶ Choisir le thème du site : charte graphique, typographie et couleurs.

Valoriser les contenus :

- ▶ Créer des articles et des pages.
- ▶ Enrichir les contenus.
- ▶ Définir les catégories.
- ▶ Ajouter des mots-clés.

Journée 2 : Travailler le visuel et le dynamisme.

Intégrer des images et des éléments :

- ▶ Récupérer et modifier des images (PNG, GIF, JPEG).
- ▶ Les rapports taille/poids et vitesse de chargement.
- ▶ Intégrer des éléments complémentaires (Google Maps).

Insérer des liens hypertextes :

- ▶ Entre les pages de votre site Internet.
- ▶ Vers d'autres sites.
- ▶ Vers une messagerie électronique.
- ▶ Vers des fichiers PDF, son ou video.

Compléter et enrichir le site web :

- ▶ Gérer les comptes utilisateurs.
- ▶ Personnaliser un thème.
- ▶ Installer des extensions.
- ▶ Compléter et enrichir le site web.

Wordpress : opérationnel

(suite)

- ▶ Sauvegarder le site.

Méthodes d'intervention :
Apports Théoriques,
Exercices Pratiques sur PC.

Wordpress : opérationnel

Création et administration d'un site vitrine et commerce Wordpress : Certification TOSA

Public concerné :

Toute personne souhaitant acquérir les savoirs et fonctionnalités essentielles de Wordpress pour concevoir facilement des pages Web et un site Internet.

Objectifs :

- Créer un site web simple.
- Incorporer les textes et les images.
- Créer des liens hypertextes.
- Publier un site web en ligne.
- Maîtriser les fonctions avancées de Wordpress pour améliorer et professionnaliser un site Web.

Contenu de la formation :

Créer un site Web :

- ▶ Déposer un nom de domaine.
- ▶ Trouver un hébergeur pour son site.
- ▶ Définir l'arborescence.
- ▶ Organiser les contenus.
- ▶ Structurer la navigation.

Concevoir les pages :

- ▶ Acquérir les bases du HTML.
- ▶ Proposer un contenu de qualité.
- ▶ Créer les pages de son site.

Installer et utiliser Wordpress :

- ▶ Télécharger le logiciel.
- ▶ Démarrer l'installation.
- ▶ Utiliser le tableau de bord.
- ▶ Définir les options générales.
- ▶ Régler et paramétrer les médias.
- ▶ Choisir le thème du site : charte graphique, typographie et couleurs.

Valoriser les contenus :

- ▶ Créer des articles et des pages.
- ▶ Enrichir les contenus.
- ▶ Définir les catégories.
- ▶ Ajouter des mots-clés.

Intégrer des images et des éléments :

- ▶ Récupérer et modifier des images (PNG, GIF, JPEG).
- ▶ Les rapports taille/poids et vitesse de chargement.
- ▶ Intégrer des éléments complémentaires (Google Maps).

Insérer des liens hypertextes :

- ▶ Entre les pages de votre site Internet.
- ▶ Vers d'autres sites.
- ▶ Vers une messagerie électronique.
- ▶ Vers des fichiers PDF, son ou video.

Compléter et enrichir le site web :

- ▶ Gérer les comptes utilisateurs.
- ▶ Personnaliser un thème.
- ▶ Installer des extensions.
- ▶ Compléter et enrichir le site web.
- ▶ Sauvegarder le site.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques,
Exercices pratiques.

Création et administration
d'un site vitrine et commerce
Wordpress : Certification
TOSA

Formation et Certification à l'Anglais Professionnel (TOEIC, PIPLETT FLEX...)

Public concerné :

Toute personne souhaitant s'améliorer en Langue Anglaise, pratiquer, gagner en fluidité et se préparer efficacement aux TOEIC®, PIPLETT FLEX® et/ou autres tests linguistiques professionnels.

Objectifs :

Se préparer efficacement afin d'obtenir le meilleur score possible au test visé.
Établir une stratégie de passage de l'examen en fonction de ses forces et faiblesses.
Identifier ses points d'amélioration et s'entraîner de manière optimale.
Maîtriser les points essentiels de grammaire et de conjugaison.
Enrichir son vocabulaire.
Améliorer sa compréhension orale.

Contenu de la formation :

Journée 1 : Présentation détaillée de l'examen et premier entraînement.

Présentation générale du test et de ses objectifs.

- ▶ Découpage détaillé du test : partie écrite/partie orale.
- ▶ Stratégie de réponse et conseil de gestion du temps.
- ▶ Fixations d'objectifs de progression et de score à atteindre pour chaque participant.

Test initial complet en temps réel, première correction complète et détaillée.

Préparation de la partie compréhension et pratique à l'Oral :

- ▶ Reconnaissance du vocabulaire spécifique : business, management, travel, entertainment...
- ▶ Amélioration de la compréhension orale.
- ▶ Reconnaissance et compréhension des principaux accents anglais et américains.
- ▶ Identification des éléments-repères d'une photo, association au vocabulaire correspondant.
- ▶ Corrections ciblées en fonction des objectifs de chaque participant, recommandations individuelles.

Mini-tests ciblés sur les besoins des participants, corrections détaillées.

Journée 2 : Préparation de la partie rédaction et compréhension écrite.

Rappels de grammaire et remise à niveau :

- ▶ Les principales règles, la conjugaison, les principaux temps...
- ▶ Les expressions idiomatiques, les faux-amis...
- ▶ Identification des éléments-clés d'un texte, association au vocabulaire correspondant.
- ▶ Corrections ciblées en fonction des objectifs de chaque participant, recommandations individuelles.

Mini-tests ciblés sur les besoins des participants, correction détaillée. Exercices pratiques de validation des principales règles de grammaire et de conjugaison.

Journée 3 : Préparation à l'Examen.

Révision générale :

- ▶ Retour sur les points de vigilance.
- ▶ Entraînement, test final et correction détaillée.
- ▶ Retours sur les points qui peuvent encore être améliorés, adaptation aux besoins de chacun.
- ▶ Bilan des progrès réalisés.
- ▶ Conseils et stratégie de révision avant l'examen.

Test complet en temps réel, correction complète et détaillée.

Méthodes d'intervention :

Ce parcours intensif vous permettra de vous préparer efficacement à la pratique de la langue Anglaise et à la passation d'une certification en vue d'y obtenir le meilleur score possible. Il vous montrera comment établir une stratégie de passage de l'examen, en fonction de vos forces et faiblesses, et à vous entraîner de façon optimale. Il vous permettra en outre un meilleur niveau de pratique de la Langue anglaise et un renforcement de vos connaissances linguistiques.

Formation et Certification à
l'Anglais Professionnel (TOEIC,
PIPLETT FLEX...)

Parcours Certifiant : Élaborer et diffuser la stratégie globale d'une organisation

Public concerné :

Tout manager en poste désirant affiner et développer ses capacités à élaborer et diffuser la stratégie globale d'une organisation.

Objectifs :

A l'issue de la formation, les candidats doivent être capables de :

Construire une perspective globale des activités de l'organisation afin d'identifier ses potentialités et ses marges de manoeuvre en analysant l'environnement et en anticipant ses évolutions.

Évaluer les forces et les faiblesses de l'organisation au regard des risques et des opportunités du secteur d'activité afin d'assurer son bon positionnement à moyen et long terme en réalisant un diagnostic stratégique.

Définir les objectifs stratégiques et le plan d'action correspondant qui permettent à l'organisation d'orienter sa politique générale en construisant un business plan.

Présenter les orientations stratégiques et financières à l'aide du business plan aux différentes parties prenantes (conseil d'administration, assemblée générale d'actionnaires ou d'associés, établissements bancaires) pour validation et obtention des financements.

Formuler et décliner la vision stratégique de l'organisation en termes de culture et de projet d'entreprise, de valeurs et d'image, pour définir les objectifs de communication globale.

Formaliser la politique générale pour permettre d'allouer les ressources matérielles, humaines et financières en fixant les étapes et les processus de mise en oeuvre.

Diffuser la stratégie et la feuille de route aux unités opérationnelles et aux fonctions clés de l'organisation en utilisant les outils d'organisation et de planification, pour mobiliser les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs.

Sanction :

Certificat RNCP35280BC01 (sous réserve de l'évaluation du jury).

Contenu de la formation :

Des notions de stratégie au démarches stratégiques (2 Jours) :

- ▶ Les décisions stratégiques en fonction :
 - Des objectifs de l'entreprise.
 - De ce que l'entreprise sait faire (les métiers).
 - De ce que l'entreprise veut faire (les finalités).
 - Des caractéristiques des décisions stratégiques.
 - De l'influence stratégique de l'environnement.
 - Des ressources de l'entreprise.
 - Des attentes et intentions des parties prenantes.
- ▶ Stratégie délibérée, stratégie émergente, stratégie réalisée : Modèle de Mintzberg.
- ▶ La résilience organisationnelle : ou comment une organisation peut être capable de faire face à une épreuve.
- ▶ Les étapes de la démarche stratégique :
 - Le diagnostic externe (analyse de l'environnement).
 - Le diagnostic interne (analyse de l'entreprise).
 - Le recensement et évaluations des possibilités d'actions.
 - Intégration des valeurs de l'environnement.
 - Intégration des valeurs de la direction.
 - Formulation de la stratégie.
- ▶ Les déterminants de la démarche stratégique : le modèle de Porter, les domaines d'activités stratégiques, les caractéristiques

La segmentation stratégique et analyse opérationnelle de la stratégie globale (2 Jours) :

- ▶ La démarche de segmentation :
 - Analyse par domaine d'activité stratégique selon les clients.
 - Les marchés.
 - Les réseaux de distribution.
 - Les concurrents spécifiques.
 - Les technologies spécifiques.
 - Les compétences spécifiques.

Parcours Certifiant : Élaborer
et diffuser la stratégie globale
d'une organisation

Parcours Certifiant : Élaborer et diffuser la stratégie globale d'une organisation

(suite)

- ▶ Segmentation stratégique et segmentation marketing :
 - Niveau d'analyse.
 - Principe de segmentation.
 - Type de segment identifié.
 - Objectif de la segmentation.
- ▶ Modèle LCAG (Learned, Christensen, Andrew, Guth) :
 - Analyse de l'environnement.
 - Analyse de l'entreprise.
 - Analyse des avantages et inconvénients.
 - Analyse des risques.
 - Analyse RSE.
- ▶ Modèle SWOT :
 - Diagnostic externe (avantages & menaces).
 - Diagnostic interne (avantages & menaces).
- ▶ Formulation des objectifs stratégiques
 - Mise en place d'un Business Plan.
 - Feuille de Route et Plan d'Action.

Formuler, Décliner et Communiquer : De la Vision à la présentation des Orientations Stratégiques (2 Jours) :

- ▶ Connaître les fondamentaux de la communication « en mode projet » :
 - Définir les termes de "projet" et "communication".
 - Identifier les différents types et modèles de communication.
 - Institutionnelle / Corporate vs commerciale.
 - Externe vs interne.
 - Mesurer le poids de la communication dans la présentation de la stratégie.
 - Communiquer sur la stratégie pourquoi (Contextualiser sa communication, Développer sa notoriété, Améliorer sa crédibilité, Renouveau de l'image, Communication de crise, Lancement de produit...).
- ▶ Définir un plan de communication :
 - Choisir les grands axes de communication.
 - Définir ses objectifs.
 - Lister les sujets sensibles ou points d'achoppement.
 - Identifier ses cibles de communication par typologie de sujet.
 - Définir les messages à diffuser.
 - Présenter son plan de communication.
- ▶ Méthode de réflexion et sélection des outils de communication les plus pertinents :
 - Diversifier ses actions en fonction de ses cibles.
 - Budgétiser, rationaliser et déterminer les supports de communication les plus adaptés en pensant la complémentarité entre les types de documents (papier, visuels, numériques, relations publiques...).
 - Mesure le temps nécessaire pour chacune des actions, les ressources humaines, les ressources matérielles.
 - Savoir présenter/organiser un évènement spécifique, une manifestation, un évènement en lien avec le support de la stratégie.
 - Assimiler les bases de l'écriture journalistique et publicitaire.
 - Communiquer sur les chiffres, sur l'image, sur les résultats, sur les objectifs, sur les valeurs...
 - Maîtriser les aspects législatifs en matière d'utilisation d'images, de photos et transmission d'information sensibles et de responsabilité éditoriale...

Planification et diffusion efficace de la Stratégie dans le temps (2 Jours) :

- ▶ Identifier les supports de sa communication :
 - Passer du Business Plan à une forme plus mobile.
 - Prendre la parole pour présenter et défendre son budget.
 - Utiliser les fonctions internes pour communiquer : Services, Responsables...
 - Soigner ses réunions projet.
 - Mesurer l'impact de sa communication en sollicitant les parties prenantes.
 - Intégrer les imprévus dans son plan de communication.
 - Organiser son travail et celui de ses collaborateurs, établir un rétroplanning.

Parcours Certifiant : Élaborer
et diffuser la stratégie globale
d'une organisation

Parcours Certifiant : Élaborer et diffuser la stratégie globale d'une organisation

(suite)

- Gérer les désaccords au sein de l'équipe.
- ▶ Communiquer et agir par étape projet :
 - Communiquer sur ce qui a été réalisé : "vendre" ses réussites.
 - Informer et communiquer à partir de la feuille de route.
 - Mobiliser et motiver dans le temps.
 - Remercier, autonomiser et impliquer les parties prenantes.
 - Convaincre étapes par étapes ses collaborateurs ou ses responsables de la pertinence de ses choix.
 - Capitaliser sur le projet et s'en servir comme support rebond pour d'autres actions.
 - Rester orientée « Objectifs ».
 - Faire le bilan de son plan d'action (et de ses actions), de communication, de sa diffusion en fréquence : points forts et à améliorer, méthodologies correctives et temporalisation.
- ▶ Mise en place de KPI :
 - Définition des éléments mesurables (Tableaux de bord de suivi)
 - Travailler aussi le mode dégradé (Anticipation des points risques, Définition de plan B).
- ▶ Exercices pratiques (à partir des situations des participants) :
 - Rédaction et Élaboration du plan de communication d'un projet (spectacle, création, événement, exposition...).
 - Exercices d'écriture (présentation d'un projet, d'un artiste, d'un spectacle ou d'une structure ; réécriture de textes...).
 - Rédaction d'un communiqué Interne et Externe.
 - Conception du chemin de fer d'un dossier de communication, d'une plaquette...
 - Tests sur l'efficacité graphique de différents documents (plaquettes, affiches, flyers...).
 - Construction d'un rétroplanning.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques,
Exercices Pratiques,
Mises en Situation.

Parcours Certifiant : Élaborer
et diffuser la stratégie globale
d'une organisation

Parcours Certifiant : Piloter la mise en oeuvre de la stratégie globale d'une organisation

Public concerné :

Tout Manager en poste désirant maîtriser le pilotage et la mise en oeuvre de la stratégie globale d'une organisation.

Objectifs :

A l'issue de la formation, les candidats doivent être capables de :

Piloter le fonctionnement structurel de l'organisation afin de garantir sa pérennité en s'assurant de la coordination et de la mobilisation des équipes et des moyens ;

Piloter le développement de l'organisation, notamment dans un contexte européen et international, et conduire le changement en intégrant une approche continue d'innovations technologique et sociétale pour répondre à la demande des clients ;

Piloter la stratégie financière de l'organisation pour garantir sa rentabilité et permettre la mise en oeuvre du plan d'action global en utilisant des outils de contrôle de gestion et d'analyse financière.

Définir et mettre en place des indicateurs de pilotage et de suivi de projets pour évaluer la pertinence des dispositifs et des outils en mesurant les écarts ;

Optimiser les outils, les méthodes et les processus en fonction des résultats intermédiaires, des écarts constatés ou des imprévus rencontrés, en fixant des axes d'améliorations pour garantir la performance de l'organisation ;

Piloter la mise en oeuvre d'une démarche d'amélioration continue et de résolution des problèmes en adaptant les objectifs afin d'assurer la flexibilité de l'organisation.

Sanction :

Certificat RNCP35280BC02 (sous réserve de l'évaluation du jury).

Contenu de la formation :

Passer du plan de développement stratégique au pilotage opérationnel (2 jours) :

- ▶ Du schéma directeur de la stratégie aux objectifs :
 - Déployer les objectifs stratégiques.
 - Rester dans le cadre du diagnostic stratégique.
- ▶ Des outils de l'analyse stratégique au pilotage :
 - Utiliser les matrices PESTEL et SWOT.
 - Identifier les facteurs clés de succès.
 - Créer la chaîne de valeur.
 - Situer les cinq forces de Porter.
 - Construire les matrices BCG et McKinsey.
- ▶ Cadrer les orientations opérationnelles :
 - S'appuyer sur ses atouts.
 - Facteurs clés de succès : produits, clients, technologies...
 - S'appuyer sur ses avantages concurrentiels.
 - Tenir compte de ses spécificités : compétences/position sur le marché.
 - Choisir ses options stratégiques : coût, différenciation, spécialisation, diversification.
 - Définir la stratégie de croissance : interne ou externe ?
- ▶ Déployer la stratégie :
 - Identifier les conditions de réussite de la mise en oeuvre.
 - Tenir compte de la culture de l'entreprise.
 - Analyser les différentes étapes pour entretenir une dynamique opérationnelle.
 - Réussir votre déploiement en analysant le contexte de l'entreprise :
 - Impact de la mondialisation.
 - Commerce électronique et conséquences.
 - Développement durable et nouvelles priorités.
- ▶ Mettre en place une démarche de validation des actions par l'innovation :
 - Les méthodes types : idéation, concepts screening, prototype...
 - Les méthodes collaboratives : co-conception, appel à idées, bêta testers...
 - Les outils créatifs en soutien du pilotage opérationnel, mais pas à la place de !

Piloter la performance financière (2 jours) :

Parcours Certifiant : Piloter la mise en oeuvre de la stratégie globale d'une organisation

Parcours Certifiant : Piloter la mise en oeuvre de la stratégie globale d'une organisation

(suite)

- ▶ Les fondements de l'information financière :
 - Méthodologie d'analyse financière.
 - Modèle économique, stratégie globale et gestion des risques.
 - La construction d'un prévisionnel.
 - Finaliser et valider son business plan.
 - Des montages financiers à la construction de tableaux de bord.
- ▶ Les états financiers :
 - Connaître contenu et usage des états financiers.
 - Comprendre la logique de leur construction.
- ▶ Analyse financière :
 - Identifier les axes possibles pour mener une analyse financière.
 - S'approprier les outils indispensables (BFR, ratios, RIO, EBE...).
 - Analyse des coûts, KPI et prise de décision.
- ▶ De la compta générale à l'analytique :
 - Cerner différences et complémentarité de deux types de comptabilité.
 - Découvrir les concepts clés de l'analyse des coûts.
- ▶ Le pilotage par les coûts :
 - Distinguer les différentes typologie de charges.
 - Connaître les méthodes liées aux coûts.
 - Calculer le seuil de rentabilité et poser des indicateurs de risques.
- ▶ Le contrôle des performances :
 - Appréhender les processus budgétaires.
 - Savoir présenter les écarts sur chiffre d'affaires.
 - Concevoir ses tableaux de bord et indicateurs clés de performance.

Analyser et Auditer ses performances/ses résultats (2 Jours) :

- ▶ Concevoir ses méthodes, ses outils d'analyses et ses indicateurs :
 - Cerner le rôle et les finalités pour l'entreprise et pour le management.
 - Comprendre la démarche du tableau de bord : savoir identifier l'entreprise, clarifier la mission.
 - Mettre la performance d'une activité sous contrôle.
 - Identifier les trois horizons de contrôle et de pilotage : stratégique, de gestion, d'exploitation.
 - Définir les objectifs de l'organisation, de chaque département, service.
 - Identifier les variables d'actions ou facteurs clés de succès.
 - Construire les indicateurs et mettre en place des normes.
 - Choisir les indicateurs en fonction des objectifs (les différents niveaux d'indicateurs et leur utilisation).
 - Hiérarchiser les indicateurs de résultat, de progression, de pilotage, de reporting et de gestion.
- ▶ Analyser les indicateurs les plus significatifs :
 - Définir les objectifs de progression attachés aux indicateurs.
 - Identifier les besoins de chaque utilisateur ; management, équipe, personnel.
 - Repérer les niveaux d'information requis et leur donner un sens.
 - Identifier les sources de l'information : construire, collecter, contrôler l'information.
- ▶ Connaître les notions clés de l'audit de performance :
 - Le positionnement de l'audit de performance par rapport aux autres techniques d'optimisation.
 - Les caractéristiques de l'audit de performance.
 - Présentation détaillée des étapes de réalisation d'un audit de performance.
 - Les nouveaux outils pour conduire un audit de performance.
 - Les acteurs/services à mobiliser.
 - La durée de chaque étape.
- ▶ Pouvoir piloter et pratiquer le dispositif d'audit :
 - L'incidence des évolutions sur le dispositif de pilotage.
 - Le déclenchement des audits.
 - La programmation des audits.
 - La communication auprès des acteurs.
 - Adopter une démarche progressive.
 - Analyser les différentes demandes.

Parcours Certifiant : Piloter la mise en oeuvre de la stratégie globale d'une organisation

(suite)

- Construire les états et mettre en oeuvre un processus de reporting.
- Impliquer les utilisateurs, les destinataires.
- Recenser les besoins des utilisateurs et le niveau d'informations utile.

Amélioration continue et systèmes de surveillance/d'alerte (2 Jours) :

- ▶ Mettre en évidence les causes des problèmes identifiés et mettre en place les actions correctives adaptées pour améliorer ses performances industrielles :
 - Identifier les causes des problèmes.
 - 5M : structurer la recherche des causes (Main d'oeuvre, Matière, Méthode, Milieu, Moyen).
 - 5P (5 Pourquoi) : comprendre l'origine des causes profondes de la situation.
 - Méthode QQQCP (Quoi ? Qui ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?) : obtenir des informations sur toutes les dimensions du problème.
 - Diagramme de Veitch : mettre en évidence les simplifications possibles.
- ▶ Prendre des dispositions qui participent directement à l'atteinte des objectifs : le « juste nécessaire » :
 - Leviers de maîtrise de la performance opérationnelle.
 - Standardisation du travail.
 - Systèmes d'alerte et anti-erreurs.
- ▶ Mettre en place pour identifier les anomalies sur le terrain :
 - Le Management visuel.
 - La Chasse aux anomalies.
 - La Carte de contrôle et Pareto.
 - L'oeil du client.
 - La Mesure au démérite.
- ▶ Agir sur les sources de pertes et mettre en place des méthodes d'analyse autour de :
 - La prévention des risques (Analyse des Modes de Défaillance, de leurs Effets et de leur Criticité).
 - La chasse au gaspillage (Value Stream Mapping).
 - La réduction de la variabilité (Analyse Qualité, Coûts, Délais).

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques,
Exercices Pratiques,
Mises en Situation.

Parcours Certifiant : Piloter la
mise en oeuvre de la stratégie
globale d'une organisation

Public concerné :

Tout cadre en fonction désirant perfectionner ses capacités à manager son ou ses équipes.

Objectifs :

A l'issue de la formation, les candidats doivent être capables de :

Mobiliser les équipes autour des projets et des valeurs de l'organisation en veillant à la convergence entre les objectifs stratégiques et les intérêts des salariés pour créer une dynamique dans les actions individuelles et collectives.

Fédérer les équipes par un management adapté aux enjeux du développement durable pour déployer des processus d'innovations et conduire le changement.

Superviser l'activité des équipes pour veiller à la stabilité du climat, par la mise en place d'outils de prévention et de résolution de conflits.

Définir une politique sociale en intégrant les enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et de la gestion d'équipes multiculturelles afin d'améliorer la performance sociale de l'organisation.

Assurer le respect des règles et obligations de droit du travail, de sécurité au travail et de protection sociale dans le cadre des impératifs économiques de l'entreprise pour protéger les salariés et les biens.

Piloter la gestion des compétences et des métiers afin d'anticiper et de suivre les évolutions stratégiques de l'entreprise dans son environnement par l'élaboration et la conduite d'un plan de développement des compétences et d'un plan de formation.

Sanction :

Certification RNCP 35280BC03 (sous réserve de l'évaluation du jury).

Contenu de la formation :**Manager, Mobiliser, Encadrer (2 jours) :**

- ▶ Le rôle du manager :
 - Les différents styles de management :
 - Le rôle et les missions d'un manager.
 - Les qualités du manager.
 - Découvrir les différents styles de management.
 - Se positionner en tant que manager.
- ▶ Les styles de management et le management situationnel.
 - Analyse de vos comportements auprès de votre équipe pour optimiser l'organisation et la gestion.
 - Manager ou leader.
 - Les stades de développement d'une équipe.
 - Savoir-faire et savoir être.
- ▶ Les besoins motivationnels:
 - La motivation et les besoins nourriciers
 - La pyramide de Maslow
 - Le VROOM
 - La motivation comment ça marche?
- ▶ Les enjeux de la communication :
 - Comment bien communiquer ?
 - Le Schéma de Shannon et Weaver.
 - Les cadres de références et perceptions.
 - Assertivité et Ecoute au service de la communication et des conflits.
 - Les fondamentaux de la Communication.
 - Avoir une communication S.M.A.R.T.
 - Les apports de la P.N.L., Analyse Transactionnelle, Process Communication.
 - Les canaux de perceptions.
 - Communiquer avec les individualités.
 - Mieux comprendre les besoins nourriciers.
- ▶ L'animation au quotidien :
 - De la consigne au pilotage : Les indicateurs de performances.

(suite)

- Les comprendre et les animer : la tâche et l'humain.
- ▶ Connaître les différents indicateurs de performances :
 - Les IDP (commerciaux- humains et financiers).
 - Maîtriser les leviers de management.
- ▶ Les outils du manager :
 - La gestion du temps et des priorités.
 - Le management de terrain et gestion du temps.
 - La vie de l'équipe.
 - Le Qui fait quoi quand ?
 - L'animation et les opérations commerciales.
- ▶ Le contrôle opérationnel :
 - Les points de contrôle :
 - Méthodologie.
 - La check list.
 - Les réunions d'équipe et briefe.
 - Reconnaissance positive et formation corrective.

Le Changement dans les Organisations (1 jour) :

- ▶ Ce qui évolue ou se transforme dans l'organisation (externe et/ou interne) :
 - Le concept contemporain de changement : notion de permanence, d'aller sans retour.
 - Les caractéristiques du changement actuel : rapidité, complexité, incertitude...
 - Les impacts sur l'individu au travail.
 - Clarifier son propre rapport au changement.
- ▶ Les mécanismes individuels et collectifs de freins au changement : Comment en faire des leviers ?
 - Le processus naturel de changement individuel : niveaux, roue de Deming/PDCA (Plan, Do, Check, Act), Roue de Hudson (Changer l'Avoir et changer l'Être).
 - Les besoins propres à chacun face au changement.
 - Les réactions en cas de stress.
 - Le système de représentation comme interprétation personnelle de la réalité.
 - Les forces de résistance lorsque le changement se heurte à la culture en place.
 - L'impact de la dynamique des groupes dans la mise en place des mécanismes de résistance.
- ▶ Préparer le changement
 - La formalisation des rôles de chacun.
 - Les facteurs-clés dans l'accompagnement collectif et individuel du changement.
 - La communication dans ses différentes dimensions.
 - Le plan d'action.
 - Le Calendrier.
 - La mobilisation pour réussir et le travail d'équipe.
 - Le recours ou non au mode projet.
- ▶ Vivre le changement :
 - Comprendre le projet d'organisation.
 - Le ciblage des objectifs, la définition du périmètre, l'évaluation des enjeux et de la complexité du processus.
 - Les paramètres à prendre en compte.
 - Les priorités et les ressources nécessaires.
 - Les étapes du projet et outils de planification.
 - La mise en oeuvre du changement.
 - Anticiper la cartographie des alliances et comprendre les futures zones de résistance, accepter l'adaptation de la tactique (Le DESC).
 - Les freins : devancer les réactions, le développement de l'aptitude à changer.
 - La notion de résilience personnelle, sociale et organisationnelle.
 - Le suivi du changement jusqu'à l'état final.
 - Le suivi régulier des résultats, des biens faire et des biens êtres.
 - Faire remonter ses idées, accepter les tests et essais.
 - La reconnaissance et la mise en valeur des progrès step by step (L'empathie et la courbe de transition).
 - Le maintien de la dynamique par un processus d'amélioration continue.

(suite)

- Repérer les signes avant-coureurs et identifier la nature des conflits.
- L'autoévaluation.

Gestion des Situation difficiles, prévention et résolution des conflits (1 jour) :

- ▶ Rappel sur les Fondamentaux de la Communication.
- ▶ Comprendre le mécanisme du conflit :
 - Sur le contenu.
 - Sur le déclenchement d'une séquence de stress.
 - Les mécanismes de défense et le conflit.
- ▶ Comprendre que son type de personnalité va déterminer son fonctionnement en cas de conflit :
 - Se reconnaître dans un type de comportement en cas de conflit.
- ▶ Reconnaître et éviter le conflit :
 - Le triangle de Karpman.
 - Les jeux conflictuels possibles.
- ▶ Développer son assertivité et DESC durant ses entretiens managériaux.
 - Le DESC.
 - Notions de comportement assertif et positionnement fonctionnel dans l'Adulte.
 - Les règles de base en 3 points.
 - Retour sur les différents entretiens managériaux
 - Apprendre à donner les consignes sans agressivité.
 - La bienveillance.
 - Les apports de la communication non violente : le Bonhomme OSBD
 - Sortir gagnant-gagnant.
- ▶ S'améliorer en simulant des situations conflictuelles vécues ou potentielles.
- ▶ S'engager dans un plan d'action individuel d'amélioration en termes de fonctionnement face aux conflits.

Les Fondamentaux de la Communication Interpersonnelle (1 jour) :

- ▶ Améliorer sa communication avec la Programmation Neuro Linguistique (PNL) :
 - La carte n'est pas le territoire.
 - Les systèmes de représentation sensorielle, le VAKOG.
 - Les outils de compréhension du monde.
 - Le feed back.
 - La synchronisation et la congruence.
 - Les objectifs.
 - Les questions qui vont droit au but : le méta modèle.
- ▶ La Sémantique Générale (un complément à la PNL) :
 - Éviter et repérer les écueils du langage.
 - Omissions.
 - Généralisations.
 - Distorsions.
 - L'identité.
 - Les croyances.
 - Les valeurs.
 - Distinguer ses critères et ceux des autres.
 - Utiliser les présupposés.
- ▶ L'Analyse Transactionnelle :
 - Les différentes facettes de sa personnalité avec les "États du moi".
 - Développer des "Transactions" positives et relation interpersonnelles.
 - Valoriser ses interlocuteurs de façon adaptée : "les signes de reconnaissance".
 - Développer des relations gagnant-gagnant avec les autres : "les positions de vie".
 - Le Contrat Relationnel et les Strokes du D. Eric Berne.
- ▶ Les 10 composantes du modèle de la Process Com® :
 - Se reconnaître dans les types de personnalité de l'Inventaire De Personnalité.
 - Vérifier son score relatif de management.
 - Adapter son style de communication à chacun de ses interlocuteurs.

(suite)

- Percevoir son propre dysfonctionnement en état de stress.
- Percevoir le stress léger ou important de son interlocuteur et savoir le faire de nouveau fonctionner normalement.
- Communiquer à partir de la pensée, de l'émotion ou du comportement.
- Des comportements observés, répondre aux besoins de ses interlocuteurs.
- Comprendre l'environnement qui convient le mieux à son interlocuteur.
- Apprendre à anticiper sur les comportements d'échecs.

Manager et Piloter la responsabilité sociétale et environnementale dans l'entreprise (1 jour) :

- ▶ Définitions et fondements de la RSE :
 - Présentation du concept de responsable sociale/sociétale et environnementale.
 - Définitions : qu'est-ce que la RSE ?
 - Quelles sont ses missions ?
 - Quel est le contexte ?
 - Prendre connaissance des principaux enjeux planétaires et principes liés à la RSE.
 - Enjeux Économiques.
 - Enjeux Environnementaux.
 - Enjeux Sociaux.
 - Mise en contexte sur l'implication progressive des différents acteurs.
 - Appréhender la pratique du reporting annuel et son évolution.
- ▶ Appréhender les référentiels de responsabilité sociale et environnementale des entreprises et leurs significations :
 - Prendre connaissance des référentiels internationaux (Global compact, Agenda 21).
 - Énoncé du GRI, NRE, approche systémique, normes (ISO 9001, 14001, OHSAS 18000).
- ▶ Construire un suivi et un rapport RSE :
 - Appréhender les enjeux et le contenu du rapport annuel.
 - Créer des indicateurs applicables, pertinents par domaine de responsabilité.
 - Garantir la construction et évolution du référentiel interne.
 - Organiser le reporting/rapport RSE.
 - Gérer le découpage et la modélisation de l'entreprise.
 - Définir le périmètre de reporting et le taux de couverture.
 - Incorporer la logique de collecte, la logique de consolidation, les contrôles internes et externes.

Droit du travail pour Manager (1 jour) :

- ▶ Introduction à la formation : le droit du travail décrypté pour les managers :
 - Identifier quelles sont les normes à appliquer et comment les appliquer.
 - Appréhender les principaux rôles et missions du manager en matière de droit du travail.
- ▶ Mieux comprendre le pouvoir disciplinaire de l'employeur :
 - Déterminer les comportements fautifs du salarié dans le cadre de son activité professionnelle.
 - Comment assurer juridiquement la surveillance des salariés et constituer la charge de la preuve.
- ▶ Comprendre le principe de fonctionnement et d'organisation de la procédure disciplinaire :
 - Qu'est-ce qui relève de la sanction légère ou mineure et des sanctions majeures.
 - Identifier les différents recours du salarié.
- ▶ Focus sur la loi Evin de 1991 et le décret Villepin de 2007 modifiant la loi Veil de 1976 :
 - Le principe légal pour lutter contre le tabagisme et l'alcoolisme.
 - Appréhender ses applications sur le lieu de travail.
 - Prendre en compte les substances illicites sur les lieux de travail.
- ▶ Participer à la lutte contre les harcèlements sexuel et moral, les agissements sexistes, les discriminations :
 - Synthèse des lois successives et de la jurisprudence anti-Harcèlements.
 - Focus sur l'obligation de détecter et de recourir à un supérieur face à une situation de harcèlement.
 - Comment contribuer à une politique de prévention en entreprise ?
 - Identifier les différentes typologies de comportements.
 - Savoir dialoguer avec la victime réelle ou non et rechercher une solution informelle.
 - Rechercher une médiation ? Comment et pourquoi ?

Réglementation, obligation en Santé-Sécurité au Travail (1 jour) :

- ▶ Mettre en oeuvre la veille juridique en matière de santé et de sécurité au travail :

(suite)

- Comprendre le cadre législatif actuel (Français et Européen) en matière de santé et de sécurité en entreprise.
- Identifier les sources d'informations internes et externes.
- Savoir assurer l'organisation de la veille juridique.
- ▶ Identifier les obligations de santé et de sécurité auxquelles votre entreprise doit se conformer :
 - Favoriser la prévention de la sécurité d'une entreprise.
 - Être en mesure de respecter les conditions de travail de salariés.
 - Garantir la mise en place d'action de formation.
 - Assurer la gestion des sous-traitants.
 - Assurer la gestion des accidents du travail et les maladies professionnelles.
 - Prendre connaissance des outils pour suivre ces exigences et s'y conformer.
 - Faire réaliser l'évaluation de conformité dans une entreprise.
- ▶ Évaluer les responsabilités de l'employeur en cas d'accidents du travail :
 - Focus sur les responsabilités civiles et pénales impliquées lors d'une infraction à un règlement.
 - Mise au point sur la délégation de pouvoir et ses conditions de mise en oeuvre.
 - Identifier les sanctions encourues en cas d'accident.

Management des compétences, Transmission des Savoirs et Pilotage de la GPEC (2 jours) :

- ▶ La GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) :
 - Définition.
 - Connaître les principaux enjeux stratégiques et opérationnels .
 - Anticiper pour adapter les compétences à l'évolution des emplois.
 - Maîtriser les changements.
 - Gérer les carrières...
 - L'articulation de la GPEC avec le projet d'établissement, du service.
- ▶ Connaître les étapes à respecter pour mener à bien une GPEC :
 - Analyser les métiers, les ressources, les besoins.
 - Établir des référentiels métiers/fiches de postes.
 - Faire un bilan quantitatif et qualitatif des métiers et des compétences.
- ▶ Mettre en oeuvre la GPEC :
 - Analyse des problématiques stratégiques pour l'établissement (recrutements, départs, qualifications...).
 - Définir des objectifs de GPEC à court, moyen et long terme.
 - Communiquer sur la mise en oeuvre de la démarche.
- ▶ Enjeux du tutorat, de l'accompagnement et la montée en compétences :
 - Importance du rôle de tuteur, de l'engagement et de l'accompagnement liés à la fonction de Manager.
 - Se positionner en tant que personne ressource.
- ▶ Méthodes et outils d'accompagnement :
 - La définition des besoins et des motivations du tuteuré/du collaborateur accompagné.
 - Établir un cahier des charges de l'intégration et préparer l'évaluation du parcours de l'apprenant.
 - Aborder l'organisation quotidienne du salarié accompagné.
 - Mises en situation et jeux de rôles.
- ▶ La transmission des compétences au quotidien :
 - Rappel des principes fondamentaux de la communication.
 - Les outils de communication adaptés.
 - Établir une relation de confiance.
 - Rappel sur les principes de pédagogie.
 - S'appuyer sur la motivation.
- ▶ Les points clefs :
 - Concevoir et bâtir une action de formation.
 - Connaître les facteurs d'apprentissage.
 - Savoir fixer et atteindre les objectifs pédagogiques.
 - Adapter sa méthode au contenu.
 - Maîtriser les techniques de communication adaptées à la formation.
 - Gérer les situations et les personnalités des stagiaires.
- ▶ Les incontournables de la transmission des savoirs (Manager/Formateur) :
 - Relier les objectifs pédagogiques et les objectifs opérationnels de l'entreprise.

(suite)

- Développer une progression pédagogique pertinente et cohérente.
- Choisir et réaliser les supports pédagogiques adaptés aux objectifs.
- Adapter le temps et l'espace au contenu pédagogique.
- Rendre sa présentation efficace et vivante en maîtrisant présence et écoute grâce au conducteur universel de formation.
- Anticiper, préparer et contrôler l'environnement et la logistique de l'intervention.
- ▶ Les savoir-faire et les savoir-être à maîtriser :
 - Développer ses capacités à transmettre à travers son style d'animation.
 - Gérer son temps et celui des participants grâce au conducteur.
 - S'exprimer aisément et transmettre efficacement en public.
 - S'assurer de la compréhension des participants.
 - Gérer la dynamique de groupe en apprentissage.
- ▶ Apprécier l'acquisition des acquis professionnels du tuteur :
 - Fixer des objectifs et installer un mode de suivi et d'évaluation.
 - Évaluer les résultats.
 - Mettre en place un dispositif de suivi au quotidien (vérifier l'acquisition des savoir-faire au quotidien).
- ▶ Élaboration et déploiement d'un plan d'actions adapté aux spécificités organisationnelles et stratégiques de votre structure.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques,
Exercices Pratiques,
Mises en Situation.

Parcours Certifiant : Manager
des équipes

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

Public concerné :

Tout Manager en fonction souhaitant accroître ses compétences liées à la stratégie de développement de son entreprise.

Objectifs :

A l'issue de la formation, les candidats doivent être capables de :

Concevoir une stratégie d'offre adaptée aux marchés ciblés pour atteindre les objectifs économiques de l'organisation en prenant en compte les évolutions technologiques et sociétales, et en tenant compte des contraintes de rentabilité de l'organisation.

Créer des partenariats commerciaux, en mobilisant son réseau professionnel, pour renforcer le développement commercial de l'organisation.

Piloter le suivi opérationnel et budgétaire du plan marketing et du plan d'actions commerciales en élaborant et choisissant des outils de suivi, notamment numériques, pour évaluer les résultats et définir des mesures correctives.

Mobiliser et encadrer une équipe multiculturelle autour du plan de développement commercial afin de réaliser les objectifs prévus.

Sanction :

Certificat RNCP35280BC04 (sous réserve de l'évaluation du jury).

Contenu de la formation :

Audit Stratégique d'une Organisation, Unité, d'un Service (2 jours) :

- ▶ De l'étude de marché à l'audit interne :
 - Comprendre les enjeux et les grandes étapes de la stratégie d'entreprise : Go To Market.
 - Les objectifs de l'étude de marché.
 - Les outils et sources de l'audit de marché : les études quantitatives et qualitatives.
 - L'analyse externe de l'entreprise : l'outil PESTEL.
 - L'analyse du marché.
 - Les types de marché.
- ▶ L'analyse interne de l'entreprise :
 - Les facteurs clés de succès.
 - La zone de chalandise.
 - La pyramide de Dilts : valeurs et choix stratégiques dans la transformation de l'entreprise.
- ▶ L'offre :
 - Les domaines d'activités stratégiques.
 - Le Mix Marketing et positionnement de l'offre : Des 4 P au 4C.
 - La matrice BCG et Mc Kinsley ou comment analyser les valeurs produites et faire des choix stratégiques.
 - La chaîne de valeur de mon produit ou comment je crée de la valeur ? la méthode VRIO.
- ▶ Présenter sa gamme :
 - Largeur de gamme : le nombre de produits elle est donc large si vous avez un grand nombre de produits.
 - Longueur de gamme : multiple la largeur*longueur moyenne de la gamme
 - Profondeur de gamme : Les lignes de votre gamme ont des modèles différents (variations de tailles et options et prix).
 - Le cycle de vie du produit : 6 cycles de vie du produit.
- ▶ La concurrence :
 - Les 5 forces de Porter.
 - Mapping concurrentiel.
- ▶ Réaliser le prévisionnel :
 - Incontournable.
 - Mesurer la rentabilité du projet à 03 ans (généralement).
 - Déterminer les besoins en financement.
 - Valider l'équilibre financier.
 - Mesurer le risque attaché au projet.
 - Attirer des investisseurs.
- ▶ Étude chiffrée dans le business plan comportant :
 - Le compte de résultat prévisionnel

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

(suite)

- Le bilan prévisionnel.
- Le plan de trésorerie.
- Le plan de financement
- Le calcul des indicateurs financiers (BFR...).
- ▶ Choisir les stratégies :
 - Les stratégies : Les 6 typologies de stratégies.
- ▶ L'analyse de la cible :
 - Le persona type.
 - Typologies des consommateurs.
 - SONCASE.
 - Pyramide de Maslow 2.0.
 - Parcours client.
 - Cycle de vie.
- ▶ L'analyse S.W.O.T. :
 - Analyse interne et externe de l'entreprise : Synthèse.
- ▶ Définir la stratégie avec une étude de faisabilité :
 - Le Diagramme d'Ishikawa : l'analyse des causes et les 5 M.
 - Définir la problématique de la stratégie commerciale.

Élaboration et conception d'offres adaptées aux marchés ciblés (2 jours) :

- ▶ Définition du plan d'action commercial et marketing :
 - Comprendre les enjeux de la feuille de route.
- ▶ Les étapes de la construction, définir la feuille de route :
 - Définir les objectifs S.M.A.R.T
 - La note de cadrage.
- ▶ Définir les livrables :
 - Méthode C.Q.Q.C.O.Q.P
 - Définir les actions commerciales et marketing en fonction de l'audit.
 - Ordonnement des tâches : livrables et sous livrables.
 - Les jalons et sous jalons.
 - Go et No go.
- ▶ Le calendrier éditorial.
- ▶ Planifier et organiser le projet :
 - Diagramme de GANTT.
 - La méthode RACI : définir les acteurs du projet et définir le Q.F.C.Q.C.P.
- ▶ AMDEC :
 - Outil d'analyse des risques.
- ▶ Chiffrage du projet :
 - Estimer les coûts et chiffrages.
 - Définition du tableau de bord.
 - Fonction et utilité.
 - Le choix des indicateurs de pilotages : quantitatifs et qualitatifs.
 - Animer et fédérer les indicateurs.
- ▶ Évaluer son plan d'action commercial et marketing :
 - Analyse de son bilan.
 - L'année écoulée.
 - Choix et perspectives.
 - Arbres des causes.
 - Définir les mesures correctives.

Développer un Réseaux de Partenaires (1 jour) :

- ▶ Qu'est-ce qu'un réseau de partenaires ?
 - Définir la notion de réseau et partenaires.
 - Les règles et usages, les avantages et limites.
- ▶ Les types de partenariats :

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

(suite)

- Le partenariat vertical, ou asymétrique.
- Le partenariat horizontal.
- ▶ Identifier la cible pour un partenariat efficace :
 - Dresser la carte de ses réseaux réels et potentiels.
 - Identifier les partenaires appropriés à son activité.
 - Définir ses cibles.
 - Identifier les contacts clés.
- ▶ Définir sa stratégie de réseau :
 - Définir ses objectifs.
 - Prioriser les cibles et définir son plan d'action.
 - Choisir son approche : téléphone, rendez-vous, salons...
- ▶ Techniques de prise de contact :
 - Approche téléphonique.
 - Le rendez-vous, technique du face à face.
 - Rencontre sur salon ou autre...
 - Accrocher l'intérêt de son interlocuteur.
 - Préparer son message : présentation entreprise, activité, intérêt du partenariat.
- ▶ Les bonnes pratiques du réseautage d'affaires :
 - Les différents pièges à éviter
 - Que peut-on demander à son réseau ?
 - Argumenter pour convaincre
 - Transformer une rencontre en contact « business »
 - Principes d'échanges, de reconnaissance et de réciprocité
 - La recette du succès.
- ▶ Le contrat de partenariat :
 - Les caractéristiques
 - Les besoins
 - Les modalités du contrat.

Pilotage budgétaire et opérationnel du Plan d'Action Commercial (1 jour) :

- ▶ Du Plan Marketing au Plan d'Action Commercial ou de Déploiement :
 - Le PAC : traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux/de déploiement.
 - Définir les indicateurs marketing, commerciaux, budgétaires.
 - S'approprier l'architecture de la démarche et ses étapes.
 - Prévenir les conflits avec les autres fonctions.
- ▶ Décider des actions et bâtir son Plan d'Action :
 - Analyser les performances, les axes d'amélioration.
 - Définir sa stratégie tarifaire.
 - Distribution : définition de la politique tarifaire et du réseau approprié.
 - Communication : promotions, publicité de consommateurs, animation de la force de vente et des équipes...
 - Politique de vente : adéquation des moyens à la stratégie initiale.
 - Construction d'un Plan d'Actions internes, externes.
- ▶ Planifier, lancer et contrôler des actions :
 - Établir le compte d'exploitation prévisionnel.
 - Rédaction des fiches descriptives d'actions.
 - Dresser l'inventaire des moyens : choix et répartition.
 - Établir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management.
 - Les tableaux de bord de suivi.
- ▶ Intégrer la démarche budgétaire dans le pilotage :
 - Assurer la cohérence entre stratégie à long terme et plans d'actions à court terme :
 - Les différents horizons de la gestion prévisionnelle.
 - Les points essentiels de la planification stratégique.
 - Le budget annuel, première année du plan opérationnel.
 - Construire son budget en fonction du plan d'action :
 - Le budget et l'organisation de l'entreprise.

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

(suite)

- Les éléments constitutifs de la démarche budgétaire.
- Les prérequis.
- Les intervenants dans la démarche de construction.
- Les liens de dépendance et la cartographie des budgets.
- ▶ Comprendre les différents types de budgets :
 - Les budgets d'exploitation :
 - Les objectifs de ventes.
 - Les effectifs et la masse salariale.
 - Les budgets des services supports et des frais généraux.
 - Le budget d'investissements à ne pas négliger :
 - Le recensement et la hiérarchisation des besoins d'investissements.
 - Les critères de décision et correctifs à prendre en compte.
 - Rester vigilant avec le budget de trésorerie :
 - Les équilibres financiers.
 - Les équilibres de trésorerie.
- ▶ Le suivi budgétaire un outil de suivi et de pilotage de la performance :
 - Le contrôle budgétaire
 - L'analyse et la décomposition des écarts
 - Les budgets rectificatifs, les budgets glissants.
- ▶ Savoir "vendre" son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs :
 - Simplifier la présentation du PAC.
 - Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion.
 - Vendre son PAC à la Direction, aux vendeurs.
 - Lancer l'action : la réunion marketing/ventes.

La dimension multiculturelle dans son management (1 jour) :

- ▶ La diversité culturelle et l'entreprise
 - Pourquoi les entreprises s'y intéressent ?
 - Sens, avantages et risques d'une équipe multiculturelle.
- ▶ Les connaissances nécessaires pour gérer la diversité :
 - Définition de la culture et implication dans le monde professionnel.
 - Prise de conscience de son propre bagage culturel et de son mode de fonctionnement par défaut.
 - La multiplicité des perceptions et des interprétations selon la culture pouvant conduire à des malentendus culturels.
 - Le choc culturel.
- ▶ Désamorcer les tensions multiculturelles (selon E.T. HALL) :
 - Les tensions liées au temps.
 - Les tensions liées au contexte.
 - Les tensions liées à l'espace.
- ▶ L'impact des dimensions culturelles sur la gestion d'une équipe :
 - Un outil performant : les dimensions de la culture selon G. HOFSTEDE
 - Gérer un changement dans les différentes cultures
 - La Culture du contrat.
 - La Culture de l'honneur.
 - La Culture du consensus.
 - Gérer les conflits résultant de l'intolérance et de la méconnaissance.
- ▶ Diriger une équipe multiculturelle : Les critères d'intégration dans une équipe multiculturelle :
 - Créer les conditions favorables à l'efficacité des uns et des autres : être un manager rassembleur.
 - Plusieurs types de management existent. Lequel adopter ?
 - Les six étapes de la gestion d'une équipe multiculturelle.
- ▶ Compétences et profil communicationnel du manager :
 - Les compétences nécessaires pour manager la diversité.
 - La communication, élément-clé pour renforcer ce qui contribue à développer des relations réussies.
 - Quelques pièges de la communication non verbale dans la multiculturalité.
 - Points de repères par culture pour mieux orienter ses actions.

Le Développement Client et la Réalisation des Objectifs (1 jour) :

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

(suite)

- ▶ Les notions de Vente et de Relation Commerciale/Relation Client, Usager :
 - Identifier les compétences indispensables.
 - Qu'est-ce que la vente ? (Produits, services, etc.)
 - Qu'est-ce que la relation client ?
 - Comprendre le principe de la relation client, en quoi l'attitude peut favoriser une décision ?
 - Quelles différences entre le BtoC et le BtoB ?
- ▶ La préparation d'un Entretien ou d'une Visite Client/Adhérent/Partenaire :
 - Cerner les enjeux d'un rendez-vous réussi.
 - Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs ambitieux et réalistes (Présentation ou validation de closing).
 - Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur (historique, chiffres, enjeux, etc.).
 - Préparer sa posture mentale, son apparence et travailler sa communication (Image et Dress-Code).
 - Audit stratégique et Diagnostic interne.
- ▶ Appréhender savoir faire et savoirs être : De la communication au leadership.
 - Contrôler ses attitudes (l'importance du non verbal), parler positivement (le verbal) : La communication orale et non verbale.
 - Réussir son premier contact : Savoir créer un climat de confiance et d'empathie dès les premières secondes.
 - Retour sur la communication non verbale : l'image que je renvoie.
 - Comment travailler sa synchronisation verbale et non verbal, un pas vers le succès ?
 - Comprendre ce qu'est le sens du service pour assurer une relation sereine.
 - Les Piliers de l'Influence et du leadership.
- ▶ L'entretien Client ou de Vente :
 - Apprendre à gérer son stress.
 - Les premières minutes : savoir se présenter à l'accueil, patienter et observer => pourquoi ?
 - Analyser l'impact immédiat.
 - La prise de contact : Créer un espace d'échange propice lors des premières minutes.
 - Se synchroniser et s'adapter avec son interlocuteur avec efficacité selon la situation.
 - Alternier position haute et position basse pour bien communiquer.
 - L'empathique au service de la Relation.
 - Conduire et maîtriser l'entretien client ou de vente :
 - Introduire l'entretien : se présenter, présenter les objectifs, le déroulé et la durée de l'échange.
 - Présenter de façon attractive son entreprise et son offre au format « l'Art du Pitch », le pitch Elevator.
 - Maîtriser les techniques permettant d'assurer la découverte client avec efficacité :
 - Rappel sur le trio : écoute / questionnement / reformulation.
 - Déterminer le profil de vos clients et adapter son argumentaire.
 - Retour sur le SONCASE pour mieux comprendre le fonctionnement de ses interlocuteurs.
 - Découvrir les besoins avec méthode : les besoins fonctionnels et émotionnels.
 - La découverte et le traitement des objections :
 - Retour sur le questionnement : Oser questionner pour bien comprendre les attentes.
 - Faire une offre argumentée, présenter son produit, ses services, rassurer sur la qualité.
 - Les grands principes de l'argumentation ou de la présentation :
 - Caractéristiques, Avantages, Preuves/Bénéfices .
 - Connaître les différents types d'objections pour traiter les objections avec méthode et efficacité.
 - Identifier les techniques de réfutation des objections, travailler les objections les plus courantes.
 - Savoir repérer les freins à l'achat et les signaux d'achat.
 - Savoir aussi dire « non » et exprimer un désaccord avec tact.
 - Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques :
 - Réaliser une conclusion ou un closing avec méthode.
 - Prendre congé en assurant un contact positif, engager un suivi avec son interlocuteur.

Dynamiser son équipe : Leadership, performance et motivation au quotidien (2 jours) :

- ▶ Animer son équipe :
 - Le triptyque « progrès, séquentiel et minute ».
 - Les qualités personnelles requises (test).
 - Définition et pilotage par les objectifs.
 - Établir des tableaux de bord opérationnels (exercice).

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

Parcours Certifiant : Diriger la stratégie de développement (Marketing et Commercial) d'une organisation

(suite)

- ▶ Le Pilotage Collectif :
 - Le briefing.
 - Les réunions de services (simulation).
 - Les réunions « minute » (simulation).
 - Les réunions transversales.
- ▶ Le Pilotage Individuel :
 - Les entretiens motivationnels, de recadrage, de délégation (simulations).
 - Autres entretiens de management.
- ▶ Évaluer ses propres performances :
 - Clarifier votre rôle, vos missions en tant que manager coach pour donner du sens à votre management comme à votre Leadership.
 - Réaliser votre évaluation personnelle en tant que manager coach pour votre positionnement au sein de l'équipe.
 - Identifier votre mode de communication.
- ▶ Évaluer et analyser les performances de votre équipe :
 - Les compétences.
 - L'activité.
 - Les comportements.
 - Le partage des valeurs.
 - L'autonomie.
 - Les motivations.
- ▶ Développer la méthode du coaching d'équipe :
 - La communication.
 - La méthode GROW.
 - L'animation de réunion.
 - La dynamique de groupe.
 - Les outils de résolutions de problèmes et de de la créativité.

Méthodes d'intervention :

Apports Théoriques,
Exercices Pratiques,
Mises en Situation.

Parcours Certifiant : Diriger la
stratégie de développement
(Marketing et Commercial)
d'une organisation