

CATALOGUE FORMATIONS

2019



En partenariat avec

CADEXCO



CONSEIL - AUDIT - EXPERTISE COMPTABLE

Robertz Co.
Innovate Beyond Strategy

Des formations qui conjuguent Energie, Idées Neuves et Résultats Concrets... une formidable aventure humaine !

Une ambition Renforcer cette année 2019.

Toute formation vise un changement, créer les conditions de ce changement est notre métier : de la compréhension à l'appropriation, de la connaissance à la compétence, de la résistance à l'adhésion. Nos interventions privilégient le développement de la responsabilité et de l'autonomie des personnes. Maintenir en permanence ses connaissances à jour dans un environnement concurrentiel turbulent, devient une composante majeure dans l'amélioration continue de la productivité des entreprises.

Caudexco Professional Learning accompagne les entreprises soucieuses d'accroître leurs performances, dans leurs projets de transformation de leur entreprise, par la mise à niveau des compétences de leur capital humain. Pour y parvenir, **Caudexco Professional Learning** programme des sessions de formation en adéquation avec les besoins des entreprises. Nos consultants usent d'une pédagogie souple et adaptée à l'environnement professionnel, en alliant leur expérience pédagogique à leur expertise technique, acquise sur le terrain.

Sur votre demande, toutes ces formations pourront faire l'objet d'un déploiement en intra, et, sont éligibles au programme Optimize qui est une solution innovante de formations qui vous permet d'optimiser votre budget de formation et d'améliorer l'efficacité de votre Capital Humain.



CADEXCO

LES ATOUTS DE NOS FORMATIONS

- Des Formations construites pour rencontrer les besoins concrets des organisations et des participants
- Des contenus innovants pour anticiper vos besoins liés à la transformation de l'environnement
- La Valorisation de la formation grâce à la délivrance d'un Attestation de formation
- Une Pédagogie active qui articule la théorie avec la pratique (30% d'apport théorique et 70% de pratique)
- Des parcours de formations qui renforcent vos compétences et votre leadership, et boostent votre carrière

NOS SOLUTIONS DE FORMATION

Notre expertise en ingénierie de la formation nous permet de vous proposer un éventail exceptionnel de modalités de formation et de les combiner entre elles en un mix original, intelligent, adaptée au contexte de votre organisation.

FORMATION INTERENTREPRISES

En salle, dans une dynamique de groupe avec les employés d'autres entreprises **-04 personnes minimum-**, pour un échange d'idées, un partage d'expériences, une confrontation des savoirs et des connaissances, plus de 30 thèmes de formation renouvelés en permanence sont dispensés pour répondre à tous les besoins individuels de formations de vos collaborateurs.

FORMATION TAILOR-MADE

A votre demande des entreprises, **Caudexco Professional Learning** peut procéder à la création et la proposition de formations spécifiques. Opter pour une formation Tailor-Made permet de personnaliser et d'adapter le contenu de la formation selon les besoins exprimés.

Les avantages des formations Tailor-Made :

- Les formations sur mesure sont programmées selon les besoins du client
- Elles bénéficient d'une approche personnalisée : des cas pratiques spécifiquement orientés vers le secteur d'activité ou l'entreprise elle-même (avec l'engagement de confidentialité) peuvent être proposés ;
- Ces formations peuvent être dispensées dans les bureaux de l'entreprise, dans notre centre de formation ou dans tout autre lieu (hôtel, etc...) proposé par l'Entreprise ;
- La formation « Tailor-Made » est souvent plus avantageuse lorsqu'un nombre suffisant de participants d'une même société désire suivre simultanément un cours de même niveau, et elle permet l'acquisition de pratiques et d'un langage commun pour une meilleure cohésion des équipes.

Demandez-votre devis à notre pôle formations par téléphone au +241 07 66 66 32/ 01 76 36 13;
contact.gabon@caudexco.com

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

TARIFS

- Nos tarifs sont forfaitaires : ils comprennent la documentation pédagogique remise pendant la formation, les repas.
- Toute formation commencée est due en totalité, de même si le participant ne s'est pas présenté.

PAIEMENT

Nos formations sont payables 100% à l'avance

INSCRIPTIONS

À réception de votre inscription, formalisée par l'envoi du bulletin rempli et signé ou d'un bon de commande, nous vous adressons une facture qui tient lieu de convention de formation simplifiée. Une convocation qui précise les horaires et confirme le lieu est transmise aux participants 07 jours avant la formation.

REPLACEMENTS / ANNULATIONS / REPORTS

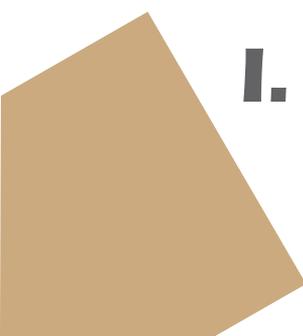
- Formulées par écrit, les annulations donnent lieu à un remboursement ou à un avoir intégral si elles sont reçues 10 jours avant la formation. Passé ce délai, 50 % du montant de la participation, ou 100 % en cas d'annulation le jour J, sera retenu à titre d'indemnité forfaitaire. Ce dédit ne peut en aucun cas être imputé sur le montant de la participation au développement de la formation professionnelle.
- Les remplacements de participants sont admis à tout moment sans frais sur communication écrite des noms et coordonnées du remplaçant.
- Robertz & Co. se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou les animateurs, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.
- Une session de formation est ouverte pour un nombre minimum de 4 personnes

SOMMAIRE

I. RESSOURCES HUMAINES	6
Ingénierie De La Formation : Élaboration Et Conception D'un Plan De Formation	7
Le Délégué Du Personnel : Un Moteur Du Dialogue Social, De La Paix Sociale Et De La Performance De L'entreprise	8
Le Bilan Social Et Les Tableaux De Bord Comme Des Outils De Pilotage Des Ressources Humaines	9
II. STRATÉGIE & PILOTAGE	10
Gérer le Changement	11
Concevoir et Déployer un Projet Stratégique	12
Réussir l'exécution de votre stratégie!	13
Concevoir une Stratégie d'Entreprise	14
Tableau de Bord : Outil de Pilotage pour la Performance	15
Organiser & Animer la veille stratégique	16
III. EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE	17
Le marketing de soi	18
Savoir-être en Entreprise	19
Optimiser son temps pour en gagner en efficacité	20
Développer ses Habilités de Communication	21
Convoquer et Animer une réunion	22
Résolution de problèmes : appréhender les techniques de gestion des problèmes	23
IV. QUALITÉ	24
Réaliser un audit qualité interne : ISO 9001 Management de la qualité	25
Guide Pratique du Lean Six Sigma	26
Pilote de Processus	27
V. LEADERSHIP & MANAGEMENT	28
Les clés du management	29
Gérer les conflits efficacement	30
Animer et motiver son équipe	31
Manager : Booster votre efficacité personnelle	32
Leadership efficace – Délégation performante	33
Motiver ses collaborateurs	34
VI. MARKETING & VENTE	35
Perfectionnement aux Techniques de Vente	36
Les Fondamentaux du Marketing	37
Les fondamentaux du marketing Digital	38
Organiser et Conduire Une étude de marché	39
Bâtir un plan Marketing Efficace	40
Élaborer une stratégie de communication Digitale	41
VII. FINANCES	42
Gérer la trésorerie au quotidien	43
Optimiser la gestion de trésorerie	44
Gestion de la trésorerie en devises et du risque de change	45
Trésorier d'entreprise	46
VIII. CONTRÔLE DE GESTION	47
Contrôle de gestion : Méthodes et outils pour analyser et améliorer la performance	48
Conception et mise en place d'un système de contrôle de gestion	49
Maîtriser la Gestion Budgétaire	50
IX. ASSURANCES	51



I. RESSOURCES HUMAINES



INGENIERIE DE LA FORMATION : ÉLABORATION ET CONCEPTION D'UN PLAN DE FORMATION

Objectifs

- Développer des habiletés de gestion et d'ingénierie de la formation en entreprise
- Faire le lien entre la politique de formation et la gestion des carrières
- Identifier les fonctions de gestion utilisées dans le processus de l'ingénierie de la formation
- Décrire la démarche d'ingénierie de la formation
- Appliquer la démarche d'élaboration du plan de formation
- Utiliser les outils de l'assurance qualité en formation
- Analyser les enjeux organisationnels de la formation en entreprise

Personnes Concernées

Délégués du personnel, Responsables en charge de la gestion des Ressources Humaines, Chef de Départements opérationnels
Cadres ayant à gérer les relations avec les IRP

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 04 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

I. La politique de formation

- Les objectifs de la formation du personnel
- La mise au point d'un plan de formation
- La gestion des carrières

II. L'idée de formation-Investissement

III. Gestion et Ingénierie de la formation

- Les fonctions de gestion dans la formation
- Compétences de gestion de la formation
- Budgétiser la formation
- Gérer et conserver les rapports de formation

IV. La démarche de l'ingénierie de la formation

- Définition et caractéristiques
- Démarche d'ingénierie de la formation

V. Élaborer un plan de formation

- Les finalités possibles d'un plan de formation
- Les avantages d'un plan de formation
- Contenu du document plan de formation

VI. Assurance qualité en formation

- Etablissement des mesures de qualité
- Assurance qualité et évaluation
- Diagnostiquer les échecs de formation
- Les critères d'assurance qualité d'un plan de formation

VII. Les enjeux organisationnels de la formation

- Pour les salariés
- Pour les responsables opérationnels
- Pour les dirigeants
- Les défis de responsable de la formation

LE DÉLÉGUÉ DU PERSONNEL : UN MOTEUR DU DIALOGUE SOCIAL, DE LA PAIX SOCIALE ET DE LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE

Objectifs

- Donner aux Délégués du Personnel (DP) une parfaite connaissance du rôle, des attributions et des moyens alloués
- Comprendre l'articulation entre les fonctions de Délégué du Personnel et Membre du CE
- Identifier les obligations et droits respectifs des membres de la DUP et de l'employeur
- Transmettre au délégué du personnel les outils pratiques à l'exercice de ses attributions

Personnes Concernées

Délégués du personnel, Responsables en charge de la gestion des Ressources Humaines, Chef de Départements opérationnels
Cadres ayant à gérer les relations avec les IRP

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

I. Les Instances de Représentation du Personnel (IRP)

- Historique de la fonction du DP
- Mission des IRP
- Fondements juridique de la fonction de DP

II. Comprendre les rôles et mission d'un délégué du personnel

- Définir les rôles et missions du délégué du personnel
- Appréhender les relations du DP avec les autres institutions représentatives du personnel

III. Connaître le cadre réglementaire du Délégué du personnel

- Les obligations des délégués du personnel
- Droits et prérogatives des délégués du personnel
- Garanties de l'exercice des fonctions

IV. La préservation du climat social

V. La protection des délégués du personnel



LE BILAN SOCIAL ET LES TABLEAUX DE BORD COMME DES OUTILS DE PILOTAGE DES RESSOURCES HUMAINES

Objectifs

- Mettre en place les tableaux de bord de gestion du personnel et réaliser le bilan social.
- Créer des tableaux de bord présentant les indicateurs pertinents à la gestion du personnel.
- Établir le bilan social pour se doter d'un outil efficace de communication et de diagnostic social

Personnes Concernées

Délégués du personnel, Responsables en charge de la gestion des Ressources Humaines, Chef de Départements opérationnels
Cadres ayant à gérer les relations avec les IRP

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

I. Principes généraux

- o Le tableau de bord : outil d'information, de pilotage et d'action de la stratégie RH
- o Organiser la collecte des informations nécessaires
- o Identifier les interlocuteurs, utilisateurs et lecteurs : adapter sa présentation

II. Concevoir et élaborer un tableau de bord

- o Éléments à analyser et à contrôler : rémunérations, effectifs, absentéisme, turnover, relations sociales
- o Collecter des informations auprès des différents services : implication des chefs de service et des salariés
- o Identification et choix des indicateurs à retenir

III. Méthodologie d'élaboration de tableaux de bord sur Excel

- o Identification des différentes phases à réaliser
- o Principales fonctionnalités d'Excel permettant l'établissement des divers tableaux de bord
- o

IV. Le Bilan Social

- Cadre légal du bilan social
- o Champ d'application : les entreprises et établissements assujettis à l'obligation de bilan social
- Élaboration du bilan social
- Analyse du bilan social
- o Distinguer bilan social et tableaux de bord de gestion sociale
- o Bilan social, outil d'information et de pilotage : rémunération, recrutement, climat social...
- o Limites du bilan social : les évolutions à prendre en compte
- o De nouvelles obligations en matière d'information sociale.



II. STRATÉGIE & PILOTAGE

Objectifs du séminaire

- Identifier les causes des difficultés de la conduite du changement
- Conduire, accompagner et piloter le changement dans l'entreprise.
- Communiquer et créer une dynamique de changement.
- Anticiper les résistances.

Personnes Concernées

- Tout manager confronté à de nouveaux défis

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Comprendre les enjeux de la multiplication et de l'accélération des mutations récentes

- Recenser les principaux changements vécus par les participants et mesurer les enjeux pour leur entreprise.
- Identifier les « signaux faibles » déjà perceptibles de changements en devenir.

2. Connaître le processus de changement et les comportements individuels associés à chaque étape

- Les caractéristiques du changement.
- Les 5 étapes du changement
- Les 4 comportements possibles des collaborateurs face au changement.

3. Identifier les causes des résistances au changement

- Les causes personnelles et psychologiques.
- Les causes culturelles : le poids des habitudes.
- Les causes organisationnelles : les positions acquises et la redistribution du pouvoir.

4. Identifier les actions à mener selon les acteurs

- S'appuyer sur les collaborateurs moteurs en les mettant en position d'influence.
- Donner aux collaborateurs suiveurs la possibilité d'accroître leur degré d'influence.
- Informer et chercher à convaincre les opposants.

5. Préparer le changement

- Expliquer et rassurer.
- Écouter et dialoguer.
- Donner une vision claire et positive du changement à court et moyen terme.

6. Piloter et mettre en place le changement

- Former et communiquer
- Faciliter l'appropriation.
- Piloter le changement comme un projet spécifique
- Entretenir au quotidien l'adhésion et l'engagement de tous.

Concevoir et Déployer un Projet Stratégique

Objectifs du séminaire

- Définir les composantes d'un projet de structure
- Maîtriser les étapes clés de la formalisation du projet
- Réussir le cadrage, le lancement et le pilotage du projet
- Accompagner le changement pour les équipes

Personnes Concernées

Responsables et managers d'entités désirant impulser, lancer et mettre en œuvre un projet stratégique ou d'entité

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Initier la réflexion stratégique de l'entreprise

- Les rôles du dirigeant et du comité exécutif.
- Les leviers de la réflexion stratégique : vision, missions, compétences.
- Les stratégies au cours du cycle de vie de l'entreprise.
- La démarche de la réflexion jusqu'au déploiement.

2. Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement externe

- Cycle de vie marché et cycle de vie produit.
- La concurrence élargie et les forces en puissance.
- Anticiper les évolutions macro-économiques.
- La segmentation des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).

3. Estimer les compétences clés de l'entreprise

- Les 7 défis stratégiques de l'entreprise.
- L'analyse de la chaîne de la valeur.

4. Évaluer les aires de business actuelles et potentielles

- Mesurer l'attractivité du marché et les capacités de l'entreprise.
- Utiliser les matrices d'aide à la décision : BCG, Mc Kinsey et ADL.
- L'audit S.W.O.T.
- Identifier les facteurs clés de succès et les enjeux pour l'entreprise.

5. Déterminer les choix stratégiques de l'entreprise

- De l'audit S.W.O.T au choix d'axes stratégiques.
- Les 3 stratégies de M. Porter : domination par les coûts, focalisation, différenciation.
- Les stratégies de développement :
 - o croissance ;
 - o diversification ;
 - o Blue Ocean.

Réussir l'exécution de votre stratégie!

Objectifs du séminaire

- Apprendre à détecter et à éviter les pièges habituels de l'exécution de la stratégie
- Contribuer à l'alignement des équipes en phase d'exécution de la stratégie
- Utiliser le canevas « Strategy Execution » pour relier de façon tangible et pragmatique les objectifs de l'entreprise aux objectifs individuels
- En tant que leader, s'équiper d'une nouvelle compétence critique et développer son employabilité
- Se mettre en ordre de marche pour réussir l'exécution de sa stratégie
- Découvrir les 7 dynamiques humaines qui impactent l'exécution de la stratégie

Personnes Concernées

- Dirigeants d'entreprise, Experts stratège, Chefs de projet, PMO Managers, Entrepreneurs, Business Coach

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Le « 8 », un modèle simple et pragmatique de **l'exécution de la stratégie**
2. **Tester sa stratégie**
 - Apprendre 3 points de contrôle critiques pour évaluer si sa stratégie est prête pour la phase d'exécution
 - Au-delà du « mission Statement », définir un projet inspirant pour déployer sa stratégie
3. **Communiquer sa stratégie**
 - Appliquer le modèle des « 3 H » dans sa communication pour s'assurer de l'adhésion de toutes les parties prenantes
 - Apprendre à se prémunir contre la distorsion des messages et contrer le fléau de la connaissance
4. **Cascader sa stratégie**
 - Comprendre les 9 points critiques que tout leader devrait savoir au sujet des balanced score cards
 - Poser 4 questions cruciales pour découper sa stratégie en segments opérationnels et intégrés dans le processus budgétaire
5. **Mesurer sa stratégie**
 - Ré-évaluer l'importance de la valeur accordée aux KPI's et découvrir une nouvelle approche pour mesurer les progrès de votre stratégie
 - Clarifier son tableau de bord en gardant les indicateurs qui comptent réellement
6. **Définir ses objectifs et choisir ses projets**
 - Au-delà de l'approche SMART, définir des objectifs ambitieux pour soi-même et les autres
 - Découvrir pourquoi la plupart des entreprises éprouvent des difficultés dans la gestion de leurs projets stratégiques et apprendre comment surmonter cette difficulté
7. **Mettre en place des habitudes gagnantes**
 - Apprendre les 5 principes que les personnes qui réussissent connaissent au sujet de la puissance des habitudes et appliquer ces principes à votre réussite
8. **Motiver les personnes à réussir l'exécution de la stratégie**

Concevoir une Stratégie d'Entreprise

Objectifs du séminaire

- Comprendre la démarche et les composantes de la réflexion stratégique.
- Acquérir les méthodes et outils d'analyse de l'environnement externe et interne.
- Savoir utiliser et interpréter les matrices d'aide à la décision.

Personnes Concernées

- Dirigeants d'entreprise, de filiales, de centres de profits et membres de comités de direction impliqués dans les réflexions et les actions sur le futur de l'entreprise

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

1. Initier la réflexion stratégique de l'entreprise

- Les rôles du dirigeant et du comité exécutif.
- Les leviers de la réflexion stratégique : vision, missions, compétences.
- Les stratégies au cours du cycle de vie de l'entreprise.
- La démarche de la réflexion jusqu'au déploiement.

2. Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement externe

- Cycle de vie marché et cycle de vie produit.
- La concurrence élargie et les forces en puissance.
- Anticiper les évolutions macro-économiques.
- La segmentation des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).

3. Estimer les compétences clés de l'entreprise

- Les 7 défis stratégiques de l'entreprise.
- L'analyse de la chaîne de la valeur.

4. Évaluer les aires de business actuelles et potentielles

- Mesurer l'attractivité du marché et les capacités de l'entreprise.
- Utiliser les matrices d'aide à la décision : BCG, Mc Kinsey et ADL.
- L'audit S.W.O.T.
- Identifier les facteurs clés de succès et les enjeux pour l'entreprise.

5. Déterminer les choix stratégiques de l'entreprise

- De l'audit S.W.O.T au choix d'axes stratégiques.
- Les 3 stratégies de M. Porter : domination par les coûts, focalisation, différenciation.
- Les stratégies de développement :
 - o croissance ;
 - o diversification ;
 - o Blue Ocean.

Tableau de Bord : Outil de Pilotage pour la Performance

Objectifs du séminaire

- Identifier les critères de performance de l'entreprise.
- Définir les indicateurs pertinents à la performance et au pilotage.
- Concevoir le tableau de bord de son activité.
- Mettre son tableau de bord en forme.
- Utiliser le tableau de bord comme outil de management.

Personnes Concernées

- Responsable d'équipe, de projet ou de processus.
- Responsable qui pilote à l'aide d'un tableau de bord.

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

- 1. Définir les critères de la performance**
 - Les différents niveaux de performance : financière, clients, processus internes, humaine, innovation : le tableau de bord prospectif.
 - Identifier les critères de performance de son service : missions, activités clés, variables explicatives de la performance.
 - Fixer des objectifs SMART.
- 2. Concevoir son tableau de bord**
 - Mise sous contrôle d'une activité :
 - Les différentes catégories d'indicateurs :
 - Choisir les indicateurs significatifs à partir des critères de performance.
- 3. Formaliser le tableau de bord**
 - Les clés d'un tableau de bord communiquant.
 - Choisir le bon type de graphe.
- 4. Le tableau de bord, outil de management**
 - Déploiement des objectifs de son service et de l'entreprise.
 - Définir les moyens cohérents avec la performance attendue : humains, financiers, matériels.
 - Personnaliser les objectifs de chaque collaborateur.
 - Suivre la performance individuelle.
 - Outil de benchmarking.
 - Communiquer avec ses équipes sur la performance.
- 5. Tableaux de bord spécifiques**
 - De suivi de projet.
 - De processus.

Organiser & Animer la veille stratégique

Objectifs du séminaire

- Définir & Maîtriser les étapes clés d'une démarche de veille stratégique
- Identifier les sources d'information les plus pertinentes.
- Renforcer l'analyse et l'exploitation de l'information stratégique.

Personnes Concernées

Managers impliqués dans la mise en œuvre de stratégies d'entreprise ; des responsables du marketing, de la recherche et développement, des services d'information, de la communication ; ainsi que tout professionnel souhaitant consolider ses compétences en veille stratégique

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Définition, Approches et Typologie de la Veille Stratégique

- Définition
- Approches de la Veille Stratégique
- Les Types de Veille

2. La place et le rôle central de l'information dans la veille stratégique

- Chaîne de valeur de l'information stratégique
- Cycle de la veille
- L'Enjeu : Trouver la Bonne Information
- L'Impératif : L'Exploiter de façon Pertinente, Créative et Efficace

3. Composantes, Objectifs et Nécessité d'une Veille Stratégique Méthodique

- Les Composantes de la Veille Stratégique
- Les Objectifs de la Veille Stratégique
- Nécessité d'une Veille Stratégique Méthodique

4. Déterminer les enjeux de la veille stratégique

- Le processus de planification stratégique
- Les évolutions des marchés.
- La veille concurrentielle : outil de réduction de l'incertitude.

5. Mettre en Place un Dispositif de Veille Stratégique dans l'Entreprise

- Les préalables
- Le Processus
- Les Procédures

6. Animation de la veille stratégique

- Modalité & fiche de poste d'un animateur
- Typologie de l'animation (communautés d'intérêt, usages & diffusion, amélioration continue)
- Règles à respecter
- Apport du dispositif dans la gestion des savoirs, des compétences
- « Commercialisation » de la veille stratégique en interne
- Procédure de révision des axes de veille



III. EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

Le marketing de soi

Objectifs du séminaire

- Réaliser son audit personnel.
- Se démarquer, exprimer ses talents.
- S'affirmer et être reconnu dans son activité.

Personnes Concernées

- Tous

Méthode Andragogique

- Ateliers méthodologiques
- Vidéo projection
- Simulation
- Études de cas

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

1. Introduction

- Pourquoi bien se connaître ?
- Pourquoi s'affirmer dans sa vie professionnelle ?
- Comment mieux communiquer en usant d'assertivité ?

2. Construire un discours

- Réaliser son SWOT personnel pour :
 - o savoir qui on est, d'où on vient,
 - o évaluer ses domaines de compétences,
 - o comprendre sa manière de fonctionner,
 - o s'appuyer sur ses points forts,
 - o identifier ses freins, ses peurs, ses craintes,
 - o trouver son positionnement,
 - o définir ses objectifs personnels et professionnels.

3. S'approprier les outils du marketing de soi : les 3 C

- Conscience (les objectifs) :
 - o avoir une bonne conscience de soi, de ses compétences, de ce que l'on aime faire,
 - o prendre conscience de ses besoins,
 - o retrouver ses sources de motivation.
- Cohérence (les moyens) :
 - o rester ouvert,
 - o préserver son plaisir d'agir et sa motivation,
 - o maîtriser sa communication.
- Confiance (le résultat) :
 - o avoir confiance en soi,
 - o laisser tomber la pression inutile.

4. Déployer le plan marketing de soi

- Diffuser son message, se faire connaître.
- Communiquer avec conviction.
- Parler de soi et de ses réussites.
- Rester visible. Gérer son image.
- Rester soi-même, être cohérent.
- Cultiver son réseau.

Programme

Objectifs du séminaire

- Adopter la bonne attitude au quotidien, trouver son style pour donner une bonne image de soi
- Comprendre l'impact du comportement non verbal sur ses relations professionnelles
- Apprendre à mieux se connaître pour mieux comprendre les autres
- Optimiser sa communication verbale et non verbale

Personnes Concernées

- Toute personne qui souhaite développer son savoir-vivre professionnel et faciliter ses relations avec les autres

Méthode Andragogique

- Ateliers méthodologiques
- Vidéo projection
- Simulation
- Études de cas

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

1. Pourquoi développer son savoir être professionnel ?

- Pourquoi présenter une bonne image ?
- Quelles sont les conséquences pour soi et pour son quotidien ?
- Retour sur son rapport au savoir-être et au savoir-vivre avec les autres

2. Adopter le bon comportement professionnel en entreprise

- Prendre connaissance de soi, définir l'image de soi et la confiance en soi
- Comprendre l'impact qu'exerce son image sur soi et sur les autres
- Définir si son image contribue ou non à se mettre en valeur
- Apprendre à mettre en avant ses talents
- Accepter ses capacités et ses limites, ses défauts
- Prendre conscience de l'impact de son comportement non verbal dans la communication

3. Intégrer les règles incontournables de la vie en entreprise

- Mise au point sur la notion de harcèlement morale et de respect mutuel
- Comprendre le fonctionnement, les règles et usages de chacun
- Utiliser les règles de politesse et les expressions appropriées à chaque circonstance
- Savoir gérer les situations embarrassantes, éviter les impairs, les rattraper s'ils se sont produits
 - o Présenter et recevoir des excuses
- Tutoyer ou vouvoyer ? Adopter la bonne distance

4. S'intégrer dans une équipe

- Intégrer et comprendre la culture de son entreprise : ses valeurs et ses codes
- Comprendre vite pour s'adapter rapidement : les personnes, les objectifs, les contraintes
- Développer son écoute active et optimiser sa communication

5. Intégrer les technologies dans l'appréciation du savoir-vivre

- Adopter les bons usages de la messagerie au travail, les codes et les limites

Optimiser son temps pour en gagner en efficacité

Objectifs du séminaire

- Faire le bilan de sa gestion du temps.
- S'approprier des outils concrets de gestion du temps.
- Traiter les urgences et les imprévus avec plus de sérénité et d'efficacité.

Personnes Concernées

- Tous

Méthode Andragogique

- Ateliers méthodologiques
- Vidéo projection
- Simulation
- Études de cas

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Donner du sens au temps

- Faire un autodiagnostic et un bilan de sa gestion du temps.
- Connaître son rythme de travail.
- Repérer ses pertes de temps.

2. Clarifier son poste

- Évaluer ses missions, analyser ses activités et leur répartition sur une journée.
- S'organiser et planifier en tenant compte des caractéristiques de son métier.

3. S'organiser

- Anticiper et planifier : les outils (rétroplanning, check-list, boîte mails...).
- Gérer les imprévus, savoir filtrer.
- Gérer les interruptions et sollicitations.
- Déléguer.
- Savoir dire non avec tact.

4. Se fixer des objectifs atteignables

- Définir et hiérarchiser ses priorités.
- Éliminer l'inutile.
- Différencier important et urgent.

5. S'approprier des supports simples et efficaces de gestion du temps

- Agencer son espace de travail.
- Mettre à jour et optimiser les outils existants. En créer de nouveaux.
- Identifier les changements ou les améliorations à mettre en place.

6. Réduire ses tiraillements

- Éviter la dispersion.
- Agir au bon niveau.
- Gagner en efficacité sans tomber dans la suractivité.

7. Élaborer un plan d'action personnalisé

- Se fixer des objectifs personnels de progrès.
- S'engager sur un contrat de changement durable.

Développer ses Habiletés de Communication

Objectifs du séminaire

Comprendre les processus de la communication interpersonnelle

Acquérir les techniques de communication améliorant l'impact sur un auditoire

Personnes Concernées

Toute personne souhaitant développer ses aptitudes à la communication pour gagner en efficacité et en aisance dans les situations professionnelles

Méthode Andragogique

- Ateliers méthodologiques
- Vidéo projection
- Simulation

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Mieux Communiquer : Comprendre ce qu'est la Communication Efficace

- La communication en organisation
- Les fondements de la communication interpersonnelle
- Les caractéristiques de la communication interpersonnelle
- Les composantes de la communication interpersonnelle
- Facteurs d'échec et obstacles de la communication

2. Identifier et connaître ses habiletés de communication

- Les règles de la communication interpersonnelle.
- L'importance De La Communication
- Les différentes habiletés de communication

3. Les principes de la communication verbale

- Les caractéristiques de la communication verbale
- Les valeurs de la communication verbale
- Les modes de communication verbale

4. Importance de la communication non verbale

- Les caractéristiques de la communication verbale
- Les formes de communication non verbale

Convoquer et Animer une réunion

Objectifs du séminaire

- Maîtriser les techniques de réunion en tant qu'outil de management
- Augmenter la productivité de ses réunions et faire gagner du temps à tous
- S'affirmer comme animateur : perfectionner son style d'animation et ses prises de parole

Personnes Concernées

Toute personne amenée à animer une réunion ou un groupe de travail et souhaitant répondre à cet enjeu d'efficacité collective

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Les bases pour toute réunion

- Identifier le type de réunion et choisir sa méthodologie appropriée
- Définir et formuler les objectifs à atteindre à l'issue de la réunion, les étapes, la durée de chaque séquence
- Établir l'ordre du jour, la durée globale, les intervenants clés
- Définir le rétro-planning : prévoir l'organisation matérielle : convocations, ordre du jour, préparer les supports et les aides visuelles, préciser les rôles

2. Maîtriser son animation, les ficelles pour réussir

- Comment animer ?
- Adopter la posture de l'animateur leader
- Utiliser les techniques d'animation efficace
- Gérer les situations difficiles

3. Garantir l'efficacité de la réunion et l'atteinte des objectifs

- Favoriser l'implication
- Gérer son temps : synthétiser, recentrer
- Faire progresser la réunion : favoriser les échanges et la production d'idées, veiller à l'équilibre des temps de parole, traiter les objections et les freins, prendre appui sur ses alliés
- Utiliser les outils d'aide à la prise de décision
- Formaliser la production du groupe
- Conclure et prévoir le suivi de la réunion
- Réaliser le compte-rendu

Résolution de problèmes : appréhender les techniques de gestion des problèmes

Objectifs du séminaire

- Savoir identifier le fonctionnement du processus de résolution d'un problème
- Étiqueter un problème et en analyser les causes
- Construire les solutions optionnelles et prendre les bonnes décisions
- Planifier et mettre en œuvre les actions de résolution de problème
- Fédérer une équipe pour résoudre efficacement un problème.
- Comprendre la logique de l'amélioration continue.

Personnes Concernées

- Managers en charge d'un service ou/et d'une entreprise
- Responsables de projet d'organisation
- Responsables techniques (production, logistique, marketing, organisation, qualité)
- Managers

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. L'approche processus pour décroiser l'entreprise

- Les principes de l'approche processus
- Les exigences de la norme ISO 9001v2015
- La cartographie des processus dans l'entreprise : comment l'élaborer ?
- Comment favoriser la transversalité, passer d'un raisonnement procédures à un raisonnement processus ?
- Décrire un processus : Les fiches d'identité processus

2. Résoudre un problème à l'aide de la méthode «C.A.R.D.S.»

- Caractériser le problème
- Analyser les causes du problème
- Rechercher les solutions
- Définir la mise en œuvre de la meilleure solution
- Suivre l'efficacité des actions

3. Les outils de résolution de problèmes les plus utilisés

- L'histogramme
- Le diagramme de Pareto
- Le diagramme en arêtes de poisson (5M) d'Ishikawa
- La carte de contrôle

4. Logique et enjeux de l'amélioration continue

- Le principe global du PDCA et sa logique d'amélioration continue séquencée
- Les différentes démarches d'amélioration continue
Kaizen, Six Sigma, Lean management...
- Le 5 S pour poser les bases



IV. QUALITÉ

Réaliser un audit qualité interne : ISO 9001 Management de la qualité

Objectifs du séminaire

Savoir préparer, mener et conclure des audits internes dans le cadre de la norme ISO 9001 qui définit une série d'exigences concernant la mise en place d'un système de management de la qualité dans un organisme, quels que soient sa taille et son secteur d'activité.

Personnes Concernées

Responsables qualité, cadres et direction de l'organisme et/ou de l'entreprise, ainsi que toute personne susceptible de devoir effectuer un audit dans le cadre de la norme ISO 9001

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. La norme ISO 9001 : Exigences et interprétations

Pourquoi faire des audits internes ?

- Définitions
- Types d'audits
- But d'audit
- Exigences de la norme ISO 9001 : procédure d'audit

2. Auditeur interne

- Rôles et qualification de l'auditeur
- Compétences et comportement de l'auditeur

3. Comment mener un audit ?

- Préparation et planification des audits
 - o Portée de l'audit, lieu et personnes auditées
 - o Plan d'audit
 - o Constitution d'un document de travail : check-list d'audit, type de questions
- Audit
 - o Règles de communication, comment formuler ses questions
 - o Enquête, vérification des informations
- Rapport d'audit
 - o Rédiger, présenter le rapport d'audit
- Conclusion d'audit
 - o Présentations des résultats et traitements
 - o Plan d'actions

4. Travaux pratiques

Exercices de réalisation de check-list d'audit, d'audits, d'interprétation de la norme ISO9001.

- Etablissement de documents nécessaires au processus de l'audit interne
- Planification, préparation, exécution de l'audit, rédaction du rapport et suivi

Guide Pratique du Lean Six Sigma

Objectifs du séminaire

- Comprendre les enjeux du Lean Six Sigma et ses principes.
- Découvrir les étapes de mise en œuvre dans une entreprise.
- Identifier les outils Qualité utilisés dans la méthode.

Personnes Concernées

- Directeur Qualité, Responsable Qualité.
- Responsable Amélioration Continue.
- Responsable Excellence Opérationnelle.
- Tout Manager désirant comprendre la portée du Lean Six Sigma.

Méthode Andragogique

- Ateliers méthodologiques
- Vidéo projection
- Simulation
- Études de cas

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Les fondements et enjeux du Lean Six Sigma

- Le Lean Six Sigma : une démarche stratégique managée par l'équipe de Direction.
- La création de valeur dans toute l'entreprise par l'optimisation des processus.
- La notion statistique du Six Sigma : dispersion et centrage d'un processus.
- La méthode Lean Six Sigma et le PDCA : une logique commune d'amélioration avec le Six Sigma et le Lean management.

2. Les étapes du Lean Six Sigma, le cycle DMAIC appliqué aux processus

- Repérer les processus clés de l'entreprise.
- Choisir les projets.
- Définir les besoins et attentes du client du processus.
- Mesurer les résultats, la performance actuelle des processus.
- Analyser les résultats :
- Améliorer les résultats pour viser le six sigma :
- Contrôler l'efficacité des actions, assurer la pérennité des résultats.
- Les conditions de réussite pour mener à terme le projet et exploiter le retour d'expériences.

3. Place des outils de la Qualité dans le Lean Six Sigma

- L'écoute client (VoC), le SIPOC.
- Le synoptique du processus, la VSM (Value Stream Mapping, analyse de la valeur).
- Les statistiques
- Les outils de résolution de problèmes, l'AMDEC.
- Les indicateurs de performance des processus (KPI).

4. La mise en œuvre du Lean Six Sigma dans l'entreprise.

- La notion de «Sponsors», «Champions», «Green Belts» et «Black Belts»...
- Les bénéfices du Lean Six Sigma.
- Les conditions de réussite.

Pilote de Processus

Objectifs du séminaire

- Structurer le système documentaire.
- Comprendre l'approche processus, principes et intérêts
- Acquérir les outils et les méthodes pour décrire et piloter efficacement un processus.
- Rédiger les procédures et autres documents.

Personnes Concernées

- Responsable Qualité
- Pilote de Processus
- Responsable d'activités

Méthode Andragogique

- Ateliers méthodologiques
- Vidéo projection
- Simulation
- Études de cas

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. L'approche processus pour décroïsonner l'entreprise

- Les principes de l'approche processus
- La cartographie des processus dans l'entreprise : comment la créer ?

2. Décrire et maîtriser le déroulement d'un processus

- Les rubriques de la fiche d'identité processus (FIP).
- Identifier les risques, repérer les points critiques.
- Mettre en place des actions de surveillance.
- Établir une règle pour maîtriser les non-conformités.
- Enregistrer pour apporter la preuve de la conformité du produit ou prestation réalisée.

3. Piloter et améliorer un processus

- Désigner un Pilote et lui signifier ses responsabilités.
- Décrire les indicateurs clés de performance (KPI).
- Préparer et organiser des revues de processus.
- Formaliser son plan d'amélioration des performances (PAP).

4. Structurer et hiérarchiser les documents

- La pyramide documentaire
- Les principaux documents et leurs interrelations

5. S'appropriier les outils de rédaction des procédures, modes opératoires et instructions de travail

- Définir et mettre en place les règles de rédaction et de gestion des procédures
- Choisir les bons logiciels d'aide à la conception, à la représentation d'une procédure.
- Mettre en place une organisation pour déclencher les mises à jour, proposer de nouvelles procédures et parvenir ainsi à capitaliser le savoir-faire.

6. Documenter les processus et les procédures

- Définir le contenu d'un dossier de processus
- Alimenter les dossiers de chaque processus



V. LEADERSHIP & MANAGEMENT



Objectifs du séminaire

- Connaître les différentes dimensions du management et les missions du manager.
- Se positionner en tant que manager face à son équipe et à sa hiérarchie.
- Réussir ses premières actions de management

Personnes Concernées

Nouveaux managers.

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Analyser le rôle et les missions du manager

- Les différentes missions du manager.
- Le positionnement du manager dans la hiérarchie.
- Le changement de statut et la responsabilité du manager.

2. Adapter son management à son équipe

- Identifier les différents styles de management.
- Doser son style de management avec souplesse.
- Identifier les indicateurs de compétences et de motivation de ses collaborateurs.

3. Motiver son équipe

- Repérer les signes de démotivation.
- Utiliser les leviers de motivation.

4. Communiquer de façon assertive

- Donner des directives, recadrer.
- Formuler un compliment ou une critique justifiée.
- Développer une écoute réelle.
- Assurer la cohésion de son équipe en donnant du sens à l'action.

5. Réussir sa prise de fonction

- Se présenter à l'équipe.
- Trouver sa légitimité de manager.
- Mener les premiers entretiens individuels.
- Mettre en place les changements.

6. Gérer les situations délicates

- Se positionner face à sa hiérarchie.
- Repérer et gérer les résistances au changement.
- Manager différents styles de personnes : experts, anciens collègues, personnes plus âgées.
- Développer son leadership.

7. Organiser son temps et celui de son équipe

- Déterminer ses priorités et ses objectifs personnels.

Objectifs du séminaire

- Détecter un conflit, gérer des tensions et anticiper les réactions.
- Développer ses qualités de leader et exercer son influence pour sortir des situations de blocage.
- Anticiper les conflits

Personnes Concernées

Tout manager.

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Identifier et analyser l'origine d'un conflit

- Déterminer la nature, les causes et le niveau du conflit.
- Distinguer les différents types de conflits : conflit de fond et conflit de personnes.
- Analyser l'origine, les enjeux et les risques du conflit pour mieux le traiter.

2. Se positionner dans un conflit

- Décrypter ses propres attitudes face au conflit : les attitudes positives (assertivité) et les comportements négatifs (fuite, attaque, manipulation...) qui engendrent des tensions.
- Adapter sa communication et gérer ses émotions.
- Canaliser les attitudes négatives.
- Construire et développer ses capacités de leader.

3. Gérer un conflit

- Favoriser l'expression des intentions des différents acteurs.
- Clarifier accords et désaccords.
- S'expliquer et réguler : dédramatiser les antagonismes.
- Rechercher les bénéfices mutuels.
- Adapter son mode d'intervention : négociation, arbitrage ou médiation.

4. Anticiper les conflits

- Être à l'écoute de l'environnement interne et externe de l'entreprise et repérer les indicateurs permanents.
- Prendre des précautions pour anticiper l'existence d'un conflit :
 - o le rôle d'observation sociale, de vigilance et d'écoute des managers,
 - o le rôle des réunions d'information,
 - o la constitution au quotidien d'une synergie au sein de l'équipe.

Animer et motiver son équipe

Objectifs du séminaire

- Acquérir les techniques pour gérer et mobiliser son équipe au quotidien.
- Identifier et agir sur les principaux leviers de motivation et d'implication.

Personnes Concernées

Tout manager.

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Développer et animer son équipe

- S'approprier les concepts clés du fonctionnement d'une équipe.
- Identifier son style de management et l'adapter au contexte et aux situations.
- Renforcer les compétences de chacun.
- Clarifier les rôles dans l'équipe et définir les objectifs communs et individuels.

2. Agir sur les principaux leviers de motivation

- Réaliser le diagnostic des motivations et démotivations dans son équipe.
- Identifier les signes avant-coureurs de démotivation.
- Distinguer les motivations individuelles et collectives.
- Maîtriser les techniques pour motiver :
 - o le management coach : personnaliser son action, tenir compte des besoins de chacun,
 - o les méthodes de reconnaissance : valoriser les résultats,
 - o la rémunération et les challenges.

3. Souder et mobiliser son équipe

- Développer une communication permanente avec son équipe (entretiens/réunions).
- Créer une dynamique de groupe.
- Impliquer ses collaborateurs : déléguer efficacement.
- Développer leur autonomie.
- Accompagner et former.

4. Intervenir efficacement en situation complexe

- Identifier les conflits et choisir un mode d'intervention adapté.
- Gérer l'animation et la motivation dans le changement.
- Gérer son stress et celui de son équipe.

Manager : Booster votre efficacité personnelle

Objectifs du séminaire

- Savoir gérer son stress et son temps
- Convaincre lors d'une prise de parole
- Animer une réunion
- Gérer les conflits au sein de son équipe

Personnes Concernées

Tout manager.

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. S'automotiver

- Développer en permanence ses propres talents.
- Bâtir et rebâtir son projet professionnel.
- S'enthousiasmer pour atteindre ses objectifs.
- Développer la confiance en soi.

2. Prendre la parole

- La maîtrise du discours et de l'objectif.
- Improviser, la maîtrise du trac, se mettre en scène.
- La maîtrise de la gestuelle et de l'environnement.

3. Animer une réunion

- Le fonctionnement d'un groupe.
- La communication face à un groupe et les rôles.
- Les techniques d'animateur.
- Les outils de communication face à un groupe.
- Les actions à mener pour réussir une réunion.

4. Gérer les conflits

- Les réflexes de base en situation conflictuelle.
- Une méthode générale de traitement des conflits.
- Gérer efficacement les résistances au changement.

5. Gérer le stress

- Echapper aux pressions aussi bien physiques que psychologiques.
- Les outils de la gestion du stress au quotidien.
- La relaxation minute, déclencher une détente réflexe.
- Travailler sans s'épuiser et récupérer rapidement de l'énergie
- Votre programme anti-stress.

6. Gérer son temps

- Les véritables causes des problèmes de gestion de temps.
- La dimension personnelle de la gestion du temps.
- Qu'est-ce qui est réellement important et urgent ?
- Les principes et les règles d'une bonne gestion du temps.

Leadership efficace – Délégation performante

Objectifs du séminaire

- Connaître son style de management de base
- Etre capable d'accéder aux différents styles de management
- Etre mieux équiper pour développer les compétences de ses collaborateurs, de ses équipes par la mise en place d'une délégation performante

Personnes Concernées

Dirigeants, Directeurs, Responsables RH, Managers

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Les fondamentaux du Management d'aujourd'hui

- Rôles et pouvoir des managers
- Cercle du management

2. Le leadership

- Qu'est-ce que le leadership ?
- Analyse de la Maturité d'un collaborateur (4 niveaux)
- Les styles de leadership
- Adaptation de son style de leadership à la maturité du collaborateur

3. Qu'est-ce que la délégation ?

- Les avantages de la délégation
- Les clés de la réussite
- Les freins à la délégation
- Les lois de la délégation

4. Cadrer et gérer la délégation

- Définir sa place de manager dans le cadre de la délégation
- Identifier ses motivations à déléguer
- De la mission aux objectifs
- Identifier ce qui est « délégable » ou pas
- Cadrer les objectifs et le suivi de la délégation
- Ecrire la délégation
- Organiser le suivi de la délégation (dresser des bilans, donner du feedback)

5. Dynamiser son équipe

- De quelle équipe avez-vous besoin ?
- Stade de développement d'une équipe
- Dynamique d'équipe
- Organisation et équipes apprenantes

Motiver ses collaborateurs

Objectifs du séminaire

- Savoir utiliser les leviers de motivation ;
- Reconnaître comment l'influence des trois facteurs de motivation peut stimuler, de façon durable le niveau d'énergie chez les personnes ;
- Apprécier et reconnaître le travail des collaborateurs ;
- Maintenir la motivation au sein de leur équipe ;
- Évaluer les causes d'un manque de motivation grâce au modèle de motivation ;
- Planifier les actions pour renforcer la motivation d'une personne ou d'un groupe de personnes

Personnes Concernées

Tout manager, responsable d'équipes

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. L'ÉQUIPE & LA MOTIVATION

- Les concepts clés du fonctionnement d'une équipe
- Le manager : fonction, rôle et missions
- La communication levier du management d'équipe
- Rôle du travail dans la motivation

2. SAVOIR MOTIVER

- Réaliser le diagnostic des motivations/démotivations dans son équipe
- Reconnaître et identifier les signes précurseurs de démotivation
- Identifier les sources de motivation
- Les différentes approches & techniques de motivation

3. DIAGNOSTIQUER & AGIR SUR LES LEVIERS DE MOTIVATION

- Diagnostique de la situation
- Créer l'environnement motivationnel

4. STIMULER LES FACTEURS DE MOTIVATION INDIVIDUELLE

- Distinguer perceptions et préférences de l'individu
- Importance de la perception dans la motivation
- Les cinq principes clés de la motivation

5 : INTERVENIR EFFICACEMENT EN SITUATION COMPLEXE

- Repérer les conflits et choisir un mode d'intervention adapté
- Gérer son stress et celui de son équipe

6 : DEBRIEFING GENERAL

- Relever des meilleures pratiques
- Consolidation du plan d'action



VI. MARKETING & VENTE

Perfectionnement aux Techniques de Vente

Objectifs du séminaire :

- Identifier les différentes étapes clés de la vente
- Savoir déjouer les pièges et s'appuyer efficacement sur ses atouts personnels
- Organiser sa stratégie de vente et optimiser ses efforts sur les actions génératrices de résultats
- Mieux défendre ses intérêts et ceux de son entreprise face à la pression du client

Personnes Concernées

- Commercial, ingénieur commercial, technico-commercial

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Les métiers de la vente et ses enjeux

- Les qualités et compétences-clés d'un bon vendeur
- Rôle et mission de la vente
- Connaitre le marché de l'entreprise

2. LA PROSPECTION

- La notion de prospection & la nécessité de prospecter
- Les différents moyens de prospection
- Le plan de prospection

3. LA PRÉPARATION DE LA VENTE

- La dynamique concurrentielle et le marché
- La préparation matérielle
- La préparation physique
- La préparation psychologique

4. LES ETAPES DU PROCESSUS DE VENTE

- La prise de contact
- Comprendre le besoin du client
- La formulation et la co-construction de l'offre
- La structuration de l'argumentaire
- Le traitement des objections
- Le closing.

CAUDEXCO

Les Fondamentaux du Marketing

Objectifs du séminaire :

- Définir & s'Appropriier les principaux concepts du marketing.
- Évaluer les enjeux et la place du marketing dans la stratégie globale et le management de l'entreprise.
- Intégrer la démarche du marketing et son application concrète dans l'entreprise à l'ère du digital.
- Connaître les utiliser les outils du marketing.
- Maîtriser & utiliser le vocabulaire marketing.

Personnes Concernées

Tous les collaborateurs de l'entreprise, appartenant ou non à la fonction marketing

Méthode pédagogique

- Exposés commentés
- Interactivité et échanges.
- Nombreux exemples illustrant les apports théoriques, favorisant l'appropriation des concepts abordés.

Conditions de participation

Durée : 02 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. REPÈRES ESSENTIELS DE MARKETING

- L'état d'esprit marketing et la finalité de l'entreprise
- La démarche marketing
- La connaissance du marché
- Les différentes approches du marché
- Les variables du marketing-mix

2. L'INFORMATION MARKETING

- Les décisions du consommateur
- Techniques des études de marché

3. Les Principales Décisions Stratégiques En Marketing

- Les Stratégies de segmentation, de ix. Stratégies concurrentielles
- Le plan marketing
- Le marketing digital

CAUDEXCO

Les fondamentaux du marketing Digital

Objectifs

- Assimiler les particularités du marketing digital.
- Identifier les facteurs clés de succès d'un site performant.

- Mesurer les résultats de ses actions digitales.

Personnes Concernées

- Responsables marketing, commerciales, études, les chefs de produits, chefs de projet.

Méthode Andragogique

- Une pédagogie fondée sur la mise en pratique. Une simulation d'étude permet de se familiariser avec la technique. Les points du programme sont illustrés de cas d'entreprises.

- La maîtrise des techniques de communication écrites et orales est une clé de succès pour conduire des études - brief, présentation...

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Comprendre les grandes tendances et les bases du marketing digital

- L'internet mobile, le e-commerce, le multicanal, l'expérience utilisateur, les objets connectés, les innovations...

- Le marketing vs. Le marketing digital.

- Conversations, influence, viralité et réseaux sociaux.

2. Construire un site performant

- Définir les objectifs de son site.

- Assurer l'efficacité de sa page d'accueil.

- Animer un site : la navigation, le e-merchandising, le parcours de persuasion...

- Intégrer les innovations technologiques : la vidéo, la navigation, le rich média...

- Animer son site pour générer du trafic, des leads, des ventes.

- Identifier les acteurs clés de succès pour un meilleur taux de clics.

3. Faire venir sur son site : publicité on-line et référencement

- Optimiser sa présence sur Google : les bonnes pratiques du référencement gratuit et payant.

- Identifier les différents formats publicitaires, leurs spécificités.

- Évaluer les coûts des campagnes publicitaires en ligne.

4. Fidéliser ses clients via l'e-mailing

- Les bonnes pratiques de l'e-mailing et de la newsletter.

5. Mesurer les résultats de ses actions digitales

- Identifier les paramètres à mesurer : choix des indicateurs.

- Utiliser des outils de mesure.

- Tracer l'activité sur son site : que peut-on savoir et mesurer ?

- Piloter à l'aide d'un tableau de bord.

Organiser et Conduire Une étude de marché

Objectifs

- Maîtriser toutes les étapes de la réalisation des études marketing : du projet au bilan.
- Connaître les méthodologies d'études les plus utilisées ; répondre à l'ensemble des problématiques marketing par la recherche appropriée.
- Savoir élaborer une étude.
- Savoir exploiter les résultats

Personnes Concernées

- Responsable et chargé d'études Chef de produit, chef de projet marketing.
- Responsable marketing ayant pour mission de commander ou d'exploiter les données d'études.

Méthode Andragogique

- Une pédagogie fondée sur la mise en pratique. Une simulation d'étude permet de se familiariser avec la technique. Les points du programme sont illustrés de cas d'entreprises.
- La maîtrise des techniques de communication écrites et orales est une clé de succès pour conduire des études - brief, présentation...

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

- 1. Qu'est-ce qu'une étude de marché ?**
 - Définition et terminologie
 - Objectifs d'une étude de marché
 - Apports des études de marché au marketing
- 2. La conception d'une étude de marché**
 - Les étapes clés du brief : contexte, objectifs, échantillon, choix de la méthodologie, informations disponibles, contraintes, budget, délais.
 - Réussir son brief d'étude : structure type, principes clés
- 3. Maîtriser les étapes d'une étude quali ou quanti**
 - La rédaction du questionnaire du guide animation.
 - La sélection des participants (échantillonnages, ...).
 - Les modes d'administration et techniques d'animation.
- 4. Le traitement de l'information**
 - Dépouillement de l'enquête
 - Interprétation des informations
 - Analyse des données
- 5. Le rapport d'étude**
 - Rédiger et diffuser une synthèse d'études : structure, points clés.
 - Adapter sa présentation écrite et orale selon les interlocuteurs, le contexte et les objectifs.

Bâtir un plan Marketing Efficace

Objectifs du séminaire

- S'approprier les étapes de la construction d'un plan marketing stratégique.
- Approfondir les méthodes et techniques utilisées dans le cadre de la construction d'un plan marketing stratégique.
- Décliner le plan marketing stratégique en plan d'action opérationnel.

Personnes Concernées

Directeurs et responsables marketing, chefs de produits seniors, chefs de groupe, chefs de marché

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Le diagnostic stratégique

- La démarche de diagnostic stratégique.
- Les principaux thèmes du plan marketing stratégique.
- L'analyse concurrentielle et la contribution des produits.

2. Les prises de décision stratégiques

- La fixation des objectifs stratégiques et leur déclinaison par produits/segments.
- Les objectifs de vente et de rentabilité.
- Le positionnement stratégique.
- La construction du portefeuille produits/segments.
- La politique de marque.

3. La détermination des segments de clientèles cibles

- Les critères socio-comportementaux.
- Le maillage des multiples critères.
- Les plans d'action à mettre en place.

4. Les différentes étapes de la mise en œuvre du plan marketing

- Les principales phases du plan marketing stratégique :
 - o l'analyse des informations,
 - o la décision stratégique,
 - o l'élaboration du plan : le mix stratégique,
 - o la budgétisation, la planification.
- Le process de plan marketing stratégique.

5. La déclinaison en plan d'action opérationnel

- Le mix stratégique : produit/prix/distribution/communication.

6. Le contrôle et le suivi

- La mesure des écarts.

Élaborer une stratégie de communication Digitale

Objectifs du séminaire

- Définir & Maîtriser les étapes clés d'une démarche de veille stratégique
- Identifier les sources d'information les plus pertinentes.
- Renforcer l'analyse et l'exploitation de l'information stratégique.

Personnes Concernées

Managers impliqués dans la mise en œuvre de stratégies d'entreprise ; des responsables du marketing, de la recherche et développement, des services d'information, de la communication ; ainsi que tout professionnel souhaitant consolider ses compétences en veille stratégique

Méthode Andragogique

- Ateliers thématiques
- Vidéo projection
- Brainstorming

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Définition, Approches et Typologie de la Veille Stratégique

- Définition
- Approches de la Veille Stratégique
- Les Types de Veille

2. La place et le rôle central de l'information dans la veille stratégique

- Chaîne de valeur de l'information stratégique
- Cycle de la veille
- L'Enjeu : Trouver la Bonne Information
- L'Impératif : L'Exploiter de façon Pertinente, Créative et Efficace

3. Composantes, Objectifs et Nécessité d'une Veille Stratégique Méthodique

- Les Composantes de la Veille Stratégique
- Les Objectifs de la Veille Stratégique
- Nécessité d'une Veille Stratégique Méthodique

4. Déterminer les enjeux de la veille stratégique

- Le processus de planification stratégique
- Les évolutions des marchés.
- La veille concurrentielle : outil de réduction de l'incertitude.

5. Mettre en Place un Dispositif de Veille Stratégique dans l'Entreprise

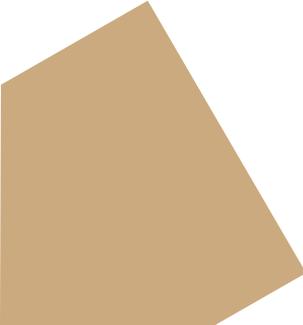
- Les préalables
- Le Processus
- Les Procédures

6. Animation de la veille stratégique

- Modalité & fiche de poste d'un animateur
- Typologie de l'animation (communautés d'intérêt, usages & diffusion, amélioration continue)
- Règles à respecter
- Apport du dispositif dans la gestion des savoirs, des compétences
- « Commercialisation » de la veille stratégique en interne
- Procédure de révision des axes de veille



VII. FINANCES



Objectifs du séminaire :

- Bâtir et actualiser des prévisions de trésorerie
- Optimiser la gestion de trésorerie
- Assurer un suivi efficace avec les banques

Personnes Concernées

- Trésoriers - Responsables des services comptables, financiers et de gestion

Méthode pédagogique

- Formation très opérationnelle grâce à de nombreux cas pratiques

Formation très participative animée par un formateur expert de la gestion de trésorerie

Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie

- Prérequis : connaître les fondamentaux de la gestion de trésorerie

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Situer la trésorerie dans la structure financière de l'entreprise

- Le rôle et les missions du trésorier
- Organiser la gestion de trésorerie
- Calculer la trésorerie et le besoin en fonds de roulement (BFR) à partir du bilan et des tableaux de flux
- Déterminer ses besoins avec l'approche économique de son activité

Diagnostic : établir un état de trésorerie nette basée sur deux exercices et un budget

2. Planifier les besoins en trésorerie

- Le budget annuel de trésorerie
- Les règles d'encaissement et de décaissement
- Faire les liens avec les budgets d'investissements et de financements
- Les autres flux financiers et les données comptables
- Les prévisions glissantes
- Analyser les écarts et actualiser les prévisions

Cas pratique : élaborer un budget de trésorerie mensualisé d'une entreprise

3. Maîtriser les financements et placements à court terme

- Le fonctionnement du marché monétaire
- Les taux de référence
- Les taux de base et les taux clients, les conditions bancaires, les notations
- Négocier au mieux les taux et les conditions auprès des acteurs du marché bancaire
- Les différents placements des banques
- SICAV, FCP, titres de créances négociables

4. Les échanges de données bancaires

- Le système SEPA
- Les méthodes de transmission

5. Suivre la trésorerie au quotidien

- Enjeux, résultats et équilibrages
- Le pilotage des dates de valeur
- Arbitrer entre liquidité, rentabilité, sécurité et fiscalité
- Présentation des fonctionnalités des progiciels de gestion.

Optimiser la gestion de trésorerie

Objectifs du séminaire :

- Évaluer les enjeux de négociation bancaire.
- Évaluer le risque bancaire de l'entreprise.
- Améliorer les prévisions de trésorerie.
- Créer un cadre de prévisions de trésorerie groupe.
- Optimiser les prévisions, financements et placements, la gestion quotidienne et la trésorerie groupe.
- Piloter la fonction trésorerie par le tableau de bord.

Personnes Concernées

- Trésorier, directeur financier, contrôleur de gestion, responsable de service comptable.

Nota

Nous Recommandons aux Entreprises d'envoyer des Equipes Constituées d'au moins Deux Personnes. Cela Permettra de Créer les Bases de l'Adoption Rapide en Interne d'un Langage Commun, et, Facilitera la Diffusion et la Mise en Œuvre des Savoirs et Techniques Acquis au Cours du Séminaire.

Méthode pédagogique

- Formation très opérationnelle grâce à de nombreux cas pratiques
- Formation très participative animée par un formateur expert de la gestion de trésorerie
- Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie

- Prérequis : connaître les fondamentaux de la gestion de trésorerie

- Niveau Perfectionnement

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Maîtriser la négociation bancaire

- Catalogue des conditions bancaires.
- Chiffrer les enjeux de négociation : compte d'exploitation banque/entreprise.
- Évaluation bancaire de l'entreprise : FIBEN, Bâle III, ratios, critères terrain.
- Comment mener un appel d'offres ? Commission globale et forfait.

2. Perfectionner ses prévisions

- Améliorer le budget et la prévision glissante de trésorerie.
- Mise sous contrôle des aléas.
- Centralisation des prévisions de trésorerie groupe.

3. Optimiser le cadre de gestion

- Repérer les enjeux d'amélioration.
- Optimiser les crédits : garantie, souplesse, coût.
- Placements : arbitrer entre rentabilité - sécurité - liquidité.
- Répartition des flux par banque.
- Adopter une stratégie modes de paiement : coût, sécurisation.
- Améliorer le SI trésorerie.

4. Mettre en place une gestion de trésorerie groupe

- Évaluer les gains : négociation, centralisation des positions de trésorerie, de la communication bancaire...
- Catalogue des conditions groupe, procédure de netting, centralisation de la couverture du risque de change, centralisation des paiements.
- Choix d'un mode de centralisation de la trésorerie (cash pooling).
- Rationalisation des comptes bancaires.

5. Construire le tableau de bord du trésorier

- Sélectionner les indicateurs de performance.
- Mettre sous contrôle le risque de liquidité, de change.
- Indicateurs de gestion du BFR.
- Évaluer la performance des placements.

Gestion de la trésorerie en devises et du risque de change

Objectifs du séminaire :

- Comprendre le fonctionnement des marchés des changes.
- Maîtriser les instruments de couverture.
- Définir une politique de gestion du risque de change.
- S'initier à la comptabilisation des opérations de change en normes IFRS.

Personnes Concernées

- Trésorier et collaborateur de trésorerie.
- Responsable comptable et financier *

Nota

Nous Recommandons aux Entreprises d'envoyer des Equipes Constituées d'au moins Deux Personnes. Cela Permettra de Créer les Bases de l'Adoption Rapide en Interne d'un Langage Commun, et, Facilitera la Diffusion et la Mise en Œuvre des Savoirs et Techniques Acquis au Cours du Séminaire.

Méthode pédagogique

- Formation très opérationnelle grâce à de nombreux cas pratiques
- Formation très participative animée par un formateur expert de la gestion de trésorerie
- Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie.

- Niveau : Spécialisation

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1 Comprendre le fonctionnement des marchés de change et de taux

- Acteurs sur les marchés et types de transactions.
- Cours au comptant, à terme, opérations de swaps.
- Cotation au certain ou à l'incertain.
- Facteurs influant les cours de change.
- Interaction avec les marchés de taux.

2 Gérer la trésorerie devise

- Intérêt du compte den devise.
- Effectuer des paiements en devise.
- Passer un ordre de change au mieux ou à cours limite.
- Contrôler la rémunération bancaire.

3 Évaluer le risque de change

- Évaluer la sensibilité du résultat aux fluctuations de change.
- Construire le tableau de suivi de la position de change : flux commerciaux et financiers, réalisés, engagés et prévisionnels.

4 Maîtriser les instruments de couverture

- Les couvertures naturelles : choix des monnaies de facturation, compensation des positions inverses.
- Achat ou vente à terme, terme à préavis.
- Détermination du report (déport).
- Proroger ou anticiper l'échéance
- Options classiques et à barrière, tunnels à prime zéro ou réduite.
- Les garanties de change.

5 Définir une politique de gestion du risque de change

- Définir les paramètres : couverture de préavis ou de flux certains, durée du cycle de couverture, couverture totale ou partielle...
- Seuils de couverture par devise.
- Utilisation d'un cours « budget ».
- Choix entre instruments fermes et options.
- Illustration de différentes politiques et procédures.

6 Gérer les financements intragroupes en devises

- Illustrations de swaps « cambistes » à court et moyen terme.

7 Aperçu des opérations de change en normes IFRS

- Couverture de juste valeur et de flux futurs.

Objectifs du séminaire :

- Prendre en main la fonction de trésorier.
- Resituer la trésorerie dans la gestion financière de l'entreprise.
- Bâtir et exploiter des prévisions de trésorerie.
- Contrôler les conditions bancaires.
- Évaluer les enjeux de négociation.
- Choisir les financements et les placements.
- Prendre une décision de financement ou placement.
- Gérer la trésorerie en dates de valeur.
- Gérer le risque de change.

Personnes Concernées

- Trésorier, responsable financier, directeur financier, responsable des financements.

Méthode pédagogique

Formation très opérationnelle et participative grâce à de nombreux cas pratiques
Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. La trésorerie dans la gestion financière

- Définir la trésorerie à partir du bilan.
- Les 5 crises de trésorerie et les remèdes associés.

2 La place du trésorier

- Les 4 grandes missions du trésorier.

3 Exploiter les prévisions

- Budget annuel de trésorerie : prévoir le besoin de financement à CT.
- Prévision glissante : décision de financement ou placement.

4 Maîtriser la négociation bancaire

- Catalogue des conditions bancaires : jours de valeur, commissions de mouvement et marge sur financement.
- Contrôle des conditions bancaires.
- Critères d'évaluation bancaires de l'entreprise : FIBEN, Bâle 3, ratios, critères terrain.

5 Anticiper l'évolution des taux d'intérêt

- Missions et actions de la Banque centrale.
- Les taux de références.

6 Les crédits de trésorerie

- Avantages et inconvénients des différents crédits de trésorerie : Spot, affacturage, avances en devise, escompte en compte, découvert, ...
- Taux effectif global (TEG) d'un crédit.

7 Les placements de trésorerie

- Arbitrer entre liquidité et rendement
- Dépôt à terme (DAT), DAT à taux progressif, Certificat de dépôt négociable (CDN), SICAV, monétaire ou obligataire, ...
- Conseils pour gérer ses excédents.



VIII. CONTRÔLE DE GESTION

Contrôle de gestion : Méthodes et outils pour analyser et améliorer la performance

Objectifs du séminaire :

- Revoir et utiliser les fondamentaux du contrôle de gestion
 - Maîtriser les fonctionnalités Excel pour analyser et présenter les résultats
 - Savoir créer des tableaux de bord efficaces pour la prise de décision.

Personnes Concernées

- Comptables expérimentés, - Responsables comptables et financiers, - Contrôleur de gestion, - Responsables d'unités opérationnelles.

Méthode pédagogique

Formation très opérationnelle et participative grâce à de nombreux cas pratiques
Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Contrôle de gestion au cœur du pilotage de la performance

Rôle et missions du contrôleur de gestion
Compétences relationnelles et proactivité
Besoins et attentes en interne
Évolution et tendances du pilotage

2. Rappel des fondamentaux

Outils : Comptabilité générale, analytique, et autres SI internes

Méthodes : ABC, BSC, Coûts complets, etc...

Cycle de gestion

3. Analyse de la performance avec Excel : 100% Cas pratiques

o Analyse du chiffre d'affaires

o Intégration d'une balance et création d'un reporting simplifié

o Présenta

o Analyse du mix-produit et tendance des marges brutes

4. Le pilotage de la performance

o De quoi parle-t-on ? A chaque responsable un pilotage adapté

o Business Model : Connaître son activité

o Méthodologie : De la vision stratégique aux leviers de performance, plans d'actions et indicateurs de pilotage

o Création de valeur et matérialité

5. Nouvelles analyses de la performance par Excel : 100% Cas pratiques

o Analyse de la masse salariale et synthèses pour la Direction Générale

o Simulation et ré-prévisions budgétaires

o Intégration de synthèse Excel dans une présentation Power Point

6. Tableaux de bord

o Conditions d'efficacité

o Méthode de construction

o Format et choix des modèles

Conception et mise en place d'un système de contrôle de gestion

Objectifs du séminaire :

- Analyser les interactions du système de contrôle de gestion avec les autres systèmes d'information de l'entreprise
- Comprendre les nouveaux enjeux de la mesure de performance.
- Etre en mesure d'établir un diagnostic des besoins de l'entreprise en information de gestion.
- Formaliser les différentes phases de conception et de mise en place d'un système de contrôle.

Personnes Concernées

Contrôleurs de gestion, directeurs financiers et comptables.

Auditeurs internes, comptables

Méthode pédagogique

Formation très opérationnelle et participative grâce à de nombreux cas pratiques

Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

1. Les enjeux du contrôle de gestion

2. Lien entre le contrôle de gestion, le type de structure et le mode d'organisation

3. Processus du contrôle de gestion

- Démarche «plan-programmes-budgets».
- Boucle prévisions-contrôle et prise en compte des contraintes de l'entreprise.
- Limites de la démarche traditionnelle quant à la prise en compte de la valeur du marché

4. Les grandes étapes du diagnostic des systèmes de contrôle

- Diagnostic du secteur et de l'environnement : de la démarche stratégique à la planification opérationnelle.
- Prévision à moyen terme - Prévision des équilibres financiers.
- Articulation du plan opérationnel et des budgets.

5. La fonction «contrôle» au sein de l'entreprise

- Diagnostic de la position et de l'organisation de la fonction «contrôle de gestion».
- Mise en œuvre du plan d'action «contrôle de gestion».
- Priorités, chronologie, identification des étapes, mise au point du calendrier.

6. Suivi et contrôle opérationnel

- Les tableaux de bord opérationnels : définition et mise en œuvre.
- Illustration du suivi de la performance au travers d'exemples de tableaux de bord de plusieurs entreprises, étude des points-clés sur le plan financier, sur le plan de l'activité, sur le plan de la productivité.

7. Suivi de l'action stratégique

- Introduction au tableau de bord prospectif.

Programme

Maîtriser la Gestion Budgétaire

Objectifs du séminaire :

- Connaître les meilleures pratiques pour l'organisation de la gestion budgétaire
- Savoir construire les différents budgets en les articulant de façon cohérente
- Sa familiariser avec le contrôle budgétaire et les méthodes d'analyse des écarts

Personnes Concernées

- Chefs d'entreprises / Cadres de services comptables et financiers
- Responsables chargés de l'élaboration et du suivi des budgets
- Contrôleurs de gestion / Responsables financiers.

Méthode pédagogique

Formation très opérationnelle et participative grâce à de nombreux cas pratiques
Acquisition de méthodes et d'outils pour optimiser la gestion de la trésorerie

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. Les objectifs et l'organisation d'un système de gestion budgétaire

- Les objectifs de la gestion budgétaire
- La place de la gestion budgétaire dans la planification d'entreprise
- Le processus d'élaboration budgétaire
- Budgets et responsabilités

2. L'articulation et la construction des différents budgets

- Le budget des ventes et des coûts commerciaux
 - Le budget de production et des approvisionnements
 - Le budget des effectifs et de la masse salariale
 - Le budget des services supports et des frais généraux
 - Le budget d'investissement
 - Le budget de trésorerie et les comptes prévisionnels
 - o La notion et la budgétisation de trésorerie
 - o Le contrôle et l'ajustement de la trésorerie
 - o Les documents de synthèse prévisionnels
- Le contrôle budgétaire et les axes d'analyse des écarts
- Les analyses d'écarts
 - o Généralités sur les écarts (horizon, valeur relative et évaluation des acteurs)
 - o Les éléments fondamentaux de calcul des écarts
 - Les écarts et leur décomposition
 - o Écarts sur chiffre d'affaires
 - o Écarts sur coûts
 - o Écarts sur résultat et écarts sur marge
 - Le contrôle de la masse salariale
 - o La prévision de la masse salariale
 - o Conséquences de la politique salariale sur la masse salariale
 - o Analyse de la variation de la masse salariale
 - Les tableaux de bord associés au budget

CAUDEYX

ASSURANCES

SOMMAIRE

ASSURANCES	1
Comptabilité de la Réassurance dans l'environnement CIMA	2
Contrôle de Gestion des Sociétés d'Assurance	3
Maîtriser le Traitement Comptable des Opérations d'Assurance Vie & Capitalisation dans l'Environnement CIMA	4
Maîtriser le Traitement Comptable des Opérations d'Assurance IARD dans l'Environnement CIMA	5
Travaux De Fin d'Exercice : Clôture et Arrêtés de Comptes Annuels des Entreprises d'Assurances et de Capitalisation en Zone CIMA	6



Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre la comptabilisation des opérations de réassurance dans les documents comptables des compagnies d'assurance
- Comprendre les principes de centralisation de la comptabilité technique en comptabilité générale Personnes Concernées
- Responsables Comptables et Financiers des compagnies d'assurance
- Contrôleurs de gestion des compagnies d'assurance
- Directeurs Techniques des compagnies d'assurance
- Responsables de Production et Sinistres des compagnies d'assurance
- Auditeurs et contrôleurs internes des compagnies d'assurance
- Comptables et cadres comptables des compagnies d'assurance,

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. INTRODUCTION

- Rôle de la réassurance
- Historique & Définition de la réassurance
- Les acteurs de la réassurance
- Les types de réassurance

2. FORMES TECHNIQUES DE RÉASSURANCE

- La réassurance proportionnelle
- La réassurance non proportionnelle

3. GESTION DE LA RÉASSURANCE ENTRE ASSUREUR ET REASSUREUR

- Le compte technique
- Les comptes financiers
- Le compte de dépôt

4. LA COMPTABILISATION DES OPÉRATIONS DE RÉASSURANCE

- Comptes de bilan
- Comptes de gestion
- Schéma comptable à la fin d'année d'inventaire

CAS PRATIQUES

CAUDEXCO

Contrôle de Gestion des Sociétés d'Assurance

Objectifs de la formation :

- Renforcer le rôle du contrôle de gestion dans la recherche de la performance
- Mettre en œuvre des méthodes et outils pour améliorer le suivi de la performance
- Rechercher les activités créatrices/destructrices de valeur
- Identifier et éliminer les coûts cachés
- Organiser et animer le processus budgétaire de l'entreprise d'assurance
- Maîtriser les règles spécifiques du contrôle de gestion des entreprises d'assurances.
- Acquérir les bases du contrôle de gestion comme outil de pilotage essentiel d'une entreprise d'assurance.
- Suivre efficacement l'activité d'une compagnie d'assurance à travers la mise en œuvre du Reporting financier.

Personnes Concernées

- Contrôleur de gestion récent dans la fonction et futur contrôleur de gestion des entreprises d'assurance,
- Responsables et collaborateurs comptables, administratifs et financiers, managers opérationnels
- Responsable d'établissement ou d'agence souhaitant dialoguer efficacement avec les services de contrôle de gestion

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 03 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

I - CONTRÔLE DE GESTION ET STRUCTURE ORGANISATIONNELLE D'UNE SOCIÉTÉ D'ASSURANCE

1. Les centres de responsabilité et les échanges entre centres dans une compagnie d'assurance
2. Contrôle et nouvelles structures organisationnelles : le management des activités, des processus et par projets d'une compagnie d'assurance
3. Les profils et les rôles du contrôleur de gestion dans le secteur des assurances
4. L'organisation du service contrôle de gestion dans une compagnie d'assurance

II - LE PILOTAGE DE LA PERFORMANCE ET GESTION BUDGÉTAIRE DE LA COMPAGNIE D'ASSURANCE

1. Le pilotage de la performance stratégique d'une compagnie d'assurance
2. Mise en place et animation du processus budgétaire au sein d'une compagnie d'assurance

III - ÉVALUATION DES COÛTS DANS UNE COMPAGNIE D'ASSURANCE

3. Typologie des charges et des coûts
 - Typologie des charges
 - Typologie des coûts
 - Analyse du portefeuille des produits
 - Les coûts complets: méthode des centres d'analyse

IV - LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ D'UNE COMPAGNIE D'ASSURANCE VIA LE REPORTING FINANCIER

1. Les ratios et indicateurs clés en assurance
 - Ratios et indicateurs en assurance non vie
 - Ratios et indicateurs en assurance vie
2. Conception du tableau de bord de pilotage
3. Reporting des activités en assurance

Maîtriser le Traitement Comptable des Opérations d'Assurance Vie & Capitalisation dans l'Environnement CIMA

Objectifs de la formation :

- Maîtriser les méthodes de calcul, d'évaluation et de comptabilisation des provisions techniques des entreprises d'assurance vie et capitalisation conformément aux dispositions prévues par le code CIMA.
- Maîtriser la comptabilisation des opérations techniques en assurance directe, de Coassurance et de Réassurance Vie dans les entreprises d'assurance vie et capitalisation conformément aux dispositions du Code CIMA.
- Maîtriser l'évaluation des coûts d'acquisition des immobilisations amortissables et non amortissables, corporelles et incorporelles. Ainsi que la comptabilisation des mouvements liés aux dites immobilisations appartenant ou non à l'entreprise conformément aux dispositions prévues par le code CIMA.
- Mieux maîtriser les différentes étapes nécessaires au montage du dossier annuel, ainsi que les états financiers, comptables et statistiques exigés par la CIMA en fin d'exercice. Le dossier annuel exigé par la CIMA oblige les entreprises d'assurance à la présentation et à la communication des informations financières fiables.
- Maîtriser les analyses et enregistrements comptables des opérations d'inventaire en vue de la production des états comptables et statistiques exigés par la CIMA, conformément aux dispositions du code CIMA.

Personnes Concernées

Responsables Comptables et Financiers des compagnies d'assurance, Contrôleurs de gestion des compagnies d'assurance, Directeurs Techniques des compagnies d'assurance, Contrôleurs des Directions Nationales d'Assurances, Commissaires aux comptes des compagnies d'assurance, Responsables de Production et Sinistres des compagnies d'assurance, Auditeurs et contrôleurs internes des compagnies d'assurance, Comptables et cadres comptables des compagnies d'assurance,

Conditions de participation

Durée : 04 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. TRAITEMENT COMPTABLE DES OPERATIONS COURANTES

- Opérations sur les Immobilisations corporelles et incorporelles
- Opérations sur les immobilisations financières
- Traitement comptable et fiscal des subventions reçues

2. TRAITEMENT COMPTABLE DES OPERATIONS TECHNIQUES EN ASSURANCE VIE ET CAPITALISATION

- Les opérations techniques courantes en assurance vie
- La comptabilisation des opérations d'assurance directe vie
- La participation aux bénéfices règlementée
- L'opération de rachat de contrats en assurance vie
- Les avances consenties au payeur de primes

3. INTRODUCTION AUX TRAVAUX DE FIN D'EXERCICE ET COMPTES ANNUELS EN ASSURANCE VIE

- L'intérêt des travaux de fin d'exercice
- Les régularisations et l'inventaire extra comptable
- La détermination comptable du résultat et l'établissement du Bilan
- L'inventaire extra comptable
- Les amortissements
- Les autres types de provisions
- Régularisations des charges à payer et produits à recevoir
- Le dossier annuel des entreprises d'assurances et de capitalisation

Maîtriser le Traitement Comptable des Opérations d'Assurance IARD dans l'Environnement CIMA

Objectifs de la formation :

- Acquérir des connaissances structurées et synthétiques relatives à la démarche d'enregistrement comptable des opérations d'assurances IARD : usuelles, courantes, trésorerie, techniques, investissements, etc.
- Acquérir des connaissances techniques approfondies combinant théorie et pratique, adaptées à la complexité et à la spécificité de la comptabilité des assurances IARD dans l'environnement CIMA.
- Produire une bonne information comptable et financière permettant d'obtenir une image fidèle de la vie de l'entreprise d'assurance IARD.
- Mieux satisfaire les obligations de régularité, de sincérité et de transparence inhérentes à la tenue des comptes, au contrôle, à la présentation et à la communication des informations financières.
- Aider les Responsables Comptables et Financiers à tenir une comptabilité conforme au plan comptable des Entreprises d'Assurances et de capitalisation du code CIMA.

Personnes Concernées

- Responsables Comptables et Financiers des compagnies d'assurance
- Contrôleurs de gestion des compagnies d'assurance
- Directeurs Techniques des compagnies d'assurance
- Contrôleurs des Directions Nationales d'Assurances
- Commissaires aux comptes des compagnies d'assurance
- Responsables de Production et Sinistres des compagnies d'assurance
- Auditeurs et contrôleurs internes des compagnies d'assurance
- Comptables et cadres comptables des compagnies d'assurance

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 04 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. TRAITEMENT COMPTABLE DES OPERATIONS COURANTES

- Opérations sur les Immobilisations corporelles et incorporelles amortissables et non amortissables (biens meubles et immeubles) :
- Opérations sur les Immobilisations financières :
- Traitement comptable et fiscal des subventions reçues
- Traitement comptable et fiscal des provisions techniques
- Traitement comptable et fiscal des frais généraux et autres produits accessoires :
- Traitement comptable et fiscal de la paie
- Traitement comptable et fiscal des produits nets perçus issus des placements
- Analyse des comptes de Bilan (tache extra comptable)
- Elaboration et tenue des livres comptables courants

2. INTRODUCTION AUX TRAVAUX DE FIN D'EXERCICE ET COMPTES ANNUELS EN ASSURANCES IARD

- Rappels
 - Notions
- Applications et cas pratiques de synthèse

CAUDEXCO

Travaux De Fin d'Exercice : Clôture et Arrêtés de Comptes Annuels des Entreprises d'Assurances et de Capitalisation en Zone CIMA

Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Acquérir des connaissances structurées et synthétiques relatives à la clôture et arrêtés de comptes annuels des entreprises d'assurances et de capitalisation dans l'espace CIMA.
- Acquérir des connaissances techniques approfondies adaptées à la complexité et à la spécificité des travaux de clôture et des arrêtés de comptes annuels des entreprises d'assurances et de capitalisation dans l'environnement CIMA.
- Produire des états financiers et comptables fiables permettant de fournir l'information financière adéquate et d'obtenir une image fidèle de la réalité économique de l'entreprise
- Mieux satisfaire les obligations de régularité, de sincérité et de transparence inhérentes à la tenue des comptes, au contrôle, à la présentation et à la communication des informations financières.

Personnes Concernées

- Responsables Comptables et Financiers des compagnies d'assurance
- Contrôleurs de gestion des compagnies d'assurance
- Directeurs Techniques des compagnies d'assurance
- Contrôleurs des Directions Nationales d'Assurances
- Commissaires aux comptes des compagnies d'assurance
- Responsables de Production et Sinistres des compagnies d'assurance
- Auditeurs et contrôleurs internes des compagnies d'assurance
- Comptables et cadres comptables des compagnies d'assurance,

Méthode Andragogique

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Cas pratiques

Conditions de participation

Durée : 04 jours

Lieu : Dans vos locaux ou dans un Hôtel

Coût : fera l'objet d'un devis

Programme

1. INTRODUCTION AUX TRAVAUX DE FIN D'EXERCICE COMPTABLE

- Généralités
- Les obligations fiscales et légales
- Les buts des travaux de fin d'exercice
- Organisation et procédures des travaux de fin d'exercice

- Les étapes d'inventaire

2. L'INVENTAIRE EXTRA COMPTABLE

- Principe
- Définition
- Les éléments à inventorier
- Etat d'inventaire, livre d'inventaire

3. LES PROVISIONS TECHNIQUES

- Définition
- Rôle de la provision technique
- Les différents types de provisions techniques

4. LES PROVISIONS POUR PERTES ET CHARGES

- Constitution

5. LES AUTRES REGULARISATIONS D'INVENTAIRE

- Régularisation des charges à payer et des produits à recevoir
- Les comptes de régularisation passif
- Les comptes de régularisation actif
- Les comptes d'attente
- Les comptes des créances et dettes en monnaie étrangère
- Analyse des comptes de charges et produits
- Analyse des comptes de situation bilan
- Evaluation et calcul des avantages en nature hors bulletin de paie
- Régularisations annuelles des salaires

6. ETABLISSEMENT DE ETATS FINANCIERS DE SYNTHESE

- Bilan d'ouverture
- Le livre journal
- Le grand livre des comptes
- La balance générale des comptes

APPLICATION ET CAS PRATIQUES DE SYNTHESE

7. LE DOSSIER ANNUEL

- Définition
- Objectifs recherchés
- Période de production
- Destinataires
- Constitution du dossier annuel

CADEXCO



CONSEIL - AUDIT - EXPERTISE COMPTABLE

Inscriptions & Réservations
BP. 9624 Libreville
Tél. +241 07 66 66 32/ 01 76 36 13
E-mail : contact.gabon@caudexco.com



Inscriptions & Réservations :
(237) 233 420 566 / 677 91 60 33/ 696 24 41 28
Formations@robertzandco.com - www.robertzandco.com