



Répertoire des formations 2017

Appui aux entreprises

Département
management & entrepreneuriat



Sommaire

Stratégie d'entreprise & Innovation		pp
<i>Management de projet innovant</i>	5	
<i>Conduite de l'analyse stratégique</i>	6	
<i>L'intelligence économique & stratégique : source d'innovation</i>	7	
<i>Optimisez votre stratégie commerciale</i>	8	
<i>Mettre en œuvre les outils de l'analyse stratégique et du MRT</i>	9	
<i>Maîtriser les stratégies d'acteurs</i>	10	

Créativité		pp
<i>Créativité : Canaliser la démarche innovante et l'émergence de projet</i>	11	
<i>Manager et stimulez durablement la créativité en entreprise</i>	12	

Méthodologies du management		pp
<i>Tableaux de bord de l'entreprise</i>	13	
<i>Améliorer la performance au quotidien avec des outils simples</i>	14	
<i>Améliorer vos activités avec la méthode de la carte des chaînes de valeur (value stream map – VSM)</i>	15	
<i>Mettre en œuvre la vision « performance » de votre entreprise pour l'obtention d'avantages concurrentiels</i>	16	
<i>Diagnostic économique et financier d'une entreprise</i>	17	

Sommaire

Méthodologie en ressources humaines

pp

<i>Gérer une négociation</i>	18
<i>Prévenir et gérer les conflits de façon constructive</i>	19
<i>Intéragir en entreprise avec des personnalités différentes</i>	20
<i>Accompagner le changement</i>	21
<i>La gestion des conflits</i>	22
<i>Les ressources humaines au cœur de l'innovation</i>	23
<i>Les bonnes pratiques du recrutement</i>	24
<i>Conduire les entretiens professionnels</i>	25

Communication & leadership

pp

<i>Animer et parler en public</i>	26
<i>L'ABC de la communication efficace</i>	27
<i>Atelier découverte de co-développement</i>	28
<i>Réunion efficace</i>	29
<i>Optimiser sa relation aux autres (sa communication)</i>	30
<i>Améliorez votre leadership</i>	31
<i>Le management situationnel ou management agile</i>	32
<i>La juste place des émotions au travail</i>	33
<i>Manager avec intelligence... émotionnelle</i>	34
<i>Motiver et fédérer son équipe</i>	35
<i>Transmettre son expertise</i>	36

Sommaire

Business model & stratégie pp

<i>Les nouveaux modèles économiques</i>	37
<i>Atelier stratégie océan bleu</i>	38
<i>Atelier Design de modèle économique</i>	39
<i>Atelier « Nouveaux business modèles collaboratifs »</i>	40

Développement Web pp

<i>Webmarketing</i>	41
<i>Référencement naturel</i>	42
<i>Réseaux sociaux et community management</i>	43

Systèmes d'information & protection des données pp

<i>Virus, arnaques et piratages informatiques : risques et solutions</i>	44
<i>Victime d'un prélèvement frauduleux sur votre compte bancaire ? Que faire ?</i>	45
<i>Comment mettre son établissement en conformité avec la CNIL ?</i>	46
<i>Est-ce que votre site internet est en règle avec la CNIL ?</i>	47

Management de projet innovant

■ Objectifs

Organiser et conduire un projet orienté client ou interne à l'entreprise.

■ Public

Personnes ayant un statut de chef de projet

■ Prérequis

Au moins une année de recul dans la fonction actuelle.

■ Durée

3 journées (21 heures)

■ Contenu

○ Gérer les outils

- Planning
- Budget
- Analyse de risque
- Qualité
- Mise en œuvre de techniques de gestion de projet (WBS, Pert, Gantt...)

○ Manager les hommes

- Choisir
- Motiver
- Former
- Se positionner en Leader (en chef de projet)
- Mettre en place une approche par les compétences

■ Pédagogie

Acquisition par le ludéoéducatif : pratique sur un simulateur, formalisation d'éléments de théories, transformation en méthodologies pragmatiques, analyse des cas concrets des participants.

■ Enjeux

Comment conduire un projet innovant ?

■ Formateur

Jean-François Rieu
Cognitest Systèmes

Conduite de l'analyse stratégique

■ Objectifs

Conduire une démarche d'analyse stratégique adaptée au TPE et PME

Une démarche en 5 points

- Où veut-on aller ?
- Que sont les autres ?
- Que sommes-nous ?
- Que peut-on faire ?
- Comment y aller ?

■ Public

Chefs d'entreprise (TPE/PME/PMI) et responsables de la R&D

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

5 journées (35 heures)

■ Contenu

- Analyser l'entreprise en termes de segmentation stratégique
- Redéfinir les métiers de l'entreprise et son cœur de métier
- Conduire un diagnostic interne et externe
- Mettre en place une grille de positionnement stratégique
- Pratiquer la veille et le suivi stratégique
- Élaborer le business plan stratégique à 3/5 ans
- Définir les moyens à mettre en œuvre (humains, commerciaux, financiers, juridique ...)

■ Pédagogie

Acquisition par le ludéoéducatif : pratique sur un simulateur (stratirac), formalisation d'éléments de théories, transformation en méthodologies pragmatiques, analyse des cas concrets des participants.

■ Enjeux

Quels moyens et méthodes mettre en œuvre pour situer l'innovation dans sa stratégie d'entreprise ?

■ Formateur

Jean-François Rieu
Cognitest Systèmes

L'intelligence économique & stratégique : source d'innovation

■ Objectifs

Conduire votre démarche d'Intelligence économique et stratégique pour favoriser l'innovation

■ Thèmes abordés

- Appréhender les enjeux de la démarche et ce qu'elle apporte en termes d'innovation
- La démarche démystifiée et adaptée aux TPE/PME/PMI
- Connaître les outils fondamentaux

■ Public

Dirigeants, Cadres de TPE/PME/PMI

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

L'Intelligence économique et stratégique (IES) n'est pas que de la veille : c'est avant tout un mode de management, un état d'esprit, une culture de la mise en réseau et du collectif. C'est une démarche essentielle pour la stratégie des PME qui décident de rester compétitives et de prendre une longueur d'avance. L'IES introduit la notion d'entreprise innovante en interaction constante avec son environnement, réactive, anticipative, qui capitalise, développe ses forces internes et protège ses savoirs et ses actifs immatériels.

- Connaître les nouveaux enjeux économiques et stratégiques,
- De la prévision à l'anticipation à la prospective,
- Connaître le management pour une veille efficace et partagée dans l'entreprise,
- Sécuriser vos actifs stratégiques
- L'innovation au cœur de la démarche.

■ Pédagogie

Cette formation allie l'apport théorique, la mise en situations et l'échange sur les bonnes pratiques.

Les participants auront des outils concrets à mettre en place dans leur entreprise.

Les participants réaliseront tout au long de la formation un autodiagnostic de leurs pratiques.

Les participants élaboreront leur plan d'améliorations concrètes et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Comment renforcer la stratégie de l'entreprise par l'Intelligence économique ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Optimisez votre stratégie commerciale

■ Objectifs

Adopter une démarche proactive et structurée pour fidéliser vos clients et conquérir de nouveaux marchés

■ Thèmes abordés

- Les fondamentaux de la stratégie commerciale
- Les outils supports de la stratégie commerciale
- Elaborer son plan d'actions commerciales personnalisé

■ Public

Dirigeants, Managers commerciaux de TPE/PME/PMI

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

Avoir des clients est une chose, les fidéliser en est une autre. Conquérir de nouveaux clients demande une stratégie commerciale : mettre en œuvre des moyens coordonnés pour atteindre les objectifs de l'entreprise. L'écoute des clients est une priorité tout autant que l'élaboration et le pilotage de la stratégie commerciale pour maintenir ses parts de marché et en gagner d'autres. L'enjeu étant de passer de l'intuition, des actions ponctuelles promotionnelles à une démarche construite et anticipative.

- Préparer la stratégie commerciale
 - Analyse du marché, segmentation et ciblage de la clientèle, planification stratégique.
- Mise en œuvre de la stratégie commerciale
 - Le Marketing opérationnel, le plan d'actions commerciales, la prospection et la fidélisation, les outils d'aide à la vente, la motivation des équipes.
- Savoir présenter et vendre son offre
- Pilotage de la stratégie commerciale
 - Contrôle et mesure
 - Tableaux de bord et indicateurs
 - Tirer les enseignements des forces, faiblesses, menaces, opportunités

■ Pédagogie

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques.

Elle assure un transfert d'expériences et de compétences dans le domaine de la stratégie commerciale et de la vente. Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Quelles méthodes pour structurer la stratégie commerciale de l'entreprise ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Mettre en œuvre les outils de l'analyse stratégique et du MRT

■ Objectifs

Accélérer la réflexion stratégique des décideurs de grilles de lecture génériques

Montrer que les outils de l'analyse stratégique (portefeuille d'activités, portefeuille des technologies) sont des outils adaptés et pertinents pour orienter la stratégie.

Montrer que l'analyse MRT permet de traduire les orientations stratégiques en prises de décisions concrètes.

■ Public

Dirigeants d'entreprises

■ Prérequis

Bases de la réflexion stratégique et management général de l'entreprise

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

○ Première partie :

L'intérêt de l'approche par les stratégies génériques pour les stratégies orientées marché

L'intérêt du management des ressources technologiques pour les stratégies orientées ressources

○ Deuxième partie :

Appropriation des concepts, méthodes et outils par le cas MECA SA élaboré par le formateur en partenariat avec la direction stratégie du CETIM.

Ouverture vers la stratégie des dominos et vers la stratégie constructiviste, indispensables à toute démarche d'innovation

○ Troisième partie :

Discussion entre les participants pour appropriation et mise en œuvre dans leurs entreprises

MRT : Management des Ressources Technologiques

■ Pédagogie

Raccourcis de réflexion stratégique illustrés par de très nombreux cas réels

Pratique des outils pour appropriation avec une étude de cas éprouvée

Mise en situation par échange des enseignements entre les participants

■ Enjeux

Les ressources technologiques sont-elles des ressources gérées comme d'autres ?

■ Formateur

Gil Ayache
Cabinet IDS

Maîtriser les stratégies d'acteurs

■ Objectifs

Pour visualiser les positions et attitudes respectives des différents acteurs, et anticiper les alliances possibles (pour ou contre ...) dans une prise de décision, la conception d'un projet, la formulation d'une stratégie.

■ Public

Décisionnaire des secteurs publics et privés

■ Prérequis

Etudes secondaires

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Première partie :

1. Objectif et Méthodologie générale
2. Identifier et caractériser les acteurs
3. Identifier les objectifs portés par les acteurs
4. Construire les graphes d'influence et pouvoirs
5. Construire les graphes de convergence et divergence
6. Opérer une stratégie d'acteurs

Deuxième partie :

Intérêt de la démarche : illustration par des stratégies d'acteurs mises en œuvre dans des contextes très différents

Troisième partie :

Mise en œuvre de la démarche par les participants dans le contexte du développement économique de leur entreprise

■ Pédagogie

Pratique immédiate de la méthodologie et des outils sur un exemple servant de fil rouge de l'exposé

Mise en situation à travers des exemples réels mis en œuvre par le formateur

Phase d'appropriation collective par la mise en œuvre sur un cas partage d'entreprise

■ Enjeux

Comment utiliser et détecter au mieux les ressources partenariales ?

■ Formateur

Gil Ayache
Cabinet IDS

Créativité : Canaliser la démarche innovante et l'émergence de projet

■ Objectifs

Faire émerger des idées nouvelles sources de projets d'innovation

■ Thèmes abordés

*Stratégie
Créativité
Innovation*

■ Public

Dirigeants ; porteurs de projet ; cadres ; équipes

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (8 heures)

■ Contenu

La créativité devient une composante incontournable du développement des entreprises, elle est souvent à la source de l'innovation car elle constitue un outil, une méthode et surtout une posture qui permet de sortir du contexte et ainsi d'identifier des solutions non envisagées.

La créativité permet également de conforter, élaborer, muscler une idée déjà identifiée et susceptible d'être porteuse de valeur pour l'entreprise.

Une démarche créative ne se résume pas à l'émergence d'idées, elle doit inclure une évaluation des idées qui conduira à identifier de bonnes idées sachant qu'une bonne idée, hormis les aspects marché, rentabilité, est avant tout une idée que l'entreprise saura porter et concrétiser.

La formation permet d'acquérir cette posture en mettant en œuvre des outils simples et faciles à mettre en œuvre. Toute aussi importante est la diffusion de cette démarche au sein de l'entreprise, l'expérience montre que la démarche créativité est d'autant plus efficace qu'elle est répandue, comprise et acceptée réellement.

■ Pédagogie

Le thème abordé en séance de créativité est choisi au préalable. Il s'agit d'un thème important pour l'entreprise, qui concerne une problématique concrète. Cette phase aboutit à la création de fiches idées et la réalisation de matrices utiles à la sélection des idées dans une démarche de faisabilité et d'opérabilité à l'échelle industrielle ou entrepreneuriale. La formation permet à l'entreprise de générer des pistes de projets d'innovation et de se familiariser avec la méthodologie de créativité par brainstorming orienté. Cette formation peut donner lieu à un approfondissement (former des animateurs de créativité) et/ou un accompagnement de projet par l'école des mines d'Alès.

■ Enjeux

Générer des pistes de projets innovants

■ Formateur

Jean-Christophe Lallement
Ecole des mines d'Alès

Manager et stimulez durablement la créativité en entreprise

■ Objectifs

Mettre en œuvre des méthodes, une organisation et un état d'esprit stimulant durablement la créativité en entreprise

■ Thèmes abordés

- Connaître et valoriser le capital créatif de l'équipe
- S'exercer aux différentes méthodes de créativité
- Savoir comment favoriser la créativité au quotidien dans l'entreprise

■ Public

Dirigeants, Cadres, équipes

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

La créativité est la matière première de l'innovation. La créativité participative ne se décrète pas et ne s'improvise pas. C'est une démarche construite avec une stimulation permanente. C'est une source de motivation personnelle et collective, d'émulation, de partage d'informations, d'efficacité relationnelle, de résolution de conflits, de gestion des changements, d'adhésion aux valeurs....Pour innover, managez et stimulez durablement la créativité en entreprise.

- Les fondements, la motivation et les processus de la créativité participative
- Expérimenter 7 nouvelles méthodes de réunions créatives autres que le Brainstorming
- Quel type de créatif êtes-vous ? Et les membres de votre équipe ?
- Faire vivre durablement la créativité dans votre entreprise
 - Le vivier créatif interne et/ ou externe
 - Le trio gagnant
 - Organisez les groupes de créativité et d'innovation

■ Pédagogie

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques.

La journée se déroule sous la forme de 20% de théorie et de 80% de pratique concrète. Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Comment gérer la démarche créative sur le long terme

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Tableaux de bord de l'entreprise

■ Objectifs

Au terme de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Minimiser les saisies
- Synthétiser les données
- Traiter les données en détail et/ou en global
- Créer son tableau de bord d'activité

■ Public

Personnes ayant un véritable rôle de dirigeant

■ Prérequis

Connaissance et pratique régulière d'Excel

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

La structure d'un tableau de bord :

- La navigation simple et les liens internes (et externes),
- La mise en forme,
- Les indicateurs de progression : À quoi répondent-ils ? , À quoi se réfèrent-ils ? , Comment les traduire en questionnement ?
- La navigation élaborée.

Les données :

- Récupération, Transformation, Saisie.

Le traitement :

- Les méthodes de fabrication de calculs complexes,
- Les traductions visuelles,
- La mise à jour,
- Comparer le réalisé au prévisionnel.

■ Pédagogie

En partant de données et de tableaux de bord existants, mettre en œuvre une méthodologie de traitement sous Excel, se familiariser avec les grandes fonctionnalités indispensables, maîtriser les grandes fonctions du dictionnaire d'Excel. Réalisation individuelle de cas concrets sur poste informatique.

■ Enjeux

Comment assurer un pilotage de l'entreprise ?

■ Formateur

Jean-François Rieu
Cognitest Systèmes

Améliorer la Performance au quotidien avec des outils simples

■ Objectifs

Maîtriser les principes fondamentaux et outils de base de l'amélioration continue

■ Thèmes abordés

Performance
Résolution de problèmes
Amélioration continue
Lean Management

■ Public

Dirigeants ; cadres ;
collaborateurs

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

L'amélioration de la performance est primordiale pour toute entreprise, en particulier pour assurer satisfaction des clients et rentabilité :

- 1 – Avoir un langage commun sur les termes utilisés en amélioration continue et Lean Management
- 2 – Connaître et appliquer les concepts de base de l'amélioration continue et du Lean Management.
- 3 - Créer les conditions de réussite pour instaurer la culture du progrès continu.
- 4 – Connaître et mettre en pratique le management visuel de la performance
- 5 – Connaître et mettre en œuvre des outils simples d'amélioration de la performance

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive et basée sur une alternance de travail individuel ou en groupe, de jeux, d'exercices, d'échanges entre participants et de présentation des principes et outils.

La formation permet de mettre en pratique immédiatement dans son entreprise les principes et outils présentés.

■ Enjeux

Savoir comment insuffler l'amélioration continue?

■ Formateur

Hugues GRANIER
Consultant / Expert Team&Lean

Améliorer vos activités avec la méthode de la Carte des Chaînes de Valeur (Value Stream Map – VSM)

■ Objectifs

Savoir animer et réaliser un chantier Carte des Chaînes de Valeur

■ Thèmes abordés

Performance

Implication des Hommes

Résolution de problèmes

Amélioration continue

■ Public

Dirigeants ; cadres ; collaborateurs

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

- 1 – Utilité et contexte de la méthode de la Carte des Chaînes de Valeur (CCV)
- 2 - Principes et notions de base d'un chantier CCV
- 3 - Collecte de données et analyse des flux physiques et performance
- 4 – Collecte de données et analyse des flux d'informations
- 5 – Formalisation de la CCV « actuelle »
- 6 – Construction de la CCV « idéale »
- 7 – Enjeux et chantiers prioritaires

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive et basée sur une alternance de travail individuel ou en groupe, de jeux, d'exercices, d'échanges entre participants et de présentation des principes et outils.

La formation permet de mettre en pratique immédiatement dans son entreprise les principes et outils présentés.

■ Enjeux

Développer des projets d'amélioration pour atteindre la performance cible

■ Formateur

Hugues GRANIER
Consultant / Expert Team&Lean

Mettre en œuvre la vision « performance » de votre entreprise pour l'obtention d'avantages concurrentiels

■ Objectifs

Savoir décliner la performance, sur le terrain, au quotidien, avec l'implication de tous, pour l'obtention d'avantages concurrentiels

■ Thèmes abordés

Performance
Conduite de projet
Travail d'équipe
Animation au quotidien

■ Public

Dirigeants ; cadres ;
collaborateurs

■ Prérequis

Activités en lien avec
l'entreprise définies avec
indicateurs de performance

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

- 1 – Principes fondamentaux sur la performance
- 2 – Vision, objectifs et analyse concurrentielle
- 3 – Les Hommes au cœur de la performance : missions, responsabilités et compétences
- 4 – Processus, Performance et indicateurs
- 5 – Etat des lieux sur le terrain des principales activités
- 6 – Développer votre système de management de la performance
- 7 – Déployer les rituels d'animation et de contrôle
- 8 – Déployer plan de progrès et plan de productivité
- 9 – Engager des chantiers d'amélioration

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive et basée sur une alternance de travail individuel ou en groupe, de jeux, d'exercices, d'échanges entre participants et de présentation des principes et outils.

La formation permet de mettre en pratique immédiatement dans son entreprise les principes et outils présentés.

■ Enjeux

Déployer la stratégie (pour quoi ?) en actions concrètes (comment) ?

■ Formateur

Hugues GRANIER
Consultant / Expert Team&Lean

Diagnostic économique et financier d'une entreprise

■ Objectifs

Etude de la situation économique et financière de l'entreprise

■ Thèmes abordés

Analyses de la rentabilité, de l'activité et de la structure financière de l'entreprise

■ Public

Décideurs d'entreprise

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Ce diagnostic consiste en une étude de la situation économique et financière d'une entreprise pour :

Analyser les aspects essentiels de l'entreprise : éléments économiques, activité, rentabilité et structure financière.

Aboutir à une synthèse sur la situation actuelle et les perspectives d'avenir de l'entreprise permettant de prendre des décisions pour le futur.

Discerner les points forts et les points faibles de l'entreprise, les potentiels et les vulnérabilités existantes ou latentes, de manière à avoir une vision globale enrichie des perspectives d'avenir de l'entreprise.

Les décisions seront alors préparées et étayées.

■ Pédagogie

- Analyse économique : apprécier la dynamique de l'entreprise par un questionnement sur l'entreprise, les dirigeants, les couples produit/marché ;
- Analyse de l'activité : évaluer les performances d'exploitation au travers du compte de résultat ;
- Analyse de la rentabilité : les soldes intermédiaires de gestion ;
- Analyse de la structure financière : le bilan ;
- Synthèse points forts/points faibles et prospective.

■ Enjeux

Comment développer son entreprise par une meilleure maîtrise financière ?

■ Formateur

Philippe Lamouroux
Expert comptable –
Commissaire aux comptes

Gérer une négociation

■ Objectifs

Connaître l'état d'esprit et les réflexes à mobiliser au cours de l'entretien de négociation.

■ Thèmes abordés

Préparation d'une négociation.
Attitude et compétences relationnelles.
Techniques d'influence.
Techniques de déstabilisation.
Accord gagnant-gagnant.

■ Public

Toute personne en position de négocier et désireuse d'améliorer ses capacités à gérer ces situations.

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- Savoir quand démarrer une négociation : avoir mené à bien les étapes préliminaires.
- Préparer sa négociation
 1. Définir ses attendus dans la négociation
 2. Définir la ou les solutions alternatives
 3. Se mettre à la place de l'autre et anticiper ses réactions
 4. Bâtir un scénario
 5. Se mettre en confiance
- Développer l'attitude et les compétences relationnelles indispensables au succès d'une négociation
- Utiliser les techniques d'influence
- Se préparer aux techniques de déstabilisation
- Sortir des situations difficiles

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des exercices pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire sont fortement recommandés, de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique à court terme.)

■ Enjeux

Quelles sont les clefs d'une négociation réussie ?

■ Formateur

Cécile Molliet
ConvivEssens

Prévenir et gérer les conflits de façon constructive

■ Objectifs

- Comprendre les éléments déclencheurs de conflit
- Développer son assertivité pour éviter de déclencher un conflit
- Faire face au conflit et savoir en sortir en mode gagnant-gagnant

■ Thèmes abordés

Origine des conflits
Assertivité
Approche gagnant-gagnant
Discours médiateur
Recadrage positif

■ Public

Toute personne dans l'entreprise en position de faire face à des situations conflictuelles et désireuse d'améliorer ses capacités à gérer ses situations.

■ Prérequis

Niveau équivalent CAP ou baccalauréat

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- ✓ Comprendre l'origine des conflits et les éléments déclencheurs
- ✓ Développer son assertivité
- ✓ Sortir du conflit en négociant sur un mode gagnant-gagnant
- ✓ Applications pratiques :
 - ✓ Faire une demande potentiellement conflictuelle grâce au discours médiateur
 - ✓ Recadrer en utilisant la confrontation positive
 - ✓ Savoir dire Non sans démotiver

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mises en situation.
Fiches outils remises en fin de stage : un guide pour l'action.

■ Enjeux

Comment s'affirmer de façon constructive et sereine face à une situation conflictuelle?

■ Formateur

Cécile MOLLINET
ConvivEssens

Interagir en entreprise avec des personnalités différentes

■ Objectifs

- Identifier son mode de fonctionnement privilégié, régissant ses rapports avec les autres.
- Être à l'aise et constructif dans ses interactions avec des personnalités différentes de la sienne.
- S'ouvrir à des modes de fonctionnement différents.

■ Thèmes abordés

9 profils de personnalités
Attitudes face au groupe
Priorités de fonctionnement
Facteurs de stress
Leviers de motivation

■ Public

Toute personne dans l'entreprise désireuse d'améliorer ses interactions professionnelles en s'adaptant à son interlocuteur.

■ Prérequis

Niveau équivalent CAP ou baccalauréat

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- ✓ Comprendre le positionnement des individus face au groupe.
- ✓ Identifier les neuf « Positions de Motivation », ou neuf modes de fonctionnement possibles lors de l'interaction avec autrui.
- ✓ Comprendre les éléments motivateurs et les réactions face au stress en fonction de la position adoptée.
- ✓ Exercices de vécu de chaque Position dans une situation de communication.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mises en situation.
La formation utilise le Référentiel des Positions de Motivation (**RPM®**), construit à partir d'outils éprouvés et articulés entre eux de la façon la plus optimale possible. Ce référentiel décrit 9 profils de personnalité.
Plus : un test peut être passé en parallèle pour valider ses 3 profils préférentiels.
Cette journée peut être suivie par des journées à thème utilisant le même référentiel : communiquer, gérer les conflits, motiver (1 jour par thème).

■ Enjeux

Comment interagir efficacement en entreprise malgré les différences de personnalités et de comportements ?

■ Formateur

Cécile MOLLINET
ConvivEssens

Accompagner le changement

■ Objectifs

Acquérir :

la connaissance des mécanismes en jeu lors d'un changement au sein de l'entreprise,

les aptitudes et outils d'accompagnement adapté.

■ Thèmes abordés

Mécanique du changement, résistance au changement, processus de deuil, compétences relationnelles, vision partagée.

■ Public

Tout personnel amené à accompagner ses collaborateurs lors d'une transition.

■ Prérequis

Au moins une année de recul dans la fonction actuelle.

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

○ 21^{ème} siècle : le contexte

- Etat des lieux.
- L'illusion de stabilité.
- Comprendre les conséquences et les enjeux humains.

○ **Acquérir les clefs pour accompagner une personne ou une équipe, de façon constructive, lors de chaque phase.**

- Explorer la mécanique du changement non-désiré.
- Les compétences et postures à privilégier.

○ **Méthodes et Outils**

- Utiliser l'approche systémique pour démystifier le changement.
- Travailler sur une vision partagée.
- Fédérer talents et compétences, structurer.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques, d'échanges sur des cas concrets et d'exercices pratiques.

■ Enjeux

Comment surmonter les résistances internes au changement dans la démarche innovante ?

■ Formateur

Cécile Molliet
ConviEssens

La gestion des conflits

■ Objectifs

- Identifier les conflits (analyses des causes et types de conflits)
- Acquérir des outils de résolutions de conflits.
- Prévenir les conflits (repérer les signes annonciateurs).

■ Thèmes abordés

- Les fonctions et facteurs du conflit
- Les stratégies de gestion de conflit.
- La communication autour du conflit.
- La gestion des émotions
- L'assertivité.

■ Public

Managers, Dirigeants, responsables d'équipe ...

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

L'entreprise est un environnement hiérarchique et compétitif potentiellement source de conflits qui plus est aujourd'hui, dans un contexte économique et social instable.

La culture occidentale n'intègre pas le conflit comme un processus positif et pourtant ils sont nécessaires à la dynamique de travail, et même plus, à la vitalité.

Toutefois, si ces conflits ne sont pas gérés convenablement, ils peuvent avoir des conséquences négatives voire dramatiques.

Il est donc indispensable de savoir réguler ces conflits mais également de les anticiper en sachant les identifier pour mettre en place une réponse efficace.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

Impliquer les participants en créant des situations problèmes (jeux de rôle, exercices ludiques....)

■ Enjeux

Optimiser son relationnel qui aura pour impact la motivation, le moral des équipes et hausse d'énergie.

■ Formateur

Quadra Conseil

Les ressources humaines au cœur de l'innovation

■ Objectifs

Savoir mettre ses potentiels et ses talents au service de l'innovation

Quels types de personnalités pour quels types d'innovations ?

Valoriser la complémentarité et la diversité des approches innovantes

■ Public

Dirigeants, Cadres, équipes, collaborateurs

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

- En collectif : 2 journées en collectif (14 heures) et 1 journée (ou 2 *1/2) en individuel (7 heures)
- Coaching individuel : 1 journée (ou 2 *1/2) en individuel (7 heures)

■ Contenu

La personnalité influence les tendances relationnelles, la manière d'appréhender les projets d'entreprise, réactions, décisions et implication. Chaque individualité a ses propres talents et potentiels créatifs, différents d'une personne à une autre. Prendre en compte et adapter les Ressources Humaines est le préambule de toute action performante touchant à l'innovation.

- Les Ressources Humaines et les types de personnalité
- Explorer vos forces, vos tendances créatives
- L'influence sur les facteurs de l'innovation
 - Le leadership,
 - La communication,
 - Les conflits,
 - Le changement,
 - La résolution de problèmes.
- L'impact de la pression sur vos capacités d'innovation
 - Identifiez ce qui vous met sous pression,
 - Mesure de vos comportements sous et hors stress,
 - Cartographiez vos stratégies d'adaptation,
 - Mieux comprendre les effets sur la créativité,
 - Anticipez pour garder vos facultés d'innovation.

■ Pédagogie

Formation utilisant l'outil innovant Executive Profiler®, dédié aux Ressources Humaines.

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques.

La journée se déroule sous la forme de 20% de théorie et de 80% de pratique concrète.

Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Comment mobiliser les compétences et les ressources humaines sur l'innovation ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Les bonnes pratiques du recrutement

■ Objectifs

- Connaître les enjeux d'un recrutement.

- Identifier les outils et les acteurs du recrutement.

■ Public

Dirigeants, responsable du personnel...

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

1 journée supplémentaire en approfondissement

■ Contenu

Dans un contexte difficile, le recrutement est un enjeu primordial pour l'entreprise. Si celui-ci est mal entrepris, il peut avoir de lourdes conséquences tant au niveau budgétaire, social et stratégique.

Cette formation s'adresse à tous responsables de TPE, PME et personnes en charge du recrutement en entreprise qui rencontrent des problématiques liées au recrutement et qui souhaite se doter des bonnes méthodes.

Les thèmes abordés :

- Les acteurs du recrutement
- Recrutement et stratégie GPEC
- L'analyse du poste
- La recherche des candidats (diffusion de l'offre, sourcing, recherche active..)
- la sélection (grille des compétences, mener un entretien, les outils d'évaluation)
- La décision d'embauche, l'intégration et fidélisation des nouveaux collaborateurs.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

Impliquer les participants en créant des situations problèmes (jeux de rôle, exercices ludiques....)

■ Enjeux

Maîtriser le processus de recrutement pour mener sa démarche de recrutement en interne.

■ Formateur

Quadra Conseil

Conduire les entretiens professionnels

■ Objectifs

- Créer une dynamique positive autour de l'exercice pour vos équipes.
- Acquérir les comportements efficaces pour mener un entretien.

■ Thèmes abordés

- Rappel du cadre légal
- Préparer l'entretien (bilan, mesurer l'atteinte des objectifs, préparer l'année à venir).
- Réunir les conditions matérielles et psychologiques.
- Mener l'entretien (prise de parole, point sur objectifs, demandes du salarié, actions..)
- Gérer les points délicats
- Conclure l'entretien

■ Public

Managers, Dirigeants ...

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)
1 journée supplémentaire pour approfondissement

■ Contenu

L'entretien professionnel, le « bilan d'étape professionnel » et l'entretien de seconde partie de carrière sont désormais remplacés par le nouvel entretien professionnel. Il s'applique depuis le 7 mars 2014.

Cet exercice reste malgré tout difficile pour bon nombre de managers pas ou peu formés à sa pratique ce qui se traduit par une exploitation très limitée et partielle de ce puissant outil de management.

Bénéfice pour l'entreprise : identifier les compétences disponibles et repérer les besoins de formation, engager les salariés dans une démarche active d'évolution de leurs compétences, doter l'encadrement d'un moyen de pilotage efficace en terme de management, voire ouvrir une démarche de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC).

Bénéfice pour le salarié : moment privilégié d'échange avec son manager, c'est l'occasion pour lui de mesurer son niveau de réponse aux attentes de l'entreprise dans le cadre de son poste ou de sa mission et d'exprimer ses besoins et perspectives assorties ou non d'actions de formation. Chaque salarié doit bénéficier d'un entretien professionnel tous les deux ans.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

Impliquer les participants en créant des situations problèmes (jeux de rôle, exercices ludiques....)

■ Enjeux

Développer une méthodologie pour l'ancrer au sein des pratiques RH et managériales de l'entreprise .

■ Formateur

Quadra Conseil

Animer et parler en public

■ Objectifs

Briser la glace, parler avec sincérité, animer une réunion, augmenter son charisme sont des outils indispensables à son management

■ Thèmes abordés

Message, voix, gestuelle, posture, orateur, confiance et image de soi

■ Public

Futurs dirigeants de PME et toute personne ayant à se présenter devant un public

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- Se préparer (notes, le trac, les lieux...)
- Les principaux talents d'un orateur
- Savoir quelle image est renvoyée (regard, posture, gestuelle...)
- Trouver le bon langage ? (ton, rythme...)
- Faire passer un message clair
- Intéresser son public
- Gérer avec calme et brio les critiques
- Maîtriser les moments difficiles
- Les étapes essentielles pour réaliser une animation (réunion, discours, commission...).

■ Pédagogie

La pédagogie est dynamique et interactive

Approche systémique, exposé, mise en situation, jeux pédagogiques

La formation peut donner lieu à du coaching individuel

■ Enjeux

Comment acquérir les compétences essentielles pour se présenter à un public ou animer une réunion ?

■ Formateur

Anne-Marie Barreiro
Ambcoaching

L'ABC de la communication efficace

■ Objectifs

Mieux écouter, vous imposer, résoudre les conflits, optimiser la collaboration, être compris, faire valoir son point de vue.

■ Thèmes abordés

Leadership, positionnement, écoute, relations, management

■ Public

Futurs dirigeants de PME, qui souhaitent de bonnes relations avec leurs clients et collaborateurs

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

1 journée supplémentaire pour approfondir

■ Contenu

- Connaître les principales mauvaises habitudes en communication
- Savoir ce que ces conduites communiquent aux autres
- Réflexes pour établir de bonnes relations
- Disponibilité et concentration pour écouter son client/collaborateur
- Les bonnes façons de donner les informations d'autorités
- Savoir comment être compris pour collaborer
- Recadrer pour résoudre un conflit
- Evaluer l'action des autres : savoir porter un jugement
- Affermir son pouvoir pour mieux manager
- Maîtriser ses relations aux autres

■ Pédagogie

- La pédagogie est dynamique et interactive
- Boîte à outils provenant de l'approche systémique, exposé, mise en situation, jeux pédagogiques,
- La formation peut donner lieu à un approfondissement créatif et pratique

■ Enjeux

Comment rehausser vos capacités de communication afin de devenir un leader ou un collaborateur compétent ?

■ Formateur

Anne-Marie Barreiro
Ambcoaching

Atelier découverte de Co-développement

■ Objectifs

- Trouver des solutions et améliorer ses pratiques professionnelles

- Renforcer son leadership

■ Thèmes abordés

Le groupe peut être monté autour d'une thématique (exemple : l'export, le développement de l'entreprise, le management...) ou être ouvert à tous types de sujets apportés par les participants.

■ Public

Entrepreneurs, dirigeants, managers, chefs de projet ou experts

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

½ journée par mois (3,5 heures)
Sur une durée à définir (6 à 8 mois)

■ Contenu

Le Co-développement est un outil de développement collectif inspiré du courant nord américain des pédagogies de l'action, de l'expérimentation et de la dynamique des groupes.

Un groupe de dirigeants (entre 6 et 8) ou managers est constitué et se réunit régulièrement sur une durée de plusieurs mois, pour améliorer leurs pratiques professionnelles et développer leur leadership, mettre en place des partenariats, conduire le changement...

Ils s'appuient pour cela sur un animateur qui, grâce à une méthode d'animation bien spécifique, leur permettra de bénéficier de l'expérience et des richesses de chacun.

■ Pédagogie

Chaque participant aura préalablement réfléchi à la situation professionnelle qu'il souhaiterait pouvoir aborder avec le groupe (une situation réelle qui le préoccupe, l'interroge ou le met en difficulté).

Un participant prend alors le rôle de « client » et soumet sa problématique aux autres membres du groupe. Ceux-ci prennent alors le rôle de « consultants » pour aider leur client à enrichir sa compréhension du problème et sa capacité d'action pour le résoudre.

Cette « séance » est organisée selon une démarche très structurée dont l'animateur est le garant du bon respect. Elle se clôture par une synthèse et un partage des apprentissages respectifs du « client » et des « consultants ».

La deuxième « séance » avec un nouveau « client » peut alors débuter et se dérouler selon le même format.

Bien évidemment, les membres et l'animateur du groupe s'engagent à une confidentialité absolue des échanges

■ Enjeux

Confronter ses propres expériences avec des pairs et aider à la résolutions de situations professionnelles complexes.

■ Formateur

Quadra Conseil

Réunion efficace

■ Objectifs

- Optimiser l'efficacité du temps passé en réunion.
- Faire que l'outil-réunion soit à votre service et à celui de l'entreprise, et non l'inverse.
- Motiver vos partenaires à participer à vos réunions.
- Favoriser les échanges, la participation, les synergies.

■ Thèmes abordés

4 étapes d'une réunion réussie
Techniques d'animation
Compétences relationnelles
Outils pour réunion réussie

■ Public

Toute personne ayant à organiser et animer des réunions

■ Prérequis

Niveau équivalent CAP ou baccalauréat

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- ✓ Pourquoi se réunir, les différents types de réunions
- ✓ 2 règles d'or d'une réunion réussie
- ✓ Préparer : check-list et outils à disposition
- ✓ Organiser : la logistique d'une réunion
- ✓ Animer : rôles, techniques d'animation, gestion des agitateurs
- ✓ Suivre : quelles suites donner pour optimiser le travail
- ✓ Quelle attitude en réunion ?

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques, d'ateliers de réflexion par petits groupes et de mises en situation.

Fiches outils remises en fin de stage : un guide pour l'action.

■ Enjeux

Comment transformer les réunions en véritables outils de travail productifs ?
Comment en finir avec la réunionite ?

■ Formateur

Cécile MOLLINET
ConvivEssens

Optimiser sa relation aux autres (sa communication)

■ Objectifs

- Développer ses qualités relationnelles au travers d'outils de communication.

■ Thèmes abordés

- Découvrir son mode de fonctionnement au travers de son profil de personnalité
- Écoute / questionnement / synchroniser son discours
- Traiter les objections, relations conflictuelles et gestion des émotions

■ Public

Responsable d'affaires,
Chargés d'affaires..
Commerciaux, Dirigeants ...

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)
1 journée REX optionnel

■ Contenu

Vous êtes soucieux de l'image que peut avoir votre entreprise dans le cadre de la relation client, considérant celle-ci comme essentielle pour le développement et la pérennité de votre activité.

Ce contenu de formation permet d'aider les différents acteurs de la relation client à optimiser la relation à leur client et à leurs différents interlocuteurs de manière générale.

Nous suivons un fil rouge :

- Mieux se connaître pour mieux communiquer
- Je m'adapte à l'autre
- Quand la relation à l'autre se dégrade.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

Impliquer les participants en créant des situations problèmes (jeux de rôle, exercices ludiques....)

■ Enjeux

Ajouter la dimension relationnelle à son expertise métier

■ Formateur

Quadra Conseil

Améliorez votre leadership

■ Objectifs

Exercer un leadership personnalisé, fédérateur et mobilisateur

■ Thèmes abordés

- Connaître son style de Leadership
- Adapter son comportement pour réagir efficacement dans chaque situation
- Évaluer l'autonomie des collaborateurs et la développer
- Adopter le comportement approprié à l'autonomie de son collaborateur

■ Public

Dirigeants, Managers, Cadres de TPE/PME/PMI

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Le manager est à la fois un stratège, un gestionnaire et un leader. Pour répondre à un environnement imprévisible, il doit pouvoir s'appuyer sur des collaborateurs motivés et aptes à réagir rapidement dans l'intérêt global de l'entreprise. C'est l'une des forces du leadership : rendre les collaborateurs plus autonomes dans des situations très diverses.

- Complémentarité entre Management et Leadership :
Les enjeux et les fondamentaux, les limites à connaître, les styles de management et de leadership situationnels.
- Le leadership situationnel :
Choix du style de leadership approprié à la situation, s'adapter à l'autonomie du collaborateur, comprendre le cycle de progression, respecter le cycle régression.
- Développer l'autonomie des collaborateurs :
Définition de l'autonomie, comprendre les mécanismes, les niveaux d'autonomie et de responsabilisation, les styles du leader et leurs impacts sur l'autonomie des collaborateurs.
- Votre style de Leadership :
Identification de vos points forts et de vos axes de progrès, votre plan d'amélioration et les actions prioritaires à mettre en œuvre.

■ Pédagogie

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'autodiagnostic, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques. Elle assure un transfert d'expériences et de compétences dans le domaine du management et du Leadership.

Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Comment adapter son management à l'environnement de l'entreprise ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

La management situationnel ou management agile

■ Objectifs

- Définir le contexte et de la fonction de chaque manager
- Identifier les 4 styles de management
- Reconnaître son propre style de management
- Prendre en compte ses collaborateurs : de la plus faible à la plus haute autonomie
- Appréhender les cycles progressifs et régressifs

■ Public

Managers

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Comment être un manager performant ? Comment fédérer, motiver, recadrer, communiquer, fixer des objectifs, déléguer de manière efficace ? Par un management égalitaire ou équitable ? Le même management pour tous ou une adaptation à chaque collaborateur et selon la situation ?

Le management situationnel propose d'acquérir les compétences nécessaires à la flexibilité indispensable à chaque manager dans un environnement en perpétuel mouvance et auprès de collaborateurs divers.

■ Pédagogie

- Les « six niveaux logiques » : exercice d'autodiagnostic de sa fonction (d'après G.Bateson)
- La méthodologie du management situationnel (d'après Hersey et Blanchard)
- Questionnaires d'autodiagnostic sur son style de management
- Travail de réflexion individuelle sur la base des supports délivrés
- Travail en sous-groupes : échanges de points de vue sur la base des pratiques de chacun
- Travail en grand groupe : synthèse et formalisation
- Brainstorming

■ Enjeux

Comment acquérir ou optimiser son agilité

■ Formateur

Quadra Conseil

La juste place des émotions au travail

■ Objectifs

- Comprendre le concept de compétence émotionnelle et son importance dans sa performance et son développement professionnel.
- En quoi les émotions constituent des atouts ou des freins potentiels à sa performance et évolution professionnelle.
- Développer ses compétences personnelles et ses compétences sociales
- S'entraîner à l'acquisition ou au renforcement des compétences identifiées.

■ Public

Tout public

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Les émotions ont-elles une place dans notre quotidien professionnel? Forcément puisqu'une émotion est générée par un phénomène naturel que nous ne contrôlons pas. Chaque émotion est émise dans un but précis, elle est un signal, un indicateur précieux. Alors pourquoi ne pas les accueillir et les exprimer en bonne intelligence. Longtemps reléguées au rang de « parasites » notamment pour des managers « sérieux » les émotions sont de plus en plus reconnues comme de réelles ressources encore faut-il savoir les apprivoiser pour générer l'énergie potentielle qu'elle offrent. Ne nous laissons plus bernier par l'illusion que l'on peut laisser nos émotions à la porte de l'entreprise, faisons avec et faisons bien.

■ Pédagogie

Découverte via des vidéos ludiques, des témoignages, des exercices

Autodiagnostic permettant de se situer quant aux compétences requises pour identifier, gérer les émotions

Entraînement à l'acquisition via des mises en situation

■ Enjeux

Comment optimiser les émotions au travail

■ Formateur

Quadra Conseil

Manager avec intelligence.....émotionnelle

■ Objectifs

- Reconnaître les enjeux de l'intelligence émotionnelle pour manager.
- Identifier les compétences composant l'intelligence émotionnelle
- Développer son intelligence émotionnelle

■ Thèmes abordés

- L'identification de son mode de management
- L'empathie
- L'assertivité
- La juste place des émotions

■ Public

Dirigeants ; managers

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

L'entreprise évolue aujourd'hui dans un environnement incertain, changeant parfois menaçant. Pour autant le bien-être au travail n'a jamais été aussi revendiqué. Les leviers organisationnels et le management traditionnel ne suffisent plus à motiver les Hommes. Le manager d'aujourd'hui doit accompagner le développement de chacun de ses collaborateurs, il doit permettre l'atteinte de la performance via la valorisation, la reconnaissance, l'instauration d'une relation de qualité et mobiliser pour cela les compétences de l'intelligence émotionnelle

L'atelier comprend :

Théorie : « Toute pratique intuitive n'est ni améliorable, ni reproductible tant qu'elle n'est pas modélisée »

Test de positionnement (style managérial préférentiel, niveau d'empathie, d'assertivité)

■ Pédagogie

- La formation est basée sur une pédagogie interactive et une approche méthodologique permettant l'appropriation.
- mise en commun des points de vue et des expériences des participants.
- Apports théoriques
- Simulations expérimentales/jeux de rôles
- Tests d'auto diagnostic
- Supports méthodologiques
- Exercices ludiques

■ Enjeux

Favoriser la performance par la prise en compte de la dimension émotionnelle

■ Formateur

Quadra Conseil

Motiver et fédérer son équipe

■ Objectifs

Cette journée est un préalable indispensable à la mise en place d'une équipe et à la croissance de l'esprit de groupe

■ Thèmes abordés

Valeurs, cohésion, engagement, rôles, cadre, vision, motivation

■ Public

Futurs dirigeants de PME

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

1 journée supplémentaire pour approfondir

■ Contenu

- Connaître et partager la vision de l'entreprise
- Identifier et s'appuyer sur les valeurs
- Fixer les règles de communication et la charte
- Initier la collaboration dans l'équipe : besoins individuels et collectifs
- Distinguer les points forts et ceux à améliorer
- Savoir poser un cadrage aux entretiens, réunions et feed back
- Gérer les différences de points de vue
- Transmettre les instructions aisément
- Faire exécuter et contrôler avec tact

■ Pédagogie

- La pédagogie est dynamique et interactive
- Approche systémique du groupe, exposé, mise en situation, jeux pédagogiques changement de positions perceptuelles
- La formation peut donner lieu à un approfondissement pratique et créatif

■ Enjeux

- Comment solutionner rapidement les problèmes relationnels ?
- Une équipe motivée est un levier puissant dans la réussite de l'entreprise

■ Formateur

Anne-Marie Barreiro
Ambcoaching

Transmettre son expertise

■ Objectifs

Donner un langage et un style adapté aux différents types de formations transmises

Accroître le niveau de qualité en animation

Elaborer une formation complète

Concevoir des supports visuels attrayant et pertinent

Rédiger des supports pédagogiques à remettre aux participants

Réaliser et conduire des évaluations

■ Public

Managers

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

5 journées (35 heures)

■ Contenu

Suite à la Loi relative à la formation professionnelle promulguée en Mars 2014 les mécanismes de financements sont revus. La prise en charge par les OPCA diminue obligeant ainsi les entreprises à sortir de la logique de formation conventionnée et à s'orienter vers l'internalisation de la formation.

De plus, la fonction de formateur requiert de nombreuses compétences qui vont au-delà de l'expertise technique. Il est donc capital pour l'entreprise de former ses futurs formateurs et de transformer ainsi ses experts en coachs techniques.

■ Pédagogie

■ *Approche pragmatique des outils utilisés et présentés : ceux-ci sont transmis soit après des mises en situation et objectifs précis soit pour réflexion. Ils ne sont pas délivrés de manière didactique comme des modèles à appliquer tels quels mais permettent aux participants d'élaborer leurs propres outils et d'améliorer les existants si souhaités.*

■ *Pédagogie interactive qui puise sa dynamique dans les situations de travail partagées avec les participants : études de cas, co-vision, simulations et jeux de rôles structurent la progression des acquis.*

■ Enjeux

Impliquer de façon durable les apprenants dans l'acquisition d'un Savoir.

■ Formateur

Quadra Conseil

Les nouveaux modèles économiques

■ Objectifs

Concevoir des modèles économiques en rupture;
Comment trouver la différence visible

■ Thèmes abordés

Stratégie
Business model de rupture
S'appuyer les outils des stratégies modernes
Innovation

■ Public

Dirigeants ; porteurs de projet

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journée (7 heures)

■ Contenu

Il s'agit pour chaque entreprise de construire soit une offre nouvelle soit d'améliorer une offre existante en spécifiant :

- La proposition de valeur avec le formalisme Value Proposition Design
- Le modèle économique avec le formalisme *Business Model Canvas*
- Le positionnement stratégique de cette offre vis-à-vis de la concurrence
- Le rôle/poids de cette offre dans la stratégie globale de l'entreprise

Le Canevas de modèle économique est l'outil idéal pour appréhender l'innovation. Il est intégrateur et offre différentes portes d'entrée à l'innovation (par l'offre, par les procédés, par les modèles de revenus, l'open innovation...). Il permet d'imaginer et d'expliquer les mécanismes de création et de répartition de valeur.

L'atelier comprend :

- Théorie : présentation de la méthode ;
- Mise en pratique : construction d'un canevas de modèle économique à partir d'un scénario ;
- Echanges : chaque participant tire partie de l'expérience des autres participants.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets et les échanges entre participants.

Chaque participant contribue à produire le modèle économique des projets/entreprises des autres participants (au sein de groupes de 4 au maximum)

■ Enjeux

Sortir des standards de l'industrie et mettre en place une offre qui crée une valeur sans précédent pour le client

■ Formateur

Claude Cazalot, consultant en stratégie (PME, Start up, Grands Groupes)

Atelier stratégie océan bleu

■ Objectifs

Concevoir une proposition de valeur différenciée et adaptée aux besoins clients

■ Thèmes abordés

Stratégie ; Créativité ; Innovation ; Différenciation

■ Public

Dirigeants d'entreprise, chefs de produits, resp. marketing.

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

3 journées (21 heures)

■ Contenu

La méthode *Blue Ocean Strategy*® est centrée sur l'analyse des attentes clients.

L'objectif est de découvrir de nouveaux critères de valeur en se concentrant sur la valeur d'usage attendue par le client.

A partir de cette perspective, il devient possible de jouer simultanément sur le prix et la différenciation, en éliminant le superflu, et en répondant aux besoins réels du client, qu'ils soient exprimés ou latents, présents ou à venir.

Les outils permettent d'analyser l'offre actuelle et son adéquation aux besoins, son utilité, de rechercher de nouvelles idées, et de les valider.

La démarche s'adapte à tout type d'entreprise ou d'organisation et de projet d'innovation : de la TPE au grand groupe, de l'amélioration produit à la création d'un produit ou service entièrement nouveau.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

Trois ateliers d'une journée chacun permettent d'aborder la stratégie Océan Bleu de façon pratique. Le module alterne présentations théoriques illustrées par des exemples et mise en œuvre des outils par des exercices de groupe.

■ Enjeux

Comment sortir d'un schéma classique de marché concurrentiel ?

■ Formateur

Société de conseil
Océan Bleu

Atelier Design de modèle économique

■ Objectifs

Réalisation de business model en matière d'innovation

■ Thèmes abordés

Stratégie
Modèle économique
Créativité
Innovation

■ Public

Dirigeants ; porteurs de projet

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Le Canevas de modèle économique est l'outil idéal pour appréhender l'innovation. Il est intégrateur et offre différentes portes d'entrée à l'innovation (par l'offre, par les procédés, par les modèles de revenus, l'open innovation...). Il permet d'imaginer et d'expliquer les mécanismes de création et de répartition de valeur.

L'atelier comprend :

Théorie : présentation de la méthode ;

Mise en pratique : construction d'un canevas de modèle économique à partir d'un scénario ;

Echanges : concours de canevas : chaque équipe présente ses résultats.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

■ Enjeux

Comment innover à partir du modèle économique ?

■ Formateur

Société de Conseil
Océan Bleu

Atelier Nouveaux Business Modèles collaboratifs

■ Objectifs

Comprendre les nouveaux business modèles collaboratifs

■ Thèmes abordés

Ecosystème

Gestion de communauté

Stratégie

Modèle économique

Innovation

■ Public

Dirigeants ; porteurs de projet

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation permet de sensibiliser le stagiaire aux Nouveaux Business Modèles collaboratifs. Ces derniers sont apparus avec l'avènement des réseaux sociaux comme Facebook et la crise de 2008.

On parlera, entre autre, de communautés, de co-construction, de proximité, de crowdsourcing, crowdfunding, ... Les consommateurs expérimentent ces nouvelles pratiques au quotidien, ils souhaiteraient les retrouver dans leur sphère professionnelle.

L'atelier comprend :

Théorie : Origines techniques et fondements sociétaux de ces nouveaux business modèles.

Etude de cas concrets : Pour bien appréhender les concepts

Benchmarks : Afin de comprendre les modèles qui fonctionnent aujourd'hui.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive basée sur des études de cas, du Benchmark, exercices et échanges avec les participants

Mise en pratique : En groupe, sur 1 ou 2 projets apportés par les stagiaires

■ Enjeux

Comment faire évoluer son projet d'entreprise avec un business modèle collaboratif ?

■ Formateur

Norolanto Razafinimanana
Agence social media marketing N.
Razafinimanana

■ Objectifs

Connaître les leviers de webmarketing permettant de développer son activité sur le Web.

■ Thèmes abordés

Webmarketing, Google Adwords, Affiliation, bannières, email-marketing, référencement naturel, Analyse de trafic.

■ Public

Décideurs d'entreprise

■ Prérequis

Connaissance des usages du Web

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation sur le Webmarketing a pour objectif de sensibiliser les participants aux enjeux que représentent les différents leviers de Webmarketing. Cela leur permettra de maîtriser les éléments de décision importants dans la définition d'une stratégie de développement de la visibilité sur le Web pour leur entreprise.

L'existence d'une marque sur le web ne dépend pas uniquement de son action et il faut être bien conscient que sa e-réputation la précède généralement.

Cependant, il existe des moyens performants pour orienter et développer sa notoriété en ligne de façon à ce qu'elle devienne un moteur pour le développement de l'entreprise :

- Enjeux de la présence d'une entreprise sur le Web ;
- Les leviers de webmarketing ;
- Webanalytics.

■ Pédagogie

Eléments théoriques sur l'intégration des leviers de webmarketing dans la stratégie globale de l'entreprise.

Revue des leviers de webmarketing existants.

Illustrations par des cas concrets.

■ Enjeux

Quels sont les outils qui permettent d'améliorer la visibilité, le trafic d'un site web comme canal de prospection et fidélisation client ?

■ Formateur

Alliocha Iordanoff
Semaweb

Référencement naturel

■ Objectifs

- Fonctionnement de la nouvelle version de Google.
- Stratégie et méthode de mise en œuvre du référencement naturel

■ Thèmes abordés

Référencement naturel
Google, Google Panda,
analyse d'audience et de
performance

■ Public

Dirigeant de PME,
communiquant.

■ Prérequis

Usage avancé du Web

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation d'une journée sur référencement naturel dans les moteurs de recherche permettra aux entrepreneurs participants de comprendre le mode de fonctionnement de Google et des autres moteurs de recherche. De cette façon, ils pourront prendre des décisions éclairées sur les principales étapes d'une stratégie aboutie de présence dans les moteurs de recherche.

Google a opéré depuis quelques mois des changements majeurs dans sa façon de classer ses résultats, avec une version appelée Google Panda. Le paysage du Web est en train d'être profondément remodelé par les nouveaux usages de recherche et les technologies sémantiques innovantes de Google. Cette session de formation permettra de faire un tour d'horizon sur ce sujet majeur pour le développement d'une entreprise :

- Moteurs de recherche et nouveaux usages ;
- L'optimisation pour le référencement naturel (SEO) ;
- Indicateurs et outils d'analyse.

■ Pédagogie

Explications théoriques sur l'approche sémantique du classement des contenus Web par Google.
Etudes de cas.

■ Enjeux

Comment placer stratégiquement son entreprise sur les moteurs de recherche ?

■ Formateur

Alliocha Iordanoff
Semaweb

Réseaux sociaux et community management

■ Objectifs

- Comprendre quels sont les ressorts de la gestion d'e-réputation.
- Connaître les leviers d'action sur les réseaux sociaux pour développer et gérer la notoriété de la marque et de l'entreprise sur Internet

■ Thèmes abordés

Réseaux sociaux, e-réputation, gestion de communautés, risque d'e-réputation

■ Public

Dirigeant de PME, webmarketeur.

■ Prérequis

Bonne connaissance du Web

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation sur les réseaux sociaux permettra à l'entrepreneur d'appréhender sereinement les réseaux sociaux, et surtout d'évaluer leur pertinence et leur place dans une stratégie plus globale de Web marketing.

Au-delà des effets de mode, de vrais outils de développement de la notoriété s'offrent aux marques et aux entreprises, à condition de savoir les utiliser de manière optimale et en concertation avec les autres leviers d'acquisition de trafic.

- Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Google+ ;
- Les réseaux professionnels « fermés » : Linked'In, Viadeo... ;
- Le *community management* : Constitution de réseaux, animation de pages et de profils, identité numérique, marketing viral et social ;
- Pour aller plus loin : La mesure d'audience sociale, social commerce, applications sociales.

■ Pédagogie

Etat des lieux des éléments constitutifs de l'e-réputation des marques ou des personnes.

Cadre juridique lié à la présence sur le Web

Explications sur le fonctionnement des différents réseaux sociaux et leur intégration dans la stratégie de webmarketing de l'entreprise.

Présentation d'exemples pour illustrer des cas concrets.

■ Enjeux

Quelle démarche employer pour surveiller, influencer, contrôler et défendre la réputation de l'entreprise sur internet ou autres canaux à dimension communautaire ?

■ Formateur

Alliocha Iordanoff
Semaweb

Virus, arnaques et piratages informatiques : risques et solutions

■ Objectifs

Découvrez les règles de bonnes pratiques et des attitudes responsables qui sont les clés permettant d'enrayer ce phénomène.

■ Thèmes abordés

- Etat des lieux de la cybercriminalité en France et dans le monde;
- Les principaux cas de piratages et d'arnaques expliqués ;
- Les bonnes pratiques au quotidien pour limiter les risques ;
- Etude de vos témoignages et analyse de cas.

■ Public

Décideurs, dirigeants, utilisateurs

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 x 1 jour (niv.1 et niv.2)
ou 2 journées (14 heures)

■ Contenu

Le contexte de l'Internet et l'ampleur du phénomène de la cybercriminalité nous poussent à modifier nos comportements au quotidien.

Avons-nous raison d'avoir peur ? De quoi doit-on avoir peur ? Comment se protéger ?

Les réponses évidentes sont techniques, mais il n'en est pas moins vrai que des règles de bonnes pratiques et des attitudes responsables seront les clés permettant d'enrayer le phénomène.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des situations pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire seront étudiés de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique.)

Inutile d'emmener votre ordinateur.

■ Enjeux

Protéger son patrimoine immatériel des pirates informatiques

■ Formateur

Denis JACOPINI
Le Net Expert

Victime d'un prélèvement frauduleux sur votre compte bancaire ? Que faire ?

■ Objectifs

Découvrez les règles de bonnes pratiques et des attitudes responsables qui sont les clés permettant d'enrayer ce phénomène.

■ Thèmes abordés

- Etat des lieux des arnaques et des fraudes en France et dans le monde;
- Les techniques utilisées par les pirates pour vous dérober de l'argent;
- Les bonnes pratiques au quotidien.

■ Public

Décideurs, dirigeants

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

*Vous venez de constater un paiement douteux sur votre relevé bancaire ?
Et si vous vous étiez fait piéger ?*

2% des ménages français ont été victimes de débits bancaires frauduleux en 2010, soit 500 000 ménages. Ce chiffre est passé à 800 000 en 2014 (+60%). L'augmentation du phénomène, qui a tendance à exploser continue sa progression incoercible.

Qu'en est-il de votre entreprise ?

Venez découvrir les techniques utilisées dans l'ombre par ces pirates informatiques et les techniques pour les contrer.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des situations pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire seront étudiés de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique.)

Inutile d'emmener votre ordinateur.

■ Enjeux

Protéger son patrimoine immatériel des pirates informatiques

■ Formateur

Denis JACOPINI
Le Net Expert

Comment mettre son établissement en conformité avec la CNIL ?

■ Objectifs

Découvrez les règles à respecter pour mettre votre établissement en règle avec la CNIL.

■ Thèmes abordés

- Qui détient des données personnelles ?
- Introduction à la loi Informatique et libertés ;
- Que doit-on déclarer à la CNIL ?
- Quelles sont les étapes indispensables pour se mettre en conformité ?
- Le cas de votre établissement.

■ Public

Décideurs, dirigeants

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

Après 4 ans de préparation, le Parlement européen a adopté mercredi 6 avril 2016 le règlement sur la protection des données personnelles, qui entrera en application au printemps 2018.

Toutes les entreprises sont concernées par cette obligation de se mettre en conformité avec la CNIL depuis 1978 (cf Loi Informatique et Libertés), mais désormais, elles seront aussi obligées d'informer leurs clients dont leurs données personnelles auront été volées à la suite d'un piratage par exemple.

Au delà des amendes, c'est maintenant la réputation des entreprises qui est en jeu. Quelle valeur lui donnez vous ? Serez-vous prêt à la perdre pour ne pas avoir fait les démarches dans les temps ? Qu'est ce qui se cache derrière cette loi ? Quels sont les étapes indispensables et les pièges à éviter pour que cette mise en conformité ne se transforme pas en fausse déclaration ?

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des situations pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire seront étudiés de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique.)

Inutile d'emmener votre ordinateur.

■ Enjeux

Respecter les règles de la CNIL
Éliminer les risques de réputation

■ Formateur

Denis JACOPINI
Le Net Expert

Est-ce que votre site internet est en règle avec la CNIL ?

■ Objectifs

Découvrez les règles à respecter pour mettre votre établissement en règle avec la CNIL.

■ Thèmes abordés

- Qui détient des données personnelles ?
- Introduction à la loi Informatique et libertés ;
- Que doit-on déclarer à la CNIL ?
- Quelles sont les étapes indispensables pour se mettre en conformité ?
- Le cas de votre établissement.

■ Public

Décideurs, dirigeants

■ Prérequis

Aucun

■ Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Vous disposez d'un site Internet professionnel ou associatif ? Alors, par son intermédiaire, vous collectez des données à caractère personnel.

Au delà de l'aspect réglementaire relatif à l'objet de votre activité, vous êtes également concerné par des obligations relatives à la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978. La CNIL veille à ce que vous respectiez des règles et les oublier vous rend pénalement responsable.

Se mettre en conformité avec la CNIL est obligatoire et gratuit. Cependant, que se cache t-il derrière cette loi et quels sont les étapes indispensables et les pièges à éviter ?

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des situations pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire seront étudiés de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique.)

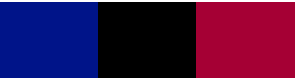
Inutile d'emmener votre ordinateur.

■ Enjeux

Respecter les règles de la CNIL
Éliminer les risques de réputation

■ Formateur

Denis JACOPINI
Le Net Expert



Contact:

Jean-Christophe Lallement : 04 66 78 51 71
 06 15 08 01 65
jean-christophe.lallement@mines-ales.fr

Chantal Jaffiol : 04 66 78 20 82
chantal.jaffiol@mines-ales.fr