

**2014-15**

édition – septembre 2014

**formations**

# **management**

**Direction d'entreprise  
Management  
Développement personnel  
Ressources humaines  
Gestion et Finance  
Droit et contrats  
Marketing et commercial  
Bureautique**



**ORSYS**  
formation

# » Sommaire »»»

## Direction d'entreprise

21

<b>» Stratégie et pilotage d'entreprise</b>	<b>p.23</b>
Gouvernance et management stratégique	p.25
Gestion et pilotage	p.28
Changement et innovation	p.31
Norme ISO 22301 : continuité d'activité	p.32
Gestion des risques	p.34
Stratégie digitale	p.36
<b>» RSE et développement durable</b>	<b>p.39</b>
Démarche RSE	p.40
Norme ISO 26000 : responsabilité sociétale	p.41
Norme ISO 14001 : management environnemental	p.43
Développement durable	p.45
Green IT	p.48

## Qualité et lean management

49

<b>» Qualité, sécurité</b>	<b>p.51</b>
Norme ISO 9001	p.54
Métiers et démarche qualité	p.56
Système QSE : qualité, sécurité et environnement	p.60
<b>» Amélioration continue, Lean Management</b>	<b>p.62</b>
Amélioration continue	p.63
Le Lean : démarche et rôles	p.64
Le Lean : applications sectorielles	p.67

## Management

69

<b>» Management d'équipes</b>	<b>p.71</b>
Management opérationnel	p.74
Motivation, animation, performance d'équipe	p.80
Gestion des situations difficiles : conflits, stress, RPS...	p.84
Conduite d'entretiens et de réunions	p.88
Relationnel et coaching	p.90
<b>» Management : perfectionnement</b>	<b>p.95</b>
Leadership, influence	p.97
Approches spécifiques	p.102
Evaluation managériale	p.104
Intelligence émotionnelle, mentoring, communication	p.105
<b>» Management : spécialisations</b>	<b>p.110</b>
Situations complexes	p.111
Management de la diversité	p.115
Conduite du changement	p.119
<b>» Connaissances essentielles du manager</b>	<b>p.123</b>
Comptabilité et finance	p.124
Ressources humaines	p.127
Autres compétences	p.128
Droit et responsabilité	p.269

## Gestion de projets

129

Les fondamentaux	p.132
Les référentiels PMP®, P30®	p.136
Risques, audit, qualité	p.138
Stratégie et direction de projets	p.139
Management, équipe, leadership	p.142
Planification et suivi	p.144

## Gestion industrielle

147

Fondamentaux de la gestion industrielle	p.150
Pilotage et outils de production	p.151
Gestion des risques, sécurité, optimisation	p.153

## Développement personnel 155

- » **Efficacité, organisation personnelle** p.157
  - Efficacité personnelle p.159
  - Organisation et gestion du temps p.163
  - Lecture rapide, esprit de synthèse p.167
  - Expression écrite p.169
  - Retour à l'emploi, évolution professionnelle p.172
- » **Développement de son potentiel** p.179
  - Assertivité, confiance en soi p.180
  - Gestion du stress et des émotions p.183
  - Aisance professionnelle p.186
  - Créativité, Mind Mapping p.189
- » **Communication et relationnel** p.191
  - Communication et aisance relationnelle p.193
  - Outils : Process Com®, MBTI, ennéagramme... p.197
  - Expression orale, prise de parole p.200
  - Argumentation et négociation p.204
  - Conduite de réunion p.206

## Perfectionnement à l'anglais 207

- Remise à niveau p.209
- Perfectionnement p.210

## Ressources humaines 213

- » **Politique et gestion administrative RH** p.215
  - Stratégie et pilotage p.128
  - Gestion administrative du personnel p.223
  - Gestion de la paie et des déclarations sociales p.228
  - Actualité juridique RH, droit du travail p.283
- » **Dialogue social et risques professionnels** p.231
  - IRP : fonctionnement et dialogue social p.232
  - CE, DP, CHSCT p.234
  - OHSAS 18001 : santé et sécurité au travail p.238
  - Risques professionnels, climat social p.240
  - Accident du travail, ergonomie au poste de travail p.243

## » Recrutement et gestion des compétences p.245

- Organisation et techniques de recrutement p.246
- GPEC : gestion des compétences et des carrières p.250
- Mobilité interne p.254
- Préparation à la retraite p.255

## » Formation : pilotage et animation p.256

- Pilotage de la formation p.259
- Formation de formateurs p.262
- Méthodes pédagogiques : tutorat, jeux  
classe virtuelle p.264
- e-learning p.266

## Droit et Contrats 269

- Droit des sociétés p.272
- Droit de la concurrence p.275
- Contrat commercial : négociation, rédaction et suivi p.278
- Veille juridique, contentieux p.281
- Droit social, droit du travail p.283

## Gestion et Finances 287

### » Gestion d'entreprise p.289

- Création et pilotage d'entreprise p.291
- Gestion d'association p.295
- Contrôle de gestion p.296
- Dématérialisation p.299

### » Comptabilité, fiscalité p.301

- Organisation et opérations comptables p.302
- Comptabilités auxiliaires p.304
- Normes et contrôle p.309
- CIEL gestion comptable p.310
- Fiscalité d'entreprise p.311
- Taxes : CET, TVA.. p.312

### » Finance d'entreprise p.317

- Techniques financières p.318
- Investissement, financement, évaluation p.319
- Gestion de trésorerie, BFR p.320

### » Banque et assurance p.324

- Banque de détail : relation client,  
réglementation, produits... p.326
- Gestion de patrimoine p.335
- Banque d'investissement :  
environnement, gestion du risque... p.337

# » Sommaire »»»

## Secteur public

343

### » Management et pilotage dans le SP p.345

Fonctionnement de l'Etat et des institutions publiques p.346

Pilotage et management dans la fonction publique p.348

Qualité dans le secteur public p.353

### » Comptabilité, RH et concours dans le SP p.355

Comptabilité publique p.356

Ressources humaines p.358

Préparation aux concours p.361

### » Achats dans le SP p.363

Marchés publics : actualités, réglementation p.364

Offre publique : préparation, négociation, suivi p.365

Achats publics sectoriels p.368

### » Travailler avec le SP p.370

Connaissance de la fonction publique p.346

Répondre aux marchés publics p.371

Optimiser les réponses aux appels d'offres p.372

## Santé et personnel hospitalier

375

Management d'un service hospitalier p.377

Communication avec les patients p.378

Accompagnement des patients p.380

## Achats

381

Fonctions p.384

Pilotage des achats p.385

Négociation, contractualisation p.386

Suivi des fournisseurs p.388

## Logistique, transport...

391

Logistique : organisation p.393

Approvisionnements, stocks, transports p.395

Norme ISO 28000 : Supply Chain p.397

Services généraux p.399

## Marketing et Communication

401

### » Marketing p.403

Marketing : l'essentiel, les nouvelles tendances p.405

Marketing stratégique p.406

Stratégie de marque, marketing cross-canal p.407

Marketing opérationnel p.411

Marketing spécifique p.415

Etudes de marché p.416

### » Communication d'entreprise p.418

Métiers, stratégie, pilotage p.420

Communication RSE p.422

Techniques de communication p.424

Communication interne p.426

PAO, graphisme : chaîne de production et outils p.427

Rédaction et support de communication p.428

### » Marketing et communication digitale p.430

e-Marketing et e-Commerce p.432

Communication digitale p.437

Réseaux sociaux et e-Reputation p.438

Conception et rédaction Web, blog, emailing... p.442

Référencement et promotion Web p.444

## Commercial, Relation client 447

- » **Stratégie et management commercial** p.449
  - Stratégie commerciale, pilotage p.451
  - Management d'équipes p.453
- » **Techniques commerciales et ventes** p.456
  - Techniques de vente p.460
  - Gestion de portefeuilles et prospection p.461
  - Soutenance et négociation p.464
  - Ventes spécialisées : grands comptes,  
marchés publics... p.467
  - Efficacité commerciale : communication, outils  
CIEL, gestion commerciale p.469
- » **Accueil et relation client** p.474
  - Relation et satisfaction client p.475
  - Accueil, hotline, SAV p.480
  - Centre d'appels p.482

## Assistant(e) 485

- Métiers p.489
- Efficacité professionnelle : organisation p.495
- Relationnel et communication p.497
- Outils bureautiques pour assistant(e)s p.498

## Bureautique 499

- » **Poste de travail et Office** p.501
  - Windows 8/7 : prise en main p.502
  - MS Office 2013/2010/2007 : prise en main p.504
  - Office pour Mac, LibreOffice, OpenOffice p.505
  - Offre en ligne : Office 365, Google Apps p.506

- » **Excel** p.507
  - Excel 2013 p.508
  - Excel 2010 p.510
  - Excel 2007/2003 p.512
  - Excel : développement VBA cf@
- » **Access** p.513
  - Access 2013 p.514
  - Access 2010 p.515
  - Access 2007/2003 p.516
  - Access : développement VBA cf@
- » **Word, PowerPoint et autres outils** p.517
  - Word p.518
  - PowerPoint p.520
  - Outlook p.522
  - Autres outils cf@

## Graphisme et Multimédia 523

- » **PAO, CAO** p.525
  - Edition/PAO : InDesign, Quark XPress... p.526
  - Création Web, SharePoint p.529
  - CAO/DAO : AutoCAD p.531
  - CAO/DAO : Turbocad, Catia, SolidWorks cf@
  - Modélisation 3D : SketchUp p.536
  - Diagrammes professionnels : Visio p.536
- » **Image, vidéo et animation** p.537
  - Photoshop p.538
  - Illustrator p.539
  - Animation, effets spéciaux, 3D, Vidéo p.541
  - p.543

## › Une stratégie orientée qualité

Créativité, innovation, écoute, réflexion, rigueur... Au cœur de la vision que nous nous faisons de notre métier, toutes ces valeurs sont réunies pour vous apporter le meilleur de ce qui existe actuellement en termes d'approche pédagogique, de contenus des formations, de solutions e-learning et de compétences des intervenants.



# Pourquoi choisir Orsys

## › Une pédagogie active

Nous croyons que pour être efficace, une formation doit s'appuyer sur une pédagogie active, alternant concepts et exercices ou études de cas, jeux de rôles ou serious game. Pertinence, structure, implication et support sont les quatre principes qui guident notre pédagogie. Ainsi, vous mettez en pratique directement dans nos formations les concepts présentés, illustrés par des cas réels.

## › Une évolution rapide et créative de l'offre

6

L'équipe pédagogique Orsys assure une veille permanente pour détecter les nouveaux besoins et proposer les sujets les plus pertinents. Les formations Orsys évoluent continuellement pour prendre en compte les évolutions méthodologiques et les approches managériales les plus novatrices. Plus de 150 nouveaux cours sont créés chaque année dans les domaines du Management en plus des refontes totales ou partielles des cours existants.

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.

## › Une orientation opérationnelle

Les formations Orsys ont un objectif avant tout opérationnel. Conçues et animées par nos intervenants, elles comprennent au moins 60% d'exercices pratiques, jeux de rôles ou études de cas concrets issus de leur expérience terrain. Elles sont destinées à aider chaque participant à être plus efficace, à acquérir de meilleures pratiques et à s'épanouir dans son travail.

## › L'équipe pédagogique Orsys

L'équipe pédagogique est composée de spécialistes disposant de nombreuses années d'expérience dans leurs domaines respectifs.

Elle est chargée de faire évoluer l'offre de formation, notamment de créer, en liaison avec les intervenants experts, des formations nouvelles et de les organiser en filières, cursus professionnels et cycles certifiants.

Elle est également chargée de déterminer et d'intégrer des modules e-learning en vue de développer l'offre blended et full learning proposée par Orsys.

## › Une validation rigoureuse

Une validation pédagogique et technique de la formation est l'étape incontournable pour tout expert qui souhaite travailler avec Orsys, et pour chaque nouveau cours. L'équipe pédagogique Orsys est chargée de ces validations. A un premier niveau : l'expérience et les qualités pédagogiques. A un deuxième niveau : validation des cours finalisés quant à l'exposé des concepts et des exercices pratiques.

## › Une totale indépendance

Nous avons choisi de n'avoir ni partenariat, ni accord avec aucun éditeur de logiciels ou de livres. Nous ne sommes affiliés à aucune chapelle ni aucune école de pensée. Cela nous permet de vous garantir des contenus honnêtes, objectifs, sans influence, sans publicité, sans message marketing et sans langue de bois.

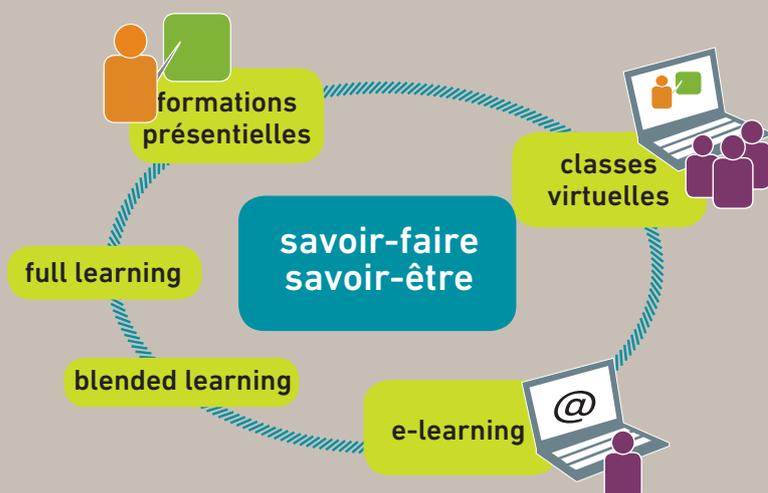


## › Des intervenants experts

Les 900 formateurs Orsys ont au minimum dix années d'expérience dans les domaines sur lesquels ils interviennent et ont occupé des postes à responsabilité en entreprise. Leur expérience terrain tout comme leurs qualités pédagogiques constituent un gage de stabilité pour les formations tout comme la relation qu'ils entretiennent depuis de nombreuses années avec Orsys. Concevant eux-mêmes leur cours, ils ont pour rôle de transmettre leur expérience et d'apporter des solutions efficaces.

7

## › Des formations multimodales

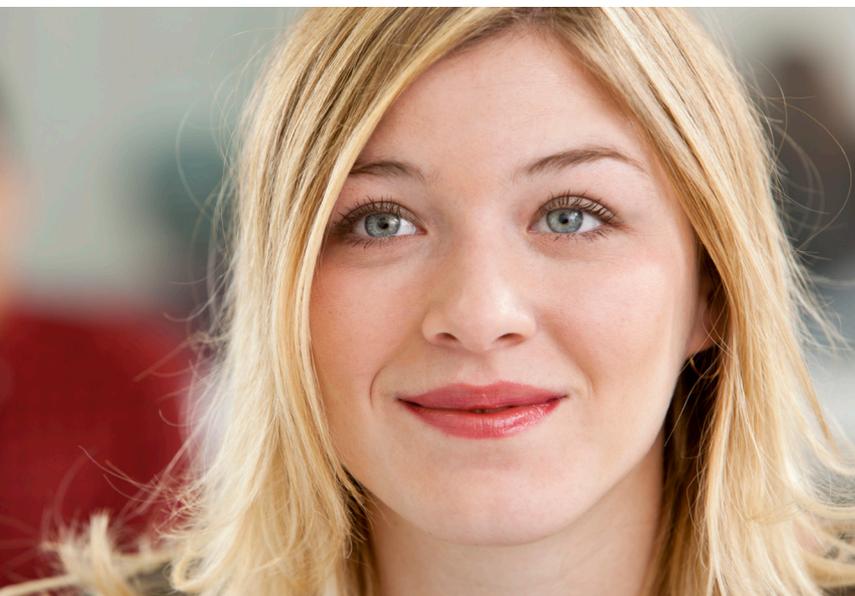


Les modalités pédagogiques ont beaucoup évolué ces dernières années et permettent d'apprendre de différentes manières, selon l'endroit où l'on se trouve, le temps dont on dispose, le niveau d'apprentissage auquel on se situe :

Orsys propose des formations présentielles mais aussi, pour les compléter, du blended learning ou du full-learning®, et pour s'y substituer, de l'e-learning.

Des classes virtuelles peuvent être mises en œuvre pour la majorité de nos formations, séminaires et stages pratiques.

Avec toujours le même objectif : acquérir des savoir-faire et des savoir-être immédiatement opérationnels.



Dans les domaines du management, les connaissances ne restent jamais figées. Si Orsys forme des milliers de personnes chaque année, chacune d'entre elles attend une approche spécifique qui l'aide à élaborer une stratégie, gérer des équipes ou maîtriser des méthodes et des technologies d'avant-garde. Parmi les près de 900 formations que nous proposons, vous trouverez certainement les réponses à vos enjeux professionnels du moment.

# Les formations interentreprises

## »» Les séminaires Stratégies et Management

D'une durée de 1 à 3 jours, nos séminaires sont destinés aux décideurs, dirigeants d'entreprise, responsables commerciaux ou marketing, managers, ingénieurs ou à leurs collaborateurs qui souhaitent appréhender les nouvelles approches d'entreprise et de management. Réactualisés en permanence, ils vous permettent de rester au fait des dernières nouveautés dans votre domaine de compétence.

## »» Les stages pratiques

Avec plus de 60% du temps consacré à la mise en application des concepts présentés, nos stages pratiques sont conçus pour vous permettre d'améliorer concrètement vos performances, d'acquérir des nouvelles méthodes de travail et d'approfondir vos connaissances dans les domaines du management, de la gestion, du marketing, du commercial, des ressources humaines et du développement personnel.

## »» Les cycles certifiants

Composés d'une suite de 3 ou 4 cours et d'une journée de contrôle des connaissances, les cycles certifiants Orsys apportent toutes les compétences nécessaires à la maîtrise d'un métier ou d'une fonction.

## »» Les certifications internationales

Plus de 50 formations et cycles vous permettent d'acquérir des connaissances opérationnelles et vous assurent des conditions de préparation optimales pour obtenir une certification validée par un organisme international.

## »» Formations intras

Indépendamment des avantages financiers qu'elle représente, la formule intra-entreprise permet d'adapter les programmes aux objectifs à atteindre et aux profils des participants. En regroupant des équipes dans un même processus d'apprentissage et d'approfondissement, elle favorise aussi l'adoption de méthodes communes et renforce l'esprit de cohésion.

### » Une garantie de qualité

Issues des programmes interentreprises, nos formations intras sont conçues et animées par les mêmes intervenants experts que les formations interentreprises et sont soumises aux mêmes processus de validation qui font leur réputation d'excellence.

# Les formations intra-entreprises

### » Une équipe dédiée aux intras

En liaison avec votre consultant formation et nos spécialistes de domaines, l'organisation des intras est suivie par une équipe dédiée qui opère dans le cadre de procédures rigoureuses. Les évaluations des participants sont analysées par cette équipe qui s'assure de l'atteinte des objectifs et qui, dans les cas contraires, exceptionnels, met en œuvre les actions correctives adéquates.

### » Une cotation sous 48h

Les demandes d'intras correspondant aux cours du catalogue font l'objet d'une cotation sous un délai de 48h. Celles qui exigent la modification des programmes font l'objet d'une cotation dans un délai de 5 jours ouvrables, ce délai pouvant être étendu s'il s'agit de mettre en place un ensemble de cours.

### » Organisation des formations

Les formations intras, séminaires ou stages pratiques, peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise ou dans l'un de nos centres de formation, à Paris, en région ou à l'étranger, ainsi que dans tout autre local approprié, proche de votre entreprise. Nos équipes logistiques et techniques se chargent d'assister vos services pour s'assurer de l'adéquation des matériels et des systèmes à la formation demandée.

9

## »» Formations «sur-mesure»

Tous nos cours peuvent aussi être adaptés aux besoins spécifiques de votre entreprise. Dans ce but, le consultant Orsys organise un entretien de cadrage avec l'animateur pressenti en vue de préciser les objectifs de la formation et d'évaluer le travail de préparation. L'animateur analyse avec vous les spécificités de votre formation, le profil des participants et rédige le cahier des charges.

### » Une prise en charge complète du processus de formation

Orsys est en mesure d'organiser et de suivre des projets de formation importants, qui concernent des équipes entières sur des durées de plusieurs mois. Notre équipe pédagogique dispose de tous les outils pour tester les prérequis, valider leurs acquis et suivre leur progression tout au long du cycle de formation.





Orsys offre de nombreuses possibilités de certification et propose des cours et des cursus spécialisés qui permettent de passer les examens de certification avec les meilleures chances de succès.



Dans certains cas, des journées de préparation sont prévues pour réviser les connaissances et valider le niveau de préparation par un examen blanc.

Orsys peut se charger des formalités d'inscriptions, de l'organisation des tests et de la transmission des résultats et des diplômes.

## Les certifications internationales



Dans le cas où les certifications font partie intégrante de la formation, Orsys gère l'organisation de l'examen et la transmission des résultats et des diplômes.

Lorsque les certifications sont sous la responsabilité d'organismes extérieurs, Orsys peut faire passer les tests dans ses propres locaux.

### >>> Certifications

- > Qualité organisationnelle : ISO 9001
- > Responsabilité sociétale : ISO 26000
- > Management et gestion des risques : ISO 31000, M\_o\_R®
- > Management environnemental : ISO 14001
- > Management de la continuité d'activité : ISO 22301
- > Management de la Santé et de la Sécurité au Travail : OHSAS 18001
- > Gestion de projets et de programmes : PMI, MSP®, P30®
- > Management de la sûreté de la chaîne d'approvisionnement Supply Chain : ISO 28000



Les cours M\_o\_R®, MSP®, P30®, Agiles Project Management, Lean IT, Sourcing, sont délivrés par Orsys en partenariat avec Quint Wellington Redwood, organisme de formation accrédité par l'APMG-International.

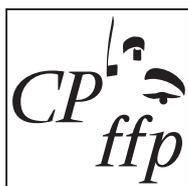


Nos cycles certifiants permettent d'acquérir l'ensemble des compétences nécessaires à l'exercice d'un métier ou d'une activité dans les domaines du management, des ressources humaines, du commerce et du marketing, et de valider cette acquisition par l'obtention d'un certificat professionnel.

## » Les cycles certifiants Orsys et certificats professionnels FFP

Vous suivez ces parcours, **d'une durée totale de 6 à 17 jours de formation**, à votre rythme, sur une période de douze mois. Vous validez ensuite les connaissances acquises par une journée de contrôle composée de QCM, de présentation d'un projet ou de mise en œuvre d'une étude de cas. Ces parcours correspondent particulièrement bien aux **Périodes de Professionnalisation**.

### » Les certificats professionnels FFP



Orsys est habilité par la FFP (Fédération de la Formation Professionnelle) à délivrer des certificats professionnels FFP qui visent à valider la maîtrise d'un métier, d'une fonction ou d'un savoir-faire. Tous les parcours validés FFP sont indiqués par ce logo.

#### Une offre riche qui couvre tous les domaines :

- Responsable qualité **F**
- Formateur professionnel **F** \*
- Manager en prise de fonction **F**
- Responsable centre de profit **F**
- Manager confirmé **F**
- Assistant(e) Secrétaire **F** \*
- Responsable RH **F**
- Chef de produit **F**
- Responsable formation en entreprise **F**
- Chargé de communication



### »»» Un suivi personnalisé

Chaque cycle certifiant est supervisé et coordonné par un responsable dont l'activité consiste à s'assurer de la bonne cohérence du cycle et de la validation des connaissances.

Ce responsable joue aussi un rôle de « tuteur » auprès des participants en suivant leur progression tout au long du cycle. C'est une garantie de qualité pédagogique et de meilleur suivi des candidats.

Les cycles certifiants Orsys intègrent des modules e-learning entre les cours en présentiel pour faciliter l'approfondissement individuel et assurer la cohérence du cycle.



## »» Les certificats universitaires

### Un partenariat Orsys-Université Paris Dauphine

Orsys a créé des cycles de formation qui font l'objet d'une certification délivrée par l'université Paris Dauphine. Les premières sessions sont prévues en 2015.

- Manager de projets
- Manager confirmé

Retrouvez le programme de ces cycles en page 94 de ce catalogue et sur [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)



# e-learning



## e-Learning <sup>e</sup>

Formation 100% e-learning



## Blended <sup>B</sup>

Formation présentielle complétée par des modules e-learning



## Full learning <sup>F</sup>

Formation présentielle préparée et complétée par des modules en e-learning.



## Serious Games <sup>G</sup>

Des exercices ludo-pédagogiques de simulation sont intégrés à certains programmes Full Learning.



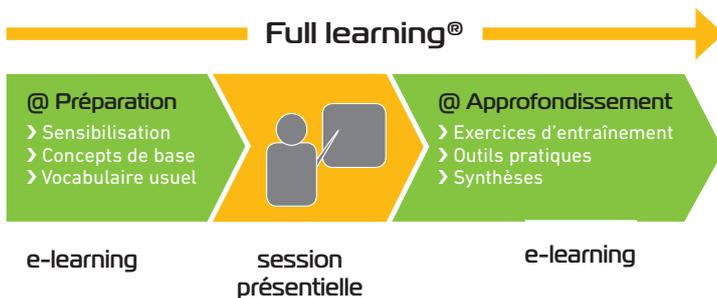
## > Le Full learning<sup>®</sup>

Fidèle à sa stratégie d'innovation et de qualité, Orsys a mis au point une solution de formation particulièrement efficace, le Full Learning, qui associe l'e-learning aux sessions présentielles. Il s'agit d'une formation en 3 étapes comprenant une première phase e-learning de mise en situation, une deuxième phase sous forme de session présentielle en général de 2 ou 3 jours, et enfin une troisième phase d'approfondissement en e-learning qui s'étend sur une année.

Plus de 80 formations Full Learning<sup>®</sup> sont disponibles dans les domaines :

- >>> management
- >>> développement personnel
- >>> gestion
- >>> commercial

Elles sont indiquées par le signe <sup>F</sup>



## > Des modules en Serious Games



Intégrés à certaines formations Full learning<sup>®</sup>, les modules Serious Games permettent de travailler des mises en situations professionnelles via des simulations virtuelles, à son rythme et autant de fois que nécessaire (accès illimité).

Pour apprendre à :

- >>> Analyser des situations
- >>> Ecouter
- >>> Communiquer
- >>> Prendre des décisions

L'avantage du Serious Game réside dans son interactivité, son côté ludique et sa flexibilité. Son approche inductive avec la pédagogie par « l'essai/erreur », permet à l'apprenant de tester ses différentes stratégies, de se remettre en cause et d'apprendre de ses erreurs.



## > Formation Blended learning



Pour renforcer l'efficacité de nos formations présentiels, nous vous proposons des modules e-learning permettant de prolonger votre apprentissage de façon autonome et interactive sur une durée d'un an. Ces formations e-learning sont associées aux cours présentiels Orsys et concernent le la bureautique et l'anglais. Elles permettent d'approfondir et de compléter les connaissances acquises en effectuant des exercices pratiques.

## > Formation à l'anglais **B**

Nos formations présentiels à l'anglais sont basées sur une **méthode d'immersion totale** visant à lever les freins qui bloquent l'expression orale. En complément, Orsys a sélectionné une solution e-learning très performante avec le société Tell Me More qui propose des situations d'apprentissage au travers de scènes de la vie professionnelle. Un parcours e-learning spécifique est défini pour chaque apprenant afin de lui permettre de poursuivre sa progression.

Un casque pour l'écoute et un micro sont offerts pour pouvoir s'exercer chez soi ou au bureau !



- Remise à niveau en anglais **B**
- Remise à niveau en anglais - semaine intensive **B**
- Anglais pour les professionnels - semaine intensive **B**
- Préparation au TOEIC® **B**
- Entretien et perfectionnement en anglais **B**
- Préparation de missions à l'étranger **B**
- Mieux comprendre et prononcer avec Voice Management **B**
- Prise de parole en public en anglais **B**

13

## > Les formations en bureautique

sur les logiciels des Suite Office 2007 et 2010



### Les formations "blended" **B**

Pour renforcer l'efficacité de nos formations présentiels

Des modules de formations e-learning associées aux cours présentiels Orsys permettent d'approfondir et de compléter les connaissances acquises lors des formations présentiels, puis de réviser et s'entraîner grâce aux exercices pratiques et ce durant 1 an.



### Les formations 100% e-learning **e**

Pour apprendre à son rythme en toute autonomie

Vous pourrez ainsi apprendre dans votre propre environnement, sur les logiciels réels, et atteindre, d'une manière progressive et guidée, le niveau de compétences que vous souhaitez.





# Un environnement optimal

## › Nos équipes d'accueil

Dans chaque centre Orsys, une équipe dédiée prépare les salles et les supports de cours. Chargée de l'accueil, elle s'assure du bon déroulement de votre formation et de votre confort. Elle se tient prête à répondre à toutes vos questions.



*Véronique ALVES*  
Responsable du service Logistique

## Qualité de l'accueil, pauses, repas offerts...

Votre bien-être pendant les formations contribue grandement au bénéfice que vous retirerez de votre formation. C'est pourquoi le repas de midi vous est offert à Paris, en province ou à l'étranger. Nous mettons de plus à votre disposition des boissons chaudes et froides, des viennoiseries ou des douceurs sucrées lors des pauses. Des salles de détente sont réservées aux moments de coupures et aux discussions informelles, et nous mettons également à votre disposition des postes Internet.

14

## ›› des salles de cours lumineuses

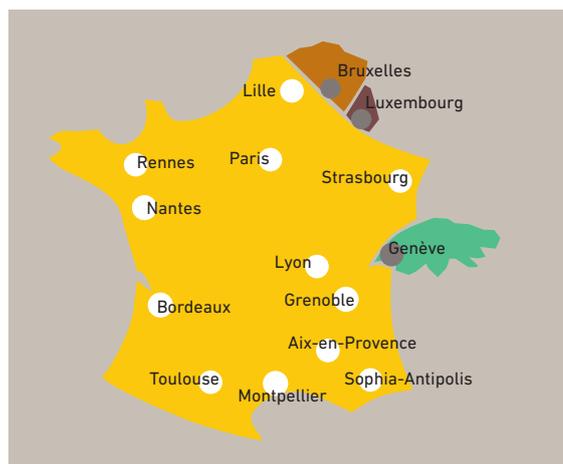
Les stages se déroulent dans les locaux d'Orsys, dotés de salles spacieuses et lumineuses, et pourvus de tous les équipements de pointe nécessaires : ordinateurs, systèmes d'exploitation Windows, Linux et Unix, équipements réseaux, vidéoprojecteurs. Pour nos séminaires, nous avons choisi les espaces d'affaires de prestigieux hôtels, parfaitement adaptés à ce type de prestations haut de gamme.

## ›› les meilleures facilités d'accès

L'emplacement de nos centres de formation a été volontairement choisi pour leur facilité d'accès, proche d'une station de métro, d'une gare SNCF, ou d'un tramway. Des possibilités de parking à proximité sont aussi à la disposition de ceux qui souhaitent venir en voiture.

## › Des centres à proximité de chez vous

Pour faciliter vos formations, nous avons implanté nos centres de formation dans les principales régions de France, ainsi qu'en Belgique, en Suisse et au Luxembourg.



## › La garantie Orsys

Nos questionnaires en attestent : au sortir de nos formations, **97,4 %** de nos clients se déclarent « satisfaits » ou « très satisfaits » de la prestation globale fournie par Orsys. Les 2,6 % restants sont systématiquement contactés à l'issue de leur séminaire ou de leur stage par l'un de nos consultants formation afin d'analyser les raisons de leur insatisfaction et de proposer soit le remboursement soit une solution qui leur permette d'atteindre leurs objectifs : par exemple, une journée de formation complémentaire, ou la participation gratuite à un autre cours.

## › Le suivi qualité

Une équipe qualité étudie en permanence les évaluations des cours. En liaison avec les animateurs experts, elle propose et met en œuvre les mesures destinées à augmenter la qualité de cours et le niveau de satisfaction des clients.

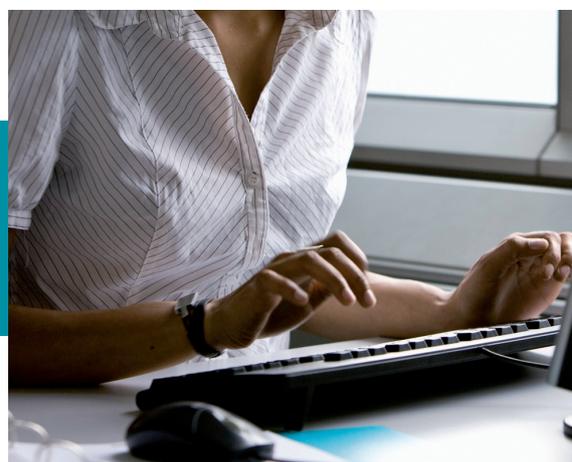
## › Les procédures qualité

Orsys a mis en place plus de 50 procédures qui recouvrent toutes les étapes depuis la conception des cours jusqu'à leur réalisation et leur suivi : validation des experts-formation, conception, support, organisation, évaluation. Ces procédures s'appliquent autant aux sessions inter qu'aux sessions intra-entreprises.



Eva LE GUILLOUZIC  
Responsable du Suivi Qualité

# L'assurance qualité



15

## ››› La reconnaissance du marché

- › Près de **50 000** personnes formées en 2013.
- › **6000** entreprises et administrations sont clientes Orsys.
- › **97,4 %** de taux de satisfaction exprimé par nos clients.
- › Une progression moyenne de près de **10 %** par an sur les dix dernières années, un chiffre d'affaires passé de 25,6 millions en 2008 à 39,4 millions en 2012 puis à 42 millions en 2013.
- › Une équipe constituée de plus de **900** experts formateurs, **80** consultants formation et **60** personnes à la création et au contrôle pédagogique, à la direction technique, à l'administration et à la direction de l'entreprise.

## ››› Qualification

### › Qualifié ISO/OPQF

Cette qualification porte sur les formateurs, la pédagogie et les conditions d'organisation des formations.



### › Fédération de la Formation Professionnelle (FFP)

Afin de rester proche de l'évolution des besoins et des métiers de la formation, Orsys est membre actif de cette fédération depuis 1980.



## ››› Développement durable

### › Pacte mondial des Nations Unies (Global Compact)

Orsys y a adhéré en 2007 et poursuit une démarche de développement durable dans tous ses aspects, sociaux, économiques et écologiques. Le rapport des actions menées dans ce cadre est disponible sur le site [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).



L'étendue de notre offre, au total plus de 1800 formations, dans les Nouvelles Technologies comme dans les domaines du Management, du Développement personnel ou du Marketing, notre couverture géographique et notre possibilité d'organiser des formations inter ou intra en tout point du territoire, nous donnent la possibilité de répondre à la quasi-totalité des besoins de formation.

# Vos projets de formation

## › Votre interlocuteur dédié

Un consultant formation Orsys est affecté à votre entreprise pour étudier vos besoins de formation et déterminer avec vous les cours et les cursus les mieux adaptés aux objectifs et aux profils des participants.

› Il vous conseille dans l'élaboration de votre plan de formation et vous propose des solutions optimales en termes de programmes, d'organisation inter et intra-entreprises, et de formation sur mesure.

› Il vous accompagne dans la mise en œuvre des formations et s'assure également de votre satisfaction et de la réalisation de vos objectifs.

## › Ingénierie de formation

Notre équipe pédagogique a mené à bien de nombreux projets d'ingénierie de formation. Elle est en mesure de dresser un état des compétences, d'établir des parcours de formation et de proposer les meilleures solutions en termes de délais et de budgets, grâce notamment à une combinaison optimale de cours inter et intra-entreprises.

16

## › Le site Orsys pour choisir des parcours de formation

Le site Orsys vous propose plus de 175 filières métiers et 140 cursus professionnels qui vous aideront à construire vos plans de formation. Il propose aussi des tests de prérequis pour tous les principaux cours. Enfin, il vous permet de vous tenir au courant de toutes les nouveautés et des conférences gratuites organisées dans chaque région sur des thèmes d'actualité.

*Exemple de parcours de formation*

### ›› Manager/Responsable commercial ›

**Manager une équipe commerciale**  
Réf. MEC - Durée : 3 jours



**Mieux recruter vos commerciaux**  
Réf. VOC - Durée : 2 jours



**Coacher vos commerciaux**  
Réf. COC - Durée : 3 jours



**Dynamiser votre équipe commerciale**  
Réf. NAM - Durée : 2 jours

## »» Accords PME

Un tarif préférentiel de **20 %** est proposé aux petites et moyennes entreprises qui s'inscrivent à 10 formations dans l'année ainsi qu'aux sociétés émergentes (moins de trois ans d'existence) quel que soit le nombre de formations.



# L'accord cadre

## » Une logique de partenariat d'entreprise

Partenaires des plus grandes entreprises et administrations mais aussi des entreprises de taille petite et moyenne, nous avons établi des centaines de contrats cadres, souvent pluriannuels, qui leur assurent des tarifs préférentiels. Orsys présente toutes les garanties méthodologiques et financières pour répondre à vos appels d'offres.

## » Des solutions tarifaires optimisées

Les consultants formation Orsys sont en mesure de vous proposer les solutions les plus performantes en termes d'organisation et de budget. Ils vous proposeront les meilleures conditions financières en fonction des besoins de votre entreprise.

Pour entrer en relation avec votre consultant formation :  
**+33 (0)1 49 07 73 73 info@orsys.fr**



## » Les forfaits individuels

Pour répondre aux besoins individuels de formation et permettre à chacun d'atteindre le niveau de compétence et de certification qu'il souhaite, Orsys propose 3 types de forfaits individuels :

### »» Forfait compétence > 15%

Toute personne s'inscrivant à deux formations au moins sur le même bon de commande bénéficie d'une remise\* de 15%. Celle-ci s'applique à ces inscriptions, ainsi qu'à celles qui suivraient dans les douze mois.

### »» Forfait cursus professionnel > 25%

Toute personne s'inscrivant à l'un de nos cursus professionnels, constitués de 3 ou 4 cours répartis sur une période de 12 mois, bénéficiera d'une remise\* de 25%. Cette remise s'appliquera aussi aux cours suivis dans le prolongement de ce cursus.

### »» Forfait cycle certifiant > 30%

Toute personne s'inscrivant à un cycle certifiant Orsys ou à une période de professionnalisation bénéficie d'une remise\* de 30%. Ces parcours pourront s'effectuer sur une période de 12 mois à partir de la date du premier cours.

*\* remise non cumulable*

# Les dispositifs d'accès à la formation



18

## CPF / DIF

Le **CPF (compte personnel de formation)** entre en vigueur dès le 1er janvier 2015. Il permet à tous les salariés, demandeurs d'emploi et jeunes diplômés sortis du système scolaire, de disposer d'un compte de formation qui les suit tout au long de leur carrière. Ce compte est crédité de 24 heures par an jusqu'à 120 heures, puis 12 heures par an jusqu'à 150 heures pour les salariés à temps plein et au prorata pour ceux à temps partiel ou en CDD. Une des principales différences avec le DIF est la possibilité de transférer ses heures de formation acquises après un changement ou une perte d'emploi.

Que ce soit à titre individuel ou avec l'accord de son employeur, le salarié dispose de son compte de formation de façon autonome.

Le **DIF (Droit Individuel à la Formation)** est remplacé à partir du 1er janvier 2015 par le CPF mais les droits acquis au titre du DIF jusqu'au 31 décembre 2014 obéissent au régime applicable aux heures inscrites sur le CPF à compter du 1er janvier 2015 et ce jusqu'au 1er janvier 2021, date de la disparition définitive des heures acquises au titre du DIF.

## L'offre CPF/DIF Orsys

Toutes nos formations sont éligibles au titre du CPF/DIF en fonction du nombre d'heures acquises.

Nos consultants formation vous accompagneront dans vos inscriptions et dans l'élaboration de votre parcours CPF/DIF.

## » Périodes de professionnalisation

Le but de ces périodes de professionnalisation est de faire évoluer les compétences dans les métiers de la branche afin d'obtenir une qualification reconnue et ainsi de favoriser le maintien dans l'emploi des salariés en CDI rencontrant des difficultés. Ces formations peuvent bénéficier de financements de la part de l'OPCA auquel l'entreprise a cotisé.

*Pour tout savoir sur les périodes de professionnalisation, consultez le site de l'OPCA de branche (les adresses sont disponibles sur le site [www.centre-inffo.fr/Organismes-nationaux-de-branche](http://www.centre-inffo.fr/Organismes-nationaux-de-branche)).*



# L'administration des formations

Orsys se propose de vous assister dans toutes vos démarches administratives liées à la formation. Nous pouvons ainsi assurer la gestion complète de vos formations, dans ses composantes prévisionnelles comme dans ses aspects opérationnels. Notre équipe Ingénierie Formation peut notamment se charger de construire vos plans de formation à partir de l'analyse des besoins individuels et collectifs.

## » Dématérialisation

Tous les documents sont numérisés. Les accusés réception, les convocations, les factures et les feuilles d'émargement peuvent vous être envoyés par voie numérique. Vous y avez accès à tout moment dans notre Espace client. Ils peuvent aussi, à votre demande, vous être envoyés par courrier.

## » Assistance administrative

Notre service administratif peut établir ou vous aider à établir tous les documents administratifs en vue de la prise en charge de vos formations par votre organisme OPCA, notamment AGEFOS PME, OPCALIA, FAFIEC... et lui adresser sous la forme demandée tous les documents d'origine Orsys tels que factures, conventions de formation, feuilles de présence, feuilles d'évaluation.

## » Prise en charge OPCA

### FAFIEC/Actions collectives

Pour la Branche des métiers de l'ingénierie, de l'informatique, du conseil, des études et des foires et salons, le FAFIEC est l'organisme collecteur agréé. Dans le cadre de ses priorités formation, Orsys a été retenu sur plusieurs cours pour des actions collectives.

19

## » Gérez vos formations dans votre espace client sur le Net

En tant que responsable formation, vous disposez d'un accès sur le site Orsys vous permettant de passer vos inscriptions, de les consulter et de suivre leur historique. Vous pouvez éditer vous-même les convocations et les plans d'accès, obtenir des duplicatas de factures, des conventions de formation, des feuilles d'émargement et visualiser les niveaux de satisfaction.

**Pour obtenir un accès à notre Espace Client, rendez-vous sur notre site « Mon espace client » ou appelez le 01 49 07 73 73.**

## »» Pour votre portail formation

Orsys est en mesure de vous fournir les informations à intégrer dans votre intranet sur les formations Orsys que vous avez sélectionnées dans le cadre de notre partenariat (description synthétique des cours, prix négociés, dates) autant pour les sessions inter qu'intra-entreprises.

# Informations générales



## >>> Inscriptions

### > Comment s'inscrire

- En envoyant à ORSYS par courrier, fax ou email un bon de commande ou un bulletin d'inscription, dûment complété. Un accusé de réception confirmant l'inscription vous sera envoyé par mail. L'inscription n'est considérée comme définitive qu'après réception du règlement correspondant.
- Quelque temps avant le cours, une convocation sera adressée par mail à chaque participant indiquant le lieu, les horaires, et les moyens d'accès avec un plan détaillé. ORSYS se réserve le droit de reporter un cours pour des raisons de force majeure ou si le nombre de participants n'est pas suffisant.
- Espace Client : les responsables formation peuvent gérer directement leurs inscriptions par Internet : inscriptions, consultations, historique, évaluations, factures...

### > Frais d'inscription

- Les prix indiqués dans les pages de programmes correspondent aux tarifs 2014. Vous disposez des prix 2015 dans les pages de planning en fin de catalogue. La TVA de 20 % s'applique aux tarifs indiqués dans ce catalogue.
- Ils comprennent les repas, les rafraîchissements et la documentation.
- Tarifs préférentiels : ils sont accordés aux entreprises désireuses d'inscrire un nombre important de participants. N'hésitez pas à nous contacter à ce sujet.

### > Facturation - convention

- La facture envoyée tient lieu de Convention de Formation Simplifiée.
- L'attestation de présence est envoyée à la fin du cours. En cas de non-participation, toute inscription qui n'aurait pas été annulée par écrit au moins une semaine avant le début du cours sera due intégralement, mais il est toujours possible de se faire remplacer par une autre personne de l'entreprise.

### > Hébergement

- Réservation d'hôtel
- Les participants qui désirent réserver une chambre doivent le faire par leurs propres moyens. Des hôtels à proximité sont indiqués sur notre site [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr). Une adresse de centrale de réservation d'hôtels peut être fournie sur simple demande.

## >>> Horaires

20

>> D'une manière générale, les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30. Toutefois, le premier jour, les participants sont accueillis à partir de 8h45, la présentation de la session ayant lieu de 9h15 à 9h30.

>> Le cours proprement dit débute à 9h30. Le dernier jour, la session se termine à 17h.

>> Pour les stages pratiques de 4 ou 5 jours, les sessions se terminent à 15h30 le dernier jour.

# direction d'entreprise

» Stratégie et pilotage d'entreprise p. 23

» RSE et développement durable p. 39

21



innovation **Stratégies**

gouvernance

**maîtrise**  
**des Risques**

**droit**

**Business Plan**

**Conduite**  
**du changement**

# Nos experts en Direction d'entreprise

» **Henri PUISSANT** » est diplômé en management et stratégie d'entreprise, et titulaire d'une maîtrise de mathématiques. Après avoir participé à la mutation du Crédit Agricole comme DSI, puis restructuré l'informatique de la Branche Retraite du Groupe Caisse des Dépôts, il a dirigé la fonction Système d'Information du Groupe en tant que Directeur Délégué d'Informatique CDC. Il est spécialiste de l'organisation des services informatiques. Il anime des séminaires et des stages sur la Qualité, la Gouvernance, Cobit®, CMMI, Prince2®, ITIL®, P-CMM, eSCM. Il effectue des audits et diagnostics des SI et coache des chefs de projet.



» **Patrice MARVANNE** » Fondateur de PLM Conseil, cabinet de formation et de conseil en management par la qualité totale, il est également secrétaire du Mouvement Français pour la Qualité, région Ile-de-France. Issu du Groupe Accor, où il a occupé des directions opérationnelles, il a fait sa carrière dans des cabinets de conseil en organisation et en Ressources Humaines, notamment chez Hay Groupe. Il est l'auteur du Vade-mecum de la Qualité Totale (éditions EMS) et prépare actuellement un deuxième ouvrage sur les nouveaux outils de la qualité avancée.



» **Christophe LEGRENZI** » Ingénieur en informatique de gestion et en informatique industrielle, Docteur ès sciences de gestion, auditeur certifié en informatique, en gouvernance d'entreprise et informatique et en gestion des risques, il est spécialisé dans les domaines du management et de la performance des organisations numériques. Expert judiciaire auprès des Tribunaux et conseiller au Commerce Extérieur de la France, vice-président du club européen de la gouvernance des systèmes d'information et délégué pour la France, Il anime de nombreux séminaires et conférences.



Spécialiste des projets informatiques, » **Daniel MAHE** » a d'abord mené des développements de logiciels dans les secteurs de la recherche, des télécommunications et de l'industrie. Il a rejoint en 1999 le cabinet ASK, pour se concentrer sur ses domaines de prédilection : le management des grands projets et la gestion des risques Projet, en s'appuyant sur les référentiels CMMI et PMI. Membre de l'AFAI (Association Française d'Audit et de conseil en Informatique).



» **Gérard COHEN** » Docteur en gestion, il est membre de la Chambre Nationale des Conseils Experts Financiers et a plus de vingt-cinq années d'expérience en entreprise (Elf Aquitaine, Alcatel, Bull) et en consulting (Séma) en tant que directeur de l'organisation et des systèmes d'information, directeur de division et/ou de département. Depuis 1994, il est professeur de management et économie à l'Université de Marne-La-Vallée puis à celle de Cergy-Pontoise et à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, également consultant-formateur en gestion/transmission d'entreprise.



Après avoir été cadre dans la fonction recrutement et formation puis directeur général d'une société d'édition et de relations publiques, » **Philippe ROUSSEAU** » réalise depuis plus de trente ans des actions d'accompagnement du changement et de développement des hommes et des organisations. D'abord au sein du cabinet IDRH, puis RS Consultants et Hommes Stratégies Structures. Il devient ensuite directeur associé du Groupe Mutatis. Il participe au développement du cabinet sur sa cible stratégique du conseil en amélioration de la performance et de l'accompagnement du changement.



# Stratégie et Pilotage d'entreprise

Bâtir une stratégie pour son entreprise, la mettre en œuvre, créer de la valeur, définir des plans d'action et les piloter, sont autant de préoccupations qui incombent aux dirigeants et managers. Orsys a construit des formations qui leur sont spécialement dédiées. Elles montrent notamment comment concilier les approches organisationnelle, financière et technologique, prévenir et gérer les risques, ou encore impulser, conduire le changement et inscrire son entreprise dans l'ère numérique.

## » Gouvernance et management stratégique »

- Best** Les clés du management d'entreprise  
3 j - MBA - p.25
- Gouvernance d'entreprise  
2 j - GOE - p.26
- Best** Bâtir une stratégie d'entreprise **F**  
3 j - INI - p.26
- Analyse prospective, élaborer des choix stratégiques pour son entreprise  
2 j - TEG - p.27
- Intégrer l'environnement géopolitique dans la stratégie de l'entreprise **Nouveau**  
2 j - CEG - p.27
- Mettre en œuvre une politique d'intelligence économique  
2 j - PME - p.28
- Bâtir sa stratégie de développement durable **F**  
2 j - DUR - p.43
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie marketing  
3 j - MAS - p.406

## » Gestion et pilotage »

- Best** Balanced Scorecard, piloter la performance de l'entreprise  
2 j - TBO - p.28
- Best** Piloter par les tableaux de bord  
2 j - TAB - p.29
- Améliorer la rentabilité dans un contexte économique difficile **Nouveau**  
2 j - PFC - p.30
- Maîtriser la masse salariale  
2 j - MMS - p.30
- Best** Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel **F**  
3 j - IIG - p.124
- Best** Gérer une Business Unit  
3 j - BUT - p.291
- Perfectionnement à la gestion d'entreprise  
3 j - MOG - p.291
- Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant  
2 j - BUP - p.292
- Gestion sociale, les tableaux de bord  
2 j - GSO - p.220



# Stratégie et Pilotage d'entreprise

## » ISO 22301 : continuité d'activité »

- ISO 22301, Foundation, certification**  
2 j - FUN - p.32
- ISO 22301, Lead Auditor, certification**  
5 j - IAU - p.32
- ISO 22301, Lead Implementer, certification**  
5 j - IML - p.33

## » Changement et innovation »

- Transformer une organisation, les clés de la réussite**  
2 j - TFO - p.31
- Stimuler l'innovation dans l'entreprise**  
2 j - INN - p.31
- Utiliser la créativité pour favoriser le changement**  
2 j - FAV - p.122

## » Stratégie digitale »

- L'entreprise numérique, enjeux et perspectives**  
2 j - TUN - p.36
- L'entreprise face aux défis du Cloud, Byod et Big Data**  
2 j - MBD - p.37
- Stratégie digitale, générer de nouvelles opportunités** **Nouveau**  
2 j - GNS - p.38
- Bring Your Own Device (BYOD), enjeux et solutions**  
2 j - BYO - p.38
- Optimiser sa stratégie e-marketing**  
2 j - EMC - p.432

## » Gestion des risques »

- ISO 31000, Risk Manager, certification**  
2 j - ISR - p.34
- M\_o\_R®, Risk Management, Foundation, certification**  
3 j - MRF - p.34
- M\_o\_R®, Risk Management, Practitioner, certification** **Nouveau**  
2 j - MPR - cf@
- Risk management dans les affaires, démarche et mise en œuvre**  
2 j - RIM - p.35
- Risk Manager : gérez efficacement les risques projets**  
3 j - RIK - p.35
- La sécurité de l'information, recommandations pratiques**  
2 j - SRP - p.128
- Gérer les risques client et les impayés**  
2 j - RCC - p.305
- Maîtriser les principaux risques en droit du travail**  
2 j - MPD - p.284
- Responsabilité civile, mesurer les risques**  
1 j - CIV - p.286
- La responsabilité pénale du manager**  
2 j - PEN - p.286
- Le document unique, évaluer les risques professionnels**  
2 j - RPU - p.238
- Prévenir les risques psychosociaux**  
2 j - PSY - p.241

Ce séminaire développe l'essentiel des outils d'analyse stratégique et de marketing pour le management de l'entreprise. Il reprend l'essentiel en comptabilité, gestion, finance, budgétisation des investissements et initie à la gestion par les tableaux de bord.

## La stratégie d'entreprise

### »»» Les concepts de base

- Politique, stratégie, tactique, engagement.
- Quelques principes fondamentaux.

### »»» L'intelligence économique

- Origines de l'intelligence économique.
- Caractéristiques de l'intelligence économique.
- La veille, l'écoute et la recherche d'informations.
- Les domaines de l'intelligence économique : technique, commercial, informatique...
- Les moyens à notre disposition.
- Qui s'en occupe dans l'entreprise ?

### »»» Les caractéristiques de la stratégie

- La mission de l'entreprise.
- Les objectifs des actionnaires et des dirigeants.
- Le positionnement général.
- La notion de DAS (Domaine d'Activité Stratégique).

### »»» Les outils classiques d'analyse stratégique

- Les avantages et les inconvénients.
- L'analyse SWOT.
- La matrice de Porter.
- Divers orientés " modèles de performance ".
- Les modèles orientés " portefeuille d'activité " (BCG, Mc Kinsey, ADL).

### »»» Les facteurs-clés de succès

- Définition.
- L'approche utilisée.
- Les ressources et les faiblesses de l'entreprise.
- Définition d'un modèle simple adapté aux PME.

**Etude de cas** Exemples de DAS dans les grandes entreprises. Travail en commun sur un cas pratique sur la stratégie d'une PMI industrielle en développement.

## Le marketing et la politique commerciale

### »»» Les notions de base

- Définition du marketing : attitude et outils.
- Qu'est-ce qu'un marché ?
- Caractéristiques d'un marché.
- Le consommateur : qui sont les clients, les prescripteurs ?
- La segmentation : les critères.
- Etudes de marché : techniques et acteurs.
- Analyse de la concurrence : qui sont les concurrents ?
- Les couples produits marché : une approche incontournable.

### »»» Le marketing opérationnel ou marketing-mix

- La politique de produit (service).
- La politique de prix.
- La politique de commercialisation (distribution).
- La politique de communication.

### »»» Le marketing direct

- Comment s'adresser au client particulier avec un message particulier ?
- La notion de " valeur ".
- Le phénomène des marques.
- Comment bâtir un plan marketing.
- La déclinaison " plan d'action commercial ".
- Gestion des tâches opérationnelles et en particulier celle des vendeurs.
- Les méthodes de fidélisation et de conquête.

**Etude de cas** Lancement d'un nouveau logiciel : définition de tous les éléments du mix.

## La finance et la comptabilité

### »»» Introduction

- Rappels des concepts comptables et du vocabulaire.
- Les principes des écritures en partie double, du plan comptable, des équilibres...).

### »»» Le compte de résultat : rôle et contenu

- L'approche des soldes intermédiaires de gestion.
- La terminologie anglo-saxonne et celle dans les grands groupes.
- L'analyse du compte de résultat : les charges par nature.
- Les différentes significations du " résultat ".

### »»» Le bilan : rôle et contenu

- La structure du bilan : le haut et le bas du bilan.
- Le fonds de roulement et besoin en fond de roulement : signification.
- Les points particuliers : amortissements, provisions, stocks et en-cours de production...
- La notion de cash-flow.
- La trésorerie.
- L'analyse financière et les ratios.
- La valorisation de l'entreprise.

### »»» La comptabilité analytique

- Les coûts (directs, indirects ; variables et fixes)
- L'analyse et l'imputation des coûts pour le calcul des prix de revient.
- Méthodes (coût complet, contribution...).

### »»» Notions d'investissement

- Les caractéristiques de l'investissement.
- Le VAN, TRI et PAYBACK pour mesurer et choisir les investissements.
- Le financement des investissements : achats, leasings...
- Les budgets.
- Comment bâtir un budget ?

**Etude de cas** Exemples de comptes sociaux de PME, grands groupes : banque, distribution... Travail approfondi sur un cas pédagogique complet.

## Les tableaux de bord

- Pourquoi un tableau de bord ?
- Le rôle du tableau de bord : le pilotage.
- Les différents tableaux de bord.
- Qui le fait et comment l'élaborer en vue d'un bon fonctionnement ?
- Que met-on dedans ?

**Exemple** Tableaux de bord techniques et de gestion.



Réf :	MBA
Durée :	3 jours
Paris	25-27 nov. 2014 24-26 mars/16-18 juin 2015
Groupe 3	7-9 oct./9-11 déc. 2014 26-28 janv. 2015
Prix :	2 580 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### »»» PARTICIPANTS

Futurs dirigeants, managers. Toute personne souhaitant faire un point sur les outils de management d'aujourd'hui.

### »»» PREREQUIS

Connaissances générales en management.

### »»» pour aller plus loin »»»

- » Bâtir une stratégie d'entreprise p.26
- » Intégrer l'environnement géopolitique dans la stratégie d'entreprise p.27
- » Balanced scorecard p.28

Ce séminaire explore les outils de pilotage et les méthodes de gouvernance à partir d'exemples réels. Il est orienté vers les besoins opérationnels de ceux qui se retrouvent à la tête d'entreprises ou d'entités importantes.



Réf :	GOE
Durée :	2 jours
Paris :	18-19 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Le séminaire est destiné aux dirigeants de Business Unit et d'entités publiques ou aux directeurs informatiques souhaitant évoluer vers d'autres fonctions et enrichir leur parcours professionnel.

**» PREREQUIS**  
Connaissances générales en management.

- » La gouvernance : définition et problématique**
- Les différentes définitions de la gouvernance.
  - Les différentes méthodes d'analyse nécessaires à la gestion (Balanced Scorecard, méthode ABC).
  - Les modèles d'activité nécessaires à l'alignement stratégique des systèmes d'information (ITIL®, COBIT®).
  - Evolution du contexte : déontologie, éthique et risques associés, autorités de régulation et de contrôle.
  - De l'influence des outils du privé sur la gestion publique.
  - La gouvernance informatique : apports et modalités d'intégration de la DSI dans la direction générale de l'entité.

- » Piloter la stratégie**
- Communiquer avec les Conseils d'administration et les "stakeholders" : organisation et production de documents.
  - La gestion collaborative et ses outils, les relations avec les parties prenantes.
  - La gestion des risques : image, Business Intelligence, traitement et formalisation des différents risques.
  - Démontrer la performance : plans qualité, tableaux de bord, normes ISO et différents niveaux de reporting.
  - Pilotage économique et valeur : analyse de la valeur, coûts et coûts cachés, valeurs des systèmes d'information.
  - Les benchmarks : l'utilité, les fournisseurs, les réseaux.

- » Piloter les projets**
- Piloter les ressources : sous-traitance et achat, le choix de l'organisation.
  - L'externalisation en question : de la sous-traitance à l'outsourcing.
  - Comprendre les différents montages juridiques possibles.
  - L'intérêt des outils, les stratégies d'approvisionnement, de réduction de coûts, la rationalisation des achats.
  - Connaître les bonnes pratiques pour les systèmes d'information.
  - Piloter les ressources humaines : capital social, savoirs, référentiels de compétences, innovation...
  - Connaître les bonnes pratiques pour le pilotage des ressources humaines.

- » Perspectives**
- Actualités juridiques.
  - Evolutions possibles des modalités de gouvernance.



## Bâtir une stratégie d'entreprise démarche et outils



Ce stage vous propose une démarche pour définir une stratégie s'appuyant sur les atouts de l'entreprise et prenant en compte l'ensemble des facteurs internes et externes. Il vous montre comment déployer cette stratégie et mobiliser les équipes en vue de son application.



Réf :	INI
Durée :	3 jours
Paris :	12-14 nov. 2014 2-4 fév./18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Echanges et confrontation d'expériences, exercices sur la construction d'une démarche stratégique.

**» PARTICIPANTS**  
Dirigeants, cadres supérieurs, membres comité de direction.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

- » Construire le schéma directeur de la stratégie**
- Définir la politique générale de l'entreprise.
  - Promouvoir la vision ou finalité de l'entreprise.
  - Déployer les objectifs stratégiques.
- » Analyser le contexte de l'entreprise**
- Impact de la mondialisation.
  - Commerce électronique et conséquences.
  - Développement durable et nouvelles priorités.

- » Réaliser votre diagnostic stratégique**
- Analyse externe :
  - Identifier vos concurrents.
  - Evaluer l'offre et la demande du marché.
  - Etudier la dynamique concurrentielle.
  - Diagnostic interne :
  - Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
  - Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
  - Evaluer les compétences internes et leur transfert.
- Exercices** Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

- » Les outils d'aide à l'analyse stratégique**
- Utiliser les matrices PEST et SWOT.
  - Identifier les facteurs clés de succès.
  - Créer la chaîne de valeur.
  - Situer les cinq forces de Porter.
  - Construire les matrices BCG et Mac Kinsey.
- Exercices** Construire la matrice SWOT et BCG de son entreprise.

- » Cadrer les orientations stratégiques**
- S'appuyer sur ses atouts.
  - Facteurs clés de succès : produits, clients, technologies...
  - S'appuyer sur ses avantages concurrentiels.
  - Tenir compte de ses spécificités : compétences/position sur le marché.
  - Choisir ses options stratégiques : coût, différenciation, spécialisation, diversification.
  - Définir la stratégie de croissance : interne ou externe?
- Exercices** Définir le positionnement et la stratégie de croissance d'une entreprise donnée.

- » Déployer la stratégie**
- Identifier les conditions de réussite de la mise en œuvre.
  - Tenir compte de la culture de l'entreprise.
  - Analyser les différentes étapes pour entretenir une dynamique opérationnelle.
  - Réussir votre déploiement.
  - Orchestrer la communication interne et externe.

- » Développer votre leadership**
- Fédérer vos équipes autour de la stratégie.
  - Repérer les sources de résistance.
  - Utiliser les leviers d'action.
  - Détecter les talents de ses collaborateurs.
  - Développer l'intelligence collective.

# Analyse prospective, élaborer des choix stratégiques pour son entreprise



Anticiper le futur est une question vitale pour toute organisation. Ce séminaire vous présentera les différentes démarches et outils de prospective. Il vous montrera comment passer de la prospective aux choix stratégiques.

## » Historique et principales références

- Identifier les origines du concept, la problématique philosophique associée (prédestination, prévision, libre-arbitre).
- Connaître les pères fondateurs et les objectifs associés : de O. Spengler et G. Berger à J. Lesourne et M. Godet.
- Comprendre l'utilisation et les développements actuels de la prospective : marketing, démographie, technologie, sociale.
- Appréhender les concepts et les bases de connaissances relatifs à la prospective.

**Travaux pratiques** Atelier sur l'ontologie du domaine.

## » Les démarches prospectives et les outils

- Distinguer la typologie des démarches.
- Définir les outils d'analyse : systémique, probabilités, statistiques, Big Data/Open Data.
- Sélectionner les outils d'animation et de récolte d'opinions : Metaplan, diagramme de Régnier, méthode Delphi.
- Analyser les limites et les apports des différentes méthodes.

**Travaux pratiques** Atelier sur la systémique.

## » De la prospective à la stratégie et son pilotage

- Associer les parties prenantes et les acteurs influents.
- Procéder aux choix stratégiques et à leur évaluation.
- Elaborer et suivre le tableau de bord prospectif.

**Travaux pratiques** Atelier sur le tableau de bord prospectif.

## » La prospective par la pratique : élaboration des différentes étapes

- Poser le problème, formuler l'objectif et décrire le système et ses variables.
- Analyser les tendances lourdes du long terme.
- Identifier les risques et les incertitudes, les jeux d'acteurs, les potentialités de ruptures de tendances.
- Construire des scénarios prospectivistes sur la base d'hypothèses. Imaginer des options stratégiques.
- Evaluer et analyser les conséquences des choix stratégiques dans la perspective de la réalisation d'un des scénarios.

**Travaux pratiques** Analyse d'une étude prospective pour mettre en évidence les étapes de la méthode utilisée. Etude de cas d'une PME : réalisation d'une étude prospective afin de préciser son devenir.



Réf : TEG

Durée : 2 jours

Paris 27-28 nov. 2014  
19-20 mars/18-19 juin 2015

Prix : 1 880 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Présentations interactives. Simulations et applications.

## » PARTICIPANTS

Dirigeants, cadres supérieurs, membres du Comité de Direction.

## » PREREQUIS

Expérience des concepts de la stratégie ou de la planification stratégique : avoir par exemple participé à un schéma directeur.

# Intégrer l'environnement géopolitique dans la stratégie de l'entreprise évaluer les risques et les opportunités

nouveau



Pour favoriser votre développement commercial à l'international, il vous faut construire des opportunités prenant en compte les situations géopolitiques des pays ou des zones concernées. Ce stage vous montrera comment évaluer les différents enjeux technologiques et sociétaux afin de les intégrer dans votre stratégie.

## » Comprendre les mécanismes de la géopolitique pour hiérarchiser les marchés

- Les mécanismes des relations internationales.
- Le cycle de l'évolution de puissance d'un Etat.
- Les différentes formes de puissance.
- Les nuances des notions relatives d'émergence et de déclin.
- Le risque et les conséquences paradoxales de la sur-extension.
- Les différentes configurations des équilibres planétaires en géopolitique.

**Travaux pratiques** Qualifier le degré de puissance des Etats et les situer en termes de probabilités dans un cycle de puissance.

## » Intégrer les enjeux stratégiques inhérents au XXI<sup>ème</sup> siècle

- Les paradoxes de la mondialisation.
- La transformation de la notion de frontière.
- Les perspectives de l'essor démographique.
- Les matières premières clés.
- Les contradictions des exigences du développement durable et du commerce équitable dans le monde.
- Les sentiments conjugués d'une connaissance du monde et d'une insécurité accrues.

**Travaux pratiques** Qualifier le degré de présence des enjeux stratégiques dans les grandes zones géographiques mondiales.

## » Identifier les facteurs indirects influant sur les relations internationales

- L'impact des évolutions technologiques.
- Les effets de l'opinion publique sur les logiques géopolitiques.
- L'évolution de l'identification à un territoire : l'essor des régionalismes.
- L'efficacité de l'Etat dans une société.
- Les résurgences de clivages liés aux civilisations.
- Les implications des événements internationaux sur les marchés intérieurs.

**Travaux pratiques** Qualifier le degré d'influence des facteurs indirects dans les grandes zones géographiques mondiales.

## » Hiérarchiser les Etats et zones géographiques clés

- Les différentes perspectives potentielles de l'Union Européenne.
- Le changement de nature des Etats-Unis.
- Les différents scénarios potentiels de la Chine.
- Afrique génératrice de potentiels ou de déstabilisation à l'échelle mondiale ?
- L'Amérique du Sud, vers un rôle majeur ou toujours isolée ?
- Des acteurs oubliés au potentiel élevé.

**Travaux pratiques** Hiérarchiser les Etats afin de déterminer ceux qui semblent apporter le plus de perspectives et de garanties.



Réf : CEG

Durée : 2 jours

Paris 17-18 nov. 2014  
9-10 mars/22-23 juin 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Exercice final : circonscrire les opportunités propres aux entreprises des participants, sur un territoire cible au moyen des outils vus en stage.

## » PARTICIPANTS

Managers, responsables de l'international, collaborateurs en contact avec des équipes commerciales à l'étranger, chefs de projet et dirigeants d'entreprise.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

En deux jours, vous aurez acquis les outils pertinents et identifié les actions à mettre en œuvre dans votre entreprise en vue de l'ancrer durablement dans une logique d'intelligence économique. Vous apprendrez ainsi à impliquer sur le long terme vos collaborateurs dans la recherche et le partage des connaissances.



Réf :	PME
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de cas, rédaction d'une charte de valeurs de l'entreprise, élaboration de la cartographie de l'entreprise.

**PARTICIPANTS**  
Managers, responsables Ressources Humaines, chefs de projet et dirigeants d'entreprise.

**PREREQUIS**  
Expérience souhaitable requise en ressources humaines ou management.

**» Définir sa stratégie d'entreprise**

- Les quatre piliers de l'intelligence économique.
- La vision systémique et leadership.
- Rendre équitable sa politique de rémunération.
- Construire sa démarche de Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences.
- Optimiser sa démarche formation.
- Connaître son environnement et avoir une vision prospective.
- Anticiper les opportunités du marché.
- Identifier les menaces concurrentielles.

**Travaux pratiques** Jeu en équipes sur la stratégie d'entreprise.

**» Développer la veille active d'informations**

- Veille technologique, scientifique, documentaire.
- Sources internes et externes.
- Réseaux internes et externes du partage des connaissances.
- Transférer les compétences des seniors.
- Faire du benchmarking et échanger les informations avec d'autres entreprises.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une cartographie de ses réseaux internes et externes.

**» Gérer et sécuriser ses données**

- Optimiser la gestion de l'information : sources et système d'information.
- Gérer la qualité et la diffusion de l'information.
- Sécuriser ses données.
- Identifier les avantages d'une charte Internet.
- Calculer les coûts d'une mauvaise sécurité des données.

**Travaux pratiques** Création d'une charte Internet.

**» Utiliser des leviers d'action efficaces**

- Rendre vivante sa culture d'entreprise.
- Développer l'intelligence collective et la créativité.
- Optimiser sa communication interne.
- Traduire la déontologie de l'entreprise en comportements organisationnels.
- Véhiculer une image positive de l'entreprise.
- Définir un processus de décision rapide et performant.
- Manager la montée en compétences des collaborateurs et favoriser l'insertion professionnelle et territoriale.
- Mettre en place une démarche développement durable et décliner la responsabilité sociale de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Réaliser un audit rapide de son entreprise.



Ce séminaire est dédié à la mise en œuvre du BSC pour le pilotage de votre stratégie de gestion et à son intégration en tant qu'outil de mesure et de communication interne. Cet indicateur prospectif modélise les objectifs de gouvernance selon quatre axes : financier, client, processus interne et apprentissage.



Réf :	TBO
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 22-23 janv./19-20 mars 2015 22-23 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Responsables opérationnels ou centraux, contrôleurs de gestion en central ou sur le terrain et d'une manière plus générale tout décideur impliqué dans l'organisation et la gestion d'une entité.

**PREREQUIS**  
Connaissances économiques de base, expériences des entreprises et/ou organisations.

**» Définition, problématique, enjeux**

- Définition.
- Les enjeux du BCS et de la gouvernance de l'entreprise.

**» Le BSC, outil de mise en œuvre de la stratégie**

- Historique de la "bonne pratique" du BSC.
- En amont du BSC problématique de la stratégie.
- Présentation synthétique des quatre axes.

**Etude de cas** Décliner vision, stratégie et plan d'actions.

**» Etude détaillée des quatre axes**

- Eléments d'efficacité d'un tableau de bord prospectif.
- Les déterminants de la performance. La gestion de l'entreprise par processus.
- L'axe financier. Critères d'appréciation financiers du BSC, un rôle toujours majeur quoique appréhendé différemment.
- Revisite des outils classiques de mesure de la performance financière : TCO, Business case, calcul du ROI...
- Prise en compte du risque et du long terme dans le calcul du résultat financier.
- L'axe client. La mission d'une entreprise, d'une organisation, d'un établissement. Mesure de la satisfaction du client.
- L'axe processus. Pourquoi définir les processus internes ? Modélisation et cartographie des processus clés.
- Examen des fondamentaux de la démarche de re-engineering.

**Etude de cas** Adapter la carte stratégique selon les quatre axes du BSC et déclinaison pour des composantes organisationnelles de l'entreprise. Définition d'indicateurs de performance.

**» Le BSC vu comme un système de management**

- Organisation du management autour du BSC.
- Reprise des indicateurs de performance d'une Business Unit dans le tableau de bord prospectif de l'entreprise.
- Nécessité absolue d'inclure la stratégie dans la communication à tous les échelons de l'entreprise.
- Les organisations intègrent la stratégie dans le processus planification/budgétisation (méthode de la double boucle).
- BSC et communication.

Pour être performant, un manager doit se doter de moyens d'alerte et d'anticipation. Il lui est indispensable de mettre en place des tableaux de bord. Cette formation vous montrera comment les concevoir et les suivre de manière efficace à l'aide d'indicateurs opérationnels.

## Concevoir ses tableaux de bord et ses indicateurs

- Cerner le rôle et les finalités du tableau de bord pour l'entreprise et pour le management.
- Définition : ce qu'est et ce que n'est pas un tableau de bord.
- Comprendre la démarche du tableau de bord : savoir identifier l'entreprise, clarifier la mission,
- Mettre la performance d'une activité sous contrôle.
- Identifier les trois horizons de contrôle et de pilotage : stratégique, de gestion, d'exploitation.
- Définir les objectifs de l'organisation, de chaque département, service.
- Identifier les variables d'actions ou facteurs clés de succès.
- Construire les indicateurs. Mettre en place des normes.
- Choisir les indicateurs en fonction des objectifs. Les différents niveaux d'indicateurs et leur utilisation.
- Hiérarchiser les indicateurs de résultat, de progression, de pilotage, de reporting et de gestion.
- Identifier les indicateurs pertinents en fonctions des besoins.
- Sélectionner les indicateurs de performance, d'activité et de délais, par fonction ou par processus.

**Réflexion collective** Ateliers en sous-groupes : quels sont les différents types de tableaux de bord ? Echanges.

## Sélectionner les indicateurs les plus significatifs

- Définir les objectifs de progression attachés aux indicateurs.
- Identifier les besoins de chaque utilisateur ; management, équipe, personnel.
- Repérer les niveaux d'information requis et leur donner un sens.

**Réflexion collective** Ateliers en binômes : déterminer les facteurs clés de succès et les indicateurs les plus significatifs pour votre activité. Echanges.

## Piloter la stratégie à l'aide des tableaux de bord

- Identifier les grandes étapes du projet.
- Mettre en place la gestion de projet. Adopter une démarche progressive.
- Construire les états et mettre en œuvre un processus de reporting.
- Impliquer les utilisateurs, les destinataires.
- Recenser les besoins des utilisateurs et le niveau d'informations utile.
- Analyser les différentes demandes.
- Repérer les informations existantes.
- Identifier les sources de l'information : construire, collecter, contrôler l'information.
- Connaître le coût de l'information. Consolider l'information.
- Formaliser la communication des informations. Faciliter la lecture. Le degré de précision. La fréquence. L'attractivité.
- Instrumenter l'élaboration du tableau de bord.

**Travaux pratiques** Création d'états et conception de reporting. Atelier : construire la matrice d'un tableau de bord pour son unité, département ou service.

## Manager son équipe avec des tableaux de bord

- Conduire le changement en impliquant tous les acteurs. Faire partager les enjeux du projet, impliquer, responsabiliser.
- Responsabiliser les membres de ses équipes aux suivis des indicateurs.
- Faire adhérer ses équipes aux tableaux de bord ; conception et mise à jour.
- Fédérer son équipe autour des tableaux de bord.
- Analyser les résultats : interpréter et réguler les écarts entre réalisé et prévu.
- Le tableau de bord : un outil d'aide à la décision.
- Organiser les réunions : fréquence, préparation, finalités.
- Le tableau de bord : un outil de communication.
- L'utiliser comme un outil d'information transversale. Recourir à l'affichage. Un outil de benchmark interne ou externe.
- Exploiter le tableau de bord en fonction de son style de management. Un outil pour améliorer les compétences.

**Travaux pratiques** Mises en situation : lors d'une réunion d'équipe, présenter les indicateurs sélectionnés. Analyse des séances en groupe.

## Optimiser ses tableaux de bord

- Organiser l'animation des tableaux de bord avec ses équipes.
- Mettre en place une circulation de l'information pour favoriser l'évolution des indicateurs.
- Faire évoluer le tableau de bord. L'adapter à la stratégie de l'entreprise.
- Cartographier les risques. Identifier les processus de l'entreprise à mettre sous contrôle.
- Définir des indicateurs de performance globale.
- Vérifier l'efficacité des processus à partir des indicateurs de performance déterminés.
- Développer les tableaux de bord stratégiques.
- Décliner la stratégie en quatre perspectives : financière, clients, processus, apprentissage.

**Travaux pratiques** Etude de cas : création et amélioration de tableaux de bord. Réflexion sur les perspectives du tableau de bord stratégique.



Réf :	TAB
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./17-18 nov. 2014 15-16 déc. 2014 12-13 janv./16-17 fév. 2015 16-19 mars/13-15 avril 2015 18-20 mai/ 29 juin-1 juil 2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 9-10 fév./11-12 mai 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 2-3 fév./16-17 avril 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014 19-20 fév./26-27 mai 2015 4-6 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Création de tableaux de bord. Mise en pratique sur des jeux de rôles. Retours d'expériences.

### PARTICIPANTS

Dirigeants, responsables, managers d'équipes.

### PREREQUIS

Connaissances de base en management (rôle du manager, gestion d'équipes et communication).

### pour aller plus loin

- ▶ Tableaux de bord qualité p.56
- ▶ Gestion sociale, les tableaux de bord p.220
- ▶ Tableaux de bord commerciaux p.452

Dans un contexte économique difficile, il convient de veiller à améliorer la rentabilité. Ce stage vous permettra d'appréhender les outils comptables, fiscaux et sociaux à utiliser dans ce but.

**dif** Exercices pratiques

Réf : PFC  
 Durée : 2 jours  
 Paris 27-28 nov. 2014  
 9-10 avril/25-26 juin 2015  
 Prix : 1 350 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Managers des fonctions financières, comptables, juridiques, sociales. Dirigeants et cadres non spécialisés en outils de gestion, directeurs financiers chargés de suivre et d'optimiser les résultats.

**» PREREQUIS**  
 Connaissance comptable (lecture d'un bilan et compte de résultat).

**» Compiler les informations comptables et financières de votre compétitivité**

- Analyser la santé financière de ses prospects.
- Réduire le défaut ou retard de paiement de ses clients.
- Mettre en place un plan de comptes intelligent au sein de l'entreprise.
- Les indicateurs de surveillance des concurrents.

**Etude de cas** Analyser les éléments clés d'une veille comptable et financière.

**» Identifier les aides fiscales concourant au développement des entreprises**

- Utiliser le crédit impôt compétitivité et emploi.
- Financer votre BFR grâce au financement de micro-crédit.
- Prendre en compte les leviers fiscaux.
- Arbitrer rémunération et dividendes.
- Profiter des zones "défiscalisantes".

**Etude de cas** Optimiser la situation fiscale de l'entreprise grâce aux choix fiscaux.

**» Rechercher le financement optimal**

- Analyser la situation financière et la rentabilité pour identifier les besoins de financement.
- Construire le business plan de son projet.
- Définir le montant des concours bancaires et leur mode de financement.
- Formaliser le dossier de financement.
- Présenter la demande de financement auprès de l'établissement financier.

- Participer aux éventuelles "due diligences" durant l'étude du dossier.

**Etude de cas** Elaborer une demande de financement externe.

**» Identifier les aides sociales**

- Intégrer la dimension de sécurité dans les contrats de travail.
- Se protéger des sanctions contre les employeurs.
- Evaluer les risques et rédiger le Document Unique.
- Agir sur le montant des cotisations sociales, salariales et les aides financières.

**Etude de cas** Embaucher en tenant compte des mesures sociales "optimisantes".

**» Accroître sa productivité par le management du contrôle interne**

- Construire son organisation sur le principe de l'approche processus.
- Adapter son système documentaire interne aux besoins de la production.
- Maîtriser la documentation externe dans le processus de réalisation.
- Optimiser le classement et la gestion des documents comptables et financiers.
- Gérer les retours d'information sur la production et les activités connexes.

**Etude de cas** Elaborer les documents de son contrôle interne.

## Maîtriser la masse salariale

Apprendre à identifier les composantes de la masse salariale, à piloter les contraintes, répartitions et évolutions de coûts. Savoir gérer l'accompagnement des compétences, les mouvements d'effectifs et la variation des temps de travail ainsi que le traitement des charges sociales et ses ajustements.

**dif** Exercices pratiques

Réf : MMS  
 Durée : 2 jours  
 Paris 20-21 nov. 2014  
 5-6 fév./9-10 avril 2015  
 4-5 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Tout collaborateur en charge de la paie ou de la rémunération, gestionnaires ou responsables paie, RRH, contrôleurs de gestion, directeurs financiers et experts-comptables.

**» PREREQUIS**  
 Connaissances de base des mécanismes de paie et de rémunération.

**» Définition et contenu de la masse salariale**

- Le coût du salaire.
- Le salaire de base. Les primes et indemnités.
- Les éléments de rémunération.
- La variation du temps de travail et la protection sociale.
- L'épargne salariale.
- Les notions de la masse salariale.
- Distinguer frais de personnel et masse salariale.

**Travaux pratiques** Calculer la masse salariale de référence en intégrant les points spécifiques à chaque organisation.

- Les changements de catégorie : effet de structure.
- Les variations de l'effectif : effet d'effectif. Les variations d'activité : variations d'horaires.
- Les variations des salaires moyens : ratio statistique.

**Travaux pratiques** Etude de cas : calcul d'évolution d'une masse salariale.

**» Les facteurs d'évolution de la masse salariale**

- Le facteur stratégique et légal.
- L'impact des décisions stratégiques de l'entreprise.
- L'impact des décisions des pouvoirs publics.
- Le GVT (glissement-vieillesse-technicité).
- Le facteur augmentations. Les différents types d'augmentation.
- L'effet masse : le coût sur l'année.
- L'effet de report : le coût sur l'année suivante.

**Travaux pratiques** Analyse et suivi des augmentations individuelles.

**» L'impact du poids des charges salariales**

- Evaluer ses charges et leur évolution.
- Calculer ses charges patronales et salariales.
- Les augmentations des taux de charges et du plafond.
- La prévoyance et les retraites surcomplémentaires.
- Les réductions et exonération de charges.
- La loi Fillon. La loi Tépa.
- L'impact des indemnités de chômage partiel.

**Travaux pratiques** Construction d'un budget des frais de personnel.

**» Le suivi et le pilotage de la masse salariale**

- Qu'entend-on par pilotage de la masse salariale ?
- Les éléments d'un tableau de bord.
- Le logiciel de paie.
- Le suivi de la masse salariale.
- Le suivi des événements et des masses.
- les écarts et les actions correctives.

**Travaux pratiques** Tableau de bord de suivi de la masse salariale.

Séminaire axé sur la conduite, la communication et la planification des changements organisationnels. Il intègre l'analyse des procédures, le développement d'outils d'évaluation et de budgétisation projet, les rôles et objectifs des managers et directions concernés, la gestion des risques et des résistances.

## » Les transformations dans les organisations

- Les différentes causes : compétitivité, organisation, croissance, fusion-acquisition, réglementation.
- Les différentes typologies de transformations.
- Les éléments communs des transformations.

## » Savoir lever les résistances

- Les axes d'analyse de la transformation : métier, structure, ressources humaines, juridique, technique, culturel.
- Les causes profondes des résistances : les comportements des acteurs impactés.
- La logique du changement : les cinq phases de réaction, les principaux pièges.
- Les outils de la transformation : communication, participation, expérimentation, diffusion, documentation, formation.
- L'adhésion des acteurs à la vision, la gestion des talents.

## » Les acteurs du projet

- Le rôle du management : la place du sponsor et des parties prenantes au projet.
- L'engagement des managers, les attitudes attendues et les actions demandées.
- L'équipe Projet, les compétences nécessaires, l'assistance de consultants spécialisés.
- Les contributeurs : la Direction des Ressources Humaines, les services juridiques, la DSI.

## » Les étapes du projet

- Analyser : éléments de vision stratégique et objectifs du projet. Collecter les données sur la structure actuelle.
- Affiner la vision de la cible : processus métier, management, support, indicateurs clés, organisation, compétences...
- Bâtir le projet : évaluer les scénarios, définir les priorités, évaluer les opportunités d'amélioration.
- Définir les outils : procédures, définitions de poste, formations, documents et standards, outils informatiques.
- Elaborer le planning : phases de transition, pilotes, mesure des résultats.
- Manager le projet : ajustement des actions, management (motivation et soutien).
- Faire le bilan : évaluer l'atteinte des objectifs et communiquer sur les résultats.

## » Focus sur le management du projet

- Plan projet, planification, suivi, contrôle des changements.
- Le plan de communication interne et externe.
- Le budget et le ROI du projet : les gains attendus.
- La gestion des risques et les facteurs de succès.
- Indicateurs de suivi et tableau de bord du projet.
- L'emploi des enquêtes.



Réf :	TFO
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Prix : 1 880 € HT (prix 2014)	

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » PARTICIPANTS

Responsables d'unité, maîtres d'ouvrage, responsables en conduite du changement, consultants en conduite du changement, acteurs impliqués dans les opérations de transformation d'une organisation.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Stimuler l'innovation dans l'entreprise



Piloter les potentiels par la mise en place de méthodes d'analyse stratégique (SWOT), de marketing de l'innovation, de Business Model et de brainstormings pour développer et évaluer la créativité produits et services en fonction des valeurs et du positionnement de l'entreprise.

## » Les fondamentaux de l'innovation

- Comprendre les enjeux de l'innovation.
- Réaliser un état des lieux.
- Vision et mission de l'entreprise.
- Construire la démarche d'innovation.
- Développer son potentiel créatif.
- Stimuler la créativité de ses collaborateurs.
- Eco-innovation.

## » Les enjeux de l'innovation

- Méthode d'analyse SWOT.
- Cycle de vie des produits.
- Innovation dans les produits ou services.
- Principe de la méthode CHASM.

**Travaux pratiques** Les participants construisent l'analyse SWOT de leur entreprise.

## » Les conditions de l'innovation

- Créativité et innovation.
- Créativité et hommes.
- Information au cœur de la stratégie.

**Travaux pratiques** Brainstorming sur l'innovation et les hommes. Les participants réfléchissent en sous-groupes aux conditions de l'innovation.

## » Les valeurs

- Quelle est la chaîne de valeur de l'entreprise ?
- Méthodes pour innover.
- Bénéfices attendus, blocages et freins à l'innovation.
- La créativité comme nouveau style de management.

**Travaux pratiques** Exercices de réflexion sur la vision, la mission et les valeurs de leur entreprise.

## » La mise en œuvre des innovations

- Approche systémique dans la gestion de l'innovation.
- Business Model.
- Comité de sélection.
- Evaluation des risques.
- Diagnostic et formalisation du projet.
- Vente du projet en interne.
- Gestion des différentes étapes de déploiement.

**Travaux pratiques** Mises en situation : développer une stratégie d'innovation dans un contexte donné en privilégiant plusieurs approches.

## » Construire la démarche d'innovation

- Analyse des objectifs et reformulation du problème.
- Production de nouvelles idées.
- Distinguer les vraies bonnes idées des fausses.
- Cycle : génération, protection et recyclage des idées.
- Evaluation, sélection et mise en œuvre des solutions.
- Outils, méthodes, avantages et limites.
- Entraînement à la pensée divergente.
- Recadrage et vertus de la provocation.

**Travaux pratiques** Création d'une matrice d'évaluation.



Réf :	INN
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 12-13 fév./21-22 mai 2015
Prix : 1 320 € HT (prix 2014)	
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Toute personne participant à la démarche d'innovation de l'entreprise : direction générale marketing, commercial, ressources humaines, production, recherche et développement, achats.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



## ISO 22301, Foundation, certification Business Continuity Management



Ce stage vous permettra de prendre connaissance des meilleures pratiques de gestion d'un Système de Management de la Continuité d'Activité (SMCA) tel que spécifié dans l'ISO 22301, ainsi que des meilleures pratiques de mise en œuvre basées sur ISO 22313. Il vous permettra d'obtenir la certification.



Réf :	FUN
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 fév./28-29 mai 2015
Groupes 3	5-6 fév./21-22 mai 2015
Prix :	2 190 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015	voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes souhaitant acquérir une compréhension globale des principaux processus d'un Système de Management de la Continuité d'Activité (SMCA).

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » Concept de SMCA

- Présentation de la norme ISO 22301. Comparaison avec BS 25999 et ISO 27001.
- Systèmes de management, continuité d'activité et approche processus.
- Pourquoi un SMCA (Système de Management de la Continuité d'Activité) ?
- Pourquoi certifier son SMCA par un organisme indépendant ?
- SMCA et PDCA (Plan-Do-Check-Act). Que met-on dans le PDCA ?

### » La norme ISO 22301

- Présentation des clauses 4 à 10 de l'ISO 22301.
- Clause 4 (Contexte de l'organisme) : organisation, exigences légales, périmètre.
- Clause 5 (Leadership) : engagement de la direction, politique de continuité, rôles et responsabilités.
- Clause 6 (Planification) : actions face aux risques, objectifs de continuité et plan.
- Clause 7 (Support) : ressources, sensibilisation, communication et informations documentées.
- Clause 8 (Gestion des opérations) : analyse de risque et des impacts (BIA), protection, plans de continuité.
- Clause 9 (Evaluation de performance) : mesure, analyse, audit, revue direction.
- Clause 10 (Amélioration) : gestion des non-conformités et actions correctives.

### » Mise en œuvre d'un SMCA conforme à l'ISO 22301

- Phases de mise en œuvre du cadre ISO 22301.
  - Analyse des impacts et évaluation des risques. Mesures de protection et d'atténuation.
  - Conception des plans de continuité et rédaction des procédures.
  - Audit de certification ISO 22301.
- Travaux pratiques** Mise en situation sur études de cas.

### » Vue d'ensemble du PDCA

- Contexte de la société. Engagement. Planification. Exploitation.
- Evaluation des performances. Amélioration. Analyse du risque. Stratégie de continuité.
- Réponse au sinistre. Dispositif de gestion de crise.
- Test, maintien en condition du plan de continuité. Contrôle et audit.

### » Examen

- Domaines de compétences couverts par l'examen. Principes et concepts fondamentaux. SMCA.
  - Le certificat délivré aux participants donne 14 crédits CPD (Continuing Professional Development).
  - L'examen remplit les exigences du programme de certification PECB (ECP Examination and Certification Program).
- Certification** Passage de l'examen (il dure 1 heure).



## ISO 22301, Lead Auditor, certification Business Continuity Management



Ce stage vous apportera l'expertise nécessaire pour auditer un Système de Management de la Continuité d'Activité basé sur l'ISO 22301. Vous apprendrez à planifier et réaliser des audits internes et externes conformes aux normes ISO 19011, 17021. Il vous permettra d'obtenir la certification ISO 22031 Lead Auditor.



Réf :	IAU
Durée :	5 jours
Paris	17-21 nov. 2014 12-16 janv./30 mars-3 avr. 2015 29 juin-3 juil. 2015
Groupes 3	23-27 mars/22-26 juin 2015
Prix :	4 300 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015	voir p. 545

### » EXERCICES

Etudes de cas pour une préparation optimale de l'examen officiel en fin de formation.

### » PARTICIPANTS

Chefs de projet, auditeurs, responsables ou toutes les personnes souhaitant réaliser et diriger des audits de certification de SMCA.

### » PREREQUIS

Avoir la certification ISO 22301 Foundation (réf. FUN) ou connaissances de base sur les normes BS 25999, ISO 22301 ou 27031.

### » Concept de Système de Management de la Continuité d'Activité (SMCA)

- Présentation des normes ISO 22301, ISO 27031, ISO 22313, BS 25999.
- Principes fondamentaux de la continuité d'activité.
- Processus de certification ISO 22301.
- Système de management de la continuité d'activité.
- Présentation détaillée des clauses 4 à 10 de l'ISO 22301.

### » Planification et initialisation d'un audit 22301

- Principes et concepts fondamentaux d'audit.
- Approche d'audit basée sur les preuves et sur le risque.
- Préparation d'un audit de certification ISO 22301.
- Audit documentaire d'un SMCA.
- Conduire une réunion d'initialisation.

### » Conduire un audit ISO 22301

- Communication pendant l'audit.
- Procédures d'audit : observation, revue documentaire, entretiens, techniques d'échantillonnage.
- Procédures d'audit : vérification technique, corroboration et évaluation.
- Rédaction des plans de tests d'audit.
- Formulation des constats d'audit.
- Rédaction des rapports de non-conformité.

### » Clôturer et assurer le suivi d'un audit ISO 22301

- Documentation d'audit.
- Mener une réunion de clôture et de fin d'un audit 22301.

- Evaluation des plans d'action correctifs.
- Audit de surveillance ISO 22301, interne / audit de 2ème partie.

### » Domaines de compétences couverts par l'examen

- Domaine 1 : principes et concepts fondamentaux de la continuité des affaires.
- Domaine 2 : code des bonnes pratiques de la continuité de l'activité (ISO 22301).
- Domaine 3 : planifier un SMCA (ISO 22301).
- Domaine 4 : mettre en œuvre un SMCA (ISO 22301).
- Domaine 5 : évaluation de la performance, surveillance et mesure d'un SMCA (ISO 22301).
- Domaine 6 : amélioration continue d'un SMCA (ISO 22301).
- Domaine 7 : préparation de l'audit de certification d'un SMCA.

### » Examen et certificat

- Un certificat de participation de 31 crédits CPD (Continuing Professional Development) est délivré aux participants.
  - L'examen remplit les exigences du programme de certification PECB (ECP Examination and Certification Program).
- Certification** Passage de l'examen (3 heures).

# ISO 22301, Lead Implementer, certification Business Continuity Management



Ce stage vous apportera l'expertise nécessaire à la mise en œuvre et à la gestion d'un Système de Management de la Continuité d'Activité (SMCA) tel que spécifié dans l'ISO 2230. Il vous permettra d'obtenir la certification ISO 22301 Lead Implementer.

## »» Concept de Système de Management de la Continuité d'Activité (SMCA)

- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Présentation des normes ISO 22301, 22313, 27031 et BS 25999.
- Principes fondamentaux de la continuité d'activité.
- Initialisation de mise en œuvre du SMSI.
- Compréhension de l'organisme, clarification des objectifs de sécurité de l'information.
- Analyse du système de management existant.
- Définition du périmètre du SMCA.

## »» Planifier la mise en œuvre d'un SMCA

- Leadership et approbation d'un SMCA.
- Politique de continuité d'activité.
- Structure organisationnelle de la continuité d'activité.
- Informations documentées.
- Compétences et sensibilisation.
- Analyse des impacts (BIA) et appréciation du risque.

## »» Mettre en place un SMCA basé sur l'ISO 22301

- Stratégie de continuité d'activité.
- Mesures de protection et d'atténuation.
- Conception des plans de la continuité d'activité et rédaction des procédures.

**Exemple** Plan de continuité : de réponse aux incidents, d'urgence, de gestion de crise, de relève informatique, de reconstruction et de communication.

## »» Contrôler, surveiller, mesurer et améliorer un SMCA

- Mesure, surveillance et évaluation du SMCA.
- Audit interne ISO 22301.
- Revue de direction du SMCA.
- Traitement des problèmes et des non-conformités.
- Mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue.
- Préparation à l'audit de certification ISO 22301.

## »» Domaines couverts par l'examen

- 1 : Principes et concepts fondamentaux.
- 2 : Code des bonnes pratiques de la continuité d'activité basé sur l'ISO 22301.
- 3 : Planifier un SMCA conforme à l'ISO 22301.
- 4 : Mettre en œuvre un SMCA conforme à l'ISO 22301.
- 5 : Evaluation de la performance, surveillance et mesure d'un SMCA conforme à l'ISO 22301.
- 6 : Amélioration continue d'un SMCA conforme à l'ISO 22301.
- 7 : Préparation de l'audit de certification d'un SMCA.

## »» Examen et certificat

- Un certificat de 31 crédits CPD (Continuing Professional Development) est délivré aux participants.
- L'examen remplit les exigences du programme de certification PECB (ECP Examination and Certification Program).
- L'examen écrit dure 3 heures.

**Certification** Passage de l'examen.



Réf :	IML
Durée :	5 jours
Paris	17-21 nov. 2014 26-30 janv./30 mars-3 avril 2015 22-26 juin 2015

Groupe 3 23-27 mars/22-26 juin 2015

Prix : 4 300 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## »» EXERCICES

Etudes de cas pour une préparation optimale de l'examen de certification en fin de formation.

## »» PARTICIPANTS

Chefs de projet, auditeurs, responsables ou toute personne souhaitant préparer et assister une organisation dans la mise en œuvre de son SMCA.

## »» PREREQUIS

Avoir la certification ISO 22301 Foundation (réf. FUN) ou connaissances de base sur les normes BS 25999, ISO 22301 ou 27031.



Les certifications ISO 22301 regroupent les niveaux Foundation, Lead Auditor et Lead Implementer et sont relatives aux meilleures pratiques de mise en œuvre et de gestion d'un système de management de la continuité d'activité (SMCA).

## Certifications ISO 22301

Les formations Orsys, en plus de leur approche opérationnelle, vous assurent une solide préparation à l'examen :

### Passer les certifications ISO 22301 chez Orsys :

- ISO 22301, Foundation, certification, 2 jours (réf FUN)
- ISO 22301, Lead Auditor, certification, 5 jours (réf IAU)
- ISO 22301, Lead Implementer, certification, 5 jours (réf IML)

## Informations sur les examens

Les examens sont inclus dans la formation Orsys et répondent aux exigences du programme de certification PECB (ECP Examination and Certification Program).

- L'examen Foundation, dure 1 heure et apporte 14 crédits CPD (Continuing Professional Development).
- Les examens Auditor et Implementer durent 3 heures, comportent 12 questions et procurent chacun 31 crédits CPD.



# ISO 31000, Risk Manager, certification maîtriser l'évaluation et la gestion du risque



Ce cours intensif de deux jours permet aux participants de développer les compétences pour la maîtrise des éléments de base de la gestion des risques en utilisant la norme ISO 31000 : 2009 comme cadre de référence. Il vous permettra d'obtenir la certification ISO 31000 Risk Manager.



Réf :	ISR
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Groupe 3	19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	2 190 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques, retours d'expériences et exercices pratiques basés sur des cas réels. Préparation de l'examen.

**PARTICIPANTS**  
Gestionnaires de risques, financiers, de conformité et tout gestionnaire de projet confronté à la problématique du risque...

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## Introduction, programme de gestion, identification et analyse du risque

- Concepts et définitions liés à la gestion du risque : conception mathématique, scientifique et populaire du risque.
- Perception du risque versus risque réel.
- Normes, cadres de référence et méthodologies en gestion du risque (ISO 27005, NIST 800-30, AS/NZ 4360, COSO).
- Les différents principes du management des risques.
- Structure de la norme ISO 31000 et présentation des clauses.
- Mise en œuvre d'un programme de gestion du risque : responsabilité, politique, cadre, élaboration du programme.
- Établissement du contexte interne et externe d'une organisation.
- Analyse du risque : identification des actifs, menaces, vulnérabilités et conséquences. Appréciation des risques.

**Exercices** Discussion autour de la notion de risque, détermination des rôles et responsabilités dans la mise en œuvre à partir d'une étude de cas.

## Evaluation du risque, traitement, acceptation, communication, surveillance

- calcul du niveau de risque et évaluation du risque.
- Traitement du risque : refus, acceptation, transfert, réduction ou conservation du risque.
- Acceptation du risque dans la sécurité de l'information et gestion du risque résiduel.

- Communication du risque à la direction et aux parties prenantes de l'organisation.
- Surveillance et contrôle du risque : surveillance continue, registre des risques.
- Amélioration continue d'un programme de management du risque.
- Compétences nécessaires des professionnels en management du risque.
- Examen Certified ISO 31000 Risk Manager.

**Exercices** Identification des sources de risque, évaluation du risque à partir d'une étude de cas, sélection des options de traitement du risque, communication du risque.

## Examen "Certified ISO 31000 Risk Manager"

- 1. Principes et concepts fondamentaux, méthodes et techniques de la gestion du risque.
- 2. Mise en œuvre d'un programme de gestion des risques.
- 3. Analyse du risque dans la sécurité de l'information selon ISO 31000.



# M\_o\_R®, Risk Management, Foundation, certification



Ce stage vous montrera comment utiliser les concepts de la gestion des risques du Guide M\_o\_R®. Il vous présentera les quatre éléments du référentiel ainsi que les principes, l'approche, les processus et les principaux documents de M\_o\_R®. Il vous permettra d'obtenir la certification M\_o\_R® Foundation.



Réf :	MRF
Durée :	3 jours
Paris	1-3 déc. 2014 23-25 fév./26-28 mai 2015
Prix :	2 300 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Directeurs de programme, chefs de projet, responsables de la sécurité des systèmes d'information (RSSI), personnels et responsables opérationnels, responsables qualité.

**PREREQUIS**  
Il n'existe aucun prérequis pour ce cours.

## Introduction

- L'histoire de l'approche M\_o\_R®.
- Les objectifs organisationnels.
- La gouvernance d'entreprise.

## La gestion des risques (du risque stratégique au risque opérationnel)

- Qu'est-ce que le management de risques ?
- Le niveau stratégique se focalise sur les objectifs à long terme de l'organisation.
- Le niveau moyen terme se focalise sur les projets et programmes engagés.
- Le niveau opérationnel se focalise sur les opérations courantes.

**Réflexion collective** Réflexion collective pour trouver une définition de la gestion de risques.

## Les quatre composants du M\_o\_R®

- Les principes M\_o\_R®. L'approche M\_o\_R®.
- Les processus M\_o\_R®. Le déploiement et la revue.

## Les douze principes M\_o\_R®

- Le contexte organisationnel. L'implication des parties prenantes (clients, collaborateurs, fournisseurs, etc.).
- Les objectifs organisationnels. L'approche M\_o\_R®.
- Le reporting. Les rôles et responsabilités.
- La structure de support. Les indicateurs d'alerte.
- Les revues périodiques. Surmonter les obstacles.
- La culture d'entreprise. L'amélioration continue.

## L'approche M\_o\_R®

- Customisation de la gestion des risques. La politique de gestion des risques.
- Le guide des processus de gestion des risques. Les stratégies de gestion des risques.
- Le registre des risques. Les logs d'événements (incidents).

**Exemple** Adaptation d'une démarche de gestion des risques à une entreprise.

## Les processus

- Identifier : identifier le contexte et les risques.
- Evaluer : évaluer et estimer la probabilité et l'impact des risques.
- Planifier : planifier les actions de réponse aux risques.
- Implémenter.

## Le contrôle

- Intégration du management des risques dans la culture de l'organisation.
- Pourquoi est-ce nécessaire ? Comment l'obtenir ? Mettre en place un contrôle régulier.
- S'assurer de la bonne gestion des risques dans l'ensemble de l'organisation.
- Utilisation des modèles de maturité.
- Séance de révision avant la certification.

**Certification** Examen de certification.

Le Risk Management est une méthode de pilotage qui contribue à l'amélioration continue de la performance des entreprises par la maîtrise du coût global des risques sur le court et moyen terme. Ce séminaire vous présente les moyens techniques, juridiques et financiers adaptés à la gestion des risques business.

## » Qu'est-ce qu'un risque business ?

- Lexique du risque.
- Définition et caractéristiques du risque business.
- Définitions du risque business selon les métiers.
- Différentes catégories de risques business.
- Comment est perçu le risque business ?
- Vocabulaire du risque business.

## » Propriétés et usages du risque business

- Risque business : opportunité ou menace ?
- Bons et mauvais risques business.
- Comment déterminer le profil d'un risque et comment le tolérer ?
- Trois niveaux du risque business.

## » Cycle de vie de la gestion du risque business

- Principes de la gestion du risque business : processus continu, coordonné, intégré à l'ensemble d'une organisation.
- Différents processus de la gestion du risque business :
- Processus d'identification et d'évaluation.
- Processus d'endiguement et de mitigation.
- Processus de contrôle et de suivi.
- Démarche globale d'amélioration continue de la performance.
- Collecte des bonnes pratiques et apprentissage.

## » Quels sont les outils de la gestion des risques business ?

- Cartographie des risques business, la matrice des priorités.
- Techniques qualitatives et quantitatives d'évaluation des risques.
- Méthodes de jugements d'experts et méthodes analytiques.
- Méthodologie de choix parmi cet ensemble.
- Analyse de la décision.
- Application des concepts, techniques et outils de gestion des risques business sur un scénario.

## » Mise en place d'une gestion des risques business

- Quel modèle d'organisation : la gestion des risques business exige-t-elle un nouveau type d'organisation ?
- Comment diffuser la culture du risque dans l'organisation ?
- De quelles activités et profils de ressources a-t-on besoin ?
- Comment s'assurer que la gestion des risques business conduit à de bons résultats pour l'amélioration continue ?
- Quels indicateurs de performance ?



Réf :	RIM
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Directeurs opérationnels, risk managers, risk and compliance officers, directeurs techniques.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Risk Manager : gérez efficacement les risques projets



Vous apprendrez à identifier et analyser les risques et opportunités d'un projet, et ce dès l'offre et l'avant-projet. Vous verrez comment mieux écouter les signaux faibles du terrain, dimensionner la maîtrise des risques en fonction du contexte, coacher plus, auditer moins et encourager l'anticipation.

## » Manager le Risque Projet (MRP), définir le périmètre

- Rappels sémantiques sur les normes ISO/CEI.
- Un Project Risk Manager pour quoi faire ?
- Recueil des retours d'expérience.
- Rappel du cycle de base du management du risque.
- MRP, risques sectoriels, sureté de fonctionnement et alignement stratégique: qui fait quoi ?

**Travaux pratiques** *Abaque de Régnier interactive, carte heuristique des interactions.*

## » Analyser les risques et opportunités d'un projet, les éléments clés

- Techniques d'identification et phases du projet.
- Utiliser une syntaxe utile à la capitalisation.
- Les bases de l'AMDEC planning en groupe.
- Des échelles pertinentes et homogènes.
- Attitudes et maturité des acteurs.

**Travaux pratiques** *Construire une Risk Breakdown Structure et une Opportunity Breakdown Structure.*

## » Questions de consolidation

- Le dilemme du Risk Manager: simplifier/caricaturer ou modéliser/compliquer.
- Définir et mener des sessions de consolidation des risques et opportunités en restant objectif.
- Obtenir l'adhésion des parties prenantes.
- Boucles diaboliques et modélisation cartographique.
- Les limites de l'évaluation monétaire du risque.

**Exercices** *S'initier à la modélisation cartographique. Pistes d'amélioration pour votre organisation.*

## » Anticiper, c'est aussi agir !

- Transférer le risque.
- Savoir s'entourer des spécialistes adéquats.
- Transformer le risque en opportunité.
- Générer et valider des réponses aux risques et opportunités. Former aux arborescences décisionnelles.
- Pratiquer le Brainstorming pour obtenir des réponses innovantes.
- Comprendre la situation potentielle avec le Current Reality Tree.
- Renforcer la vision future avec le Future Reality Tree.
- S'assurer de la faisabilité des plans avec le Transition Tree.

**Jeu de rôle** *Brainstorming et mise en pratique du Current Reality Tree, du Future Reality Tree et du Transition Tree.*

## » Capitaliser les expériences

- Le Risk Manager et le Knowledge Management.
- Collecter les informations et cartographier les compétences.
- Aller vers la mise en œuvre d'une base des connaissances et d'un système de gestion approprié.

**Réflexion collective** *Echanges et réflexion sur le thème de la mise en place d'une base de connaissances.*



Réf :	RIK
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 23-25 fév./20-22 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Groupe 1	8-10 déc. 2014 2-4 fév./27-29 avril 2015
Groupe 2	1-3 déc. 2014 9-11 fév./7-9 avril 2015
Groupe 3	15-17 déc. 2014 16-18 fév./13-15 avril 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Taxonomie holographique (RBS). Farmer/Kiviat. Modélisation Monte Carlo. Outils et Théorie des Contraintes. Brainstorming et associations forcées.

### » PARTICIPANTS

Toute personne devant gérer les risques en management de projet. La formation est particulièrement adaptée aux certifiés PMP ou IPMA niveau B.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances en management de projets.

# L'entreprise numérique, enjeux et perspectives

Les systèmes d'information constituent de véritables leviers de performance et d'innovation à même d'influencer grandement la compétitivité de nos entreprises. Aussi, il est fondamental que les DSI aident nos décideurs à profiter pleinement des nouvelles opportunités offertes par ces nouveaux outils. Ce séminaire, à la croisée des chemins entre les enjeux d'entreprise et la DSI, riche d'exemples et de cas pratiques, a pour objectif de déchiffrer les caractéristiques singulières de l'entreprise du futur et le rôle majeur que doit y jouer la DSI.

## L'économie numérique : démonstration par les chiffres

- L'évolution de nos économies au cours du temps. Une réalité souvent ignorée. Comment se crée la valeur ?
- Pourquoi les pays en voie de développement créent déjà plus de valeur que les pays développés ?
- Les exemples de pays qui réussissent : la Chine, la Corée, Singapour, l'Estonie... tout sauf le fruit du hasard.
- Pourquoi nos pays sont en panne ?
- Place du secteur informatique et télécommunications.

## Les fondamentaux de la performance et de la compétitivité d'entreprise

- Les bases de l'entreprise d'aujourd'hui.
- La différence entre productivité, performance, compétitivité et innovation.
- Les méthodes et outils d'analyse qu'il faut connaître. L'importance de la chaîne de valeur de Michael Porter.
- Les modèles d'analyse d'entreprise : BCG, McKinsey...
- Stratégie de coûts versus différenciation. Les choix structurants : productivité, intimité client ou innovation.
- Comment une gestion par les budgets peut s'avérer dangereuse pour l'organisation ?
- Quels sont les vrais bons indicateurs de la performance ?

## Le rôle de l'informatique dans l'entreprise performante

- Les exemples d'entreprises ayant créé un avantage compétitif grâce à leur informatique.
- Le niveau d'informatisation des entreprises selon le modèle de la chaîne de valeur de Porter.
- Le positionnement des approches intégrées, de type ERP, CRM, STP, etc.
- Comment évaluer rapidement le positionnement de sa DSI au sein de son entreprise ?
- La performance d'entreprise est en corrélation directe avec la gouvernance informatique.
- Comment évaluer son niveau de gouvernance actuel ?

## La stratégie numérique

- Méthode : le schéma directeur stratégique des SI ou schéma directeur de l'entreprise ou de l'administration numérique.
- La méthode pour élaborer un schéma directeur numérique.
- L'importance de la sensibilisation et de l'implication de la direction générale, des métiers et de la DSI.
- L'impérative nécessité de penser et d'ouvrir son SI à l'ensemble de l'écosystème.
- Les caractéristiques du SI centralisé, distribué ou étendu.
- Les approches de type « Business Process Reengineering Numérique ».
- Les meilleures méthodes de type BPM/BPR, Lean Six Sigma, Difotai, etc.
- Les différentes étapes, les acteurs, le planning, l'organisation, etc.

## Les composantes de l'entreprise numérique

- Les meilleures pratiques d'urbanisation d'un SI.
- Le framework de Zachman : analyse du méta-modèle.

- Les atouts de TOGAF.
- Modèle européen versus modèle américain.
- ERP : sur quels critères sélectionner ses solutions ?
- CRM, Marketing : une des applications les plus critiques.
- Cloud : un défi à la fois technique, managérial et stratégique.
- Les solutions IaaS, PaaS et SaaS. WOA : les Mashups.
- Dématérialisation : pour quel usage et quel besoin ? GED, CMS...
- Big Data : un environnement riche et complexe à la fois.
- Le BYOD : la propriété des outils change de main.
- La sécurité : la dimension " Numérique " de l'entreprise.

## Les nouveaux usages numériques

- Comment repenser les usages Métier classiques ?
- Pouvoir ouvrir les applications internes aux clients et partenaires ?
- Gestion du changement : les notions de " Digital Immigrants " et " Digital Natives ".
- L'identité numérique : peut-on ignorer l'e-réputation ?
- Blogs, Wikis, Twitter : comment tirer parti des réseaux sociaux ?
- Intégrer les concepts du SOLOMO : Social, Local, Mobile.
- Web 2 : les apports Métier pour les entreprises numériques.
- Les « Applications Store » : comment les contrôler ?
- HTML 5 : réponse possible à la fragmentation du Web.

## Les nouveaux modèles d'organisation de l'entreprise numérique

- Pourquoi les frontières traditionnelles de l'entreprise sont-elles remises en question ?
- Pourquoi les modèles numériques sont-ils bien supérieurs et rendent les structures et approches classiques obsolètes ?
- Le cas du libraire ou du détaillant : version « Click » versus version « Mortar ».
- Le cas de Benetton : changer le business modèle du secteur en optimisant les processus. Repenser sa chaîne de valeur.
- Le cas de Procter & Gamble : utiliser l'intelligence collective ("Crowd Sourcing").
- Vente par Internet : modification profonde du marché.
- Le changement de logique expliqué par la « Long Tail » de Chris Anderson.
- Quel positionnement pour la DSI ? S'appelle-t-elle encore DSI ?

## Les nouveaux modèles de management de l'entreprise numérique

- Pourquoi l'organisation taylorienne du travail est-elle aujourd'hui complètement dépassée ?
- Une entreprise sans manager peut-elle exister ? Oui, si l'on en croit l'exemple singulier de Global Star.
- Le rôle du manager : manager en réseau ou araignée.
- Le plus grand risque : l'homéostasie ou la résistance au changement.
- Quel rôle pour le DSI ? Existera-t-il encore et, si oui, sous quelle forme ?



Réf :	TUN
Durée :	2 jours
Paris	7-8 oct./15-16 déc. 2014 26-27 mars/18-19 juin 2015
Groupes 3	19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015	voir p. 545

### ]] PARTICIPANTS

Dirigeant d'entreprise, directeur financier, responsable métier, responsable maîtrise d'ouvrage, contrôle de gestion, DSI, responsable informatique, consultant, auditeur, informaticien.

### ]] PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# L'entreprise face aux défis du Cloud, Byod et Big Data



Ce séminaire vous permettra de comprendre les impacts structurels et les apports des avancées majeures que représentent Cloud, BYOD et Big Data, ainsi que la nécessité d'adapter la gouvernance des SI à cette nouvelle réalité.

## Le SI actuel révolutionné

- L'impact du Cloud, le Byod et le Big Data dans le SI de l'entreprise.
- Les raisons pour lesquelles les entreprises vont devoir faire face à la 3ème révolution informatique.
- Les investissements dans ces technologies représentent déjà des dizaines de milliards de dollars.
- Plus de la moitié de la dépense informatique se retrouvera en dehors du contrôle des DSI.
- Un véritable défi stratégique pour le DSI !
- Risque de marginaliser la majorité des pratiques actuelles de gouvernance, de fonctionnement et de gestion des projets.

## La révolution du Cloud

- Les nouveaux outils du Cloud sur la base du modèle SPI (SaaS, PaaS, IaaS).
- De nouveaux acteurs émergent marginalisant les acteurs traditionnels du secteur informatique.
- Ce nouveau marché est aujourd'hui dominé par un libraire, une agence de pub et un éditeur...
- Les apports de la révolution du Cloud sont passés en revue à 360° dans toutes les dimensions de l'entreprise.
- Les enjeux stratégiques, l'externalisation, l'impact des changements sur les processus métiers.
- Les impacts sur le management, les organisations et les hommes, les problématiques, les partenaires...
- L'état de l'art des meilleures pratiques du Cloud Computing en matière de déploiement d'outils, de technologies, etc.
- Nouveaux outils : SaaS, PaaS, IaaS. Les différents modèles du Cloud Computing, HaaS (Hardware as a Service).
- Quels bénéfices en attendre ? Quelles architectures techniques choisir ?
- Quels nouveaux modèles d'organisation et de gouvernance ? Comment doit se positionner la DSI ?

## La révolution du BYOD

- Ces nouveaux usages hybrides « pro-perso » ne peuvent plus être ignorés.
- Comment les intégrer dans une réflexion globale afin d'anticiper les solutions innovantes de demain.
- La génération Y arrive dans nos entreprises avec son lot d'équipements.
- Nouveaux outils : mobilité, la révolution du mobile (NFC, RFID ...), la tablette, le Daas, le poste/bureau virtuel, etc.
- Quelles sont les questions à se poser avant de s'orienter vers le BYOD ?
- Quelle est la différence fondamentale avec les outils traditionnels ?
- Quels bénéfices en attendre ? Quels changements fondamentaux à prévoir à terme ?
- Quels sont les enjeux en matière de sécurité et les aspects juridiques à considérer ?
- Comment doit se positionner la DSI ?

## La révolution du Big Data

- Les nouveaux outils du Big Data.
- Les référentiels, Master Data Management, Business Intelligence, Data Warehouse, Data Mining, Open Data, etc.
- Appréhender les décisions de manière plus scientifique avec l'approche : « evidence based decision making ».
- La connaissance fine des clients, de leurs habitudes, de la concurrence, est devenue un levier majeur de compétitivité.
- De nouveaux métiers voient le jour comme les « data scientists », les « information managers ».
- Comprendre le besoin des entreprises dans le domaine de la prise de décisions.
- Quelles lignes directrices pour avancer ?
- Quelle est la différence fondamentale avec les outils traditionnels ?
- Comment associer données structurées et non structurées ?
- Quels bénéfices en attendre ? Quels changements fondamentaux à prévoir à terme ?
- Comment doit se positionner la DSI ?

## Les enjeux managériaux

- Stratégique : pourquoi l'entreprise doit-elle revoir ses outils et ses pratiques ?
- Management : en quoi ces nouveaux concepts modifient singulièrement les modes de management ?
- Organisation : en quoi ces outils modifient considérablement les structures organisationnelles actuelles ?
- Technique : les outils transforment littéralement les architectures traditionnelles.
- Finance : les enjeux économiques apportent des solutions où les coûts d'investissements sont bien plus faibles.
- Juridique : de nouveaux partenariats et contrats doivent être signés.
- Sécurité : les enjeux de confidentialité mais aussi de risques opérationnels sont explicités.

## Conseils pour tirer profit de cette 3ème révolution informatique

- Comment approcher ces nouveaux concepts ?
- Quels sont les opportunités, les bénéfices, les enjeux et les risques potentiels ?
- Par quoi et comment faut-il commencer ?
- Comment réaliser les premières expériences ?
- Quels sont les acteurs internes et externes à identifier ?



Réf :	MBD
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./16-17 déc. 2014 2-3 avril/15-16 juin 2015
Groupe 3	9-10 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Dirigeant d'entreprise, directeur financier, responsable métier, responsable maîtrise d'ouvrage, contrôleur de gestion, DSI, responsable informatique, consultant, auditeur, informaticien.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Une formation très concrète pour vous permettre de mieux appréhender les enjeux de l'économie digitale dans la stratégie et l'évolution de votre entreprise. Vous apprendrez notamment à identifier et concevoir des produits et services innovants, et à les intégrer dans un nouveau modèle de développement.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : GNS  
 Durée : 2 jours  
 Paris 11-12 déc. 2014  
 19-20 mars/25-26 juin 2015  
 Prix : 1 350 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
 Echanges et retours d'expériences. Apports théoriques, exercices pratiques et études de cas.

**PARTICIPANTS**  
 Dirigeants, directeurs financiers/marketing/projet, responsables métier, responsables MOA, consultants, auditeurs informatiques et toute personne actrice des changements stratégiques de l'entreprise.

**PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre une économie en mutation**

- Les évolutions de l'environnement et ses impacts socio-économiques.
- L'économie de l'immatériel : un modèle économique en devenir.
- Changer pour mieux exploiter les actifs immatériels dans l'entreprise.
- Faire évoluer les modèles d'organisation et de gouvernance.

**Réflexion collective** Echanges sur les mutations en cours et les leviers de création de valeur appliqués aux entreprises des participants.

**» Découvrir de nouvelles opportunités pour se réinventer**

- Créer de la valeur dans un monde aux ressources limitées.
- Capturer de la valeur en passant d'une économie linéaire à une économie circulaire.
- Passer du produit au service centré sur l'usage (B2B, B2C).
- Evoluer du produit au service centré sur le résultat (B2B, B2C).
- Intégrer l'économie digitale dans son processus de création de valeur.
- Comprendre les perspectives offertes par l'Internet mobile, l'Internet des objets et la data.

**Etude de cas** Exemples de "réinvention" de marques et mise en perspective sur les entreprises des participants.

**» Repenser son Business Model à l'heure du digital**

- Le Business Model : un formidable outil de reconfiguration stratégique.
- Définir les neuf composantes d'un Business Model.
- Définir les modèles économiques de demain.
- Générer de nouveaux modèles économiques : long tail, freemium, dégroupé, ouvert, multiface, lowcost...
- Transformer une idée en nouveau modèle économique.

**Démonstration** Présentation de Business Models à partir de cas concrets.

**» Créer, concevoir et produire de nouveaux produits et services**

- Du concept au lancement, relever les défis d'un nouveau processus de création de valeur.
- Diffuser la culture digitale dans l'entreprise.
- Isoler les leviers de création de valeur.
- Déterminer les épices de l'innovation.
- Quantifier la création de valeur générée par un projet.
- Insuffler l'état d'esprit start-up dans son entreprise.
- Planifier les actions, briefer et coordonner les acteurs du lancement.

**Travaux pratiques** Réflexion sur la conception de nouveaux modèles pour les entreprises des participants.



## Bring Your Own Device (BYOD), enjeux et solutions

Ce séminaire vous présentera le BYOD dans l'optique de répondre aux aspirations de vos collaborateurs. Vous cernerez les enjeux stratégiques, managériaux, techniques, financiers et de sécurité, tout en découvrant les offres, les acteurs et les meilleures pratiques.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : BYO  
 Durée : 2 jours  
 Paris 13-14 nov. 2014  
 22-23 janv./16-17 avril 2015  
 8-9 juin 2015  
 Prix : 1 880 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**PARTICIPANTS**  
 Dirigeant d'entreprise, directeur financier, responsable métier, responsable maîtrise d'ouvrage, contrôle de gestion, DSI, responsable informatique, consultant, auditeur, informaticien.

**PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Introduction**

- Evolution de l'industrie informatique et télécom. Marché de l'entreprise versus marché domestique.
- La consommation : l'obsolescence programmée, les réseaux, l'innovation, etc.
- Le BYOD et les générations Y et Z.
- Les tablettes, ordinateurs portables, consoles de jeu, téléphones et smartphones.

**» Nouveaux enjeux et principaux acteurs**

- Bénéfices. Tendances. Retours sur expérience.
- Principaux acteurs. Les OS : marché, différences techniques, etc.
- Solutions BYOD aux entreprises. Politiques : Citrix / Cisco, VMware, etc.
- Gestion des flottes de portables/tablettes. Le BYOD et le Cloud.

**» Sécurité dans le BYOD**

- Gérer les problèmes de sécurité.
- Sensibiliser les utilisateurs.
- Sécurité des données.
- Trous de sécurité des périphériques.

**» La gestion opérationnelle du BYOD**

- MDM / MAM : changement de point de vue, on passe du client/serveur à l'interface/données.
- Impact sur le SI. Faut-il adapter le SI ? Pièges à éviter.
- Virtualisation du poste de travail / bureau virtuel.

- Standardisation : HTML5, Web Services, SOA, compatibilité, ... Coûts de maintenance.

**» Aspects financiers et juridiques**

- Budgets liés au BYOD. Le PC TCO appliqué au BYOD. Le ROI. Le Go-NoGo du déploiement.
- Transfert « real time » des contrats perso-pro et perso.
- Prise en charge des coûts : matériel, services et communication. Importance des contrats groupe. Plateformes par défaut.
- Clauses : en cas de perte/vol, au regard des données et du matériel. Qui est le responsable ?
- Gestion de la vie privée. Impact sur le contrat de travail.

**» Politique et communication**

- Comment ne pas subir le BYOD au niveau du support utilisateur ?
- La formation repensée : " Just in Time Training " ou " Customized/personalized Training ".
- Vendre en interne le BYOD. Les acteurs.

**» Mise en œuvre, transition et bénéfices**

- Faut-il réaliser un pilote ? Gestion des VIP. Assurer la transition avec l'ancien modèle.
- Voir au-delà des aspects techniques. Généraliser le BYOD. Bénéfices à suivre.
- Satisfaction de l'employé. Coûts d'investissements et de fonctionnement.

Enjeux sociaux et environnementaux se trouvent placés au cœur des préoccupations de notre société. Comment aborder la RSE dans la gouvernance des entreprises ? Comment porter ces sujets primordiaux pour pérenniser les réussites des entreprises ? Comment fédérer autour de ces projets pour impliquer les salariés ? Orsys propose des formations spécialisées sur tous ces sujets : de la sensibilisation des équipes dirigeantes à la mise en œuvre de démarches innovantes.

## » Démarche RSE »

Best

- Mettre en œuvre une démarche RSE**  
2 j - CIP - p.40
- Mettre en place une stratégie de communication RSE**  
2 j - CSE - p.42
- Bâtir son reporting RSE**  
2 j - RSE - p.42

## » Développement durable »

- Bâtir sa stratégie de développement durable** F  
2 j - DUR - p.43
- Mettre en œuvre le développement durable dans une PME**  
2 j - DDP - p.45
- Chef de projet Développement Durable**  
2 j - CDD - p.46
- Développer ses compétences en management durable**  
2 j - DCM - p.46
- Mettre en place un SME performant**  
2 j - SME - p.47
- Bien gérer des installations de type ICPE**  
2 j - ICP - p.47
- Marketing et développement durable**  
2 j - MDU - cf@
- Être responsable environnement, santé et sécurité**  
2 j - ERV - p.60

## » ISO 26000 : responsabilité sociétale »

- ISO 26000, responsabilité sociétale, Foundation, certification**  
2 j - OFO - p.40
- ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Auditor, certification**  
5 j - OLE - p.41
- ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Implementer, certification**  
5 j - LIM - p.41

## » ISO 14001 : management environnemental »

- ISO 14001, management environnemental, Foundation, certification**  
2 j - SFO - p.43
- ISO 14001, management environnemental, Lead Auditor, certification**  
5 j - SFL - p.44
- ISO 14001, management environnemental, Lead Implementer, certification**  
5 j - SLI - p.44

## » Green IT »

Best

- Green IT, démarche et une mise en œuvre**  
2 j - GRI - p.48
- Efficacité énergétique du SI**  
2 j - EFG - cf@
- Green Data Center**  
2 j - GAC - p.48

Ce stage vous permettra de cerner les principaux enjeux et outils de la RSE. Vous découvrirez les principes directeurs de la norme ISO 26000 et ses modalités de mise en œuvre. Vous identifierez enfin les principales actions d'innovation et de changement possibles pour votre entreprise.



Réf :	CIP
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 16-17 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Pédagogie active. Alternance d'exposés et de discussions. Autodiagnostic RSE. Etude de la norme ISO 26000 et modalités de sa mise en œuvre.

**PARTICIPANTS**  
Dirigeants, responsables de " Business Unit ", cadres responsables de la stratégie de leur département.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Cerner les nouveaux enjeux de la RSE**

- Les nouveaux enjeux et les nouveaux défis pour l'entreprise
- Les principes de la responsabilité sociétale (accountability, transparence, comportement éthique...)
- Les 7 grands thèmes de la RSE : gouvernance de l'organisation, droits de l'homme, relations et conditions de travail...

**» Etudier les outils de la RSE**

- Le cadre réglementaire international, européen et national : "hard law" et "soft law".
- Les normes et les principaux référentiels.
- La norme ISO 26000 : origine et objectifs.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une autoévaluation : chaque participant identifiera le niveau de mise en œuvre de la RSE dans son entreprise.

**» Identifier les principaux enjeux de la RSE dans l'organisation**

- Identifier les parties prenantes de l'organisation : état des lieux, sphère d'influence.
- Identifier les attentes de son environnement et des différentes parties intéressées à la vie de l'entreprise.
- Hiérarchiser les enjeux et les attentes.
- Définir les priorités.

**Travaux pratiques** Conduire une réflexion individuelle sur les enjeux de son organisation. Discussion collective.

**» Identifier les principaux leviers d'un projet RSE**

- Questionner son modèle économique et identifier les axes porteurs de changement.
- Déployer les leviers d'innovation : l'écoconception, l'écocommunication
- Les achats responsables, le management éthique.
- Mettre en œuvre de nouvelles stratégies (stratégies environnementales, stratégies BOP " Bottom Of the Pyramid ")

**Travaux pratiques** Chaque participant conduit une réflexion individuelle sur les leviers les plus adaptés à son organisation, suivie d'un échange avec les autres participants.

**» Déployer le projet RSE avec succès**

- Mettre en place un comité de pilotage.
  - Identifier les " quick win ".
  - Communiquer en interne et en externe.
- Travaux pratiques** Elaborer les grandes lignes de leur plan d'action RSE et formaliser leur feuille de route.



# ISO 26000, responsabilité sociétale, Foundation, certification

Ce cours vous permettra de prendre connaissance des meilleures pratiques de mise en œuvre et de gestion d'un programme de responsabilité sociétale tel que spécifié dans l'ISO 26000:2010. Il vous préparera et vous permettra d'obtenir l'examen de certification ISO 26000 Foundation.



Réf :	OFO
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Groupes 3	19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	2 190 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

**PARTICIPANTS**  
Membres d'une équipe de Responsabilité sociétale, chefs de projet ou consultants, personnes responsables d'un programme de Responsabilité sociétale dans une organisation, auditeurs.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Introduction au concept de la Responsabilité sociétale ISO 26000**

- Introduction au cadre normatif, légal et réglementaire lié à la Responsabilité sociétale.
- Principes fondamentaux de la Responsabilité sociétale des organisations.
- Présentation des clauses de la norme et ses six sujets centraux : gouvernance de l'organisation, l'environnement, etc.
- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Exigences générales : présentation des clauses 4 à 7 de la norme ISO 26000.
- Phases de mise en œuvre du programme ISO 26000.
- Amélioration continue d'un programme de Responsabilité sociétale.
- Conduire un audit de certification ISO 26000.

**Travaux pratiques** Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des enjeux et interprétation des clauses d'ISO 26000.

**» Mettre en œuvre les contrôles de la responsabilité sociétale ISO 26000**

- Développement de la politique et objectifs de la responsabilité sociétale.
- Questions et bonnes pratiques en matière de droits de l'homme : prévention de la complicité, de la discrimination, etc.

- Questions et bonnes pratiques en matière d'environnement : prévention de la pollution, utilisation des ressources, etc.
  - Questions et bonnes pratiques en matière d'affaires : transparence, respect des intérêts des parties prenantes, etc.
  - Questions et bonnes pratiques relatives aux consommateurs en matière d'informations non biaisées et de contrats, etc.
  - Questions et bonnes pratiques en matière d'engagement communautaire et développement : l'investissement social, etc.
  - Examen Certified ISO 26000 Foundation.
- Travaux pratiques** Etablir des objectifs spécifiques et un périmètre. Discussions sur les bonnes pratiques.

**» Examen "Certified ISO 26000 Foundation"**

- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux de la responsabilité sociétale.
- Domaine 2 : Système de management de la responsabilité sociétale.

**Certification** Examen d'une durée d'une heure.

# ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Auditor, certification



Ce cours intensif vous apportera l'expertise requise pour l'audit d'un programme de responsabilité sociétale basé sur l'ISO 26000. Il vous montrera tous les principes, procédures et techniques d'audit pour gérer une équipe d'auditeurs et vous permettra d'obtenir l'examen de certification ISO 26000 Lead Auditor.

## » Introduction au management de la responsabilité sociétale ISO 26000

- Cadre normatif, légal et réglementaire.
- Principes fondamentaux de la responsabilité sociétale des organisations.
- Présentation des clauses de la norme et de ses six sujets centraux.
- Programme de la responsabilité sociétale.
- Présentation détaillée des clauses 4 à 7.

**Travaux pratiques** *Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des concepts de responsabilité sociétale et interprétation des clauses.*

## » Planification et initialisation de l'audit

- Principes et concepts fondamentaux.
- Approche d'audit basée sur les preuves.
- Préparation d'un audit de responsabilité sociétale.
- Audit documentaire d'un programme responsabilité sociétale.
- Conduire une réunion d'ouverture.

**Travaux pratiques** *Gestion des problèmes d'éthique, preuves d'audit, audit documentaire et conduite d'une réunion d'ouverture.*

## » Conduire un audit ISO 26000

- Communication pendant l'audit.
- Procédures d'audit : observation, revue documentaire, entretiens, échantillonnage, vérification et évaluation.
- Rédaction des plans de tests d'audit.
- Formulation des constats.

- Rédaction des rapports de non-conformité.

**Travaux pratiques** *Simulations de plusieurs entretiens d'audit avec différents intervenants en entreprise, rédaction de constats d'audit.*

## » Clôturer et assurer le suivi d'un audit ISO 26000

- Documentation d'audit.
- Revue qualité.
- Mener une réunion de clôture et fin d'audit.
- Evaluation des plans d'action correctifs.
- Audit de surveillance.
- Programme de gestion d'audit interne.

**Travaux pratiques** *Discussion des conclusions d'audit avec la direction générale, réunion de clôture et évaluation de plan d'actions correctives.*

## » Examen de certification " Certified ISO 26000 Lead Auditor "

- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux de sécurité de l'information.
- Domaine 2 : Management de la responsabilité sociétale.
- Domaine 3 : Concepts et principes fondamentaux d'audit.
- Domaine 4 : Préparation d'un audit.
- Domaine 5 : Conduire un audit.
- Domaine 6 : Clôturer un audit.
- Domaine 7 : Gérer un programme d'audit.

**Certification** *Examen de 3 heures.*



Réf :	OLE
Durée :	5 jours
Paris	8-12 déc. 2014 16-20 mars/15-19 juin 2015
Groupe 3	23-27 mars/22-26 juin 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

### » PARTICIPANTS

Auditeurs, chefs de projets ou consultants, personnes responsables ou membres d'une équipe de responsabilité sociétale dans une organisation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Implementer, certification



Ce cours intensif vous apportera l'expertise nécessaire pour assister une organisation dans la mise en œuvre et la gestion de la responsabilité sociétale tel que spécifié dans l'ISO 26000:2010. Il vous préparera et vous permettra d'obtenir l'examen de certification ISO 26000 Lead Implementer.

## » Introduction au concept de gestion de la responsabilité sociétale ISO 26000

- Cadre normatif, légal, réglementaire.
- Principes fondamentaux.
- Présentation des clauses de la norme et ses six sujets centraux.
- Analyse préliminaire et détermination du niveau de maturité d'un programme de Responsabilité sociétale.
- Etude de faisabilité et plan projet d'un programme.

**Travaux pratiques** *Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des enjeux et interprétation des clauses.*

## » Planifier un programme de responsabilité sociétale ISO 26000

- Définition du périmètre du programme.
- Développement de la politique et objectifs.
- Questions et bonnes pratiques en matière de droits de l'homme et d'environnement.
- Questions et bonnes pratiques en matière d'affaires et relatives aux consommateurs.
- Questions et bonnes pratiques en matière d'engagement communautaire et de développement.

**Travaux pratiques** *Etablir des objectifs spécifiques et un périmètre. Discussions sur les bonnes pratiques.*

## » Mettre en place un programme de responsabilité sociétale ISO 26000

- Gestion de la documentation.
- Plans d'actions de responsabilité sociétale.

- Développement d'un programme de formation, de sensibilisation et de communication.
- Gestion des opérations du programme.

**Travaux pratiques** *Plan de formation, de sensibilisation, résolution de problèmes, amélioration d'un programme et opérations.*

## » Contrôler, mesurer, améliorer un programme de responsabilité sociétale

- Contrôler et surveiller.
- Développement de métriques, indicateurs de performance, tableaux de bord.
- Evaluation interne et externe.
- Revue de direction du programme.
- Programme d'amélioration continue.

**Travaux pratiques** *Outils de contrôle et de surveillance d'un programme, tableau de bord, audit interne, plans d'actions correctives.*

## » Examen de certification

- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux.
- Domaine 2 : Code de bonnes pratiques.
- Domaine 3 : Planifier un programme.
- Domaine 4 : Mettre en œuvre un programme.
- Domaine 5 : Evaluation de la performance, surveillance et mesure.
- Domaine 6 : Amélioration continue.
- Domaine 7 : Préparation à l'évaluation.

**Certification** *Examen de 3 heures.*



Réf :	LIM
Durée :	5 jours
Paris	15-19 déc. 2014 23-27 mars 2015 29 juin-3 juil. 2015
Groupe 3	30 mars-3 avril 2015 29 juin-3 juil. 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

### » PARTICIPANTS

Auditeurs, chefs de projets ou consultants, personnes responsables ou membres d'une équipe de Responsabilité sociétale dans une organisation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous montrera comment développer une stratégie de communication RSE efficace. Après avoir découvert les enjeux de ce type de communication, vous verrez comment éviter les principaux écueils et mettre en œuvre démarche et outils adaptés.

### » Comprendre le contexte de la RSE et du développement durable (DD)

- Définition et principes du DD, de la RSE et de la communication responsable.
- La prise de conscience environnementale.
- L'influence des ONG.
- Quelles conséquences de cette société en mouvement pour l'entreprise ?
- Pourquoi communiquer sur sa RSE ?

**Exemple** Benchmark international.

### » Elaborer une démarche d'organisation responsable

- Quel rôle pour la direction communication dans une démarche RSE ?
- Connaître la réglementation et les normes (ISO 26000, ISO 14001, ISO 20121).
- La responsabilité du message, du support et de la diffusion.
- Focus : comment éviter le Greenwashing ?
- La méthode des 3 prérequis et des 3 étapes : message, support et contrôle.
- La gouvernance de l'organisation pour une stratégie de communication responsable.
- L'évaluation et le contrôle.

**Exercices** Labels, étiquettes de produit et allégations... Comment s'y reconnaître ? Quelle perception avez-vous de la RSE de votre entreprise ? Quel impact en termes de communication ? Diagnostic des pratiques.

### » Définir les objectifs de sa communication RSE

- Quels sont les buts à atteindre ? Faire une analyse et les définir.
- Identifier ses parties prenantes.
- Construire son positionnement.
- Choisir des axes de communication cohérents.
- Plus d'informations, moins de rêve.

**Réflexion collective** Exemples et échanges sur les bonnes et les mauvaises pratiques.

### » Définir que communiquer et sur quels supports

- Mobiliser l'interne sur la démarche RSE.
- Valoriser l'engagement de l'entreprise auprès des parties prenantes, les offres de produits et de services.
- Les stratégies de contenus sur la RSE On et Offline, l'opportunité du Web 2.0.
- Le rapport RSE : à qui s'applique-t-il ? Quel contenu ? Quelles tendances pour le reporting extra-financier ?
- Les relations publiques : quel angle d'attaque pour quel média ? Quelle diffusion ?
- Le cas de la publicité sur la RSE et le développement durable.
- Recommandations pour des supports éco-socio-responsables.
- Les outils d'analyse de cycle de vie. Comment sélectionner ses partenaires et sous-traitants pour une relation durable ?

**Etude de cas** Etude de cas d'après les exemples des participants et des actions de communication issues de l'activité.

**df** Exemples pratiques

---

Réf : CSE

Durée : 2 jours

Paris 23-24 oct./4-5 déc. 2014  
2-3 avril 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Responsables et chargés de communication (entreprises, associations, ONG, administrations, collectivités...).

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.



# Bâtir son reporting RSE

Cette formation vous permettra d'acquérir une méthodologie et des outils pour concevoir et communiquer votre démarche RSE. Vous apprendrez à prendre en compte le contexte et les acteurs clés, définir des indicateurs de performance, et mettre en place un système d'amélioration continue.

### » Enjeux et opportunités de la démarche

- Principes et historique du développement durable.
- Enjeux du développement durable et pérennité des entreprises.
- Identifier les bénéfiques : création de valeur, amélioration de la qualité, réduction des coûts...
- Cerner les coûts potentiels engendrés par l'investissement.
- Opportunité de la démarche, réaliser un audit, un diagnostic.

### » Mise en place de la démarche

- Déterminer les enjeux, les acteurs, le périmètre.
- Définir les rôles et responsabilités.
- Lancer la communication d'engagement dans une politique RSE.
- Définir les outils et l'organisation pour la mise en place.
- Définir le calendrier et les rendez-vous récurrents.

**Echanges** Présentation d'entreprises exemplaires en matière de RSE. Discussion-débat.

### » Définition du contenu du reporting

- La réglementation relative au reporting, aux normes et standards internationaux.
- Lignes directrices de la GRI et autres référentiels.
- Acteurs externes et facteurs internes à identifier.
- Les paramètres liés aux investissements et capitaux.
- Les paramètres sociaux.
- Les paramètres stratégiques.
- Les problèmes liés à la collecte des informations.

- Les problèmes liés à l'exploitation des données.

**Travaux pratiques** Analyses comparées de reporting RSE.

### » Choix de ses indicateurs, impact sur l'organisation

- Rapport entre le reporting RSE et le reporting financier.
- Prendre en compte les différents acteurs et la relation avec eux.
- Définir les indicateurs de performance et d'amélioration, les évolutions d'organisation, la communication externe.
- Sensibiliser le personnel et l'encadrement.

**Travaux pratiques** Définir une liste d'objectifs en alignement avec la politique RSE. Proposer et choisir ses indicateurs.

### » Evaluation des données

- Les systèmes de notation et organismes de notation.
- Forme et fréquence d'émission du rapport.
- Mettre en place la démarche d'amélioration continue.
- Mettre en place des moyens de contrôle.
- Communiquer son niveau de performance RSE aux parties prenantes.

**Réflexion collective** Analyse critique d'un référentiel de notation.

**df** Exemples pratiques

---

Réf : RSE

Durée : 2 jours

Paris 23-24 oct./4-5 déc. 2014  
23-24 mars/22-23 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Cette formation s'adresse prioritairement aux dirigeants, managers en charge de la RSE et aux collaborateurs impliqués dans le Reporting (communication et systèmes d'information, RH).

---

**» PREREQUIS**

Connaissances de base en Développement Durable.

A l'issue de cette formation, vous saurez appréhender les enjeux du développement durable. Vous maîtriserez les étapes et outils pour définir votre stratégie, la mettre en œuvre, et y faire adhérer tous les acteurs de l'entreprise.

## » Comprendre le développement durable

- Les limites du système actuel.
- Principes et historique du développement durable.
- Comprendre l'écosystème du développement durable.
- Nouveaux critères d'analyse de la performance des entreprises.
- Le cadre réglementaire : lois, référentiels et outils internationaux.

**Réflexion collective** Présentation de référentiels.

## » Opportunités et risques du développement durable

- Les opportunités pour l'entreprise en matière de d'économie d'énergies.
- L'intérêt d'optimiser les coûts (définir une politique d'achats responsables, économies etc.).
- L'amélioration de l'image de marque de l'entreprise.
- La pérennisation de l'emploi stable.
- La vision long-terme de l'implantation dans le tissu local.
- La transparence vis-à-vis des partenaires financiers.
- Identification des parties prenantes et leurs rôles.
- Limites et risques liés à la démarche.

**Etude de cas** Identification des opportunités et des risques de stratégie de développement durable.

## » Construire la stratégie de développement durable

- Etapes de la démarche de développement durable.
- Définition du périmètre d'action.
- Evaluation de la performance de l'entreprise, audit.

- Définition des objectifs et construction de la roadmap.
- Organisation et déploiement opérationnel au niveau de chaque métier.
- Définition du reporting RSE, des indicateurs de performance.
- Elaboration du plan de communication.
- Définition du cadre d'amélioration continue de la démarche.

**Exercices** Etablissement du prédiagnostic de son entreprise en matière de développement durable.

## » Communiquer et accompagner le changement

- Les clés d'une appropriation individuelle et collective.
- La conduite du changement dans les projets de développement durable.
- Identification des partenaires, des sponsors du changement dans l'entreprise.
- Préparation de l'entreprise à recevoir les changements d'organisation.
- Anticipation de la formation aux nouveaux outils et méthodes.
- Cadrage de l'évaluation des résultats par rapport aux objectifs.
- Exemples de démarches de développement durable.

**Exercices** Elaborer les grandes lignes d'un plan d'accompagnement du changement.



Réf :	DUR
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 19-20 fév./29-30 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Mises en situation des participants (jeux de rôles). Echanges sur les situations vécues en entreprise par les participants.

### » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement aux dirigeants, administrateurs, cadres supérieurs, chargés de bâtir la stratégie de développement durable de l'entreprise.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# ISO 14001, management environnemental, Foundation, certification

Ce cours vous permettra de prendre connaissance des bonnes pratiques de mise en œuvre et de gestion d'un Système de Management Environnemental (SME) tel que spécifié dans l'ISO 14001:2008. Il vous préparera et vous permettra d'obtenir l'examen de certification ISO 14001 Foundation.

## » Introduction des concepts : Système de Management Environnemental ISO 14001

- Introduction à la famille de normes ISO 14001.
- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Principes fondamentaux en management environnemental.
- Exigences générales : présentation des clauses 4 à 4.6 de l'ISO 14001.
- Phases de mise en œuvre dans le cadre d'ISO 14001.
- Amélioration continue environnementale.
- Conduire un audit de certification ISO 14001.

**Travaux pratiques** Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des outils qualité, principes de management ISO appliqués à la gestion environnementale et interprétation des clauses d'ISO 14001.

## » Mettre en œuvre des exigences conformes à l'ISO 14001:2008

- Identification et évaluation des aspects et des impacts environnementaux et de leur importance.
- Principes et conception des processus et des contrôles. Documentation des processus et contrôles d'un SME.
- Mise en œuvre des mesures et processus de réponse.
- Développement d'un programme de formation, sensibilisation et communication sur le management environnemental.
- Mise en place d'une gestion documentaire.

- Contrôler et surveiller un SME. Développement de métriques, d'indicateurs de performance et tableaux de bord ISO 14001.
- Audit interne ISO 14001 et revue de direction du SME. Mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue.
- Préparation à l'audit de certification ISO 14001. Examen Certified ISO 14001 Foundation.

**Travaux pratiques** Etablir des objectifs spécifiques. Préparation d'un projet SME, établissement d'un périmètre, outils de contrôle et de surveillance d'un SME, tableau de bord et plans d'action corrective.

## » Examen "Certified ISO 14001 Foundation"

- Domaine 1 : principes et concepts fondamentaux du système de management environnemental.
- Domaine 2 : Système de Management Environnemental (SME) conforme à l'ISO 14001.

**Certification** Examen d'une heure.



Réf :	SFO
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/ 4-5 juin 2015
Groupe 3	5-6 mars/11-12 juin 2015
Prix :	2 190 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

### » PARTICIPANTS

Membres d'une équipe de management environnemental, personnel impliqué dans la mise en œuvre de la norme ISO 14001 ou dans les opérations liées à un SME, auditeurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



# ISO 14001, management environnemental, Lead Auditor, certification

Ce cours intensif vous apportera l'expertise nécessaire pour l'audit d'un Système de Management Environnemental (SME). Il vous montrera les principes, procédures et techniques d'audit pour gérer une équipe d'auditeurs, vous préparera et vous permettra d'obtenir l'examen de certification ISO 14001 Lead Auditor.



Réf :	SFL
Durée :	5 jours
Paris	8-12 déc. 2014 16-20 mars/15-19 juin 2015
Groupe 3	23-27 mars/22-26 juin 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

**PARTICIPANTS**  
Auditeurs, chefs de projets ou consultants, personnes responsables ou membres d'une équipe de management environnemental dans une organisation.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Introduction au concept du Système de Management Environnemental ISO 14001**

- Cadre normatif, légal et réglementaire lié au système de management environnemental.
- Principes fondamentaux du système de management environnemental.
- Processus de certification.
- Système de Management Environnemental (SME).
- Présentation détaillée des clauses 4 à 4.6.

**Travaux pratiques** *Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des outils qualité, principes de management ISO appliqués à la gestion environnementale et interprétation des clauses d'ISO 14001.*

**Planification et initialisation d'un audit ISO 14001**

- Principes et concepts fondamentaux d'un audit.
- Approche d'audit basée sur les preuves.
- Préparation d'un audit de certification.
- Audit documentaire d'un SME.
- Conduire une réunion d'ouverture.

**Travaux pratiques** *Gestion des problèmes d'éthique, preuves d'audit, audit documentaire et conduite d'une réunion d'ouverture.*

**Conduire un audit ISO 14001**

- Communication pendant l'audit.
- Procédures d'audit : observation, revue documentaire, entretiens, échantillonnage, vérification et évaluation.
- Rédaction des plans de tests d'audit.
- Formulation des constats d'audit.

- Rédaction des rapports de non-conformité.

**Travaux pratiques** *Simulations de plusieurs entretiens d'audit avec différents intervenants en entreprise, rédaction de constats d'audit.*

**Clôturer et assurer le suivi d'un audit ISO 14001**

- Documentation d'audit.
- Revue qualité.
- Mener une réunion de clôture et fin d'un audit.
- Evaluation des plans d'action corrective.
- Audit de surveillance.
- Programme de gestion d'audit interne.

**Travaux pratiques** *Discussion des conclusions d'audit avec la direction générale, réunion de clôture et évaluation de plans d'action corrective.*

**Examen de certification**

- Domaine 1 : principes et concepts fondamentaux du système de management environnemental.
- Domaine 2 : Système de Management environnemental (SME).
- Domaine 3 : concepts et principes fondamentaux d'audit.
- Domaine 4 : préparation d'un audit.
- Domaine 5 : conduire un audit.
- Domaine 6 : clôturer un audit.
- Domaine 7 : gérer un programme d'audit.

**Certification** *Examen de 3 heures.*



# ISO 14001, management environnemental, Lead Implementer, certification

Ce cours intensif vous apportera l'expertise nécessaire pour assister une organisation dans la mise en œuvre et la gestion d'un Système de Management Environnemental (SME) tel que spécifié dans ISO 14001. Il vous préparera et vous permettra d'obtenir l'examen de certification ISO 14001 Lead Implementer.



Réf :	SLI
Durée :	5 jours
Paris	15-19 déc. 2014 23-27 mars/22-26 juin 2015
Groupe 3	30 mars-3 avril 2015 29 juin-3 juil. 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

**PARTICIPANTS**  
Auditeurs, chefs de projets ou consultants, personnes responsables ou membres d'une équipe de management environnemental dans une organisation.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Introduction au concept du Système de Management Environnemental ISO 14001**

- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Norme ISO 14001:2004, structures et exigences.
- Les principes fondamentaux de la gestion environnementale.
- Identification et évaluation des aspects et des impacts environnementaux ; leur signification.
- Etude de faisabilité et plan projet.

**Travaux pratiques** *Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des outils qualité, principes de management ISO appliqués à la gestion environnementale et interprétation des clauses.*

**Initialisation d'un projet de SME ISO 14001**

- Définition du périmètre.
- Rédaction de la politique et objectifs.
- Planification de la gestion de l'environnement.

Questions juridiques et réglementaires.

- Gestion documentaire.
- Rédaction d'un SME.

**Travaux pratiques** *Etablir des objectifs spécifiques. Préparation du projet, établissement d'un périmètre et rédaction d'une politique environnement.*

**Mettre en place un SME ISO 14001**

- Gestion de la documentation.
- Conception des mesures de sécurité, rédaction des procédures.

- Processus opérationnels et contrôles.
- Mesures de sécurité, processus de réponse.
- Développement d'un programme de formation, de sensibilisation et de communication.
- Gestion opérationnelle.

**Travaux pratiques** *Plan de formation et sensibilisation, résolution de problèmes, amélioration d'un processus, opérations.*

**Contrôler, surveiller, mesurer, améliorer un SME**

- Contrôler et surveiller.
- Développement de métriques, d'indicateurs de performance, de tableaux de bord.
- Audit interne.
- Revue de direction.
- Programme d'amélioration continue.
- Préparation à l'audit de certification.

**Travaux pratiques** *Outils de contrôle et de surveillance, tableau de bord, audit interne, plan d'actions correctives.*

**Examen de certification**

- Domaine 1 : principes et concepts fondamentaux.
- Domaine 2 : bonnes pratiques du contrôle environnemental.
- Domaine 3 : planifier.
- Domaine 4 : mettre en œuvre.
- Domaine 5 : évaluation de la performance.
- Domaine 6 : amélioration continue.
- Domaine 7 : préparation de l'audit de certification.

**Certification** *Examen de 3 heures.*

Apprendre à décliner les enjeux socio-économiques du développement durable en les intégrant dans la politique RSE des PME. S'appuyer sur les principaux référentiels (ISO 26000), mener un projet et savoir déployer son engagement en interne pour valoriser les impacts en communication externe (image et relation clients).

## » Développement durable et RSE : les enjeux

- Le concept de Développement Durable.
- L'implication progressive des différents acteurs.
- Les enjeux planétaires.
- La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), des Organisations (RSO). Définitions.
- Les principes de la responsabilité sociale.
- Focus sur la notion de parties prenantes.
- Les nouveaux enjeux de l'entreprise.

## » PME et enjeux du développement durable

- Le contexte des PME.
- Les nouvelles règles économiques.
- Les principaux moteurs du changement.
- Repenser son rôle au sein de la collectivité.

## » Les outils de la RSE

- Le cadre réglementaire : international, Européen, national.
- Les normes et les principaux référentiels.
- Les référentiels internationaux. Les processus de management. Le reporting.
- Les référentiels sectoriels spécifiques.
- L'ISO 26000 et les 7 grands thèmes de la RSE.
- Respect des droits fondamentaux de la personne. Politique managériale et sociale de l'entreprise.
- Gestion de la relation client, de la relation fournisseur et protection de l'environnement.
- Relations avec la société civile et avec les actionnaires.

**Exercices** Questionnaire RSE pour réaliser une autoévaluation de son entreprise.

## » Construire un plan d'action

- Caractériser les impacts du développement durable sur son métier.
- Identifier et hiérarchiser les attentes de son environnement et des différentes parties.
- Exprimer son engagement vis-à-vis des principales parties prenantes.
- Recenser les actions RSE déjà mises en place.
- Définir un plan d'action global et progressif au regard de la performance globale de la PME.
- Travailler la performance selon 3 axes: environnement, social et économique.

## » Déployer son plan, communiquer et évaluer

- Savoir quand et comment communiquer.
- Mettre en place une démarche d'accompagnement au changement.
- Identifier les résistances au changement. Les outils et leviers pour convaincre.
- Evaluer les actions mises en œuvre.
- Définir des indicateurs pertinents.
- Mettre en place un tableau de bord.

**Echanges** Partage de démarches mises en place par des PME. Réflexion et débats sur les conditions du succès.



Réf :	DDP
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Dirigeants de PME. Responsables de projets DD en PME. Cadres d'entreprise.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Développement durable

### Orsys s'engage et agit

Depuis plusieurs années Orsys s'engage dans une politique soutenue de développement durable. En 2007 Orsys adhère au Pacte Mondial des Nations Unies\* et s'engage à en défendre les dix valeurs fondamentales.

Des réflexions et des actions concrètes sont constamment menées :



- Réduction des déchets et de la consommation d'énergie
- Utilisation de papier PEFC et diminution des envois postaux
- Lutte contre toutes les formes de discrimination au travail
- Tarifs préférentiels pour les sociétés émergentes
- Dons de matériel à des associations
- Sensibilisation des fournisseurs aux aspects sociaux et environnementaux
- ...

La qualité de nos prestations passe aussi par le respect de notre environnement et de notre avenir.

\* Rapport annuel disponible sur [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr) ou sur le site [www.un.org/fr/globalcompact](http://www.un.org/fr/globalcompact)

Ce stage pratique vous permettra de vous familiariser avec les principaux référentiels et outils du Développement Durable et de la RSE. Vous apprendrez à formaliser une feuille de route et à communiquer efficacement pour valoriser votre démarche auprès des équipes et des parties prenantes.

	
Réf :	CDD
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 26-27 janv./2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Autodiagnostic, exercice de réflexion individuel et collectif. Alternance d'exposés et de discussions avec les participants. Retours d'expérience.

### PARTICIPANTS

Directeurs, managers souhaitant mettre en place le Développement Durable ou la RSE, responsables Développement Durable.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » Cerner les principaux enjeux

- Définition et lien entre Développement Durable et RSE. Dimensions économique, environnementale et sociale.
- Les principaux moteurs du changement.
- Les nouveaux enjeux de l'entreprise.

**Exercices** Réflexion individuelle et échanges sur les enjeux de son entreprise.

#### » Connaître les référentiels et le cadre réglementaire

- Les textes fondateurs et le cadre réglementaire.
- Les référentiels internationaux : "hard law" et "soft law".
- Les référentiels relatifs au processus de management.
- Les référentiels relatifs au reporting : les indicateurs du GRI (Global Reporting Initiative).
- Les référentiels sectoriels spécifiques.

#### » Réaliser un autodiagnostic RSE de son entreprise

- Comprendre où en est son entreprise ou son service au travers de la réalisation d'une autoévaluation.

**Exercices** Autodiagnostic RSE de son entreprise et identification des principaux axes d'amélioration.

#### » Les caractéristiques de la fonction chef de projet DD

- Une fonction avant tout transversale.
- Savoir sélectionner les enjeux clés pour son entreprise.
- Savoir constituer une équipe de correspondants.

#### » Accompagner le changement

- Analyse du contexte, objectifs et contributions attendues.
- Les techniques d'accompagnement du changement.
- Les principaux facteurs de résistance au changement.
- Les clés d'une mobilisation réussie.

**Exercices** Identification des principaux freins au changement dans son entreprise.

#### » Construire son plan d'action

- Obtenir l'engagement de la Direction.
- Recenser les bonnes pratiques déjà mises en place.
- Identifier et hiérarchiser les enjeux et les attentes.
- Définir un plan d'action global.

**Exercices** Construction d'une feuille de route.

#### » Communiquer efficacement et évaluer les actions

- Savoir quand et comment communiquer.
- Définir et mettre en place d'un plan de communication interne et externe.
- La démarche de progrès continu : évaluation des actions mises en œuvre.
- Définir des indicateurs pertinents au regard des bénéfices attendus.
- Mettre en place un tableau de bord.

**Exercices** Elaboration d'un plan de communication adapté aux enjeux et aux cibles prioritaires.

# Développer ses compétences en management durable

Ce stage vous apprendra à développer vos compétences managériales dans une optique axée sur la responsabilité durable. Vous verrez comment vous positionner et mettre en conformité vos décisions et actions avec les préoccupations écologiques, économiques, sociales.

	
Réf :	DCM
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./18-19 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Mises en situations filmées, partages d'expériences et de bonnes pratiques.

### PARTICIPANTS

Toute personne qui souhaite inscrire ses activités de manager dans un cadre de développement durable.

### PREREQUIS

Expérience du management d'équipe hiérarchique et/ou transverse.

#### » Manager et être en phase avec les valeurs du développement durable

- Acquérir les connaissances du triptyque de base du développement durable.
- Cerner les enjeux et définir les priorités spécifiques.
- Asseoir sa légitimité en tant que manager durable.
- Repérer les moyens de contribuer à mettre l'organisation en mouvement.
- Développer son charisme et son leadership.
- Partager sa vision pour réaliser son projet de développement durable.

**Etude de cas** Elaboration en ateliers d'un projet de développement durable partagé.

#### » Accompagner les collaborateurs dans l'adaptation au management durable

- Comprendre les différents types de comportements face au changement de management.
- Identifier les freins, les contradictions, les remises en question et les deuils.
- Aider l'équipe à adapter ses comportements et ses attitudes face au changement dans le management.
- Mesurer le degré de stress généré et savoir le positiver pour le gérer.

**Réflexion collective** Partage d'expériences pour mieux identifier chez soi-même et les autres le fonctionnement de ses interprétations et résistances face à un nouveau mode de management.

#### » Donner du sens au management durable

- Clarifier ses buts pour savoir déclencher l'adhésion.
- Trouver les clés pour organiser et planifier les actions.
- Savoir faire partager les valeurs du développement durable et le rendre attractif pour l'équipe.
- Argumenter, vendre ses idées à l'équipe.
- Utiliser le management durable comme facteur de progrès.
- Aider les collaborateurs à construire leur projet personnel et à faire des choix raisonnés.

**Mise en situation** Mises en situation filmées : prise de parole devant le groupe pour améliorer sa force de conviction.

#### » Développer le potentiel et la motivation

- S'approprier le rôle de développeur de talent.
- Utiliser les outils du coaching pour contribuer à l'amélioration de l'assertivité des collaborateurs.
- Croiser les atouts du management avec le développement de la personne.
- Gérer les situations délicates : faire preuve d'empathie, reformuler, rester factuel, être orienté solution.
- Favoriser l'innovation.
- Savoir écouter et se distancier pour aider le collaborateur à exprimer sa créativité.

**Mise en situation** Cas filmés à partir d'exemples réels avec debriefing et proposition de conseils individualisés.

Ce stage vous permettra de comprendre les enjeux et l'intérêt d'un Système de Management Environnemental (SME) pour votre entreprise. Vous verrez comment mettre en œuvre un tel système au moyen d'une démarche adaptée et découvrirez les outils indispensables à son suivi et à son pilotage.

## » Comprendre les enjeux d'une démarche environnementale

- Identifier les enjeux environnementaux associés au contexte de l'entreprise.
- Recenser les différentes natures de pollution et les impacts de l'entreprise sur l'environnement.
- S'approprier le vocabulaire pour une meilleure vulgarisation.
- Répertorier les principaux textes applicables.

**Travaux pratiques** *Echanges et retours d'expériences sur la mise en place de démarches RSE dans les entreprises.*

## » Construire le Système de Management Environnemental (SME)

- Appréhender la norme ISO 14001 et répondre à ses exigences.
- Définir une politique audacieuse et pragmatique.
- Comparer les normes ISO 9001 et OHSAS 18001, déterminer les similitudes et les avantages d'un système intégré QSE.
- Structurer la gestion documentaire du SME, identifier les documents exigés et gérer les enregistrements indispensables.
- Définir l'organisation pour assurer une veille réglementaire efficace.

**Travaux pratiques** *Déclinaison de la politique environnementale d'une entreprise type ou de l'entreprise du participant. Ebauche d'une procédure de veille réglementaire.*

## » Mettre en œuvre le SME

- Déterminer les aspects environnementaux et réaliser l'analyse environnementale.
- Mettre en œuvre et suivre un programme environnemental.
- Décliner un Plan d'Action Interne (POI) pour faire face aux situations d'urgence.

**Travaux pratiques** *Elaboration d'une analyse environnementale à partir d'une entreprise type ou de l'entreprise du participant. Formalisation d'un POI.*

## » Piloter la démarche environnementale

- Organiser le SME, planifier les étapes de la démarche et légitimer le projet.
- Structurer un plan de communication et sensibiliser les acteurs de l'entreprise.
- Mettre en place des indicateurs environnementaux clés au regard des impacts significatifs.
- Évaluer l'efficacité du SME et mener une revue de Direction.

**Travaux pratiques** *Déclinaison d'un planning de la démarche à partir d'une entreprise type ou de l'entreprise du participant. Construction d'un plan de communication.*



Réf :	SME
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mise en application des concepts à partir de cas réels ou d'exemples tirés de l'entreprise du stagiaire.

### » PARTICIPANTS

Dirigeants et responsables d'entreprise, responsables et chefs de projets SME.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Bien gérer des installations de type ICPE

Ce stage vous apportera une lecture simple mais néanmoins détaillée de la réglementation afférente aux ICPE - Installations Classées pour la Protection de l'Environnement. Vous serez ainsi capable d'assurer une gestion efficace de ce type d'installations et en maîtriserez les principaux aspects juridiques.

## » Connaître le cadre législatif et réglementaire des ICPE

- Introduction concernant la réglementation et les procédures relatives aux ICPE.
- La nomenclature des installations classées.
- La synthèse des principaux textes juridiques applicables.
- La complémentarité avec les autres textes concernant l'environnement.
- La synthèse des autres textes en matière environnementale : eau, air, bruit, déchets...
- La jurisprudence en matière d'ICPE.

**Exercices** *Mise en situation visant à savoir articuler les différentes normes juridiques en matière environnementale.*

## » Découvrir les acteurs de la gestion des ICPE

- Le service de l'inspection des installations classées.
- Les industriels.
- Les collectivités locales.
- Les organismes publics et parapublics.
- Les associations de protection de la nature.

**Travaux pratiques** *Travail sur des cas concrets afin de distinguer le rôle des différents acteurs dans la gestion des ICPE.*

## » Distinguer les différentes ICPE

- Les caractéristiques communes aux différents types d'ICPE.
- Les installations soumises à autorisation.

- Les installations soumises à enregistrement.
- Les installations soumises à déclaration.

**Etude de cas** *Travail sur des cas concrets relatifs aux différents types d'ICPE.*

## » Maîtriser les modalités de mise en place des ICPE

- Le contenu des dossiers. L'instruction des dossiers.
- L'étude d'impact. L'état initial du site et les conditions de remises en état. Les effets du projet sur l'environnement.
- L'étude de danger. Comment atteindre le plus haut niveau de sûreté possible ?
- Analyse des scénarios d'accidents possibles : causes, conséquences, mesures pour réduire leur nombre et leur gravité.
- Les plans d'urgence.
- Les arrêtés d'autorisation d'exploiter.

**Exercices** *Mise en situation incluant la réalisation d'un dossier d'autorisation d'ICPE.*

## » Gérer l'évolution de l'activité et de la vie du site

- Avoir conscience des impacts potentiels liés aux évolutions de l'activité ou du site.
- Les déclarations à effectuer.
- Les répercussions juridiques des évolutions.
- Prendre aussi en compte les évolutions de la réglementation concernant l'environnement.
- Mettre en place une veille réglementaire.

**Etude de cas** *Cas pratiques relatifs à la gestion de l'évolution d'une ICPE.*



Réf :	ICP
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./4-5 déc. 2014 5-6 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mises en situation. Discussions de groupe.

### » PARTICIPANTS

Responsables et techniciens environnementaux. Juristes. Exploitants. Prestataires de services dans le domaine de l'environnement.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce cours vous permettra d'identifier les principaux leviers d'action à mettre en œuvre pour devenir écoresponsable dans la gestion IT. Vous verrez comment réduire de façon significative certaines charges financières, notamment celles correspondant à la consommation électrique.



Réf :	GRI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./4-5 déc. 2014 23-24 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
DSI, responsable Développement Durable, responsable Datacenters, responsable des Achats, responsable Postes de travail.

**» PREREQUIS**  
Connaissance souhaitable des réseaux et systèmes, de la sécurité, de la virtualisation ou des environnements du poste de travail.

**» Les progrès du Green IT**

- Enjeux de l'empreinte écologique.
- Impact des TIC sur l'environnement.
- Délimitation des périmètres du Green IT 1.0 et 2.0, Fair IT, TIC durables et sustainable IT.

**» Les principaux outils d'analyse du parc informatique**

- Comprendre les phases du cycle de vie du matériel.
- Compter la consommation énergétique.
- Gérer la fin de vie du matériel et l'opportunité de recycler.

**Travaux pratiques** Analyse du cycle de vie de matériel informatique

**» L'environnement des postes de travail**

- Impact de la couche logicielle.
- Labels, réglementations et alternatives à l'achat.
- Prolonger la durée de vie et la consommation électrique.
- Gérer la fin de vie du matériel et DEEE.

**Travaux pratiques** Etude de cas d'environnement de postes de travail et calcul de la consommation électrique.

**» Impact environnemental des impressions**

- Ecolabels et critères techniques.
- Offres intéressantes des constructeurs.
- Alternatives aux consommables traditionnels.
- Sensibilisation des utilisateurs.

**» Optimisation des datacenters**

- Consommation électrique et problématiques de refroidissement.
- Coût des équipements non utilisés et calcul de leur densité.
- Virtualisation et gains énergétiques.
- Réduction des coûts.
- Augmentation du taux d'utilisation.
- Construction d'un datacenter " vert ".

**Travaux pratiques** Donner différentes solutions pour réduire les coûts d'un datacenter donné.

**» Réussir un projet Green IT**

- Etapes principales du projet.
- Achats responsables.
- Tableau de bord et indicateurs Green IT.
- Conduite du changement auprès des utilisateurs.
- Huit facteurs de réussite.
- Best Practices.

**Travaux pratiques** Construction d'indicateurs Green IT en sous-groupes sur un cas donné.



A l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'identifier les chantiers clés pour réduire la consommation électrique d'un centre informatique et serez capable de mettre en œuvre des solutions d'amélioration. Cette formation fait partie du projet PrimeEnergyIT de la Commission Européenne.



Réf :	GAC
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./2-3 déc. 2014 11-12 déc. 2014 5-6 fév. /6-7 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
DSI, responsable Data Centers, chef de projet.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre les enjeux du Green IT**

- Le défi du développement durable.
- La place des systèmes d'information dans la problématique du développement durable.
- Les différents périmètres du Green IT.

**Travaux pratiques** Identifier les différents projets Green IT déjà déployés dans votre entreprise.

**» Appréhender les problématiques clés des centres informatiques**

- Sous-dimensionnement du parc actuel.
- La densification et les besoins de refroidissement liés.
- Le changement de modèle économique de CAPEX à OPEX.

**» Maîtriser le contexte réglementaire**

- Les directives européennes impactant le matériel informatique : EuP, RoHS, WEEE, " batteries ".
- Les obligations légales des data centers en Europe.
- Les obligations légales des data centers en France.
- Les initiatives volontaires : code de bonne conduite, etc.

**» Mesurer pour identifier les domaines de progrès**

- Avec quels outils (indicateurs, méthodologie, etc.) faire un état des lieux ?
- Les principaux indicateurs de performance énergétique et environnementale des data centers : PUE, CUE, - WUE, DCCe, etc.
- La mesure physique.

**Travaux pratiques** Calculer le PUE d'un centre informatique.

**» Les solutions IT**

- Mettre en place une gouvernance des applications.
- Gérer le cycle de vie des données.
- Stockage hiérarchique de données, déduplication.
- Consolider et virtualiser les équipements.
- Choisir des équipements adaptés aux problématiques d'efficacité énergétique.
- Les ecolabels et normes techniques pour sélectionner le matériel.

**Etude de cas** Analyse de plusieurs matériels à l'aide des ecolabels et des normes appropriées.

**» Les solutions liées à l'infrastructure**

- L'impact du niveau de disponibilité (tiers) sur les besoins énergétiques.
- Architecture modulaire de type POD.
- Organisation spatiale des équipements dans le data center : allée chaude, allée froide.
- Refroidissement de précision.
- Free cooling, water cooling.

**» Retours d'expérience**

- Etude des retours d'expérience d'entreprises ayant déjà mis en œuvre ces solutions

# Qualité et Lean Management

» Qualité et sécurité

p. 51

» Amélioration continue/Lean

p. 62

49



# Nos Experts en Qualité et Lean management

## » Christophe DURAND »

intervient pour optimiser les flux «de bout en bout», de manière transversale et cohérente, principalement en industrie et dans la santé. Son expérience recouvre l'ensemble des Opérations, avec des expertises en planification et MRP/ERP (il est certifié CPIM et DDMRP), collaboration client-fournisseur, Qualité pragmatique et amélioration continue. Sa démarche et les outils déployés sont pragmatiques et ont pour but de maîtriser et fiabiliser les process avant de vouloir les optimiser pour rendre le progrès pérenne. Enfin il aime se confronter à des cultures très diverses d'entreprise : ETI, hôpitaux, en France et à l'international.



Formateur et consultant en amélioration continue,

» Patrick DE WINTER » est spécialisé en optimisation de performance et maîtrise des outils de la qualité utilisés dans l'automobile. Il a une double formation de Gestion et management stratégique (IFG Nantes) et d'ingénieur (CNAM, matériaux polymères) et est certifié Black Belt en Lean 6 Sigma. Il a mis ses compétences principalement au service de l'industrie (automobile, aéronautique et électromécanique) et des services.

» Bobby DIOT » Consultant et formateur en logistique, sécurité, qualité certifié Green Belt Lean Six Sigma-Expert certifié en génie industriel, il accompagne les entreprises de tous secteurs d'activité professionnelle et les organismes publics dans leur démarche en management de système qualité, environnement, sécurité, préparation aux certifications, normes ISO, audit...



» Khaled KEMOUNE » est consultant senior d'une société de conseil en organisation et mise en place de système de management intégré et accompagne les entreprises pour les certifications ISO 9000 et 14000. Il fait aussi du coaching d'équipes projets dont celles du A 380 d'Air France et de la conception de la méthode de conduite de grands projets Air France. Il est coauteur de « *Maîtriser l'organisation industrielle* » aux Editions d'Organisation.

» Frédéric ROUZEAU » a 25 années d'expérience au service de l'amélioration continue. Coach et formateur, il est ingénieur des Arts et Métiers et certifié Black Belt Lean 6 Sigma. Il travaille à présent au sein de la société Spitfire Conseil où il accomplit des missions lean dans le milieu aéronautique, agroalimentaire et pharmaceutique.



# Qualité et Sécurité

De plus en plus d'organismes se tournent vers une démarche qualité en vue d'accroître leurs performances. Cette qualité, associée aux préoccupations de sécurité et de santé au travail, constitue un pilier du développement de l'entreprise. Orsys propose des cursus spécialisés sur les métiers du domaine, les normes en vigueur et les meilleures démarches permettant d'assurer une mise en œuvre réussie.

## » Démarche Qualité »

- Best** Démarche qualité, sensibilisation et mise en œuvre  
2 j - DMQ - p.53
- Manager par les processus qualité  
2 j - MPQ - p.56
- Best** Tableaux de bord qualité, conception et exploitation  
2 j - TBQ - p.56
- Best** Réaliser un audit qualité interne  
2 j - AQI - p.57
- Auditer les processus qualité et les risques  
3 j - AQP - p.57
- Optimiser ses processus et sa démarche qualité  
2 j - DEQ - p.58
- Surmonter les problèmes dans une démarche qualité  
2 j - DAQ - p.58
- Développer et gérer son système documentaire qualité  
2 j - DOC - p.59

## » Norme Qualité »

- ISO 9001, qualité, Foundation, certification  
2 j - IFF - p.54
- ISO 9001, qualité, Lead Auditor, certification  
5 j - ILA - p.55
- ISO 9001, qualité, Lead Implementer, certification  
5 j - ILI - p.55

## » Qualité, sécurité, environnement »

- Mettre en place un SME performant  
2 j - SME - p.47
- Construire et piloter un système intégré QSE  
2 j - QSE - p.60
- Être responsable environnement, santé et sécurité  
2 j - ERV - p.60
- Maîtriser les outils pour la prévention de la santé et de la sécurité  
2 j - OSS - p.61
- Mettre en œuvre un audit sécurité  
2 j - AUC - p.61

## »» Cycle Certifiant

### RESPONSABLE QUALITE »»

11 j. - KRQ - p.52

#### » composition du cycle

RQM 2j, p.54/MPQ 2j, p.56/AQI 2j, p.57/TBQ 2j, p.56/DAQ 2j, p.58

#### » journée de certification

KRY

## » Métiers qualité et environnement »

- Devenir correspondant qualité  
2 j - COQ - p.53
- Responsable qualité, le métier  
2 j - RQM - p.54
- Être responsable environnement, santé et sécurité  
2 j - ERV - p.60



Ce cycle vous permettra d'acquérir les différents outils et méthodes pour appréhender tous les aspects du métier de Responsable Qualité. Il vous montrera comment déployer une démarche qualité dans toutes ses étapes : positionnement, mise en œuvre, management, communication, suivi, audit. Cette démarche d'anticipation et de progrès donnera une base solide d'amélioration continue à votre poste.

## Responsable Qualité, le métier

- Présentation du SMQ. Appréhender le modèle de management ISO 9000.
- Intégrer l'amélioration continue et la logique PDCA dans la structure du SMQ.
- Définir les enjeux et attentes de l'entreprise pour déterminer la politique qualité. Fixer des objectifs cohérents.
- Manager en transversalité. Développer le relationnel interne pour créer son réseau.
- Définir le système de management de la qualité et son organisation.
- Déterminer les processus de pilotage.
- Positionner son rôle, sa responsabilité et son autorité.
- Construire son tableau de bord de pilotage.
- Dégager les arguments pour obtenir l'adhésion autour du projet.
- Choisir le modèle de communication. Comprendre les impacts de la communication sur l'organisation.
- Gérer et exploiter les audits. Progresser à partir des non-conformités.
- Les outils pratiques de l'amélioration continue.

**Travaux pratiques** *Elaboration d'une politique qualité, de la cartographie des processus d'une entreprise type et détermination des processus prioritaires. Constitution de son tableau de bord. Jeux de rôles pour définir sa communication et présenter son système de management de la qualité.*

## Manager par les processus qualité

- Comprendre les bases de l'approche processus : relation entre la norme ISO 9001 et les processus.
- Créer des processus : définition du périmètre, étude de l'environnement du processus.
- Développement des relations clients/fournisseurs interne (RCFI).
- Manager par le processus. Le rôle du pilote de processus.
- La gestion du changement et de la motivation pour passer à l'action.
- Revue de processus (la méthode PDCA : Planifier, Réaliser, Vérifier, Corriger).
- Mesure de maturité du processus (grille d'analyse).
- Gestion des risques dans les processus. Elaboration de la criticité du processus.

**Travaux pratiques** *Elaboration d'une cartographie de processus d'une entreprise type et détermination des processus prioritaires. Définition de l'interaction entre processus. Constitution du tableau et des indicateurs de pilotage. Préparer une revue de processus, définir des plans d'actions d'amélioration.*

## Réaliser un audit qualité interne

- Identifier les typologies d'audits. Positionner l'audit dans le système de management de la qualité.
- Appliquer la logique du PDCA.
- Concevoir son programme d'audit qualité.
- Définir l'étendue et les objectifs des audits. Planifier le programme d'audit de l'entreprise.
- Elaborer sa trame de questions. Préparation de la visite d'audit (interview).
- Réalisation de l'interview.

- Pratiquer l'écoute active (écoute, reformulation, relance, recentrer). Savoir éviter les conflits (karpman).
- Rédaction du rapport et du plan d'action.

**Travaux pratiques** *Prise en compte du programme d'audit d'une entreprise type. Réalisation des audits préparés précédemment suivant des scénarios préétablis. Restitution des jeux de rôles : analyse du déroulement et des comportements.*

## Tableaux de bord Qualité, conception et exploitation

- Positionner les indicateurs dans le système de management de la qualité.
- Le principe d'amélioration continue.
- Éléments et objectifs du tableau de bord.
- Concevoir le système de mesure : typologie, choix et caractéristique des indicateurs.
- Communication du système de mesure aux collaborateurs.
- Utiliser les tableaux de bord comme outil de management participatif.
- Analyse des résultats et réactivité. Plan d'action.
- Tableau de bord prospectif (Balanced Score Card).
- Comment contrôler son système, mesurer son efficacité.
- Identifier les dysfonctionnements du système. Mise en œuvre des actions correctrices (résolution de problèmes).

**Travaux pratiques** *Check-list en groupe des objectifs et des indicateurs. Construction du tableau de bord qualité à partir d'un cas d'entreprise. Jeux de rôles de présentation des résultats et du plan d'action.*

## Surmonter les problèmes dans une démarche qualité

- Définir les caractéristiques d'un problème.
- Déterminer les étapes chronologiques d'analyse et de résolution.
- Appliquer la démarche d'amélioration continue "PDCA" à la MARP.
- Rechercher les causes, mettre en œuvre les solutions.
- Les outils d'analyse : QQOQCP, arbre des causes, règle de PARETO.
- Les outils de prise de décision : matrice de décision, relevé de données, brainstorming.
- Animation d'une équipe de résolution de problème : déterminer les enjeux et les finalités du projet.
- Structurer et diffuser la communication pour faire vivre la démarche.
- Mener un retour d'expérience (REX) pour progresser dans la résolution de problèmes.
- Aperçu de méthodes similaires : 8D, le QRQC, Quick Response Quality Control, le principe du DMAIC.

**Travaux pratiques** *Partage des bonnes pratiques à partir d'exemples. Sur la base d'une étude de cas, mettre en place une démarche (étapes et pratique des outils).*



Réf :	KRQ
Durée :	11 jours
Composition du cycle :	<ul style="list-style-type: none"> <li>réf RQM, 2j, cf p. 54</li> <li>réf MPQ, 2j, cf p. 56</li> <li>réf AQL, 2j, cf p. 57</li> <li>réf TBQ 2j, cf p. 56</li> <li>réf DAQ, 2j, cf p. 58</li> </ul>
Examen	<ul style="list-style-type: none"> <li>réf KRY</li> <li>8 déc. 2014</li> <li>7 avril 2015</li> </ul>
Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.	
Prix :	4 620 € HT (prix 2014) option full incluse soit environ 30% de remise incluse
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Echanges. Mise en pratique en sous-groupes. Réflexions collectives. Etude de cas. Mises en situation.

### PARTICIPANTS

Responsable qualité, pilote de processus, animateur qualité, auditeur interne, auditeur qualité.

### PREREQUIS

Connaissances de base de la norme ISO 9000 et 9001 et de l'approche processus.

Evaluer la pertinence et les attentes d'une démarche Qualité. Elaborer la méthodologie et les indicateurs projet, du diagnostic au rapport final. Savoir communiquer avec la direction générale et gérer le changement en impliquant les collaborateurs et partenaires extérieurs.

## » Mettre en place une démarche qualité : enjeux et conditions

- Comprendre la démarche qualité et ses finalités.
- Mesurer les enjeux d'une démarche qualité.
- Evaluer le degré de motivation de la Direction Générale et l'opportunité du projet.
- Déterminer les attentes des partenaires internes et externes : collaborateurs, clients, fournisseurs, partenaires...
- Identifier les forces et les faiblesses de votre démarche.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une analyse de faisabilité de la démarche qualité dans son entreprise.

## » Réaliser l'état des lieux

- Comprendre l'importance de l'état des lieux initial : finalités, objectifs et enjeux.
- Mener un diagnostic préparatoire au projet qualité de l'entreprise : méthodes, outils, planning...
- Rédiger le rapport de diagnostic et proposer des pistes d'amélioration.
- Structurer le plan d'action.
- Soumettre son projet à la Direction Générale.

**Travaux pratiques** Définition d'une trame-type pour la réalisation d'un diagnostic qualité.

## » Piloter un projet démarche qualité

- Préparer le projet et définir la feuille de route avec sa direction. Officialiser la démarche.
- Identifier les ressources disponibles et les moyens nécessaires à la réalisation du projet.
- Définir l'organisation du projet et planifier les étapes.
- Déterminer le système de mesure d'avancement du projet.
- Elaborer le plan de communication du projet.

**Travaux pratiques** Définition du plan de pilotage du projet qualité d'une entreprise fictive. Elaboration de plan de communication.

## » Lever les résistances au changement

- Recenser les typologies de résistance au changement et les méthodes pour les dépasser.
- Identifier les facteurs facilitant la réussite du changement et savoir les mettre en avant.
- Utiliser les bons leviers de communication et savoir vendre son projet.
- Prévoir l'accompagnement du changement tout au long du projet.

**Travaux pratiques** Recensement des typologies de résistances au changement dans son entreprise.



Réf :	DMQ
Durée :	2 jours
Paris	5-6 nov. 2014 19-20 janv./23-24 mars 2015 1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Apports théoriques et retours d'expériences. Etudes de cas et travaux pratiques.

## » PARTICIPANTS

Responsables Qualité, chargés de mission ou chefs de projet Qualité, pilotes de processus et toutes les personnes impliquées dans la mise en place d'une démarche Qualité dans son entreprise.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de la norme ISO 9001 V2008.

# Devenir correspondant qualité

Cette formation vous permettra de cerner précisément votre rôle en tant que correspondant qualité. Vous serez ainsi capable d'appréhender le système de management de la qualité dans votre entreprise. Vous disposerez de méthodes et d'outils pour réaliser vos missions et vous affirmer dans vos fonctions.

## » Appréhender le système de management de la qualité

- Interpréter les huit principes de management de la qualité.
- Comprendre les finalités des différents articles de la norme ISO 9001 V2008.
- Identifier les enjeux d'un système de management de la qualité pour l'entreprise.
- Saisir l'approche processus et développer la relation client /fournisseur.

**Travaux pratiques** Définir les caractéristiques d'un système de management de la qualité et échanger sur la notion de management.

## » Se positionner dans son rôle

- Identifier les liens fonctionnels et hiérarchiques de la structure opérationnelle.
- Se positionner dans la structure : définir missions, responsabilités et autorités.
- Déterminer les compétences et aptitudes nécessaires pour s'affirmer dans sa mission.
- Comprendre la chaîne relationnelle : représenter les liens relationnels de sa structure.
- Distinguer les différents types de manager pour mieux gérer ses relations et sa communication.
- Construire son argumentaire, être force de proposition.

**Travaux pratiques** Rédaction de la fiche de poste du correspondant qualité.

## » Communiquer sur son périmètre

- Assurer la circulation des informations : principe de base de la communication individuelle et collective.
- Utiliser les outils de communication : formalisation écrite, élaboration de support, communication verbale.
- Animer des réunions qualité : identifier les typologies de réunions et adapter son animation.
- Pratiquer brainstorming et brainwriting pour développer implication et adhésion des collaborateurs.

**Travaux pratiques** Mise en situation d'animation de réunion de communication d'information.

## » Conduire la qualité avec les outils adaptés

- Structurer une documentation utile et efficace : procédure et mode opératoire, techniques rédactionnelles.
- Gérer la documentation : accessibilité, détection des évolutions de pratiques et mise à jour des documents.
- Utiliser la démarche d'analyse et de résolution de problèmes : identification des étapes et des outils appropriés.

**Travaux pratiques** Etude de cas de résolution de problème à partir d'un dysfonctionnement.



Réf :	COQ
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 23-24 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance de présentation didactique et d'apprentissage par la découverte. Illustration à partir d'exemples concrets. Echanges et mise en pratique.

## » PARTICIPANTS

Correspondant qualité en devenir.

## » PREREQUIS

Connaissance de base de l'ISO 9001 V2008.

Ce stage vous apportera les outils nécessaires à la mise en œuvre d'un système de management de la qualité. Après avoir identifié votre positionnement, votre rôle et vos missions au sein de l'entreprise, vous serez en mesure de déployer une démarche qualité et d'insuffler un esprit d'amélioration continue.

**Exercices pratiques**

**diff**

---

Réf : RQM

Durée : 2 jours

Paris 27-28 nov. 2014  
29-30 janv./5-6 mars 2015  
21-22 mai 2015

---

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Mise en pratique en sous-groupes à partir d'études de cas concrets, partage et consolidation du concept lors des restitutions.

---

**PARTICIPANTS**

Responsable qualité en prise de fonction, animateur qualité, auditeur interne.

---

**PREREQUIS**

Connaissances de base de la norme ISO 9001 et de l'approche processus.

**» Enjeux et finalité du SMQ**

- Présentation du SMQ.
- Appréhender le modèle de management ISO 9000.
- Comprendre les finalités de chaque chapitre de la norme ISO 9001 V2008.
- Intégrer les principales exigences de la norme.
- Positionner la démarche qualité dans le management de l'entreprise.
- Définir les enjeux et attentes de l'entreprise pour déterminer la politique qualité et orienter les objectifs qualité.
- Construire la structure documentaire, modèle de document.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, élaboration d'une politique qualité, de la cartographie des processus d'une entreprise type et détermination des processus prioritaires.

**» Manager en transversalité**

- Percevoir la galaxie du management.
- Identifier les points d'ancrage des systèmes de management.
- Associer une organisation à son système.
- Développer le relationnel interne pour créer son réseau.
- Piloter une équipe transverse.
- Définir un projet motivant.

**Travaux pratiques** Déterminer son leadership (type de manager), en sous-groupes construire son modèle de système de management.

**» Construire son système de pilotage**

- Définir le système de management de la qualité et son organisation.
- Positionner son rôle, sa responsabilité et son autorité.
- Construire son tableau de bord de pilotage.
- Déployer l'organisation à tous les niveaux de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Constitution de son tableau de bord à partir d'un modèle type d'entreprise.

**» Communiquer pour donner du sens**

- Négocier et convaincre.
- Dégager les arguments pour obtenir l'adhésion.
- Développer sa communication en 6 points.
- Choisir le modèle de communication, percevoir les impacts sur l'organisation du SMQ.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, jeux de rôles pour définir sa communication et présenter son système de management de la qualité.

**» Manager le système de management de la qualité**

- Gérer et exploiter les audits.
- Progresser à partir des non-conformités.
- Animer des réunions qualité.
- Les outils pratiques de l'amélioration continue.
- Préparer la revue de Direction.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, traitement de cas concrets de non-conformité et d'animations de réunions interprocessus.

# ISO 9001, qualité, Foundation, certification

Ce cours vous permettra de prendre connaissance des concepts et des bonnes pratiques de mise en œuvre d'un Système de Management de la Qualité tel que spécifié dans l'ISO 9001:2008 ainsi que dans l'ISO 9004:2009 et de passer la certification Foundation.

**Exercices pratiques**

**diff**

---

Réf : IFF

Durée : 2 jours

Paris 4-5 déc. 2014  
19-20 mars/4-5 juin 2015

Groupe 3 26-27 mars/11-12 juin 2015

Prix : 1 875 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

---

**PARTICIPANTS**

Membres d'une équipe qualité, personnel impliqué dans la mise en œuvre de la norme ISO 9001 ou dans les opérations liées à un SMQ, auditeurs.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Introduction des concepts du Système de Management de la Qualité ISO 9001**

- Introduction à la famille de normes ISO 9001.
- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Comprendre les principes fondamentaux en management de la qualité.
- Connaître les exigences générales : présentation des clauses 4 à 8 de l'ISO 9001.
- La responsabilité de la direction : présentation du chapitre 5.
- La gestion des ressources : présentation du chapitre 6
- La réalisation du produit : présentation du chapitre 7.
- La mesure d'analyse et d'amélioration continue : présentation du chapitre 8.

**Travaux pratiques** Raisons de mise en œuvre de la norme, principes de management ISO appliqués à la qualité, interprétation des clauses d'ISO 9001, préparation d'un projet SMQ et rédaction d'une politique qualité.

**» Mettre en œuvre les exigences conformes à l'ISO 9001:2008**

- Sélection de la démarche et de la méthodologie mise en œuvre dans le cadre ISO 9001.
- Identification et analyse des besoins et des exigences des clients.
- Mise en œuvre de la gestion documentaire.
- Suivre le processus de management des ressources, de réalisation du produit et d'achat.

- Contrôler et surveiller un Système de Management de la Qualité. Mesurer la satisfaction des clients.
  - Conduire un audit interne ISO 9001 et réaliser la revue de direction du Système de Management de la Qualité.
  - Mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue.
  - Préparation à l'audit de certification ISO 9001 et plan pour l'inscription auprès d'un organisme de certification.
- Travaux pratiques** Résolution de problèmes, amélioration d'un processus, opérations d'un SMQ, outils de contrôle de la qualité, satisfaction client et plans d'action corrective.

**» Examen Certified ISO 9001 Foundation**

- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux de qualité.
- Domaine 2 : Système de Management de la Qualité (SMQ).

**Certification** Examen d'une heure.

# ISO 9001, qualité, Lead Auditor, certification



Ce cours intensif vous permettra de développer l'expertise nécessaire à l'audit d'un Système de Management de la qualité (SMQ) et la gestion d'une équipe d'auditeurs via l'application de principes, procédures et techniques d'audit généralement reconnues.

## » Introduction au concept du Système de Management de la Qualité ISO 9001

- Cadre normatif, légal et réglementaire lié à la qualité.
- Principes fondamentaux de la qualité.
- Processus de certification ISO 9001.
- Système de Management de la Qualité (SMQ).
- Présentation détaillée des clauses 4 à 8 d'ISO 9001.

**Travaux pratiques** Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des outils qualité, principes de management ISO appliqués à la qualité et interprétation des clauses d'ISO 9001.

## » Planification et initialisation d'un audit

- Principes et concepts fondamentaux d'un audit.
- Approche d'audit basée sur les preuves.
- Préparation d'un audit de certification ISO 9001.
- Audit documentaire d'un SMQ.
- Conduire une réunion d'ouverture.

**Travaux pratiques** Gestion des problèmes d'éthique, preuves d'audit, audit documentaire et conduite d'une réunion d'ouverture.

## » Conduire un audit ISO 9001

- Communication pendant l'audit.
- Procédures d'audit : observation, revue documentaire, entretiens, échantillonnage, vérification et évaluation.
- Rédaction des plans de tests d'audit.
- Formulation des constats d'audit.
- Rédaction des rapports de non-conformité.

**Travaux pratiques** Plusieurs jeux de rôles seront effectués pour simuler des entretiens d'audit avec différents intervenants en entreprise, rédaction de constats d'audit.

## » Clôturer et assurer le suivi de l'audit

- Documentation d'audit.
- Revue qualité.
- Mener une réunion de clôture et fin d'un audit ISO 9001.
- Evaluation des plans d'actions correctives.
- Audit de surveillance ISO 9001.
- Programme de gestion d'audit interne ISO 9001.

**Travaux pratiques** Discussion des conclusions d'audit avec la direction générale, réunion de clôture et évaluation de plans d'actions correctives.

## » Examen de certification

- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux de qualité.
- Domaine 2 : Système de Management de la Qualité (SMQ).
- Domaine 3 : Concepts et principes fondamentaux d'audit.
- Domaine 4 : Préparation d'un audit ISO 9001.
- Domaine 5 : Conduire un audit ISO 9001.
- Domaine 6 : Clôturer un audit ISO 9001.
- Domaine 7 : Gérer un programme d'audit ISO 9001.

**Certification** Examen de 3 heures.



Réf :	ILA
Durée :	5 jours
Paris	8-12 déc. 2014 23-27 mars/15-19 juin 2015
Groupe 3	16-20 mars/1-5 juin 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

## » PARTICIPANTS

Auditeurs de certification de Systèmes de Management de la Qualité (SMQ), chefs de projets ou consultants, personnes responsables ou membres d'une équipe qualité dans une organisation.

## » PREREQUIS

Cinq ans d'expérience et 300 heures d'audit.

# ISO 9001, qualité, Lead Implementer, certification



55

Ce cours intensif vous apportera l'expertise nécessaire pour assister une organisation dans la mise en œuvre et la gestion d'un Système de Management de la Qualité (SMQ) tel que spécifié dans ISO 9001:2008. A l'issue, vous pourrez passer l'examen de certification Lead Implementer.

## » Introduction au concept de Système de Management de la Qualité ISO 9001

- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Principes fondamentaux de la qualité.
- Présentation des normes ISO 9000.
- Compréhension des exigences de l'ISO 9001.

**Travaux pratiques** Raisons de mise en œuvre de la norme, compréhension des outils qualité, principes de management ISO appliqués à la qualité et interprétation des clauses.

## » Initialisation d'un projet de SMQ ISO 9001

- Sélection de la démarche et méthodologie mise en œuvre.
- Identification et analyse des besoins et exigences des clients.
- Rédaction d'une étude de faisabilité et plan projet d'un SMQ.
- Mise en œuvre de la gestion documentaire.
- Rédaction d'un SMQ.

**Travaux pratiques** Établir des objectifs spécifiques, préparation d'un projet SMQ, établir un périmètre et rédaction d'une politique qualité.

## » Mettre en place un SMQ ISO 9001

- Développement d'un programme de formation, de sensibilisation et d'une communication sur la qualité.
- Processus de management des ressources.
- Processus de réalisation du produit et d'achat.

- Gestion opérationnelle d'un SMQ.

**Travaux pratiques** Plan de formation et sensibilisation, résolution de problèmes, amélioration d'un processus, opérations d'un SMQ.

## » Contrôler, surveiller, mesurer et améliorer un SMQ

- Contrôler et surveiller un SMQ.
- Mesurer la satisfaction des clients.
- Audit interne ISO 9001.
- Revue de direction du SMQ.
- Mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue.
- Préparation à l'audit de certification.
- Plan pour l'inscription auprès d'un organisme de certification.

**Travaux pratiques** Outils de contrôle de la qualité, satisfaction client, audit interne, plans d'actions correctives.

## » Examen de certification

- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux de la qualité.
- Domaine 2 : Code de bonnes pratiques de la qualité.
- Domaine 3 : Planifier un SMQ ISO 9001.
- Domaine 4 : Mettre en œuvre un SMQ ISO 9001.
- Domaine 5 : Évaluation de la performance, surveillance et mesure.
- Domaine 6 : Amélioration continue d'un SMQ ISO 9001.
- Domaine 7 : Préparation de l'audit de certification.

**Certification** Examen de 3 heures.



Réf :	ILI
Durée :	5 jours
Paris	15-19 déc. 2014 30 mars-3 avril 2015 22-26 juin 2015
Groupe 3	9-13 mars/29 juin-3 juil. 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices d'aide à la préparation de l'examen.

## » PARTICIPANTS

Auditeurs de certification de Systèmes de Management de la Qualité (SMQ), chefs de projets ou consultants, personnes responsables ou membres d'une équipe qualité dans une organisation.

## » PREREQUIS

Cinq ans d'expérience dont deux en qualité management.

Cours axé sur le pilotage et la communication en management transversal des différentes typologies de processus Qualité, en relation avec la norme ISO 9001. Etude de leurs environnements et des interactions, élaboration de méthodes de création, de suivi et d'optimisation, gestion des priorités.



Réf :	MPQ
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov./15-16 déc. 2014 26-27 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Echanges. Mise en pratique en sous-groupes. Réflexions collectives. Mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Responsable qualité, pilote de processus, animateur qualité, auditeur interne.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base de la norme ISO 9001.

**Comprendre les bases de l'approche processus**

- Principes clés du processus qualité.
- Relation de la norme ISO 9001 et les processus.
- Typologie et cartographie des processus.
- Coût des processus.
- Choix des processus à traiter en priorité.

**Travaux pratiques** En sous-groupes : élaboration d'une cartographie de processus d'une entreprise type et détermination des processus prioritaires.

**Créer des processus**

- Définition du périmètre.
- Etude de l'environnement du processus.
- Identification et description des activités.
- Développement des relations clients/fournisseurs interne (RCFI).
- Application de l'analyse fonctionnelle.
- Constitution du tableau de bord.

**Travaux pratiques** En sous-groupes : formalisation de processus types de l'entreprise, définition de l'interaction entre processus. Constitution du tableau et des indicateurs de pilotage.

**Manager par le processus (management transversal)**

- Le rôle du pilote de processus.
- Les fondamentaux du management hors hiérarchie.
- Les responsabilités du pilotage de processus.
- Les outils de communications facilitant le management.

- La gestion du changement et de la motivation pour passer à l'action.
- Les outils de pilotage.

**Travaux pratiques** En sous-groupes : mise en situation sur un cas concret.

**Optimiser les processus**

- Revue de processus (la méthode PDCA : Planifier, Réaliser, Vérifier, Corriger).
- Mesure de maturité du processus (grille d'analyse).
- Résolution de problèmes applicables aux processus (méthodes et outils).
- Gestion des risques dans les processus.
- Elaboration de la criticité du processus.
- Constitution des tableaux de bord prospectifs (Balanced Score Card).

**Travaux pratiques** En sous-groupe : préparer et mener une revue de processus, définir des plans d'actions d'amélioration.



# Tableaux de bord qualité, conception et exploitation

Cours pratique axé principalement sur la construction et l'évaluation de tableaux de bord pour valoriser les objectifs de la politique Qualité. Choix des typologies, exploitation participative et capacité à présenter les résultats en interne développeront votre aptitude générale à communiquer sur les évolutions.



Réf :	TBQ
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 29-30 janv./12-13 mars 2015 15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mise en pratique en sous-groupes d'études de cas concrets, partage et consolidation du concept lors des restitutions.

**PARTICIPANTS**  
Responsable qualité, pilote de processus, animateur qualité, auditeur interne.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base de l'approche processus.

**Positionner les indicateurs dans le système de management de la qualité**

- Les fondamentaux du management de la qualité.
- Le principe d'amélioration continue.
- Enjeux et finalité de la mesure.
- Eléments et objectifs du tableau de bord.
- Cohérence des indicateurs avec la politique et les objectifs de qualité.

**Travaux pratiques** Check-list en groupe des objectifs et des indicateurs.

**Concevoir le système de mesure**

- Typologie et caractéristique des indicateurs.
- Choix et construction des indicateurs.
- La méthodologie d'élaboration d'un tableau de bord.
- Les présentations de tableaux de bord.
- Intégrer la stratégie de l'entreprise dans son tableau de bord.

**Travaux pratiques** Construction du tableau de bord qualité à partir d'un cas d'entreprise.

**Exploiter le tableau de bord**

- Communication du système de mesure aux collaborateurs.
- La mise en place des tableaux de bord en interne.
- Utiliser les tableaux de bord comme outil de management participatif.
- Analyse des résultats et réactivité.
- Plan d'action.
- Tableau de bord prospectif (Balanced Score Card).

**Travaux pratiques** Construction en sous-groupes de son modèle de communication, jeux de rôles de présentation des résultats et du plan d'action.

**Evaluer le système de mesure et communiquer**

- Comment contrôler son système, mesurer son efficacité ?
- Les raisons de faire évoluer le système de mesure.
- Identifier les dysfonctionnements du système.
- Mise en œuvre des actions correctrices (méthode de résolution de problèmes).
- Savoir communiquer les évolutions à son équipe et à sa hiérarchie.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, faire évoluer son tableau de bord et présenter les évolutions (jeux de rôles).

Savoir définir les objectifs, champ et procédures d'un Audit Qualité interne répondant aux normes ISO 9000/9001. Gérer sa préparation puis la collecte et le traitement des données, de l'interview au rapport final, et accompagner le plan d'actions. Développer des modalités assertives et d'écoute active.

## »» Concept de l'audit

- Rappel sur la terminologie.
- Comprendre la finalité de l'audit.
- Identifier les typologies d'audits.
- Positionner l'audit dans le système de management de la qualité.
- Appliquer la logique du PDCA.
- Recenser les lignes directrices de la norme ISO 19011.

**Travaux pratiques** Quiz en sous-groupes.

## »» Concevoir son programme d'audit qualité

- Définir l'étendue et les objectifs des audits.
- Planifier le programme d'audit de l'entreprise.
- S'accorder sur la définition des écarts (non conformité).
- Les points clés de la procédure d'audit qualité.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, prise en compte du programme d'audit d'une entreprise type. Restitution et partage de points de vue sur les démarches suivies.

## »» Préparation de la visite d'audit (interview)

- Préciser le périmètre et le but de l'audit.
- Identifier et collecter les données d'audit.
- Elaborer sa trame de questions.
- Construire son fil conducteur (guide d'audit).

**Travaux pratiques** En sous-groupes, répartition des équipes et préparation d'un audit.

## »» Réalisation de l'interview

- Installer une relation constructive (gagnant-gagnant).
- Structurer son questionnement et obtenir des réponses concrètes.
- Favoriser les suggestions.
- Pratiquer l'écoute active (écoute, reformulation, relance, recentrage).
- Savoir éviter les conflits (Karpman).
- Utiliser la méthode DESC pour résoudre les conflits.
- La prise de note pendant l'interview.
- Clôturer l'interview et communiquer les conclusions.

**Travaux pratiques** Réalisation des audits préparés précédemment suivant des scénarios préétablis.

*Restitution des jeux de rôles : analyse du déroulement et des comportements.*

## »» Rédaction du rapport et du plan d'action

- Rédiger le rapport d'audit en reprenant les conclusions.
- Obtenir des audités un plan d'actions justifié et avec des échéances.
- Suivre l'application du plan d'actions et mesurer les progrès.



Réf : AQI

Durée : 2 jours

Paris 12-13 nov. 2014  
8-9 janv./19-20 mars 2015  
12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## »» EXERCICES

Exercices en sous-groupes à partir de situations d'audit et mise en œuvre de la méthode sur des cas réels d'entreprise, jeux de rôles.

## »» PARTICIPANTS

Auditeur qualité, auditeur interne, pilote de processus, animateur qualité.

## »» PREREQUIS

Connaissances de base des normes ISO 9000 et 9001.

# Auditer les processus qualité et les risques

Ce stage pratique permet d'acquérir une méthode pour réaliser des audits de processus efficaces et performants à tous les niveaux de l'entreprise. L'objectif est de perfectionner sa pratique de questionnement, maîtriser son objectivité et développer une approche plus globale et pédagogique de l'audit.

## »» Finalité des huit principes de management de la qualité

- Se rappeler les principes d'un système de management de la qualité.
- Appréhender la finalité des chapitres de l'ISO 9001.
- Intégrer l'audit qualité dans l'amélioration continue.
- Déployer l'approche PDCA (roue de DEMING).
- Revenir sur la finalité et l'orientation de la norme ISO 19011.

## »» Intérêt et compréhension de l'approche processus

- Identifier les enjeux du management par les processus.
- Analyser la cartographie des processus.
- Introduire une vision systémique.
- Comprendre la planification mise en œuvre.
- Analyser le niveau de maîtrise des activités de processus.
- Identifier le niveau de maturité des processus.
- Définir l'implication des acteurs et les interactions des processus.
- Comprendre le système de mesure et analyser la performance.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, mise en pratique de l'audit processus, préparation, interviews à partir de jeux de rôles, restitution, analyse des comportements.

## »» Notion et classification de risques (démarche AMDEC Processus)

- Appréhender le concept d'analyse des modes de défaillances.
- Analyser leurs effets et la criticité (AMDEC) processus.
- Déterminer la typologie des risques de processus.
- Identifier les modes de défaillance et les causes.
- Appliquer les règles des trois "C" : constat, conséquences, causes.
- Définir la méthodologie de classification des risques processus.
- Associer l'analyse des risques processus à l'audit qualité.

**Travaux pratiques** Identification et cotation des risques sur un processus type. Restitution.

## »» Réussir ses interviews d'audit

- Planifier et organiser les audits processus de l'entreprise.
- Choisir les auditeurs, déterminer leurs aptitudes et leurs profils.
- Préparer l'interview d'audit et sa trame.
- Définir son fil conducteur.
- Travailler sa communication pour faciliter l'échange : écoute, reformulation, relance, recentrage.
- Installer une relation constructive avec l'audité.

**Travaux pratiques** Simulation d'audits processus et restitution des jeux de rôles : analyse du déroulement et des comportements.



Réf : AQP

Durée : 3 jours

Paris 17-19 nov. 2014  
26-28 janv. 2015  
30 mars-1 avr./11-13 mai 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## »» EXERCICES

Exercices en sous-groupes à partir de situations d'audit et mise en œuvre de la méthode à partir de réalité d'entreprise.

## »» PARTICIPANTS

Responsable qualité, pilote de processus, auditeur interne, auditeur qualité.

## »» PREREQUIS

Connaissances de base des normes ISO 9000 et 9001, expérience d'audit requise.

Ce stage vous permettra d'évaluer vos processus qualité actuels et de déterminer les axes d'amélioration. Vous découvrirez les outils qui vous permettront de modéliser vos processus. Vous apprendrez à déterminer les actions correctrices et les plans d'action visant à l'amélioration continue.



Réf :	DEQ
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 9-10 fév./13-14 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et retours d'expériences. Etudes de cas et mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Responsables qualité, chefs de projets qualité et pilotes de processus confirmés.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base de l'approche processus.

- » **Rappels sur les fondements de l'approche processus**
- Mettre en cohérence l'approche processus avec la norme ISO 9001.
  - Définir la typologie et la cartographie des processus.
  - Manager son processus : définir les responsabilités, l'organisation et les outils de pilotage.
  - Comprendre les spécificités du management transversal.
- Travaux pratiques** *Echanges et retours d'expériences sur la mise en place de démarche qualité et approche processus dans les entreprises des stagiaires.*

- » **Modéliser les processus**
- Identifier les périmètres, les finalités, les activités et les degrés de maturité des processus.
  - Comprendre et utiliser l'analyse fonctionnelle pour la modélisation des processus.
  - S'approprier des outils de modélisation des processus : le logigramme, l'ordinogramme, le diagramme des flux...
  - Structurer et fiabiliser les processus par une approche de diagramme FAST ou SADT.
- Travaux pratiques** *Description et modélisation d'un processus-type.*

- » **Optimiser les processus**
- Arbitrer entre les processus et déterminer les processus prioritaires.
  - Représenter la cartographie de la valeur ajoutée et identifier les caractéristiques des processus (VSM).
  - Identifier les contraintes et le goulet de fonctionnement.
  - Déterminer les différentes sources de gaspillage et savoir les éliminer.
  - Repérer les dysfonctionnements et comprendre leurs origines.
- Travaux pratiques** *Représentation de la VSM (Value Stream Mapping) et détermination d'un délai d'exécution d'un processus (DEP).*

- » **Favoriser l'amélioration continue**
- Définir et structurer la démarche d'amélioration continue : actions simples ou amélioration en rupture ?
  - Appliquer la méthode d'amélioration en rupture DMAIC.
  - Appliquer une démarche KAIZEN.
  - Accompagner les équipes vers l'amélioration continue : communiquer et favoriser le changement.
- Travaux pratiques** *Préparation d'une démarche d'amélioration KAIZEN.*



Vous apprendrez à identifier et à traiter les problèmes dans une démarche qualité. Vous verrez comment vous focaliser sur un problème, utiliser les méthodes et outils adéquats d'analyse et de résolution, et constituer et animer une équipe de résolution de problème.



Réf :	DAQ
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance de présentation didactique et d'apprentissage par la découverte. Illustration à partir d'exemples concrets. Echanges et mise en pratique.

**PARTICIPANTS**  
Tout acteur chargé de mener des actions d'amélioration dans l'entreprise.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

- » **Définition du problème - Analyse comportementale**
- Définir les caractéristiques d'un problème ?
  - Analyser les réactions et les comportements devant une situation dite "à problème".
  - Restituer les constats en évitant les interprétations.
  - Appliquer la démarche d'amélioration continue "PDCA" à la MARP.
- Travaux pratiques** *Exercices pratiques d'application : tests de mises en situation.*

- » **Méthodologie d'Analyse et de Résolution de Problème (MARP)**
- Déterminer les étapes chronologiques d'analyse et appliquer les outils de résolution.
  - Déterminer et formaliser le problème en terme d'écart : QOQCP.
  - Identifier et spécifier la nature des informations nécessaires à la compréhension du problème, relevé de données.
  - Mener une recherche d'analyse des causes : arbre des causes ISHIKAWA 5M, règle de PARETO.
  - Rechercher, choisir et mettre en œuvre les solutions : brainstorming, matrice de décision.
  - Vérifier l'efficacité des solutions, définir les critères de mesure.
- Travaux pratiques** *Sur la base d'une étude de cas, mettre en place une démarche de résolution de problème (étapes et pratique des outils).*

- » **Animation d'une équipe de résolution de problème**
- Déterminer les enjeux et les finalités du projet de résolution de problème.
  - Constituer son équipe : identifier les compétences nécessaires à la réalisation de la démarche.
  - Déterminer les objectifs et piloter la démarche.
  - Structurer sa communication et diffuser l'information pour faire vivre la démarche.
  - Mener un retour d'expérience (REX) pour progresser dans la résolution de problèmes.
- Travaux pratiques** *Partage des diverses expériences des participants pour identifier les bonnes pratiques. Retour d'expérience sur l'étude de cas.*

- » **Aperçu de méthodes similaires**
- Utiliser la méthode générique dans tout contexte : 8D.
  - Réagir rapidement à des problèmes de qualité avec le QRQC, Quick Response Quality Control.
  - Mener des actions de rupture à des problèmes cruciaux : le principe du DMAIC.
- Travaux pratiques** *Partage de bonnes pratiques et échanges sur les avantages et inconvénients des différentes méthodes.*

Cette formation vous permettra d'appréhender les exigences documentaires d'un système de management de la qualité. Vous serez ainsi capable de concevoir et de définir un système documentaire efficace et facilement exploitable. Vous verrez également comment planifier et déployer sa mise en œuvre.

## » Appréhender les exigences documentaires de l'ISO 9001 V2008

- Construire un système documentaire : finalités et enjeux.
- Déceler les exigences documentaires de l'ISO 9001 V2008 : la pyramide documentaire.
- Recenser les documents exigés par l'ISO 9001 V2008.
- Différencier processus et les procédures.

**Travaux pratiques** Identification et description du contenu du manuel qualité d'une entreprise pris en référence.

## » Construire le système documentaire : méthodologie

- Réaliser l'état des lieux de l'entreprise : identifier la nature et le niveau de formalisation de la documentation.
- Définir les rôles et responsabilités de chacun, impliquer les collaborateurs.
- Définir la structure documentaire de l'entreprise : maîtrise des documents et des enregistrements, "cycle de vie".
- Connaître les différentes typologies de documents : logigramme, procédure, mode opératoire, check-list, enregistrement.
- Elaborer les différents documents exigibles dans un système de management de la qualité.
- Décrire le processus : approche SADT (Structured Analysis and Design Technique).

**Travaux pratiques** Structurer une procédure de maîtrise des documents du système de management de la qualité.

## » Mettre en œuvre le système documentaire

- Animer les séances de rédaction : technique de collecte et classement, décrire processus et activité.
- Faire connaître et rendre accessible la documentation.
- Définir l'arborescence documentaire sur le réseau informatique de l'entreprise.
- Vérifier le niveau d'application des documents : les points de contrôle.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'animation et de description d'un processus.

## » Optimiser le système documentaire

- Comprendre le principe de la Gestion Electronique de Document (GED).
- Modéliser et gérer l'informatisation des tâches d'un processus : le workflow.
- Formaliser la relation client/fournisseur.
- Définir le cahier des charges de sa structure documentaire, choisir une GED.

**Travaux pratiques** Elaboration de la composition d'un cahier des charges pour sa structure documentaire.



Réf :	DOC
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 9-10 mars/1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de présentation didactique et d'apprentissage par la découverte. Illustration à partir d'exemples concrets. Echanges et mise en pratique.

### » PARTICIPANTS

Responsable qualité, assistant qualité, pilote de processus, correspondant qualité.

### » PREREQUIS

Connaissance de base de la norme ISO 9001 V2008.

## Point de vue

### ...> Audit qualité : gagnant-gagnant

La qualité, l'amélioration continue sont des préoccupations majeures au sein des organisations aujourd'hui. Christophe DURAND, consultant Orsys, répond à nos questions sur la thématique de l'Audit Qualité.



Christophe Durand

Tout comme le contrôle sert à s'assurer de la **conformité** dimensionnelle d'une pièce, l'audit peut servir à vérifier la conformité d'un produit à une norme, par exemple une norme de procédé technique ou de procédure administrative.

Cependant, même si le contrôle s'inscrit dans un process d'**amélioration continue** dont il est le début, l'audit et la démonstration de la conformité ne sont pas une fin en soi.

L'audit fait peur, en fonction des espoirs et craintes de chacune des parties, c'est pourquoi il doit donc être mené dans un esprit « **gagnant-gagnant** ».

C'est un exercice très bénéfique, car le contrôle des produits est un processus sans fin.

Christophe DURAND, consultant Orsys, intervient principalement dans l'industrie et la santé pour optimiser les flux « de bout en bout ». Son expérience recouvre l'ensemble des opérations, avec des expertises en planification et MRP/ERP (certifié CPIM et DDMRP), collaboration client-fournisseur, Qualité et amélioration continue.

»» Découvrez l'intégralité de l'interview sur notre blog [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)



Cette formation vous permettra d'appréhender les normes ISO 9001, ISO 14001 et OHSAS 18001. Vous modéliserez la démarche de construction d'un système intégré QSE et serez capable de conduire un projet QSE au sein de votre entreprise.



Réf :	QSE
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Mise en pratique en sous-groupes d'études de cas concrets, partage et consolidation du concept lors des restitutions.

## PARTICIPANTS

Responsable qualité et tout dirigeant désirant construire un système intégré QSE.

## PREREQUIS

Connaissances de base de l'une des normes et de l'approche processus.

### » Pourquoi construire un système intégré QSE ?

- Définition d'un système intégré QSE.
- Finalité et enjeux pour l'entreprise.
- Les acteurs incontournables.
- L'état des lieux de l'organisation en place.

### » Les trois référentiels intégrés

- Spécificités communes aux référentiels QSE (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001).
- Spécificités à l'ISO 14001.
- Spécificités à l'OHSAS 18001.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, identification et synthèse des exigences sur les trois normes, restitution et consolidation.

### » Construire le système QSE (structure du système)

- Diagnostic initial avant construction.
- Cartographie et processus dans le cadre de l'approche QSE.
- La structure documentaire.
- L'organisation.
- Les documents à créer.
- Les documents à modifier.
- Planification du projet QSE.
- Constitution du manuel QSE.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, description du système, planification et communication, restitution et consolidation du concept.

### » Piloter son nouveau système intégré

- Tableau de bord de suivi.
- Plan d'action.
- Communication.
- Mener les revues.
- Evaluation du système.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, constitution du tableau de bord, jeux de rôles animation de la revue de direction QSE, restitution et consolidation du concept.

# Etre responsable environnement, santé et sécurité méthode et outils

Cette formation vous permettra d'appréhender les principes et les exigences des référentiels ISO 14001 et OHSAS 18001. A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de concevoir et de mettre en place le système de Management SE de votre entreprise.



Réf :	ERV
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Alternance de présentation didactique et d'apprentissage par la découverte. Illustration à partir d'exemples concrets. Echanges et mises en pratique.

## PARTICIPANTS

Responsable d'activité en charge de l'environnement, de la sécurité au travail.

## PREREQUIS

Connaissance des référentiels ISO 14001 et OHSAS 18001.

### » Pourquoi un système de management Sécurité et Environnement (SE) ?

- Appréhender l'entreprise comme un système.
- Comprendre les finalités et enjeux du SE sur les aspects techniques, économiques, organisationnels et humains.
- Identifier les acteurs incontournables, internes et externes.
- Constituer son argumentaire pour obtenir l'adhésion au projet SE.

**Travaux pratiques** Echanges sur les pratiques mises en place dans les entreprises.

### » Fondement des deux référentiels

- Appréhender la structure propre et les principes fondamentaux des deux référentiels.
- Dégager les finalités et les enjeux de chaque article des référentiels.
- S'approprier la logique de l'amélioration continue
- Constituer la synthèse des exigences : spécificités de chaque référentiel.

**Travaux pratiques** Quiz sur les connaissances des articles des deux référentiels.

### » Spécificité de chaque système de management SE

- Déterminer les exigences en matière de suivi de la réglementation.
- Analyser les aspects environnementaux : grille de cotation et plan d'action.

- Analyser les risques au poste de travail : grille de cotation et plan d'action.
- Positionner le document unique dans le système.
- Gérer les situations de crise : la communication.

**Travaux pratiques** Déterminer les aspects environnementaux et sécurité d'une entreprise.

### » Construire le système de management SE

- Réaliser un diagnostic initial et formaliser le projet SE.
- Ancrer la politique SE dans la stratégie.
- Déterminer les étapes clés et élaborer le planning.
- Structurer la documentation et identifier les documents à créer, à modifier.
- Elaborer le plan de communication du projet en interne.
- Construire la communication externe du système SE.

**Travaux pratiques** Elaborer la planification de la démarche dans une entreprise.

### » Piloter son nouveau système de management SE

- Définir les indicateurs de pilotage du système.
- Préparer la revue de direction : ordre du jour, rédaction du compte rendu.
- Analyser les non-conformités et les incidents. Cibler les axes d'amélioration.
- Susciter la motivation des collaborateurs.

**Etude de cas** Déterminer les indicateurs d'une entreprise.

# Maîtriser les outils pour la prévention de la santé et de la sécurité



Ce stage vous montrera les outils pratiques afin de mettre en œuvre la prévention de la sécurité et de la santé au travail. Il vous permettra ainsi d'animer, d'adapter et de mesurer la démarche prévention dans votre entreprise grâce, notamment, à une communication adéquate.

## » Appréhender les typologies de risques dans l'entreprise

- Distinguer les notions de danger, de risques, de dommages.
- Comprendre les principes généraux de prévention en entreprise.
- Repérer les différentes étapes de la mise en marche de la prévention.
- Connaître les différents principes d'identification des risques (matrice, document unique).

**Travaux pratiques** Echanges de bonnes pratiques entre les stagiaires, retour d'expérience.

## » Prévoir et intégrer la sécurité au quotidien

- Intégrer la sécurité dans la documentation (fiche de fonction, modes opératoires, consignes, FDS...).
- Déterminer les besoins en équipements de protection individuelle et les gérer.
- Utiliser une signalisation adaptée à la prévention.
- Concevoir le plan de prévention en fonction des moyens et des contraintes.
- Identifier et gérer les situations d'urgence.
- Organiser et mettre en œuvre une visite de sécurité.

**Etude de cas** Rédiger le plan de prévention d'une entreprise cible.

## » Animer la démarche de prévention

- Sensibiliser l'équipe à la sécurité. Tenir un briefing sur la sécurité.
- Animer les séances dans le cadre de la politique de prévention sécurité : préparer, animer, rédiger le compte rendu.
- Gérer les incidents et les actions d'amélioration de la sécurité.
- Etablir une démarche de recherche des causes : méthode des 5M, arbre des causes.
- Concevoir et rédiger le rapport d'accident.

**Travaux pratiques** Préparer et simuler une réunion sécurité dans un contexte donné.

## » Adapter sa communication interne

- Sensibiliser à la sécurité en fonction du contexte de l'entreprise : choix du public visé et du moment.
- Elaborer et exploiter le livret d'accueil sécurité.
- Concevoir et appliquer le plan de communication.

**Travaux pratiques** Elaborer un plan de communication d'une entreprise cible.

## » Mesurer la performance de la sécurité

- Connaître les indicateurs types en matière de sécurité.
- Déterminer les indicateurs spécifiques à l'entreprise.
- Suivre les indicateurs choisis pour ajuster les actions de prévention.

**Travaux pratiques** Déterminer les objectifs de sécurité de l'entreprise cible.



Réf :	OSS
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de présentation didactique et d'apprentissage par la découverte. Illustration à partir d'exemples. Echanges et mise en pratique.

### » PARTICIPANTS

Responsable sécurité, correspondant sécurité, manager opérationnel.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Mettre en œuvre un audit sécurité



Cette formation vous apprendra par la pratique à conduire des audits "santé et sécurité au travail" de manière efficace. Vous verrez les techniques les plus utiles et acquerrez de l'assurance dans leur pratique. A l'issue du stage, vous serez ainsi capable de préparer un programme d'audit adapté à votre entreprise.

## » Appréhender les exigences du référentiel

- Connaître les enjeux et finalités d'un système de management de la sécurité.
- Comprendre les objectifs du référentiel et les points clés à auditer.
- Comparer les différents systèmes de management de la sécurité.

**Travaux pratiques** Echanges sur les pratiques mises en place dans les entreprises de chacun.

## » Déontologie et principe de management des audits sécurité

- Utiliser les terminologies appropriées.
- Identifier les étapes du management d'audits.
- Constituer les équipes d'audit : responsabilités, compétences, aptitudes.

**Travaux pratiques** Partage des expériences des participants pour identifier les bonnes pratiques.

## » Points sécurité et réglementaires auditables

- Distinguer les notions de danger, risques, dommages.
- Appréhender les exigences applicables aux activités de l'entreprise.
- Intégrer le document unique dans le management de la sécurité.
- Définir le contenu du plan de prévention.
- Recenser et analyser incidents et accidents.
- Instaurer un système d'information et de formation.

**Travaux pratiques** Procéder à l'analyse des incidents et accidents d'une entreprise.

## » Préparation de l'audit

- Préparer la visite d'audit (interview sur le poste de travail).
- Préciser le périmètre et le but attendu.
- Identifier et collecter les informations.
- Structurer son questionnement pour obtenir des réponses concrètes.
- Construire le guide d'audit.

**Travaux pratiques** Simuler un audit à partir d'une étude de cas. Préparer le fil conducteur de l'interview.

## » Réalisation des interviews aux postes

- Travailler sa communication pour faciliter l'échange.
- Installer une relation constructive.
- Dérouler le fil conducteur, favoriser les suggestions et collecter les preuves d'audit.
- Détecter les comportements et attitudes des audités : sortir des situations bloquantes.
- Terminer l'interview et conclure sur la synthèse des constats.

**Travaux pratiques** Simulations d'interviews d'audit.

## » Restitution des constats d'audit

- Définir la structure du rapport.
- Rédiger le rapport, formaliser les faits et acter les axes d'amélioration.
- Valider et diffuser le rapport d'audit.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un rapport d'audit.



Réf :	AUC
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 19-20 mars/ 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de présentation didactique et d'apprentissage par la découverte. Illustration à partir d'exemples concrets. Echanges et mise en pratique.

### » PARTICIPANTS

Auditeur en devenir, animateur sécurité, responsable d'activité, manager opérationnel.

### » PREREQUIS

Connaître les bases du système de management de la sécurité de l'entreprise.

# Amélioration Continue et Lean Management

L'amélioration continue est aujourd'hui une préoccupation majeure au sein des organisations. Comment mettre en place les outils et méthodes adéquats tout en accompagnant les salariés dans ces évolutions ? Orsys propose des cours spécialisés sur ces sujets, des filières complètes sur le Lean Management ainsi que des formations d'application sectorielle : industrie, hôpitaux ...

## » Amélioration continue »

Best

**Manager par l'amélioration continue**

2 j - AME - p.63

**Conduire une démarche d'amélioration 5S**

2 j - MEL - p.63

## » Le Lean : la démarche »

**La démarche Lean, l'essentiel**

1 j - DLE - p.64

**Mettre en œuvre le déploiement d'une politique Lean **Nouveau****

2 j - VDL - p.64

**Maîtriser le diagnostic initial dans une démarche Lean **Nouveau****

2 j - DIL - p.65

Best

**Réussir un projet Lean, les outils**

3 j - LEO - p.65

## » Le Lean : les rôles »

**Lean manager**

2 j - NEM - p.66

**Lean coach**

2 j - LCO - p.66

## » Le Lean : application par secteur »

Best

**Lean Management dans les services**

2 j - LEM - p.67

**Lean Management dans le secteur industriel **Nouveau****

2 j - LMI - p.68

**Lean Management dans le secteur hospitalier **Nouveau****

2 j - LSH - p.68

Piloter et communiquer autour des résultats donne l'élan indispensable à la pérennisation des démarches d'amélioration. Ce séminaire revisite les outils traditionnels de l'amélioration continue et donne les clés indispensables pour piloter et communiquer au plus près des opérations.

## » Les fondements de l'amélioration

- Bref rappel historique.
- Identifier les différences entre Qualité totale, Lean, Kaizen, 6 Sigma, amélioration continue.
- Connaître la notion de base : le PDCA.
- Piloter, organiser et structurer l'amélioration.

**Travaux pratiques** Découverte par le jeu des chiffres.

## » Conduire un projet d'amélioration continue

- Définir les outils de base de gestion de projet : calendrier, gestion des ressources, avancement.
- Planifier les étapes : partage du diagnostic, réunions d'ouverture, d'avancement et de clôture.

**Travaux pratiques** Retours d'expérience et autodiagnostic sur les outils rencontrés et utilisés.

## » Réaliser et partager un diagnostic

- Apprendre à utiliser le bon outil de diagnostic.
- Choisir un objectif SMART.
- Identifier les sources de pertes dans son entreprise.

**Travaux pratiques** Exercices de mise en forme de données, atelier de définition d'objectifs.

## » Résoudre le problème au plus près du terrain

- Commençons simplement : les 5P.
- Découvrir les étapes incontournables et s'approprier les outils associés.
- Posons le problème : QQQCPC, est/n'est pas.
- Recherchons les causes : remue-méninges, Metaplan, les 5M.

- Recherche de solution : créativité, aide à l'exhaustivité.
- Choisir : évaluer, classer, hiérarchiser, trier...

**Travaux pratiques** Exercices pratiques sur la résolution de problèmes : poser les bonnes questions.

## » Les autres outils d'amélioration continue

- Utiliser les statistiques : SPC.
- Découvrir le travail de groupe pour diminuer la taille des lots avec le SMED.
- Utiliser les chantiers Hoshin pour améliorer les flux et la performance.
- Définir le nouvel outil l'A3.
- Parcourir le 5S ou la méthode "DANSE".

**Travaux pratiques** Illustration par les exemples.

## » Communiquer et motiver efficacement, au plus près des opérations

- Comprendre l'importance de la communication.
- Accueillir les freins aux changements.
- Accompagner ses équipes vers l'autonomie.
- Définir les destinataires des informations et les moyens associés.
- Savoir donner du feedback et créer du sens.
- Le management visuel.

**Travaux pratiques** Définition des plans et moyens de communication, réflexion sur la dynamique créée.



Réf :	AME
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 22-23 janv./26-27 mars 2015 28-29 mai 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 2-3 fév./4-5 juin 2015
Groupe 2	6-7 nov. 2014 9-10 fév./11-12 juin 2015
Groupe 3	9-10 oct./13-14 nov. 2014 18-19 déc. 2014
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Autodiagnostic, échanges, études de cas.

**» PARTICIPANTS**  
Managers de proximité et chefs de services désirant utiliser des outils pragmatiques pour améliorer les performances de leur secteur.

**» PREREQUIS**  
Avoir une expérience de management de terrain ou d'animation d'équipe.

# Conduire une démarche d'amélioration 5S

Cette formation expose une méthode de management provenant du Japon visant à l'amélioration continue. Elle vous permettra d'identifier et de comprendre les points clés de cette méthode dite des '5S'. Vous serez capable de conduire une telle démarche et d'augmenter l'efficacité de votre environnement de travail.

## » Origine et principe du concept

- Connaître les origines de la démarche au Japon.
- Comprendre la finalité et les enjeux de la démarche.
- Spécifier la méthodologie : véritable chasse aux gaspils.
- Signification et mode d'emploi des cinq étapes.
- Systèmes de Management QSE et démarche 5S.
- Identifier les domaines d'application de la démarche 5S.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, partager et conforter une vision commune de la démarche, déterminer les pistes de progrès applicables à son entreprise.

## » Réussir son projet 5S

- Légitimer le projet auprès de sa Direction.
- Formaliser les résultats attendus.
- Définir le périmètre et fixer les objectifs.
- Structurer la démarche 5S en mode projet.
- Identifier l'équipe.
- Impliquer les collaborateurs et définir leur valeur ajoutée.
- Préciser le rôle du chef de projet 5S.
- Définir le système de mesure de l'avancement.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, appliquer les étapes de la démarche 5S à partir d'une étude de cas d'une configuration type atelier, équipe et/ou arborescence informatique.

## » Pérenniser la démarche 5S

- Vulgariser l'esprit 5S dans l'entreprise.
- Donner envie aux autres équipes.
- Déterminer les facteurs de risques et les pièges à éviter.
- Identifier les critères de réussite.
- Ancrer la démarche 5S dans la culture de l'entreprise.
- Challenger les chantiers 5S.
- Développer l'amélioration continue.
- Identifier des chantiers motivants, multiplier les défis.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, identifier les risques et les pièges à partir de l'étude de cas, restitution et consolidation.

## » Leviers de management

- Piloter le changement à partir de chantiers modèles.
- Promouvoir l'autonomie des équipes et l'appropriation des résultats.
- Structurer son modèle de management.
- Cultiver la recherche de la performance.
- Utiliser des outils d'animation et de reporting.
- Organiser des challenges entre les équipes.
- Communiquer sur les résultats.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, définir son style et programme de management d'équipes 5S, jeux de rôle d'animation, suivi et communication des résultats.



Réf :	MEL
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Mise en pratique en sous-groupes d'études à partir de cas concrets d'entreprise, partage et consolidation du concept lors des restitutions.

**» PARTICIPANTS**  
Responsable qualité, chargé de mission en qualité, chef d'équipe.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière, expérience souhaitable de management d'équipe.

Cette formation vous permettra d'apprécier tout l'intérêt de la mise en place d'une démarche Lean et d'en appréhender toutes les composantes. Vous serez ainsi en mesure de vous impliquer dans la mise en œuvre d'une telle démarche.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : DLE

Durée : 1 jour

Paris 6 oct./12 déc. 2014  
2 fév./29 mai 2015

---

Prix : 840 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Manager, responsable qualité, chef de projet, DRH, ou Directeur Général souhaitant comprendre l'intérêt qu'il peut tirer d'un tel programme.

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Le Lean, un changement radical de paradigme**

- Connaître la genèse du Lean management : les hommes par qui c'est arrivé. Du Lean Manufacturing au Lean Management.
  - Comprendre cette nouvelle approche du management : quand les problèmes deviennent des opportunités d'amélioration.
  - Situer le déroulement de l'action : Gemba.
  - Analyser les processus en ne conservant que les actions à Valeur Ajoutée pour le client.
  - Différencier l'amélioration continue classique de la suppression des gaspillages : les sept gaspillages.
- Travaux pratiques** Réflexion autour des "sept gaspillages" éventuels présents dans les entreprises des participants : processus trop lourds, stocks importants, déplacements, transports inutiles, surproduction, etc.

**» Méthodes et mise en place d'une démarche Lean**

- Distinguer les 5 phases de mise en place du Lean management.
- Comprendre l'intérêt et utiliser la méthode d'analyse d'un flux de valeur : la Value Stream Mapping.
- Choisir les chantiers d'amélioration Kaizen : "amélioration pas à pas".
- Décider des chantiers 5S pour une meilleure organisation.
- Utiliser le cycle DMAIC pour résoudre les problèmes (Définir, Mesurer, Analyser, Innover, Contrôler).

- Appréhender les principaux outils dédiés au Lean management, charte de projet, QQOQCP, analyse des causes, etc.

**Travaux pratiques** Etudes d'un exemple de réalisation de VSM et de chantiers Kaizen. Entraînement à la réalisation d'une charte de projet.

**» La clé de la réussite : des méthodes concomitantes**

- Préserver le plus longtemps possible les équipements avec le TPM (Total Productive Maintenance).
- Pratiquer le 5S en tant que socle à la Total Productive Maintenance.
- Détecter les écarts par rapport aux standards avec le management visuel.
- Former aux standards avec le TWI (Training Within Industry).

**Travaux pratiques** Bilan de l'évolution des opinions sur la méthode Lean et perspectives éventuelles. Réalisation d'un plan d'action à l'aide du QQOQCP et du PDCA.

Mettre en place une culture de l'amélioration continue est un projet en soi car il a des répercussions dans toute l'organisation. Cette formation vous apprendra notamment à structurer et à piloter le déploiement d'une politique Lean dans votre entreprise.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : VDL

Durée : 2 jours

Paris 4-5 déc. 2014  
2-3 avril/18-19 juin 2015

---

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» EXERCICES**

Alternance entre théorie et pratique, projection de vidéos, travaux pratiques sur la création des différents outils de pilotage.

---

**» PARTICIPANTS**

Animateur ou chef de projet amélioration continue, chef de service ou de département, membre du comité de direction, direction générale.

---

**» PREREQUIS**

Bonne connaissance du Lean Management et de ses principes.

**» Contexte et enjeux**

- Rappel des principes fondamentaux du Lean Management.
- Cerner les risques encourus à ne pas structurer et anticiper son déploiement.
- Prendre conscience de l'importance du soutien de la direction.
- Appréhender les origines du concept de déploiement de politique (Hoshin Kanri).
- Identifier les principaux enjeux du déploiement de politique.

**Exercices** A partir d'un exemple simple et concret, travail de recherche par les participants de ce que pourraient être les 7 grandes étapes d'un projet de déploiement.

**» Réaliser un état des lieux de la situation actuelle**

- Poser les bases de l'ensemble du projet et mettre en place toutes les conditions nécessaires à la réussite.
- Se concentrer sur les trois éléments clés de cette phase : lucidité, implication de tous, communication.
- Suivre le mode opératoire du diagnostic initial : choisir qui évalue, sur quels critères et de quelle manière.
- Exploiter la synthèse de l'état des lieux.

**Réflexion collective** Echanges autour de la présentation d'un exemple réel par l'animateur.

**» Etablir la vision**

- Identifier les axes de progrès en cohérence avec les thèmes d'amélioration continue.

- Explorer le passé pour s'appuyer sur les valeurs de l'entreprise.
- Etudier l'environnement pour établir les objectifs adaptés au marché.
- Se focaliser sur les points primordiaux.
- Caractériser les objectifs à atteindre.

**Travaux pratiques** Travail individuel de chaque participant pour établir ce que pourrait être la vision de son entreprise et présentation au reste du groupe.

**» Décliner la stratégie en cibles et objectifs**

- Décliner les objectifs stratégiques en indicateurs dans toute l'entreprise.
- Établir la roadmap de déploiement.
- Mettre en place l'équipe projet et la structure de pilotage.
- Communiquer et lancer la démarche officiellement.

**Exercices** Elaboration d'un arbre des indicateurs et d'une roadmap.

**» Déployer, contrôler les résultats et corriger les écarts**

- Définir les rôles et missions des différents acteurs.
- Traiter les retards et résoudre les problèmes.
- Contrôler les résultats.
- Identifier les facteurs clés de succès d'un déploiement réussi.

Etape essentielle dans le déploiement d'une culture d'amélioration continue, la réussite et la pertinence du diagnostic initial sont des facteurs clés de succès de votre projet Lean. Cette formation vous apprendra à mener à bien toutes les étapes de ce diagnostic, de sa préparation à sa restitution.

## » Contexte et objectifs du diagnostic initial

- Rappel des grands principes du Lean Management.
- Rappel des principales étapes du déploiement de politique.
- Cerner les risques encourus à négliger son diagnostic initial.
- Préparer l'organisation générale du diagnostic.
- Prévoir la communication avant, pendant et après le diagnostic.

**Echanges** Présentation des contextes, problématiques et attentes de chacun.

## » Préparer et organiser le diagnostic

- Identifier le périmètre d'intervention et les participants.
- Définir les différents thèmes à évaluer durant un diagnostic.
- Structurer la grille d'évaluation.
- Planifier et préparer les interviews.
- Harmoniser les critères d'évaluation et les valider au préalable.

**Travaux pratiques** Construction par les participants d'une grille d'évaluation pour chaque thème.

## » Conduire les interviews et la visite terrain

- Réaliser les interviews.
- Mettre son interlocuteur à l'aise.
- Eviter les pièges.
- Mener une visite terrain efficace et pertinente.
- Identifier et évaluer les éléments recherchés : 5S, management visuel, respect des standards.

**Travaux pratiques** Travail par groupe de 2, réalisation d'interview avec utilisation de la grille d'évaluation.

## » Réaliser la synthèse du diagnostic

- Synthétiser les interviews et les visites terrain.
- Identifier les principaux écarts par rapport aux critères définis.
- Structurer la synthèse générale pour la rendre percutante : par thème, par site ou par service.
- Analyse SWOT pour poser les bases de la stratégie de déploiement.

**Etude de cas** Poursuite du travail en groupe avec la rédaction de la synthèse des interviews réalisées.

## » La restitution du diagnostic initial

- Présenter la restitution au comité de pilotage et aux participants.
- Utiliser le résultat du diagnostic initial dans la structuration du projet de déploiement de politique Lean.
- Utiliser le diagnostic initial pour insuffler une vraie dynamique de progrès.

**Réflexion collective** Présentation de la synthèse des travaux de groupe et échanges avec l'ensemble des participants.



Réf :	DIL
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Retour d'expériences, études de cas, vidéos, ateliers.

## » PARTICIPANTS

Responsable amélioration continue, responsable de département, membre de l'équipe projet Lean, membre du codir.

## » PREREQUIS

Bonne connaissance des principes du Lean Management.

# Réussir un projet Lean, les outils

Le Lean Management recherche la performance par l'amélioration continue, notamment la simplification des processus et la réduction des gaspillages. L'objectif de cette formation est de vous initier aux techniques du "Lean management". Vous verrez les principaux outils pour mettre en place et optimiser cette démarche.

## » Introduction

- Définition du Lean Management.
- La démarche Lean resituée dans le contexte historique du management.
- La philosophie du Lean Management.
- Le principe de valeur ajoutée pour le client.

**Exercices** Questionnaire sur la démarche Lean.

## » Les déclinaisons du Lean Management

- Le Lean production (ou lean manufacturing) pour l'optimisation des secteurs productifs.
- Optimiser le développement des nouveaux produits avec le Lean développement.
- Le Lean Administration pour l'optimisation des autres secteurs non productifs.

## » Les principaux outils utilisés par le Lean management

- Le 5S pour éliminer les causes de nombreux petits problèmes, sources de perte d'efficacité.
- La VSM (Value Stream Mapping) pour définir les enjeux et les actions prioritaires d'un plan de mise en œuvre.
- La visualisation pour une transparence des résultats en temps réel pour améliorer la réactivité aux problèmes constatés.

**Exercices** Jeu de simulation 5S pour illustrer de manière ludique les différentes étapes d'un chantier 5S.

## » Le Lean développement

- Les objectifs du Lean développement.
- La satisfaction du client.
- L'optimisation des processus de développement des nouveaux produits.
- Les outils : le Design to Cost et la standardisation.

**Exercices** Exemple de mise en place du Lean développement.

## » Le Lean Production

- Le but principal du Lean Production (Manufacturing).
- Les ressources productives de l'entreprise.
- Les outils : la notion de Takttime, le SMED, le TPM, le Hoshin de Flux, le Kanban, les UAP/UET.

**Exercices** Le jeu de simulation "SMED" permet d'illustrer de manière ludique les différentes étapes d'un chantier SMED.

## » Le Lean Administration

- Objectifs et démarche.
- Les processus administratifs.
- L'outil VSM appliqué à la circulation de l'information.

**Exercices** Exemple d'application de l'outil VSM.

## » Conclusion

- La démarche Lean : une révolution culturelle qui nécessite de repenser les relations managériales.
- Les forces et les limites de la démarche Lean.
- L'étape indispensable pour évoluer vers les nouveaux modes émergents de management.



Réf :	LEO
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 2-4 fév./18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Dirigeant d'entreprise, manager, ingénieurs ou non, impliqués dans un projet flux ou une démarche Lean.

## » PREREQUIS

Expérience en management requise.

Une démarche Lean dépasse le seul cadre de l'organisation et de la gestion des workflows de l'entreprise. Elle nécessite une approche humaine différente. Ce stage vous permettra d'intégrer les pratiques du Lean à votre management. Vous verrez comment faire adhérer vos équipes et assurer une mise en œuvre efficace.



Réf :	NEM
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 22-23 janv./26-27 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Responsables et managers impliqués dans une démarche Lean.

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base en Lean Management ou avoir suivi le cours ORSYS "Réussir un projet Lean, les outils" réf. LEO.

**» Comprendre la philosophie managériale de Lean**

- De la méthode Toyota au Lean : les origines culturelles de la démarche.
- Différence entre une culture d'entreprise occidentale et asiatique.
- L'implication des différents acteurs.
- La réussite d'une démarche Lean. Réflexion sur les éléments clés.

**Exercices** Questionnaire sur la démarche Lean.

**» Les facteurs clés de la réussite d'une démarche Lean**

- Qui est le client et que veut-il ?
- Notion de clients/fournisseurs.
- Concentrer les efforts sur la production de valeur.
- La chasse au gaspillage.
- Le Hoshin et le Kaizen.
- Ce qui concerne tous les acteurs : passer du Hoshin au Kaizen.
- Management Bottom up.
- Visualisation de la progression de la démarche.

**Réflexion collective** Echanges entre participants. Retours d'expérience et réflexion autour des bonnes pratiques.

**» L'évolution du rôle du manager dans un environnement Lean**

- Comprendre l'évolution du rôle du manager et l'accepter.
- Accepter de passer de l'autonomie à l'interdépendance.

- Lever les résistances et les freins au changement.
- Convaincre plutôt que persuader.
- Chercher à comprendre plutôt que d'imposer.
- Animer plus que diriger.
- Préférer le consensus plutôt que le compromis.

**Exercices** Mises en situation filmées avec séance de débriefing individualisée.

**» La communication du manager**

- Mieux se connaître pour mieux communiquer.
- Les principes de bases de la communication.
- Développer un climat de confiance : avoir confiance et faire confiance.
- Les conditions de la confiance.
- Etre à l'écoute.
- Identifier les comportements d'échange.
- Les facteurs de stress dans le changement.
- Développer la confiance et l'assertivité.

**Exercices** Réalisation d'un questionnaire avec analyse des résultats pour identifier les profils comportementaux.

**» Présentation des outils du Lean concerné**

- Le 5S, le VSM, le Hoshin de flux, la Visualisation.
- Les outils de communication propres au Lean : réunions Flash.

**Exercices** Mise en situation.

**» Conclusion**

- Programme de développement personnalisé.

La mise en place d'une démarche Lean représente une véritable révolution culturelle. Ce stage vous apprendra à accompagner les changements induits par une telle démarche. Vous verrez comment démystifier les craintes et les peurs et comment assurer avec efficacité le déploiement des phases de votre projet Lean.



Réf :	LCO
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 2-3 fév./ 13-14 avril 2015 1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Manager et responsable chargés de la mise en place d'une démarche Lean dans leur entreprise.

**» PREREQUIS**  
Expérience confirmée du management.

**» Introduction**

- Le rôle du "Lean Coach".
- Animer des activités Lean (usuellement appelées chantiers).
- L'expertise technique sur des outils, méthodes et systèmes du Lean.
- Savoir suivre les activités Lean mises en œuvre.
- Comment valoriser les gains de chantiers adaptés à la démarche Lean ?

**» Prendre en compte la dimension humaine de la démarche Lean**

- Communiquer, encore communiquer, toujours communiquer.
- Repérer les facteurs de résistance.
- Créer l'envie du changement.
- Lever les freins au changement.
- Utiliser le changement comme facteur de progrès.
- Clarifier les objectifs du changement.
- Fixer des objectifs et accompagner le changement.

**Exercices** Réalisation d'un questionnaire avec analyse des résultats pour identifier les profils comportementaux.

**» Favoriser la prise de conscience**

- Valoriser un axe du changement.
- Favoriser l'apprentissage des techniques Lean.
- Induire le changement avec les bons leviers.
- Redessiner la cartographie des chaînes de valeur.

**Exercices** Mises en situations filmées avec séance de débriefing individualisée.

**» Démarrer les chantiers**

- Aligner les chaînes de valeur en "filières".
- Nommer une fonction de référent du Lean.
- Concrétiser par un chantier Lean.
- Réussir l'Animation Continue du Progrès.
- Encourager l'organisation visuelle.
- Résoudre les problèmes avec la bonne méthode.

**Exercices** Jeu de simulation avec pour objectif d'illustrer de manière ludique les différentes étapes permettant de tirer les flux jusqu'au Just In Time (Juste A Temps).

**» Faire vivre l'amélioration continue**

- Les phases et étapes de mise en œuvre.
- Poser les bases de votre feuille de route.
- Déployer la politique avec "HOSHIN".
- Mettre en place un système de gestion Lean.
- Retransmettre le Lean aux fournisseurs et aux clients.
- Engager une stratégie globale Lean.
- Repasser du HOSHIN au KAIZEN.

**» Conclusions**

- Les points clés à retenir.
- Les bonnes pratiques à suivre.

Cette formation vous permettra de découvrir et comprendre le concept de Lean management appliqué aux entreprises de service en vue d'initier et de déployer de façon durable cette démarche dans votre société avec pour enjeu, à terme, un gain substantiel en compétitivité.

## » Les fondements de la pensée Lean

- Appréhender l'état d'esprit du Lean management.
- Différence entre Lean manufacturing et Lean dans les services.
- Lean et les démarches d'amélioration continue.
- Le principe de valeur ajoutée pour le client.
- La notion de "gaspillage".
- Le modèle processus.

**Travaux pratiques** Les participants échangent sur les initiatives mises en place dans leur entreprise (raisons d'échec, de réussite). Les sept gaspillages Toyota : recherche de deux gaspillages dans leur activité.

## » Par où commencer ? Choix des projets d'amélioration Lean

- L'analyse des processus (Value Stream Mapping).
- Le chiffrage des gains (coûts).

**Travaux pratiques** Recherche de pistes de gains ou d'économie de coûts dans son activité.

## » Les principaux outils dédiés au Lean management dans les services

- Le DMAIC et la résolution de problèmes.
- Les 5S.
- L'esprit Kaizen.
- La mise en œuvre de chantiers Kaizen.
- Les sept gaspillages dans les services.
- La Voix du client : outils crm, outil de diagramme de Kano.

**Travaux pratiques** Charte de projet DMAIC.

## » Comment déployer la démarche Lean management dans les services ?

- Le plan de déploiement.
- Les indicateurs de performance.
- La formation.
- La conduite du groupe au travail.

**Travaux pratiques** Compréhension des axes sur lesquels l'équipe direction doit travailler dans le montage d'un plan de déploiement.

## » Comment manager son équipe en adoptant la "Lean attitude" ?

- La communication.
- La reconnaissance.
- L'exemplarité.
- Bienvenue aux problèmes !

**Travaux pratiques** "L'attitude Toyota" et la chasse aux gaspillages. La roue de Deming. Réflexion individuelle sur son positionnement et les prochaines actions à mettre en œuvre.



Réf :	LEM
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./27-28 oct. 2014 4-5 déc. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015
Groupe 1	15-16 déc. 2014 26-27 fév./21-22 mai 2015
Groupe 2	8-9 déc. 2014 19-20 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	1-2 déc. 2014 12-13 fév./6-7 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

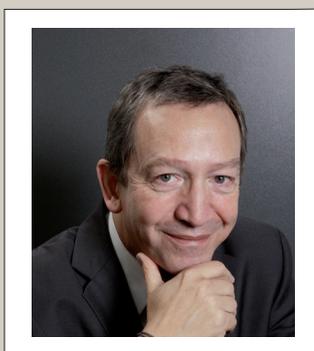
Responsables qualité, managers, responsables de service, chefs de projets, responsable de formation, directions générales.

### » PREREQUIS

Expérience en management requise.

## Lean management Faire du lean management une réalité

Le lean management conçu par Toyota puis conceptualisé dans les années 1980 par le Massachusetts Institute of Technology (MIT) consiste donc à transformer «le gras en muscle», pour gagner en performance. Bien mise en œuvre, cette philosophie de management est bénéfique à toutes les parties prenantes : salariés, dirigeants, clients et partenaires. Que manque-t-il alors pour que le management agile devienne enfin une réalité en France ? Un profond et durable changement des consciences.



Patrice Marvanne

- 1 - En parler ne sert à rien, seul le pratiquer a du sens.
- 2 - Un changement culturel s'impose pour passer à une vision valorisante «nous avons la possibilité d'améliorer nous-mêmes notre poste de travail».
- 3 - Les «opératifs» peuvent aussi penser à des solutions efficaces, trop souvent les hiérarchies n'acceptent pas ces prises d'initiatives.
- 4 - Reconnaître et gratifier les personnes à l'origine d'améliorations.
- 5 - Rester agile signifie s'entraîner en permanence pour ne pas «reprenre du poids».

Les conditions de réussite sont nombreuses mais lorsque la direction d'une entreprise ou d'une administration se décide à les appliquer avec constance et persévérance, les résultats sont là : l'organisation est plus efficace. Elle se vit mieux de l'intérieur. Et cela se perçoit positivement à l'extérieur.

» Découvrez l'intégralité de l'article sur notre blog [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Grâce à cette formation, vous découvrirez comment le Lean Manufacturing permet de comprendre le flux de valeur ajoutée et d'identifier les gaspillages. Vous serez ainsi capable d'améliorer les performances, la réactivité et la productivité de l'entreprise.



Réf :	LMI
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 9-10 mars 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Réalisation d'un jeu de mises en situation pour identifier les principaux concepts.

**PARTICIPANTS**  
Responsable de production. Responsable d'amélioration continue. Membre d'un comité de direction. Ingénieur et technicien méthodes, bureau d'études, qualité, maintenance et production. Acheteur.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base sur le fonctionnement d'une production.

**» Découvrir le Lean Manufacturing**

- Cerner le contexte et l'historique de la démarche Lean Manufacturing.
- Comprendre les principes du Lean Manufacturing.
- Identifier les différents types de gaspillage.
- Distinguer les indicateurs du Lean Manufacturing (TRS, Takt Time, surfaces, stocks, distances, productivité, OTIF).

**Echanges** Présentation des concepts avec échanges.

**» Décrire et diagnostiquer le processus de production**

- Décrire le processus avec la Value Stream Mapping.
- Identifier et calculer les valeurs ajoutées et non-valeurs ajoutées du processus.
- Respecter le rythme de livraison demandé : calcul du Takt Time.
- Calculer le rendement qualité du processus.
- Construire la Value Stream Mapping objectif sur le processus.
- Formaliser un plan d'actions pour parvenir à l'objectif choisi.

**Travaux pratiques** Mise en situation sur un processus de production : construction de la Value Stream Mapping en groupe de travail. Présentation des résultats en grand groupe et debriefing de l'intervenant.

**» Travailler en flux tiré : les outils pour optimiser le processus**

- Mettre en place le Juste-à-Temps avec le Kanban.
- Optimiser le processus avec la TPM : les points forts de la TPM, la réalisation et les enjeux.
- Diminuer les temps entre les séries avec le SMED : la réalisation des différentes étapes.
- Gagner en efficacité avec le 5S : les avantages, les points de vigilance, la réalisation des différentes étapes.

**Réflexion collective** Jeu de questionnements sur la sélection et l'utilisation des différents outils.

**» Appliquer et faire appliquer les standards**

- Maintenir les résultats du 5S avec le management visuel.
- Utiliser le management visuel dans l'animation d'équipe.
- Comprendre le rôle des événements Kaizen.
- Capitaliser sur les bonnes pratiques.
- Suivre les progrès par l'animation quotidienne et régulière (AIC).

**Travaux pratiques** Simulation d'une réunion AIC dans l'entreprise : ordre du jour et animation.

L'hôpital est un secteur propice à la mise en œuvre du Lean. Compte tenu des nouveaux enjeux économiques, technologiques et stratégiques de la santé en France, en hôpital privé ou public, le Lean est l'une des réponses les plus appropriées aux transformations que le secteur doit subir pour assurer la santé publique.



Réf :	LSH
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 26-27 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Directeurs d'établissements hospitaliers, présidents de CME, PHU, cadres de santé, responsables qualité.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Les fondements de la pensée Lean**

- Se familiariser avec l'état d'esprit du Lean.
- Comprendre le principe du Lean en tant que stratégie de management.
- Clarifier les 5 principes de base et leurs adaptations en milieu hospitalier.
- Distinguer les deux aspects essentiels du Lean : réduire les gaspillages et développer le personnel.

**» Le concept du " Lean transformation " dans le secteur de la santé**

- Spécifier les éléments sources de valeur ajoutée pour le patient et ses proches.
- Identifier les chaînes de valeurs à l'hôpital.
- Réduire les tâches à non-valeur ajoutée, sans altérer la qualité de la prise en charge.
- Produire en flux continu dans un établissement hospitalier.
- Viser l'excellence malgré les nouvelles approches médicales, notamment en chirurgie ambulatoire.

**Travaux pratiques** Recherche des gaspillages au sein des établissements des participants.

**» Les principaux outils dédiés**

- Analyser les processus à l'aide de la Value Stream Mapping (cartographie de la chaîne de valeurs).
- Mettre en œuvre un chantier 5S.
- S'approprier et appliquer l'esprit Kaizen (amélioration pas à pas).

- Pratiquer la résolution de problème comme outil de management.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une VSM, de son analyse et d'un plan de travail.

**» Adopter la Lean attitude pour mettre en place le management approprié**

- Développer le management visuel, le travail collaboratif, le " Gemba ".
- Transformer les risques en opportunités d'amélioration des pratiques.
- Améliorer la formation et standardiser certaines pratiques hospitalières.
- Perfectionner les entretiens d'évaluation et la fixation d'objectifs grâce à la Lean attitude.

**Réflexion collective** Priorisation des axes d'amélioration managériaux pour chaque établissement.

**» Mettre en place une démarche de Lean transformation à l'hôpital**

- Sensibiliser la direction de l'établissement, les médecins et la CME.
- Choisir un service pilote pour mettre en œuvre la démarche Lean.
- Apporter un soutien méthodologique aux services pilotes.
- Communiquer les premiers résultats en termes de gains et suppression de gaspillage.

**Travaux pratiques** Elaboration d'un plan d'actions personnalisé.

# m anagement

» Management d'équipes p. 71

» Management : perfectionnement p. 95

» Management : spécialisations p. 110

» Connaissances essentielles p. 123

69

Organiser

évaluation

**M**ener  
une réunion

déléguer

**M**otiver

responsabiliser

conduire

un entretien



# Nos experts en Management

» **Joëlle MANDEL** » est coach certifiée. Depuis plus de 10 ans, elle accompagne les entreprises sur des actions de changement mais aussi plus directement les managers, les dirigeants et les gérants. Elle anime également des sessions de cohésion d'équipe de commerciaux et de gestion de projets.



Coach en management et communication, et formatrice possédant une double compétence linguistique (maîtrise d'anglais, DEA de sciences du langage) et management (diplômée de l'ESCP) et après 10 ans en tant que responsable pédagogique, » **Isabelle OGGERO** » conseille et forme sur les techniques de communication, management et ingénierie pédagogique en entreprise depuis plus de 15 ans.



» **Philippe BASCHOUX** » est diplômé d'Etudes Supérieures en Coaching personnel (Paris VIII), Coach certifié en Process Communication Management®, DESS d'Economie, formation à l'Intervention Systémique. Consultant certifié pour le bilan de la santé émotionnelle au travail, il a exercé durant 25 ans des fonctions de management informatique puis de management commercial. En 2006, ses expériences le mènent à créer Mémentor Action, SARL spécialisée dans le Coaching personnel et professionnel en entreprise.



» **Michel CAMAIN** » conseil, formateur, est un spécialiste du management et de la communication. Ses principaux clients : SNECMA, RATP, Renault, Nestlé, Alstom, Ministère de l'Education Nationale, de la Culture, des Transports, de la Défense.



Après un diplôme d'école de commerce (EDHEC), » **Stéphane FELICI** » a connu trois phases clés dans sa carrière : la première comme commercial dans l'édition et l'imprimerie, la seconde en tant que manager dans la prestation de services et la troisième chez Altran d'abord, puis chez CSP, enfin en free lance, en tant que consultant, coach et formateur.



Consultant senior en Management des Hommes et des équipes, » **Anne-Marie DEROUAULT** » a créé sa société Emergences Sources en avril 2007. Elle anime des séminaires en gestion du temps, du stress, communication efficace et est coach en entreprise. Elle réalise ses missions en France pour les clients du CAC40 dans les industries agro-alimentaires et pétrolières puis aux Etats-Unis pour des cabinets d'avocats, des mairies et des entreprises de Fortune 500 dans l'industrie aérospatiale. Auparavant, elle a travaillé 8 ans pour IBM en tant que manager des relations avec les sociétés capital risque et manager des relations vente et marketing.



# Management d'équipes

## » Management opérationnel »

- Best** Devenir manager **F**  
3 j - MOP - p.74
- Best** Management d'équipe **F**  
3 j - ORG - p.75
- Best** Manager de proximité  
3 j - MPX - p.76
- Passer d'expert à manager  
2 j - PEX - p.76
- Efficacité personnelle pour managers  
3 j - PEM - p.77
- "Manager minute", les techniques pour être plus efficace  
2 j - MMN - p.77
- Fixer et évaluer des objectifs  
2 j - FIX - p.78
- Best** Déléguer et responsabiliser **F**  
2 j - DEL - p.78
- Reconnaître et valoriser ses collaborateurs  
2 j - VCO - p.79
- Manager : améliorez votre communication écrite  
2 j - RIE - p.79

Le management des équipes ne repose pas seulement sur des connaissances métiers. Il exige aussi des qualités relationnelles et organisationnelles en vue d'animer, de motiver les équipes et de coordonner efficacement le travail de nombreux acteurs.

## » Motivation, animation, performance d'équipe »

- Best** Motiver et animer votre équipe **F**  
3 j - MOT - p.80
- Best** Organiser le travail de votre équipe **F**  
2 j - OTE - p.81
- Renforcer la performance de votre équipe  
3 j - DPE - p.81
- Renforcer la cohésion dans son équipe  
2 j - COE - p.82
- Améliorer la cohésion d'équipe, atelier théâtre  
2 j - HOE - p.82
- Aider son équipe à progresser par le codéveloppement **Nouveau**  
2 j - COV - p.83
- Développer les compétences de vos collaborateurs **F**  
2 j - DCO - p.83
- Favoriser l'innovation dans votre équipe  
2 j - NOV - p.87
- Gérer le travail en open space  
2 j - TOS - p.87

71

## »» Cycle Certifiant



**MANAGER EN PRISE DE FONCTION »»** 13 j. - KNM - p.73

### » composition du cycle

MOP 3j, p.74/EAL 2j, p.98/REM 2j, p.88/MOT 3j, p.80/CRE 2j, p.89

### » journée de certification

KNX



# Management d'équipes

## » Gestion des situations difficiles : conflits, stress, RPS... »

- Reprendre une équipe avec succès**  
2 j - REP - p.84
- Prévenir et gérer les tensions et conflits, synthèse**  
1 j - PGC - p.84
- Best** **Maîtriser les conflits dans votre équipe**  
2 j - COF - p.85
- Résoudre les conflits par la médiation**  
2 j - DIA - p.85
- Prévenir et gérer le stress dans votre équipe**  
3 j - GSM - cf@
- Prévenir et gérer les risques psychosociaux dans son équipe**  
2 j - MPY - p.86
- Prévenir et gérer les risques liés aux addictions Nouveau**  
1 j - ALO - p.86

## » Conduite d'entretiens »

- Réussir vos entretiens opérationnels**  
2 j - REM - p.88
- Réussir vos entretiens d'évaluation F**  
2 j - VEA - p.88
- Réussir ses entretiens et réunions à distance Nouveau**  
2 j - UNI - p.90
- Best** **Réussir ses recrutements F**  
2 j - REF - p.246
- Perfectionner ses entretiens de recrutement**  
2 j - PFE - p.246

## » Conduite de réunions »

- Best** **Conduire efficacement une réunion F**  
2 j - CRE - p.89
- Conduire une réunion difficile**  
2 j - REU - p.89
- Dynamiser les réunions avec la carte mentale**  
2 j - MMT - cf@
- Réussir ses entretiens et réunions à distance Nouveau**  
2 j - UNI - p.90

## » Relationnel et coaching »

- Devenir un manager intuitif Nouveau**  
2 j - TUF - p.90
- Coaching d'équipe**  
3 j - COA - p.91
- Coacher la nouvelle génération**  
2 j - GEC - p.91
- Convaincre et faire partager ses décisions**  
2 j - FDE - p.92
- Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe**  
2 j - PER - p.92
- Manager un collaborateur en difficulté**  
2 j - CLD - cf@
- Facilitateur, rôle et techniques**  
2 j - FAC - p.93
- Fluidifier les relations interservices**  
2 j - FLI - p.93

# Cycle certifiant Manager en prise de fonction

## certificat professionnel FFP



Vous allez prendre vos nouvelles responsabilités de manager. Ce cycle vous permettra de cerner les enjeux et de déjouer les difficultés liées à votre mission. Motivation d'équipe, leadership, méthodologie d'entretien et de réunion, délégation... Chacun des thèmes abordés vous permettra d'asseoir vos compétences managériales, de bien cerner votre rôle et de perfectionner votre communication.

### Devenir un manager

#### »»» Les styles de management

- Autodiagnostic des styles de management. Directivité. Persuasion. Association. Organisation. Négociation.

#### »»» Etre en phase avec son équipe

- Diriger. Instaurer et faire appliquer les règles.
- Motiver : transmettre ses objectifs à l'équipe avec conviction.
- Découvrir les besoins spécifiques de ses collaborateurs. Elaborer des outils de motivation.
- Evaluer : maîtriser l'entretien d'évaluation.

#### »»» Techniques de communication

- Prendre la parole.
- Mener un entretien. Conduire une réunion.
- Faire des demandes délicates. Apprendre à dire non.

### Développer son leadership

#### »»» Exercer un leadership efficace

- Distinction entre pouvoir, puissance et autorité.
- Identifier son propre potentiel d'influence.
- Augmenter la performance de son équipe.

#### »»» Les pratiques d'un leadership mobilisateur

- Inspirer une vision à partager.
- Savoir mobiliser ses collaborateurs.
- Définir des objectifs de coopération.
- Instaurer un climat de confiance.
- Montrer la voie : diriger par l'exemple.

#### »»» S'affirmer dans son rôle de leadership

- Comprendre les trois modes de comportements : fuite, agressivité, manipulation. Développer son assertivité.
- Développer sa capacité d'écoute. Etablir des compromis. Accroître son charisme.

### Réussir vos entretiens opérationnels

#### »»» Dire ce qui ne va pas sans démotiver

- Appliquer les règles de base d'un feedback efficace.
- Comprendre les attentes et besoins du collaborateur.
- Mettre en œuvre un plan de progrès et d'action.

#### »»» Faire accepter une décision sans imposer

- Etre clair et précis. Utiliser un langage directif.
- S'assurer de l'engagement du collaborateur.

#### »»» Négocier des avantages pour ses collaborateurs

- Fixer et respecter ses objectifs.
- Trouver des arguments pertinents. Conclure un accord.

#### »»» Annoncer une décision difficile

- Expliquer la décision.
- Etre à l'écoute et rester centré sur le collaborateur.
- Elaborer un plan d'action.

#### »»» Remotiver un collaborateur

- Favoriser la confiance et manifester de l'empathie.
- Valoriser les compétences.
- Fixer des objectifs à court terme. Valider les engagements.

#### »»» Mener avec succès la résolution de conflit

- Sortir du conflit par la médiation.
- Définir le cadre. Faciliter l'échange.
- Faciliter la sélection de solution. Finaliser l'accord.

### Motiver et animer votre équipe

#### »»» Mettre en place des références communes

- Process Com : déterminer les profils de chacun.
- Formaliser des objectifs communs.

#### »»» Animer son équipe

- Développer son image de leader.
- Favoriser la prise de parole et les initiatives.
- Faire accepter les changements.

#### »»» Savoir communiquer

- Des directives. De la conviction. Des points négatifs.

#### »»» Réussir des négociations gagnant-gagnant

- Opter pour une stratégie fondée sur le consensus.
- Découvrir le collaborateur, écouter questionner.
- Elaborer un argumentaire personnalisé.

#### »»» Créer la confiance

- Partager sa vision et ses valeurs.
- Donner les moyens d'agir. Développer la créativité.
- Teambuilding : sortir des logiques individuelles.

#### »»» Utiliser les leviers de la motivation

- Créer une ambiance stimulante.
- Prendre en compte les besoins individuels.
- Proposer des outils concrets : promotions, projets...

### Conduire une réunion

#### »»» Communiquer en groupe

- Les règles de base de la communication.
- L'écoute active, les attitudes facilitatrices.
- Les obstacles à la communication.

#### »»» Prendre la parole devant un auditoire

- Harmoniser verbal et non verbal.
- Savoir s'affirmer.
- L'utilisation de la voix. Le timbre, le ton, le rythme.
- Gérer le stress et le trac.

#### »»» Préparer une réunion

- Clarifier l'objectif, l'ordre du jour, les priorités.
- Choisir les participants, le lieu, le rapporteur.

#### »»» Mener une réunion

- Les règles de base de la dynamique de groupe.
- Les quatre phases : contracter, collecter, construire, synthétiser.
- Gérer le temps et les dérives. La réunion improvisée.
- Intégrer les participants "difficiles".
- Analyser, résoudre les situations délicates.
- Les supports visuels. La vidéoconférence.



Réf :	KNM
Durée :	13 jours
<b>Composition du cycle :</b>	
	réf MOP, 3j, cf p. 74
	réf EAL, 2j, cf p. 98
	réf REM, 2j, cf p. 88
	réf MOT 3j, cf p. 80
	réf CRE, 2j, cf p. 89
Examen	réf KNX
	19 déc. 2014
	23 mars/1 juin 2015
Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.	
Prix :	5 340 € HT (prix 2014) option full incluse soit environ 30% de remise incluse
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### »» EXERCICES

Etudes de cas issues d'expériences réelles. Exercices et mises en situation, partages d'expériences lors de débats et discussions guidés. Questionnaires d'auto-évaluation.

### »» PARTICIPANTS

Cadres exerçant des responsabilités de management et soucieux d'optimiser leur efficacité managériale et relationnelle, futurs managers.

### »» PREREQUIS

Expérience professionnelle de 2 ans minimum.

Un bon manager doit conjuguer avec efficacité savoir-faire et savoir-être dans l'ensemble de ses activités professionnelles. Pour ce faire, il lui est indispensable de développer des compétences relationnelles productives, de connaître et d'optimiser le fonctionnement de ses équipes, tout en adoptant une vision positive et active de son environnement. Très concret et basé sur de nombreux exercices, ce stage permet d'acquérir les réflexes essentiels du bon manager.

### Les styles de management

- Autodiagnostic des quatre styles de management : directif, explicatif, délégatif, participatif.
- Connaître son rôle, ses missions et ses objectifs.
- Adapter son style de management en fonction des situations.
- Cartographie du management.
- Management par les compétences.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un questionnaire complet. Présentation illustrée des styles relevés.

### Etre en phase avec son équipe : diriger

- Tenir compte des rapports de force.
- Se positionner clairement dans la hiérarchie de l'entreprise.
- Déterminer son champ de pouvoir.
- Instaurer et faire appliquer des règles de fonctionnement.
- S'approprier le règlement existant.
- Mesurer les aménagements possibles.
- Mettre au point un système de reconnaissance. Prendre l'habitude de verbaliser sa satisfaction.
- Critiquer en distinguant " être " et " faire ".

**Travaux pratiques** En s'inspirant de leur quotidien professionnel, les participants élaborent diverses prises de décision.

### Etre en phase avec son équipe : motiver

- Transmettre ses objectifs à l'équipe avec conviction.
- Créer une ambiance stimulante.
- Célébrer les événements : calendaires, personnels, internes à l'entreprise.
- Positiver le changement : systèmes, circulation de l'information.
- Développer les liens en fonction des personnes concernées. Mode de management.
- Prise en compte des besoins individuels : reconnaissance, statut, sécurité.
- Elaborer des outils de motivation : primes, avantages, promotions, projets, conditions de travail...

**Travaux pratiques** Les participants travaillent à résoudre des démotivations passagères ou chroniques rencontrées chez leurs collaborateurs.

### Etre en phase avec son équipe : responsabiliser

- Oser déléguer : donner du pouvoir et garder la responsabilité de la tâche.
- Choisir les tâches à déléguer en fonction des collaborateurs concernés et des besoins de l'entreprise.
- Elaborer une politique de délégation. Donner des instructions claires.
- Définir des objectifs de délégation. Introduire des vérifications planifiées.
- Limiter l'ingérence mais... créer un plan d'avancement en accord avec l'équipe.

**Etude de cas** Les participants construisent les délégations à mettre en place dans leurs équipes.

### Etre en phase avec son équipe : évaluer

- Maîtriser les phases de l'entretien d'évaluation.
- Fixer des objectifs.
- Etablir un échéancier motivant.
- Evaluer les résultats individuels sur des critères objectifs.
- L'entretien annuel d'évaluation. Les besoins en formation.

**Travaux pratiques** Les participants préparent et conduisent un entretien d'évaluation avec un collaborateur.

### Techniques de communication : prendre la parole

- Utiliser les règles de base de la communication.
- S'affirmer : ancrer sa parole et impliquer son auditoire.
- Maîtriser le langage du corps : geste, posture.
- Organiser ses idées en plan.
- Trouver des arguments pour convaincre lors d'une réunion.

**Travaux pratiques** Les participants s'exercent à la prise de parole dans les simulations d'entretiens et de réunions.

### Techniques de communication : mener un entretien

- Evaluer la situation : l'écoute active et la reformulation.
- Apprendre à questionner sur du concret. Questions ouvertes et questions fermées.
- Négocier un accord gagnant-gagnant. Rappel des positions de vie.
- Dire ce qui ne va pas sans démotiver.
- Privilégier le consensus par rapport au compromis. Impliquer dans la recherche de solutions.
- Appliquer les règles de base d'un feedback efficace.

**Travaux pratiques** Les participants mènent un entretien de recrutement, de résolution de problèmes.

### Techniques de communication : conduire une réunion

- Définir les rôles de l'animateur : producteur, facilitateur, régulateur.
- Comprendre le fonctionnement des groupes. Méfiance. Structuration. Cohésion.
- Recadrer les dérives. Accepter les idées nouvelles mais les replacer en perspective.
- Préparer une réunion : programmer, clarifier l'objectif, l'ordre du jour et les priorités.
- Animer la réunion et gérer le temps.

**Travaux pratiques** Les participants conduisent une réunion de négociation.

### Gérer les situations délicates

- Adopter un comportement assertif. Remplacer la fuite, l'agressivité et la manipulation par l'assertivité.
- Savoir faire des demandes délicates. Poser sobrement le décor.
- Etre factuel. Présenter les conséquences positives et négatives.
- Apprendre à dire non sans provoquer de tension.
- Expliquer sans se justifier.
- Savoir quand proposer une solution de rechange.

**Travaux pratiques** Mise en situation sur la résolution d'une situation délicate.



Réf :	MOP
Durée :	3 jours
Paris	27-29 oct./24-26 nov. 2014 15-17 déc. 2014 12-14 janv./23-25 fév. 2015
Groupe 1	24-26 nov. 2014 16-18 fév./26-28 mai 2015
Groupe 2	12-14 nov. 2014 2-4 fév./21-23 avril 2015
Groupe 3	15-17 déc. 2014 16-18 fév./4-6 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupe, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques de management directement utilisables sur le terrain.

### PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement aux cadres amenés à prendre la tête d'une équipe, mais aussi à tous ceux qui souhaitent structurer leur pratique.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### pour aller plus loin

- > Efficacité personnelle pour managers p. 77
- > Motiver et animer votre équipe p. 80

# Management d'équipe

## animer, motiver son équipe de projet



Fondé sur l'importance du management d'équipe dans la conduite de projets, ce stage analyse les principales difficultés auxquelles un chef de projet peut être confronté dans ses interactions avec son équipe de travail, sa hiérarchie, ses prestataires et ses clients. Il permet d'appréhender les rôles fondamentaux du manager, la dynamique d'une équipe de travail ainsi que les règles de base permettant de communiquer, déléguer, responsabiliser, motiver et accompagner une équipe.

### Identifier son rôle et ses responsabilités de manager

- Définir les caractéristiques d'une équipe de projet.
- Comprendre la dynamique d'une équipe de projet.
- Connaître son rôle, sa mission, ses pouvoirs et sa responsabilité.
- Concilier respect des partenaires et impératifs de production.

**Travaux pratiques** Echange d'expériences.

### Se positionner en tant que manager

- Asseoir l'autorité dans un partenariat immédiatement opérationnel.
- Eviter les dérives : l'autocratie, la permissivité.
- Gérer le rapport hiérarchique et le rapport contractuel.
- Etre l'interface entre les différents acteurs.

**Travaux pratiques** Auto-positionnement sur son style de management.

### Agir

- Privilégier la parole-action, éviter la parole-sermon, la langue de bois.
- Analyser, évaluer, décider. Savoir dire non. Savoir dire oui. Négocier, argumenter, convaincre.
- Donner des directives, traiter les objections.
- Transmettre les informations montantes, descendantes, transverses.
- Coordonner, se centrer sur la tâche.
- Traiter les situations imprévues.
- Identifier, corriger, ne pas répéter les erreurs.
- Gérer le stress de son équipe.

**Travaux pratiques** Dresser le panorama de son rôle, sa mission, ses pouvoirs, ses responsabilités.

### Maîtriser la communication productive : comprendre

- Etre conscient du cadre de sa communication, se fixer des objectifs réalistes et mesurables.
- Acter sa présence par la posture, le regard, les gestes.
- Ecouter activement : reformuler, questionner, recueillir le feedback.
- Etablir et maintenir des relations positives avec son collaborateur ou la hiérarchie.
- Structurer sa pensée, se synchroniser, se faire comprendre.

### Maîtriser la communication productive : transmettre

- Rassembler, enrichir les informations, éviter les pièges des interprétations et des jugements de valeur.
- Fournir une information spécifique et adaptée.
- Maîtriser le processus de communication.
- Traiter la rumeur, la rétention d'information.
- Conclure, synthétiser, envisager le futur.

**Travaux pratiques** Exercices sur l'écoute active. Mise en situation et débriefing orienté sur les aspects de communication.

### Animer son équipe de projet : savoir déléguer

- Définir avec chaque collaborateur sa mission et son rôle dans l'équipe.
- Connaître et évaluer ses collaborateurs : déterminer leur degré d'autonomie.

- Dresser une "carte managériale" de son équipe.
- Distinguer déléguer et faire exécuter.
- Donner du pouvoir en gardant la responsabilité.
- Gérer, intégrer les collaborateurs difficiles : le démotivé, l'agressif, le leader sauvage, l'anxieux, le bavard...

**Travaux pratiques** Cartographier les compétences des membres de son équipe pour déterminer les missions de chacun.

### Animer son équipe de projet : forger l'appartenance

- Définir pour l'équipe des objectifs qui soient facteurs de motivation.
- Unifier les équipes dispersées.
- Favoriser la confrontation productive, neutraliser le conflit destructeur.
- Eviter les blocages, répondre aux objections et les utiliser positivement.
- Anticiper et résoudre les facteurs de déstabilisation. Savoir rebondir.
- Mobiliser l'équipe.
- Resituer la mission de l'équipe et son rôle dans l'entreprise.
- Présenter un projet d'équipe. Présenter le rôle de chaque membre de l'équipe.
- Intégrer les nouveaux collaborateurs, gérer le turnover.

**Travaux pratiques** Mises en situations : présenter lors d'une réunion un projet d'équipe, Mener un entretien de délégation, résoudre un conflit au sein de l'équipe.

### Motiver les membres de son équipe projet

- Identifier et concrétiser les facteurs de motivation de l'homme au travail.
- Découvrir ses propres facteurs de motivation et ceux des autres.
- Différencier et traiter la démotivation et la non-motivation.
- Savoir donner des signes de reconnaissance : savoir critiquer et féliciter.
- Partager sa vision et ses valeurs.
- Donner les moyens et du sens au travail.
- Maintenir la cohésion et l'implication de l'équipe.

**Travaux pratiques** Repérer les causes de motivation et de démotivation. Réflexion sur Les nouveaux comportements générateurs de cohésion et de motivation.

### Contrôler le projet

- Prévoir et planifier les actions.
  - Gérer le temps : différencier l'urgent et l'important.
  - Valoriser et cadrer la prise d'initiative.
  - Annoncer les points de contrôle.
  - Evaluer la prise de risque, reconnaître le droit à l'erreur.
  - Mobiliser pour assurer les actions correctrices.
- Travaux pratiques** La gestion du temps et des priorités. Déterminer des indicateurs pour élaborer son tableau de bord.



Réf :	ORG
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./17-19 nov. 2014 8-10 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	15-17 déc. 2014 9-11 mars/1-3 juin 2015
Groupe 2	15-17 déc. 2014 23-25 mars/2-4 juin 2015
Groupe 3	15-17 déc. 2014 23-25 fév./27-29 avril 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Ce stage pratique, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles filmés avec restitution et analyse individualisée.

### PARTICIPANTS

Tout responsable de projet chargé de l'encadrement de son équipe.

### PREREQUIS

Expérience souhaitable en management d'équipes.

### pour aller plus loin

- ▶ Manager confirmé : renforcez votre efficacité p. 97
- ▶ Développer son leadership de manager p. 98

Caractériser et affermir son leadership en développant des compétences managériales et relationnelles en situation d'encadrement de proximité. Apprendre à valoriser l'autonomie de ses collaborateurs, leurs réussites et s'initier à la gestion des conflits permettront d'augmenter la performance sur le terrain.

**df** **Vidéo** **Best**

Réf : MPX  
 Durée : 3 jours  
 Paris 12-14 nov. 2014  
 12-14 janv./30 mars-1 avr. 2015  
 18-20 mai 2015  
 Groupe 1 2-4 fév./4-6 mai 2015  
 Groupe 2 16-18 fév./11-13 mai 2015  
 Groupe 3 9-11 fév./26-28 mai 2015  
 Prix : 1 830 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Tout public ayant à encadrer une équipe.

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Les rôles et missions du manager de proximité**

- Connaître son rôle, ses missions et ses objectifs.
- Développer une expertise managériale : distinguer compétences techniques et compétences managériales.
- Découvrir la valeur ajoutée du manager de proximité.
- Resituer l'importance et le rôle de l'humain dans la fonction managériale.

**Travaux pratiques** Réflexions en groupes et en grand groupe, études de cas.

**» Le pouvoir du manager de proximité**

- Identifier les sources du pouvoir.
- Connaître les contraintes et les limites du pouvoir.
- Comprendre les mécanismes relationnels et les jeux de pouvoir entre manager et collaborateurs.
- Développer son autorité et son leadership : doser sa fermeté décisionnelle et sa souplesse relationnelle.
- Obtenir l'adhésion de ses collaborateurs aux valeurs, décisions et projets du service et de l'entreprise.
- Impliquer les collaborateurs et installer une confiance mutuelle : les outils du management collectif et individuel.

**Travaux pratiques** Réflexions individuelles par la perception inversée.

**» Les comportements efficaces : le management situationnel**

- Principes de base, objectifs, avantages et limites des différents styles de management.
- Identifier son style : autodiagnostic et étude de cas.

• Améliorer et adapter son style aux situations, contextes et collaborateurs.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic individuel de son style dominant sur la base de huit études de cas types.

**» Développer l'autonomie des collaborateurs**

- Comprendre les mécanismes de l'autonomie : compétences et implication.
- Mesurer l'autonomie des collaborateurs.
- Identifier et agir sur les moteurs de la motivation.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées d'entretiens individuels.

**» Reconnaître les réussites pour encourager**

- Comprendre la spirale de l'échec ou de la réussite.
- Reconnaître les succès pour encourager.
- Se positionner comme facilitateur de réussites.
- Utiliser les signes de reconnaissance performants.

**Travaux pratiques** Etude de l'impact des signes de reconnaissance par la perception inversée.

**» Les situations difficiles**

- Connaître les origines des conflits et prendre du recul.
- Comprendre les mécanismes de l'escalade conflictuelle.
- Mieux gérer ses émotions, ses pensées et ses propres tensions.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés de cas concrets apportés par les participants.

## Pratique Passer d'expert à manager

76

Pour un expert, prendre la mesure de son nouveau poste de manager, de ses missions et responsabilités, s'avère complexe. L'objectif de ce stage est d'apporter tous les éléments nécessaires au succès de cette transition. Vous verrez comment réussir votre prise de poste et utiliser les bons leviers d'action.

**df** **Exercices pratiques**

Réf : PEX  
 Durée : 2 jours  
 Paris 20-21 oct./1-2 déc. 2014  
 16-17 fév./7-8 avril 2015  
 Groupe 1 30-31 mars/22-23 juin 2015  
 Groupe 2 30-31 mars/15-16 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» EXERCICES**  
 Exercices, études de cas, jeux de rôles, tests et entraînements. Partage d'expériences, exposés-débats, réflexions individuelles et collectives.

**» PARTICIPANTS**  
 Experts devenant managers. Managers débutants ou confirmés devant concilier expertise et management.

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre son nouveau rôle de manager**

- Différencier les rôles de manager et d'expert.
- Connaître les attentes de la hiérarchie et des collaborateurs.
- Les changements à accomplir.

**Travaux pratiques** Débuter dans sa fonction de manager. Réflexion collective : les rôles respectifs de l'expert et du manager, les attentes des interlocuteurs.

**» S'organiser pour réussir**

- Définir ses objectifs. Les négocier avec sa hiérarchie.
- Fixer les objectifs de ses collaborateurs. Méthode SMART.
- Gérer son temps et ses priorités. Matrice d'Eisenhower.

**Travaux pratiques** Fixer un objectif à un collaborateur. Etablir ses priorités.

**» Réussir sa prise de poste**

- Distinguer les 3 contextes différents : parachutage, promotion interne, projet.
- Se préparer efficacement. Le questionnaire CQQCOQP.
- Se poser les bonnes questions.
- Le démarrage : rythme, contacts.
- Réussir sa première réunion : préparation, présentation, contenu.
- Etablir des règles de fonctionnement et de contrôle.

**Travaux pratiques** Echange et questionnement sur les conditions de préparation, le démarrage, la première réunion, les règles, les contrôles. Mises en situation.

**» Gérer les hommes et l'équipe**

- Mettre en place une communication constructive.
- Pratiquer l'écoute active.
- Comment interrompre sans couper la parole ?
- Bannir les mots noirs.
- Pratiquer le management contextuel.
- Connaître les styles de management.
- Comment motiver ses collaborateurs ?
- Pratiquer la délégation.

**Travaux pratiques** Exercices de communication et d'écoute active. Questionnaire : quel est votre style de management ? Entraînement au management contextuel. La convocation. Déléguer à un collaborateur.

**» Gérer les situations difficiles**

- Comprendre la nature des conflits. Gérer les conflits.
- Prévenir, faire face et résoudre les conflits : la méthode DESC.
- Gérer les gens difficiles. Les typologies, la méthode des "7 nains" en réunion.

**Mise en situation** Cas de gestion de conflit. Réflexion autour de la gestion des personnalités difficiles en réunion.

**» Construire son plan personnel de progrès**

- Mettre en évidence ses talents personnels et ses axes de progression.

Pour un manager, l'efficacité personnelle est aussi importante que les compétences managériales et organisationnelles. Ce stage vous montrera comment gérer le stress et le temps, animer une réunion, convaincre et agir avec pondération et efficacité avec son équipe.

## » S'automotiver

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

## » 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.

**Mise en situation** *Prise de parole en public : intervention sur un sujet maîtrisé devant le groupe. Débriefing collectif.*

## » 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.

**Mise en situation** *Animation par anticipation de la prochaine réunion programmée ou à programmer avec ses collaborateurs. Débriefing collectif.*

## » Gérer les conflits

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

**Exercices** *Découvrir les "origines cachées des conflits" : identification de ses attitudes ou tendances comportementales naturelles pouvant générer des tensions ou des situations conflictuelles.*

## » 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.

**Exercices** *Autodiagnostic de ses messages contraignants et de leur impact sur la perception du stress.*

## » 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.

**Travaux pratiques** *Application de la matrice d'Eisenhower à ses tâches quotidiennes. Débriefing collectif.*



Réf :	PEM
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 12-14 janv./16-18 mars 2015 18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Nouveaux managers ou managers confirmés.

## » PREREQUIS

Connaître les fondamentaux du management.

# //// "Manager minute", les techniques pour être plus efficace

Qu'est-ce qu'un "manager minute" ? Dans ce stage très concret, vous découvrirez les points clés pour obtenir en peu de temps d'excellents résultats de la part de vos collaborateurs et accroître la productivité de votre équipe tout en contribuant à l'épanouissement de tous.

## » Fixer des "objectifs minute" ?

- Définition d'un "objectif minute".
- La règle des 80/20 appliquée aux objectifs.
- Se mettre d'accord sur les objectifs et déterminer les priorités.
- Connaître les points importants pour fixer des "objectifs minute".
- Se fixer des objectifs professionnels et personnels avant de fixer des objectifs aux autres.
- Vérifier la cohérence entre son comportement et les objectifs fixés.
- Suivre les objectifs et développer le potentiel de ses collaborateurs.

**Travaux pratiques** *Définir des "objectifs minute". Correction collective.*

## » Savoir communiquer des "félicitations minute"

- Connaître les moyens pour aider ses collaborateurs à améliorer leur travail au quotidien.
- Comprendre les sept points clés pour faire des "félicitations minute" efficaces.
- Cerner les besoins de ses collaborateurs.
- Appliquer des règles de relations humaines simples mais efficaces en complément.
- Apprendre à se connaître et connaître ses points forts (test de Porot).
- Prendre conscience des effets des "félicitations minute".

**Travaux pratiques** *Jeux de rôles : mise en application des sept points clés pour réussir des "félicitations minute".*

## » Savoir faire des "réprimandes minute"

- Comprendre pourquoi la majorité des critiques sont perçues négativement.
- Apprendre à corriger une erreur sans offenser.
- Comprendre les actions à accomplir pour que les "réprimandes minute" soient efficaces.
- Mesurer l'efficacité des "réprimandes minute".
- Gérer la personne avant de gérer le comportement.
- Pratiquer le management émotionnel pour devenir un "manager minute" apprécié.

**Travaux pratiques** *S'exercer à donner des "réprimandes minute". Débriefing collectif.*

## » Se comporter en "manager minute" : en résumé

- Un comportement au quotidien.
- Donner envie à ses collaborateurs de devenir des "managers minute".
- Plan de jeu du "manager minute" pour obtenir de meilleurs résultats en moins de temps.
- Mettre en application les techniques du "management minute".

**Travaux pratiques** *Engagement écrit pour la mise en application avec "objectif minute" à réaliser dans l'entreprise.*



Réf :	MMN
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exercices individuels et collectifs à partir de cas concrets.

## » PARTICIPANTS

Managers actuels ou managers en prise de poste.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra d'acquérir les bases du management par objectifs. Il vous montrera comment manager vos collaborateurs, les accompagner et les mobiliser en vous appuyant sur des objectifs précis.

---

Réf : FIX

Durée : 2 jours

Paris 6-7 oct./15-16 déc. 2014  
12-13 mars/11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Partage d'expériences, simulations d'entretien, ateliers de rédaction d'objectifs.

---

**PARTICIPANTS**

Managers, responsables d'équipes ou chefs de projets.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière. Expérience souhaitée en management.

» Comprendre l'importance des objectifs

- Définir la notion d'objectif.
- Comprendre l'importance des objectifs pour les collaborateurs.
- Les objectifs du point de vue du management.
- Connaître les deux grandes familles d'objectifs.
- Les objectifs opérationnels : qualité, quantité, délai.
- Les objectifs de progrès : savoir, savoir-faire, savoir-être.

» Nature des objectifs

- Comment connaître la nature des objectifs ?
- Savoir lier les objectifs aux projets.
- Les objectifs en relation avec le collaborateur.
- Comment les attacher aux tâches à réaliser ?
- Les objectifs liés aux compétences professionnelles et au comportement au travail.

**Travaux pratiques** Elaborer la typologie de ses propres objectifs à partir d'une grille donnée.

» Savoir fixer un objectif

- Caractéristiques d'un objectif SMART (Spécifique, Mesurable, Acceptable, Réaliste, Temps limité).
- Savoir définir un objectif SMART.
- Savoir formuler des objectifs.
- Apprendre à communiquer les objectifs (verbes d'action, nombre d'or...).

**Travaux pratiques** Entraînement à la rédaction d'objectifs SMART.

» Evaluer l'atteinte des objectifs

- Prendre conscience des points de vigilance.
- Priorisation et cohérence.
- Adéquation objectifs et ressources.
- Décliner un projet ou une stratégie en objectifs opérationnels.
- La déclinaison verticale et horizontale.
- Transformer un objectif collectif en objectif individuel.

**Travaux pratiques** Exercice d'analyse personnalisée sur l'évaluation des objectifs fixés à ses collaborateurs.

» Les outils de pilotage

- Définir des indicateurs pour son équipe.
- Tableaux de bord pour évaluer l'atteinte des objectifs.
- Analyser les performances et les écarts.

**Travaux pratiques** Exercice de création de tableau de bord pour évaluer l'atteinte des objectifs.

» Accompagner ses collaborateurs

- Comment accompagner ses collaborateurs dans l'atteinte des objectifs ?
- Pratiquer des entretiens réguliers.
- Mettre en place des points d'avancement et de feedback.
- Mettre en place des actions correctives.

**Travaux pratiques** Mise en situation avec simulation d'entretien : entraînement aux diverses situations de pilotage comme l'entretien de recadrage ou délégation, séquence feedback et réunion de mobilisation.



# Déléguer et responsabiliser



La motivation, la cohésion et la performance d'une équipe sont les résultats d'une délégation efficace des responsabilités. Ce stage vous permettra d'en maîtriser tous les aspects. Vous apprendrez à responsabiliser, à accompagner vos collaborateurs et à mettre en place des indicateurs de suivi pertinents.

---

Réf : DEL

Durée : 2 jours

Paris 24-25 nov. 2014  
19-20 janv./2-3 avril 2015  
1-2 juin 2015

Groupe 1 4-5 déc. 2014  
9-10 mars 2015

Groupe 2 11-12 déc. 2014  
30-31 mars/1-2 juin 2015

Groupe 3 18-19 déc. 2014  
30-31 mars/15-16 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Mises en situation filmées avec restitution individualisée. Echanges interactifs.

---

**PARTICIPANTS**

Managers d'équipes.

---

**PREREQUIS**

Une première expérience en management est souhaitable.

» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

» Cerner les enjeux de la délégation

- Comprendre les avantages pour le collaborateur, le management et l'entreprise.
- Aborder la délégation comme un outil de développement.
- Prendre conscience de son approche personnelle dans la délégation.
- Identifier les règles de base de la délégation et les principaux écueils à éviter.

**Travaux pratiques** Réflexion individuelle : chaque participant dresse la liste des missions et des tâches à déléguer pour son équipe. Débriefing collectif.

» Responsabiliser par la délégation

- Délimiter le cadre de la délégation : résultats attendus.
- Identifier les besoins de développement.
- Fixer des objectifs individuels : objectif, destinataire, échéance.
- Connaître les étapes du processus de délégation.
- Tenir compte du niveau d'autonomie et de compétence.

**Travaux pratiques** En binôme, définition des aires de résultats attendus. Atelier individuel, cartographier les compétences de son équipe. Discussion collective sur le lien entre compétences et missions à déléguer.

» Conduire un entretien de délégation

- Définir les étapes clés de l'entretien de délégation.
- Préparer son entretien : lieu, moment, messages.
- Choisir une communication adaptée : clarté, posture, choix des mots.

- Ecouter le délégataire et prendre en compte ses attentes.
- Motiver son collaborateur à l'action.

**Travaux pratiques** Mise en situation d'entretien de délégation avec vidéo. Débriefing sur les comportements observés.

» Piloter la délégation

- Identifier les indicateurs de suivi.
- Mise en place de tableaux de bord individuels et collectifs.
- Formaliser des points d'avancement.

**Travaux pratiques** Exercice individuel : identifier les indicateurs de suivi efficace. Construire son tableau de bord. Présentation et échanges.

» Accompagner la délégation dans le temps

- Rester informé sur l'avancement des missions.
- Mettre en place des entretiens de suivi.
- Savoir valoriser et reconnaître les réussites.
- Gérer les dérives et les aléas, recadrer si nécessaire.
- Réajuster si besoin les indicateurs de pilotage.
- Evaluer la réussite de la délégation.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée : donner des signes de reconnaissance, savoir gérer les dérives. Débriefing personnalisé.

Apprendre à valoriser les actions, instaurer le dialogue et adapter les signes de reconnaissance en fonction des types de personnalité pour stimuler vos collaborateurs en les impliquant dans la performance relationnelle.

Savoir émettre des critiques positives et développer un cadre assertif dans les échanges.

## » Connaître les différentes approches de la motivation

- Motivation : de quoi parle-t-on ?
- L'approche classique et les innovations.
- Le rôle de la valorisation individuelle dans la motivation.
- Repérer ses propres leviers de motivation et ceux de ses collaborateurs.

**Travaux pratiques** *Elaboration d'un plan de motivation en sous-groupes et débriefing collectif.*

## » Favoriser l'expression des collaborateurs

- Prendre en compte les nouvelles données de l'environnement professionnel.
- Aider le collaborateur à remplacer la passivité ou l'agressivité par une posture assertive.
- Donner du sens aux activités de ses collaborateurs.
- Consulter son équipe : réunir, questionner, impliquer.
- Savoir exposer sa vision de manager et véhiculer les valeurs de l'entreprise.
- Utiliser la délégation comme outil de motivation.
- Mettre en place un système de communication clair et interactif.

**Travaux pratiques** *Mises en situations filmées à partir des situations vécues par les participants.*

## » Valoriser ses collaborateurs de manière personnalisée

- Savoir valoriser de façon individuelle et/ou collective.
- Formuler une demande directe : que penses-tu de...?

- Donner un signe de reconnaissance comme moyen d'apprentissage.
- Choisir les signes de reconnaissance selon les types de personnalité.

**Travaux pratiques** *Partage d'expériences et de bonnes pratiques.*

## » Savoir donner et recevoir des signes de reconnaissance

- Un signe de reconnaissance, qu'est-ce que c'est ?
- Verbaliser et oublier l'expression " ça va sans dire ".
- Les pratiques anglo-saxonnes du signe de reconnaissance : Stroke(s).
- Valoriser ou critiquer la tâche mais jamais la personne.
- Convoquer des témoins à la transmission de signes de reconnaissance positifs.
- Les règles essentielles à respecter pour adresser des critiques.

**Travaux pratiques** *Mises en situation filmées avec analyse des postures individuelles.*

## » Plan d'action personnel de progrès

- Identifier les axes de progrès: actions, objectifs, délais, avec qui, quand...
- Critères de mesure et points de vigilance.

**Travaux pratiques** *Construire un plan d'action de progrès individuel.*



Réf :	VCO
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Pédagogie active et dynamique : mises en situation filmées, jeux de rôle, étude de cas, réflexions en groupe ou en sous-groupes.

### » PARTICIPANTS

Toute personne amenée à animer et manager une équipe transverse ou hiérarchique.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Manager : améliorez votre communication écrite

Ce stage pratique vous permettra d'améliorer vos écrits professionnels et plus particulièrement ceux qui concernent les différentes situations managériales que vous êtes amené à rencontrer. Vous verrez comment rédiger des documents structurés, formaliser un objectif et adapter votre style au contexte de l'entreprise.

## » Ecrire pour l'entreprise

- Comprendre la place de la communication et de l'écrit dans l'entreprise.
- Les différents facteurs à prendre en compte dans un écrit professionnel : interlocuteurs, objectifs, contexte, droit...
- Identifier sa propre relation à l'écrit professionnel : atouts, limites, influence de son style...

**Travaux pratiques** *Echanges et partages d'expériences sur les objectifs des écrits en entreprise. Test : "quel est votre profil de rédacteur ?".*

## » Concevoir un écrit

- Déterminer un objectif clair et précis.
- Cibler les interlocuteurs : clients, équipe, hiérarchie, partenaires...
- Identifier le message principal et les messages secondaires.
- Repérer les informations nécessaires à la rédaction.

**Travaux pratiques** *Repérer le message essentiel dans un document.*

## » Maîtriser les différents types d'écrits dans l'entreprise

- La lettre : adapter le plan à ses objectifs, utiliser les bonnes formules de politesse...
- Le courriel : les spécificités et les risques, les structures, les formules d'introduction et de conclusion...
- L'ordre du jour de la réunion : anticiper le contenu, préparer l'ordre du jour, le diffuser...

- Le compte rendu : organiser sa prise de notes selon l'objectif et sa structure (chronologique, synoptique, synthétique).
- La note de synthèse : maîtriser la lecture rapide, l'analyse et la rédaction selon la méthode Octopus.

**Travaux pratiques** *Analyse de textes et propositions d'amélioration. Exercices de prise de note et de rédaction d'un compte rendu de réunion.*

## » Améliorer son style

- Enrichir et varier son vocabulaire.
- Alléger ses expressions.
- Optimiser ses enchaînements.
- Rédiger des conclusions incitatives.

**Travaux pratiques** *Rédaction et réécriture de lettres et de courriels.*

## » Susciter l'intérêt des lecteurs

- Soigner la lisibilité et la présentation de ses documents Word.
- Rédiger des titres et des sous-titres parlants.
- Laisser de la place aux images et illustrations.

**Travaux pratiques** *Réécriture de textes et travaux sur la lisibilité, les titres et les illustrations. Lectures croisées entre participants.*



Réf :	RIE
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Nouveaux managers ou managers confirmés.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Créer un climat de confiance, communiquer et animer les équipes autour de valeurs et de principes de fonctionnement partagés. Savoir motiver, négocier en argumentant, renforcer la cohésion par le Teambuilding et manager par objectifs en sachant déléguer et susciter la créativité.

### Mettre en place des références communes avec son équipe

- Connaître les différents styles de management : directif, persuasif, participatif ou délégatif.
- Trouver son propre style de management.
- Définir ses forces et ses axes de progrès.
- Adapter son management au contexte et aux personnalités.
- Découvrir la notion de leadership situationnel.
- Formaliser des objectifs communs : définir les objectifs et niveaux de performances correspondants (objectifs SMART).
- Communiquer, suivre et contrôler les objectifs fixés aux individus et à l'équipe.

**Travaux pratiques** Etudes de cas et réflexion collective sur le leadership d'un manager.

### Animer son équipe

- Situer le rôle de l'équipe dans l'entreprise : vision, stratégie, ressources...
- Développer son image de leader : utiliser son intelligence émotionnelle, savoir communiquer en public, savoir s'adapter.
- Intégrer avec succès les nouveaux venus dans l'équipe : accueil et mise en confiance.
- Gérer les personnalités difficiles : les différents types de personnalités et de comportements.
- Favoriser la prise de parole et reconnaître les initiatives. Savoir canaliser et les utiliser à bon escient.
- Faire accepter les changements et lever les freins, les résistances (individuelles et collectives).

**Travaux pratiques** Mise en situations filmées et débriées : animation de réunions d'équipe avec divers types de collaborateurs (faciles, difficiles).

### Savoir communiquer

- Communiquer des directives : structurer sa pensée et ses idées, s'approprier les décisions et les exposer clairement.
- Savoir positiver les imprévus.
- Etre convaincant : impliquer son auditoire et argumenter pour persuader.
- Traiter les objections : savoir s'appuyer sur elles pour faire valoir son point de vue.
- Communiquer sur des points négatifs : recadrer sans démotiver, annoncer des mauvaises nouvelles et gérer un désaccord.

**Travaux pratiques** Exercices filmés de communication.

### Réussir des négociations gagnant-gagnant

- Opter pour une stratégie fondée sur le consensus : la notion de positions de vie.
- Découvrir la vision du collaborateur : écoute spontanée, écoute active, questionnement et reformulation.
- Elaborer un argumentaire personnalisé, adapter sa réponse à son interlocuteur.

**Travaux pratiques** Exercices de négociation : identification de ce qui est négociable et de ce qui ne l'est pas, repérage des enjeux réels...

### Créer la confiance

- Faire partager sa vision et ses valeurs : distinctions vision/valeurs et mise en cohérence des deux.
- Donner au groupe les moyens d'agir, être fournisseur de ressources.
- Développer la créativité de son équipe : brainstorming et autres méthodes de développement de la créativité.
- Sortir des logiques individuelles au profit du teambuilding : cohésion et esprit d'équipe.

**Travaux pratiques** Etude de cas et réflexion collective autour de la construction de l'appartenance à une équipe.

### Utiliser les leviers de la motivation

- Prendre en compte les besoins individuels et trouver les leviers de motivation de ses collaborateurs.
- Adopter un mode de communication adapté à chaque type de collaborateur.
- Créer une ambiance stimulante : célébrer les événements et les succès.
- Positiver les changements.
- Proposer des outils concrets : avantages, primes, promotions, projets, conditions de travail...

**Travaux pratiques** Les participants repèrent les causes de motivation, démotivation, non-motivation dans leur équipe. Identification et propositions de mise en place d'outils pour y remédier.

### Oser déléguer

- Comprendre et cerner les enjeux de la délégation : donner du pouvoir tout en gardant la responsabilité des actions.
  - Savoir ce qui peut être déléguable et ce qui ne peut pas l'être.
  - Distinguer déléguer et faire exécuter.
  - Responsabiliser ses collaborateurs par la délégation : à qui déléguer ?
  - Communiquer et accompagner la délégation : l'entretien de délégation, l'adhésion du délégataire.
  - Piloter la délégation : élaborer un échéancier de vérification et garder la main sur le planning
- Travaux pratiques** Mise en situation : mise en place d'une délégation, entretien de délégation et suivi des actions.



Réf :	MOT
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./12-14 nov. 2014 8-10 déc. 2014 5-7 janv./9-11 fév. 2015
Groupe 1	6-8 oct./24-26 nov. 2014 12-14 janv./30 mars-1 avr. 2015
Groupe 2	1-3 déc. 2014 16-18 fév./7-9 avril 2015
Groupe 3	1-3 déc. 2014 16-18 mars/23-25 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Les participants seront amenés à rejouer devant la caméra des situations professionnelles réelles qu'ils analyseront pour acquérir des outils directement utilisables sur le terrain.

### PARTICIPANTS

Managers, responsables d'équipe.

### PREREQUIS

Expérience requise en management d'équipes.

### pour aller plus loin

- Renforcer la cohésion dans son équipe p. 82
- Maîtriser les conflits dans votre équipe p. 85
- Développer son leadership de manager p. 98

Comprendre le fonctionnement d'une équipe. Evaluer ses compétences et son potentiel. Identifier et gérer les priorités au quotidien. Faire adhérer pleinement aux décisions et changements. Gérer sa propre disponibilité et celle de son équipe. Acquérir les outils et méthodes pour organiser son équipe au quotidien.

## » Comprendre la vie d'un groupe au travail

- Comprendre le fonctionnement d'un groupe au travail.
- Appréhender les attentes et les besoins du groupe.

**Travaux pratiques** Jeu de présentation du groupe, réflexion sur la dynamique créée.

## » Faire le bilan sur la gestion de son temps et celui de son équipe

- Sa relation au temps dans l'entreprise.
- Diagnostic de l'utilisation de mon temps.
- Aspects positifs, résistances rencontrées.
- Nouveaux objectifs et améliorations possibles.
- Identifier les temps de travail collectifs actuels.
- Quantifier le temps passé en réunion, au téléphone, en RDV, en déplacement...

**Travaux pratiques** Evaluations individuelles de sa relation au temps. Répertoire des missions et les tâches de son équipe.

## » Organiser l'activité de son équipe

- Fixer des objectifs collectifs et individuels : SMART.
- Définir et formaliser des plans d'action collectifs.
- Suivre les actions pour s'assurer des résultats.

**Travaux pratiques** Construction en sous-groupes d'un plan d'actions avec des objectifs SMART.

## » Organiser son temps et celui de son équipe

- Faire le point sur le niveau prioritaire des activités.
- Classer les activités selon le principe d'Eisenhower.
- S'approprier les règles d'une organisation efficace.

**Travaux pratiques** Gérer les priorités avec la matrice d'Eisenhower.

## » L'impact du changement sur l'organisation de l'activité

- Comprendre les étapes de l'acceptation du changement.
- Savoir communiquer pour préparer le changement.
- Faire adhérer l'équipe au changement.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles.

## » Organiser sa communication managériale

- Organiser des temps d'échanges collectifs et individuels.
- Utiliser la communication assertive.
- L'importance du non-verbal dans la communication
- Ecouter activement, questionner, reformuler, pratiquer l'empathie.
- Gérer les sollicitations et les interruptions.
- Savoir dire NON. Savoir formuler ses demandes

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée, autour de la communication (savoir dire non, être assertif...). Débriefing.

## » L'impact des conflits sur l'organisation du travail

- Désamorcer les tensions.
- Comprendre les mécanismes du triangle dramatique.
- Mieux gérer ses émotions et ses pensées négatives

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés sur la gestion de la relation conflictuelle.



Réf :	OTE
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 18-19 juin 2015
Groupe 1	11-12 déc. 2015 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 2	18-19 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Groupe 3	4-5 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Partage d'expériences. Mises en situation filmées puis analysées, jeux de rôles, test et autodiagnostic, jeux, études de cas...

### » PARTICIPANTS

Managers, responsables d'équipes.

### » PREREQUIS

Expérience en management d'équipe. Bonne connaissance des principes fondamentaux du management.

# Renforcer la performance de votre équipe

Consolider confiance et esprit de réussite pour renforcer la cohésion du groupe en donnant du sens aux objectifs et en favorisant l'innovation pour atteindre un stade " d'intelligence collective ". Dynamique d'écoute, cartographie des comportements individuels et outils de pilotage de la performance collective.

## » Evaluer sa performance de manager

- Se sentir légitime, avoir confiance, gérer ses émotions.
- Développer son charisme, asseoir son leadership.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic. Identifier son style de management. Bilan personnel.

## » Comprendre le fonctionnement de son équipe

- Le fonctionnement d'un individu dans un groupe.
- Les trois besoins fondamentaux d'une équipe.
- Savoir reconnaître et gérer les différentes personnalités.
- Identifier les éléments constitutifs de son équipe et les rôles à développer et à mieux répartir.

**Travaux pratiques** Faire le diagnostic de la " personnalité " de son équipe.

## » Evaluer les performances

- L'adéquation entre les compétences acquises et les compétences requises.
- Evaluer les performances individuelles et collectives.
- Connaître tous les outils de pilotage efficaces.
- Un outil pour visualiser les priorités individuelles et collectives : la grille de diagnostic collectif.
- Etablir des plans d'actions personnels.
- Réaliser des entretiens mobilisateurs et stimulants.

**Travaux pratiques** Faire le diagnostic de l'organisation et du fonctionnement de son équipe. Construire le tableau d'activité de son équipe.

## » Développer le potentiel et la motivation

- S'approprier le rôle de développeur de talent.
- Développer une vision et donner du sens.
- Etablir des contrats d'objectifs pertinents et motivants, mener des entretiens de suivi.
- Résolution de problèmes et prise de décisions.
- Favoriser l'innovation.

**Travaux pratiques** Entretiens de délégation ou de fixation d'objectifs. Check list de plus de trente actions concrètes de motivation.

## » Plus de cohésion pour plus de performance

- Prévoir les risques d'incompréhension et de tensions.
- Savoir entendre et encourager.
- Dédramatiser la situation.
- Gérer les réticences et les conflits.
- Instaurer le changement pour renforcer la cohésion.
- Les cinq stades de la construction d'une cohésion.
- Instaurer des valeurs communes et des règles du jeu.
- Favoriser la réussite individuelle et collective.

**Travaux pratiques** Simulations filmées : désamorcer un conflit managérial.

## » Plan d'Action Personnel de Progrès

- Autoanalyse/diagnostic de chaque participant.
- Mise en évidence de vos talents personnels.
- Détecter vos potentialités et tirer vos fonctions inférieures vers le haut.
- Plan d'action personnel : objectifs, étapes, délais, acteurs, obstacles à la réalisation, résultats attendus.



Réf :	DPE
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./15-17 déc. 2014 23-25 fév./13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Groupe 1	17-19 nov. 2014 12-14 janv./16-18 mars 2015
Groupe 2	12-14 nov. 2014 12-14 janv./30 mars-1 avril 2015
Groupe 3	8-10 déc. 2014 9-11 mars/15-17 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Nombreux exercices pratiques et jeux de rôles filmés avec restitution.

### » PARTICIPANTS

Managers, responsables d'équipe, chefs de projets.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances du rôle et des fonctions de manager. Expérience requise en management d'équipes.  
» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Pour un manager, la cohésion d'une équipe se construit sur la base des missions qui lui sont confiées. Ce stage vous permettra d'acquérir des techniques pour forger l'identité du groupe, définir les orientations à partir d'une vision partagée, communiquer efficacement, favoriser l'entraide et l'apprentissage collectif.



Réf :	COE
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 9-10 mars/1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Cadres, chefs de projet, managers souhaitant renforcer la cohésion de leurs collaborateurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » Connaître les bases de la cohésion d'équipe

- Identifier les stades de développement de son équipe.
- Déterminer les attentes individuelles au sein d'une équipe.
- Evaluer le savoir-faire et la motivation de chaque collaborateur.
- Analyser son propre style de management.
- Connaître les comportements professionnels : les préférences cérébrales.
- Comprendre les réactions face à un événement : origine et fonction des émotions.

**Travaux pratiques** Analyse des caractéristiques individuelles. Identification des différents styles de management et leurs applications.

#### » Adopter des attitudes favorisant la cohésion

- Développer sa confiance en soi et son assertivité.
- Répondre aux attentes d'attention et de prise en considération.
- Formuler des signes de reconnaissance.
- Pratiquer des délégations responsabilisantes : tenir compte du niveau de motivation et de compétence.

**Travaux pratiques** Donner des signes de reconnaissance. Jeux de rôles filmés : délégation d'équipe.

#### » Entretenir la cohésion dans le temps

- Développer l'écoute active, le respect mutuel.
- Rechercher les convergences d'intérêts.
- Développer la collaboration, l'entraide, l'entente par la coopération autonome.

- Optimiser la responsabilisation.
- Développer les compétences par l'accompagnement.
- Favoriser la prise de décision.
- Optimiser la délégation.
- Développer les expertises transverses.

**Travaux pratiques** Cas filmés sur la prise de décision en groupe.

#### » Mettre en place la cohésion à l'aide d'outils

- L'analyse systémique : analyser les événements dans leur globalité, assurer l'ouverture des membres de l'équipe.
- L'analyse systémique : mettre en place des comportements empathiques.
- La maîtrise personnelle : exprimer ses ressentis par la méthode D.E.S.C.
- La maîtrise personnelle : développer la confiance en soi. Optimiser son pouvoir de persuasion.
- La remise en question des modèles : développer la vision positive, assurer la souplesse et la flexibilité.
- La vision partagée : élaborer sa propre vision et vérifier la cohérence des actions mises en œuvre.
- La vision partagée : ancrer sa vision dans le temps. Partager sa vision de manager. Donner des repères temporels.
- L'apprentissage en équipe : définir les objectifs en équipe, résoudre les problèmes en équipe.

**Travaux pratiques** Etudes de cas filmées et analysées.

# Améliorer la cohésion d'équipe, atelier théâtre

Cet atelier vous permettra de mesurer l'importance de la cohésion pour le travail collectif. Au moyen d'exercices de jeux de rôles, il vous montrera comment créer la confiance et faire adhérer toute une équipe à un projet commun.



Réf :	HOE
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mini-créations théâtrales. Etudes de cas et travaux en sous-groupes. Exercices de théâtre adaptés pour des non-acteurs.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant approfondir sa compréhension du fonctionnement d'équipe, et particulièrement les responsables ou managers d'équipes.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière. Expérience du travail en équipe.

#### » Constitution et fonctionnement d'une équipe

- Connaître les étapes constitutives d'une équipe.
- Savoir adapter son comportement à chaque étape.
- Comprendre les rôles de chacun au sein de l'équipe.
- Communiquer de manière formelle et informelle.
- Partager des moments de vie du groupe et structurer le temps collectif.
- Accompagner les évolutions et changements.

**Réflexion collective** Retours d'expériences suivis d'apports théoriques. Travail collectif sur la création théâtrale « fil rouge » du stage.

#### » Mieux se connaître, mieux travailler en équipe

- Identifier son rôle et positionnement au sein d'une équipe.
- Développer sa capacité à faire confiance et travailler en groupe.
- Trouver sa place au sein d'un collectif et jouer sur les complémentarités.
- Construire son plan personnel de progrès.

**Echanges** Echanges en binôme, feedback collectif permettant à chaque participant d'identifier son approche du travail en équipe et ses axes de développement.

#### » Créer du sens, susciter l'adhésion

- Formuler les objectifs et le projet d'équipe.
- Perpétuer l'histoire : passé, présent, futur.
- Développer la coresponsabilité des membres de l'équipe.

- Renouveler quotidiennement le sens en fonction des événements.
- Comprendre l'influence de l'environnement sur la cohésion d'équipe.

**Etude de cas** Travail en sous-groupes autour de la création de sens (Storytelling). Les participants doivent formuler des messages cohérents à partir d'informations contradictoires.

#### » Manager les individus, alimenter la cohésion

- Créer la confiance.
- Donner sa juste place à chaque individu.
- Comprendre les différents degrés de dépendance et d'autonomie.
- Détecter les facteurs de motivation individuels et collectifs.
- Favoriser l'intégration des nouveaux dans l'équipe, transmettre les savoir-faire.

**Exercices** Exercices de théâtre sur la confiance (en soi, en l'autre, en l'équipe), le lien, la prise de risques. Partages d'expériences complétés d'apports théoriques.

# Aider son équipe à progresser par le codéveloppement l'intelligence collective au service des équipes

nouveau



Le codéveloppement est une approche de développement individuel et collectif qui favorise l'échange et la résolution de problème. Cette formation vous permettra de découvrir et d'expérimenter les 6 étapes de cette approche afin de l'utiliser dans votre pratique managériale, qu'elle soit hiérarchique ou transverse.

## » Les fondamentaux du codéveloppement

- Comprendre les objectifs du codéveloppement : résolution de problème, construction de projet.
- Orienter le management vers un fonctionnement collaboratif : développement des collaborateurs.
- S'appuyer sur l'échange de pratique comme base de l'intelligence collective.
- Distinguer les 3 rôles des participants : animateur/coach, consultant et client.

**Réflexion collective** Echanges autour des fondamentaux et des principes de la méthode.

## » Expérimenter les 6 étapes de la pratique du codéveloppement

- Exposer un projet et une problématique, et choisir le sujet.
- Utiliser le questionnement ouvert pour appréhender la réalité et la personne.
- Etablir un contrat entre le client et les consultants.
- Employer l'intelligence collective au service du collaborateur pour lui ouvrir le champ de solution : la consultation.
- Définir un plan d'actions suite aux conseils des participants.
- Identifier l'apprentissage individuel par un feedback.

**Travaux pratiques** Ateliers de codéveloppement animés par le formateur-coach où les participants prendront la posture de clients et de consultants.

## » Animer et superviser un atelier de codéveloppement

- Exposer clairement les principes de réussite aux participants.
- Veiller au respect des règles de base du codéveloppement.
- Animer les 6 étapes et connaître les bénéfices et difficultés de chaque étape.
- Se perfectionner dans son animation grâce au feedback.

**Mise en situation** Ateliers de codéveloppement animés tour à tour par les participants en mode réel. Mode stop and go pour favoriser la progression.

## » Utiliser le codéveloppement dans son management

- Transposer les bonnes pratiques du codéveloppement dans le management et la gestion de projet.
- Favoriser l'échange de pratiques grâce à l'apprentissage de l'écoute et du questionnement.
- Adapter le codéveloppement à son propre contexte professionnel.
- Elaborer un plan d'actions d'utilisation du codéveloppement.

**Travaux pratiques** Réflexion collective sur la mise en pratique du codéveloppement dans la pratique professionnelle.



Réf :	COV
Durée :	2 jours
Paris	3-4 nov. 2014 9-10 avril/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Pédagogie de la découverte : mise en pratique, feedback individuel, mise en lumière théorique, plan d'application.

## » PARTICIPANTS

Toute personne ayant une fonction managériale hiérarchique ou transverse ou tout professionnel des Ressources humaines en situation d'accompagnement.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Développer les compétences de vos collaborateurs



Cette formation vous apportera les savoir-faire et savoir-être essentiels à la mise en œuvre d'une démarche d'accompagnement des collaborateurs. Vous définirez un plan d'action concret pour le développement des compétences au sein de votre équipe, et à créer les conditions nécessaires au succès de sa réalisation.

## » Introduction

- Le développement des compétences, un enjeu pour l'entreprise.
- Le développement des compétences, un défi pour le manager.

**Travaux pratiques** Apports théoriques et exercices en sous groupes.

## » Faire progresser les collaborateurs en travaillant sur ses comportements

- Etre à l'écoute de ses collaborateurs.
- Instaurer un climat de confiance favorisant le dialogue.
- Utiliser la reconnaissance comme outil de motivation.
- Pratiquer le feedback. Permettre à chacun d'évoluer.
- Accompagner son équipe en étant à sa juste place.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles pour instaurer un climat de confiance au sein d'une équipe et donner des retours à ses collaborateurs. Restitution personnalisée.

## » Développer les compétences de ses collaborateurs

- Identifier le potentiel et le niveau de maturité de ses collaborateurs.
- Les différentes étapes de l'entretien professionnel.
- La délégation comme moyen de développant des compétences.
- Impliquer le collaborateur dans le développement de ses compétences.
- Gérer les difficultés.

**Travaux pratiques** Mises en situation avec jeux de rôles pour s'entraîner aux différentes étapes de l'entretien professionnel et pratiquer la délégation. Restitution personnalisée.

## » Anticiper l'évolution des compétences au sein d'une équipe

- Prendre du recul face au fonctionnement actuel d'une équipe ou d'un projet.
- Définir des priorités de développement des compétences.
- Traduire ces priorités en objectifs.
- Expliciter ces objectifs aux collaborateurs.
- Faire adhérer chacun aux objectifs.

**Travaux pratiques** Mises en situation en individuel à partir de cas réels pour définir des priorités de développement des compétences au sein de son équipe.

## » Mettre en place un plan de développement de l'équipe

- Développer les transferts de compétences entre les membres d'une équipe.
- Développer une situation d'interdépendance au sein d'une équipe et entre équipes.
- Motiver ses collaborateurs.
- Elaborer un plan d'action pour son équipe.

**Travaux pratiques** Travail en sous-groupes sur les bonnes pratiques. Restitution et échanges en groupe. Elaboration du plan d'action en individuel, personnalisation des recommandations.



Réf :	DCO
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 12-13 fév./16-17 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Ce stage, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles avec restitution et analyse individualisée.

## » PARTICIPANTS

Managers d'équipes, tous ceux qui souhaitent structurer leur pratique.

## » PREREQUIS

Connaissances en management.

La reprise d'une équipe est une opération complexe. L'approche du manager, sa manière de communiquer et ses premières décisions seront décisives tant pour sa réussite que pour la motivation et la performance de sa future équipe. Ce stage vous apportera les repères méthodologiques et les outils indispensables.



Réf :	REP
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic, mises en situation et discussions de groupe, création et utilisation d'outils de pilotage.

**PARTICIPANTS**  
Manager amené à reprendre une nouvelle équipe.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en management. Première expérience souhaitable.

» **Découvrir les étapes de la prise de fonction**

- Rappel sur les fondamentaux du management. Faire le point sur son style.
- Analyser son futur environnement. Identifier les enjeux et les responsabilités.
- Repérer les jalons de sa prise de fonction et les principales difficultés.

**Exercices** Autodiagnostic de son style de management. Réaliser son propre plan de reprise d'une équipe. Construire ses tableaux de bord.

» **Découvrir et prendre contact avec sa nouvelle équipe**

- Jouer la carte de l'humilité et de l'écoute.
- Développer et asseoir sa légitimité.
- Comprendre les activités et les objectifs de son équipe.

**Exercices** Simuler une première réunion de prise de contact.

» **Identifier les difficultés inhérentes à l'équipe**

- Les différents cas de figures.
- Avec une équipe débutante, encourager l'initiative.
- Avec une équipe expérimentée, reconnaître et tirer parti des acquis.
- Encadrer d'anciens collègues, exercer son autorité.

**Exercices** Développer ses réflexes managériaux dans différents cas de figure.

» **Prendre le rythme de son nouveau poste**

- Organiser les rencontres avec les différents acteurs.
- Analyser les règles et procédures de l'entreprise.
- Réaliser le prédiagnostic de la situation de l'équipe.

**Exercices** Préparer des rencontres et réaliser un pré-diagnostic à partir de fiches outils.

» **Etablir son nouveau "réseau"**

- Identifier ses ressources internes et externes.
- Repérer les rapports de force en présence.

**Exercices** Définir les savoir-faire, les compétences et l'héritage de l'équipe.

» **Donner une direction claire et cohérente**

- Clarifier les règles et les attentes avec sa hiérarchie.
- Prendre les premières décisions.
- Créer l'adhésion de l'équipe et amorcer les changements.

**Exercices** Sélectionner les premières priorités à l'aide de fiches conseils.

» **Les outils de suivi de la performance**

- Afficher son style à travers ses feed-back.
- Redéfinir les indicateurs de performance.
- Mettre en place des critères d'évaluation collective.

**Exercices** Créer des outils de pilotage et de suivi des décisions.



# Prévenir et gérer les tensions et conflits, synthèse

Prévenir et gérer les conflits au sein d'une équipe est une des fonctions principales d'un manager. Cette formation vous apprendra les méthodes et les stratégies nécessaires pour identifier et analyser les prémices d'un conflit ainsi que les solutions adaptées pour en sortir et rétablir un climat de travail serein.

» **Identifier et anticiper un conflit**

- Catégoriser les différents types de conflits.
- Détecter les indices préconflituels, les signaux d'alarme verbaux et non verbaux.
- Repérer les signes précurseurs et les éléments déclencheurs.
- Les signaux physiques, verbaux et comportementaux.

» **Nature et causes d'un conflit**

- Quelles sont les causes d'un conflit ? Organisationnelles, interpersonnelles...
- Comprendre la nature des conflits : intérêts, valeurs, personnalités, opinions divergentes...
- Déterminer la nature du conflit et ses causes véritables.
- En évaluer les enjeux et les conséquences.

» **Résoudre le conflit**

- Différencier négociable et non négociable.
- Définir la marge de manœuvre, déterminer les options praticables.
- Arbitrer, médier, élaborer des procédures de concertation.
- Prendre du recul, contenir pour traiter, formuler, répondre, résoudre.
- Changer le conflit destructeur en confrontation productive.
- Traiter le contradictoire systématique.
- Le DESC pour gérer le conflit avec le collègue, le collaborateur, le hiérarchique, le client.

» **Gérer les conflits spécifiques**

- Comment traiter les conflits violents ?
- Savoir sortir de l'impasse relationnelle.
- Apprendre à gérer les personnalités difficiles (le colérique, le conflictuel chronique, le provocateur...).
- Gérer des conflits dans des situations de management.
- Résoudre un conflit lors d'un entretien d'évaluation.
- Gérer les conflits dus à des situations de délégation.



Réf :	PGC
Durée :	1 jour
Paris	9 mars/15 juin 2015
Prix :	990 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Responsables d'équipe, managers, encadrants de proximité, chefs de projet.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en management.

Manager c'est aussi parfois faire face à des situations conflictuelles avec ou entre vos collaborateurs. Ce stage vous permettra de comprendre les méthodes, d'acquérir les réflexes et les attitudes managériales nécessaires à la gestion des conflits dans votre équipe.

## » Identifier la nature des conflits

- Connaître les différents types de conflits, leurs causes et leurs mécanismes.
- Repérer les signes précurseurs, les éléments déclencheurs et les phénomènes amplificateurs.
- Déterminer la nature du conflit, ses causes véritables.
- En évaluer les enjeux et conséquences.

**Travaux pratiques** Partages d'expériences et échanges de pratiques.

## » Désamorcer un conflit latent

- Anticiper le conflit.
- Déceler les attentes et besoins de ses collaborateurs.
- Accueillir leurs demandes et revendications.
- S'affirmer pour mieux désamorcer les conflits.
- Comprendre, accepter ses émotions et savoir traiter celles de ses interlocuteurs.
- Développer son assertivité.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées : être assertif pour désamorcer un conflit. Débriefing collectif.

## » Résoudre un conflit ouvert

- S'approprier les outils de régulation
- Intervenir en médiateur : questionner et écouter avec neutralité.
- Savoir reformuler, argumenter et réfuter.
- Elaborer une stratégie de contournement des conflits.
- Définir une marge de manœuvre, déterminer les options praticables.

- Trouver un consensus, proposer la meilleure solution de rechange.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées : résoudre un conflit avec le médiateur. Débriefing collectif.

## » Gérer des conflits dans des situations de management

- Résoudre un conflit lors d'un entretien d'évaluation.
- Gérer les conflits dus à des situations de délégation.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées : résoudre un conflit lors d'un entretien d'évaluation ou une mission de délégation. Débriefing collectif.

## » Traiter les conflits violents

- Sortir de l'impasse relationnelle.
- Maîtriser ses émotions et celles de son interlocuteur.
- Contrôler le processus de maîtrise de soi.
- Gérer les personnalités difficiles (le colérique, le conflictuel chronique, le provocateur, le manipulateur...).
- Analyser les comportements clés en situation déstabilisante.

**Travaux pratiques** Mises en situation avec des personnalités difficiles. Débriefing orienté sur la gestion des émotions.

## » Accompagner l'après-conflit

- Revenir "à froid" sur les causes et le déroulement du conflit.
- Capitaliser pour progresser dans son management.

**Travaux pratiques** Retours d'expériences et mise en place d'un plan d'action.



Réf :	COF
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./18-19 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Groupe 3	12-13 fév./11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Partage d'expériences, échanges de pratiques. Mises en situations filmées.

## » PARTICIPANTS

Managers d'équipes et responsables de projets souhaitant acquérir les réflexes et techniques de prévention et de résolution de conflits.

## » PREREQUIS

Expérience souhaitable en management.

# Résoudre les conflits par la médiation

Chacun son profil, son histoire, ses compétences, ses frustrations. Au sein des organisations, les sources de frictions sont multiples et de différents niveaux. Ce stage vous donnera des outils pour comprendre les conflits et leurs origines, comme pour les résoudre et les prévenir par les méthodes de médiation.

## » Comprendre les situations conflictuelles

- Repérer les comportements « passif », « agressif » et « manipulateur ».
- La théorie des besoins fondamentaux de chacun.
- Intégrer la dimension émotionnelle des conflits.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic relationnel pour découvrir vos talents de médiateur.

## » Définir la médiation et ses méthodes

- Les objectifs : rétablir le dialogue entre les salariés.
- Cadre juridique et critères de choix de la médiation.
- Préparer le cadre de la médiation.
- Définir les engagements des parties et du médiateur.

**Travaux pratiques** Cas des participants sur des conflits professionnels.

## » Développer ses qualités de médiateur

- Entraîner ses qualités de neutralité, d'impartialité et de responsabilité.
- Favoriser l'expression des non-dits.
- Savoir mettre en perspective les perceptions et les interprétations erronées.
- Restaurer le dialogue par l'écoute active.
- Développer ses qualités d'assertivité.

**Travaux pratiques** Mise en situation, développer son assertivité et son écoute active.

## » Mettre en œuvre la médiation

- Définir et cadrer le périmètre de la médiation.
- Comprendre l'intérêt des entretiens individuels.

- Ouvrir la séance de médiation. Faire exprimer dans les faits les causes du conflit.
- Rebondir grâce à l'écoute active sur des mots, expressions ou émotions pouvant faire sens.
- Accompagner dans la recherche d'un accord et d'un plan d'action.
- Conclure et évaluer la médiation.

**Travaux pratiques** Entretiens de médiations filmées.

## » Prévenir les conflits avec les outils de la médiation

- Développer une culture de médiation.
- Favoriser et améliorer les liens interpersonnels.
- Prévenir les risques psychosociaux.
- Identifier rapidement les troubles et les traiter.
- Les parties prenantes susceptibles de déclencher une médiation.
- Elaborer un dispositif médiation et son plan de communication.

**Travaux pratiques** Construire un dispositif médiation.

## » La médiation : un outil de management

- Insérer des clauses de médiation dans les contrats.
- Faire progresser l'équipe vers plus de maturité et de performance.
- La conduite du changement et la gestion de projet.
- Etablir un dialogue constructif.
- Promouvoir les outils de la reconnaissance.
- Favoriser l'innovation en créant un climat de confiance.

**Travaux pratiques** Elaborer son plan d'action.



Réf :	DIA
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 16-17 fév./13-14 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Toute personne désirant acquérir les outils de mise en place de la médiation pour résoudre ou prévenir les conflits au sein de son entreprise.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Prévenir et gérer les risques psychosociaux dans son équipe

Ce stage permettra aux managers de comprendre les enjeux liés à la gestion des risques psychosociaux au sein de leurs équipes. Il leur apportera toutes les connaissances nécessaires pour mettre en œuvre une démarche concrète de prévention : stress, harcèlement moral, souffrance...

**df** Exercices pratiques

---

Réf : MPY  
 Durée : 2 jours  
 Paris 6-7 nov. 2014  
 5-6 fév./2-3 avril 2015  
 4-5 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Managers ou futurs managers. Chefs de projet. Responsables d'équipes.

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Les enjeux des risques psychosociaux pour une équipe**

- Définir les risques psychosociaux et acquérir une terminologie commune.
  - Connaître les obligations légales, les accords nationaux et les risques juridiques.
  - Les enjeux pour l'entreprise et pour les individus.
  - Les situations considérées comme "à risque".
- Exercices** Questionnaire "testez votre stress".

**» Les bonnes pratiques pour prévenir le stress**

- Identifier les principaux "stresseurs" dans l'environnement de travail.
  - Mettre en œuvre des actions concrètes pour réduire le stress.
  - Analyse des techniques de réduction du stress.
- Réflexion collective** Confrontation des points de vue autour d'un témoignage vidéo sur le stress.

**» Prévenir les situations de harcèlement**

- Comprendre les enjeux juridiques du harcèlement.
  - Les différents types de harcèlement (moral, sexuel...).
  - Savoir agir en cas de harcèlement avéré.
  - Adopter la bonne communication avec son équipe.
- Etude de cas** Etude d'un cas concret de harcèlement moral.

**» Prévenir les situations de violence**

- Comprendre les différents types de violence : physiques, verbales, morales...

- Identifier les facteurs de violence.
  - Identifier les leviers d'actions pour prévenir ou atténuer les situations de violence.
- Echanges** Réflexion et débats sur cas concrets.

**» Prévenir la souffrance au travail au sein de son équipe**

- Les symptômes de la souffrance au travail.
  - Absentéisme, turn-over, troubles divers.
  - Outils et méthodologie pour prévenir la souffrance au travail.
  - Mettre en place un baromètre de climat social.
- Exercices** Mise en pratique d'un outil de diagnostic des symptômes de souffrance au sein de son équipe.

**» Adapter sa posture managériale**

- Poser un diagnostic sur les pratiques de management au sein de son équipe.
  - Savoir définir des indicateurs pour son équipe.
  - Prendre des mesures correctives et améliorer l'organisation du travail.
- Exercices** Autodiagnostic sur les postures managériales.

**» Mettre en œuvre un plan d'action**

- Définir et mettre en place un plan d'action.
  - Savoir communiquer son plan d'action.
  - Animer un dispositif de veille sur la souffrance au travail et mener des audits réguliers.
- Mise en situation** Elaborer un plan de prévention des risques psychosociaux pour son équipe.

# Prévenir et gérer les risques liés aux addictions le manager face aux comportements addictifs dans son équipe

Oser voir, oser dire, oser agir. Cette formation vous montrera comment évaluer, prévenir et gérer les contextes, les situations et les personnes à risque face aux différents cas possibles d'addiction.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : ALO  
 Durée : 1 jour  
 Paris 24 nov./20 mars 2015  
 5 juin 2015  
 Prix : 840 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» EXERCICES**  
 Apports théoriques, partages d'expériences, échanges entre participants, jeux de rôles, études de cas.

**» PARTICIPANTS**  
 Responsables d'unités, managers, responsables d'équipes, DRH, RRH, préventeurs, membres des CHSCT...

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Confronter ses représentations des addictions**

- Addiction et travail, un ménage sans avenir.
  - S'interroger sur les jugements de valeur et les stéréotypes.
  - Accepter l'ambivalence des cultures "phile" et "phobe".
  - Réfléchir à la notion de "modération".
- Réflexion collective** Faire émerger les représentations sur les addictions. Débriefing sur les concepts d'ambivalence, de paradoxe, d'absurde.

**» Repérer et évaluer l'addiction**

- Les nouvelles approches de l'addictologie moderne.
  - Evaluer les comportements à risque : de l'abstinence à la dépendance.
  - Se positionner sur l'échelle des risques : la pyramide de Skynner.
  - Dépasser le soupçon, envisager d'intervenir dès les premiers dysfonctionnements.
  - Les addictions sans produit : Internet, jeux vidéo.
  - Les préjugés : satisfaction attendue, dangerosité, coût social.
- Etude de cas** Oser voir pour oser agir. Outil de travail : projection des "cubes" de dangerosité et de satisfaction attendue.

**» Connaître les dispositifs d'encadrement juridique**

- Distinguer les cadres juridiques applicables : substances licites ou illicites.
- Mesurer le champ des responsabilités en milieu professionnel.

- Identifier les outils : code du travail, code pénal, règlement intérieur, jurisprudence.
- Mise en situation** Situation de crise. Les tests de repérage : faire passer un alcootest. Lever les freins, envisager les conséquences des résultats.

**» Instaurer le dialogue, les techniques d'entretien adaptées**

- Communiquer avec la personne en difficulté circonstancielle ou chronique.
  - S'initier à la technique d'entretien : les questions ouvertes, l'écoute réflexive, la reformulation.
  - Identifier les "contre-attitudes" pour sortir du déni.
  - Aller vers la solution : le rôle particulier du cadre professionnel et de la parole des pairs.
- Jeu de rôle** Accueil en entretien par le manager à différents niveaux hiérarchiques. Gérer différentes attitudes défensives du salarié.

**» Accompagner les étapes du changement**

- Comprendre les différentes étapes du changement : le schéma de Prochaska.
- Adapter son attitude pour accompagner le changement à chaque étape.
- Eclairer le déni de la personne en difficulté et de l'entourage professionnel.
- Déclencher le changement : l'entretien motivationnel.
- Contribuer au changement : de la phase de l'ambivalence à la motivation.
- Utiliser la balance bénéfice-risque : avantages, inconvénients.

# Favoriser l'innovation dans votre équipe



Créer un état d'esprit constructif et flexible pour nourrir une culture d'entreprise tournée vers l'innovation, évaluer la capacité innovante d'une équipe, expérimenter les principaux outils et méthodes favorisant la créativité, élaborer un plan d'actions pour mettre en place un processus d'innovation réaliste.

## » Comprendre les enjeux de l'innovation

- Différencier innovation et créativité.
- Bénéfices attendus. Blocages et freins à l'innovation.
- La créativité comme nouveau style de management.

## » Réaliser un état des lieux

- Conduire un audit de son équipe ou de l'entreprise.
- Connaître le fonctionnement des entreprises réputées les plus innovantes. Identifier son profil créatif.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic.

## » Mettre en place un processus d'innovation

- Choisir une stratégie adaptée à son entreprise et à son équipe. Gérer les obstacles, l'espace et le temps.
- Faire reconnaître l'innovation comme une compétence en associant les Ressources Humaines.
- Systématiser la recherche d'idées.
- Optimiser l'intelligence créative de son équipe.
- Renforcer son ouverture d'esprit et sa cohésion.

**Travaux pratiques** Jeux de mise en confiance créative.

## » Stimuler la créativité de ses collaborateurs

- Faire vivre au quotidien l'innovation.
- Relations de confiance, partenariat et créativité.
- L'art de poser des questions stimulantes.
- La dynamique de groupe.

**Travaux pratiques** Entraînement à l'art du questionnement constructif.

## » Développer son potentiel créatif

- Outils, méthodes, avantages et limites.
- L'entraînement à la pensée divergente. Divergence heuristique. Brainwriting. Six chapeaux.
- Technique des consultants virtuels ou Role-Stormings.
- Convergence. Construction des cartes mentales.
- Intuition et pauses récréatives.
- Les recadrages et les vertus de la provocation.
- Méthodes associatives et pensée métaphorique.

**Travaux pratiques** Mise en application de ces outils.

## » Construire la démarche d'innovation

- Analyse des objectifs et reformulation du problème.
- Production de nouvelles idées.
- Distinguer les vraies bonnes idées des fausses.
- Cycle : génération, protection et recyclage des idées.
- Evaluation et sélection des solutions. Mise en œuvre.

**Travaux pratiques** Création d'une matrice d'évaluation.

## » Evaluer l'innovation

- Indicateurs qualitatifs et quantitatifs.
- Indicateurs pour la cohésion d'équipe.
- Indicateurs pour la motivation.
- Indicateurs pour la fidélisation des talents...

## » Construire un plan d'action

- Appropriation de la démarche par les collaborateurs.

Réf :	NOV
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov./24-25 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	
<b>» PARTICIPANTS</b>	
Tout manager souhaitant favoriser l'innovation au sein de son équipe.	
<b>» PREREQUIS</b>	
Connaissances de base des techniques d'animation et de motivation de groupe.	

# Gérer le travail en open space



L'open space doit être associé à une politique de management et une organisation adaptée. Cette formation propose aux managers d'acquérir les bons réflexes pour organiser au mieux l'environnement de travail afin d'éviter stress, tensions et conflits.

## » Diagnostic des open space : l'open space vécu et non rêvé

- Historique des open space : de l'atelier textile au desk sharing.
- Analyse du modèle en vogue : l'open space convivial, audacieux, ambiance "start-up".
- Illusion de bonne humeur : stress caché, la positive attitude. Illusion d'échanges : port du casque, tchat interne.
- Illusion d'un espace démocratique issu du management transversal (hiérarchie géographique et matérielle).
- Identification et analyse des problématiques de cohabitation.

**Exercices** Quiz show et diaporama sur les open space. Présentation et analyse des plans des open space par les participants.

## » Gestion des conflits et du stress en open space

- Anticiper les conflits potentiels liés à la vie en communauté (bruit, odeur, agitation, lumière...).
- Prévenir les risques d'isolement.
- Déceler la souffrance intériorisée, liée à la "positive attitude".
- Optimiser la circulation des informations et des consignes : NTIC et management.

**Exercices** Jeux de rôle à partir de mises en situation centrées sur le règlement de conflits. Guide d'analyse des situations délicates.

## » Défis de la transparence en open space

- Préserver sa bulle sans s'isoler.
- Motiver ses collaborateurs sans qu'ils se sentent surveillés.
- Remobiliser autour du travail et non à la mise en scène du travail.
- Analyser les stratégies de visibilité dans ces espaces panoptiques soumis à des logiques de surveillance.
- Analyser des politiques d'aménagement de la bonne ambiance au travail : (espaces lounge, croissants quotidiens...).

**Exercices** Jeux de rôle à partir de mises en situation. Exemple : attitude face à un salarié "overfacebooké", utilisation de la K-Fête...

## » L'aménagement, c'est du management

- Remettre à plat votre organisation du travail et réfléchir à un accompagnement humain de vos collaborateurs.
- Réflexion en amont de la conception des plans.
- Bonnes pratiques pour optimiser la communication en open space.
- Etablissement en aval de règles de vie commune.

**Exercices** Atelier de réveil pédagogique à partir des open space des participants.

Réf :	TOS
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 22-23 janv./26-27 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	
<b>» EXERCICES</b>	
Quiz, tests et jeux de rôle à partir de mise en situation.	
<b>» PARTICIPANTS</b>	
Managers travaillant avec leur équipe en open space.	
<b>» PREREQUIS</b>	
Aucune connaissance particulière.	

Savoir écouter et oser dire, faire accepter des décisions et rappeler des objectifs tout en négociant des avantages et en gérant les conflits avec confiance, permettra de consolider vos compétences à mener des entretiens opérationnels efficaces et synthétiques.



Réf :	REM
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 21-22 mai 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 19-20 janv./23-24 mars 2015
Groupe 2	27-28 nov. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015
Groupe 3	12-13 fév./9-10 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Cours interactif, mises en situation filmées et évaluations.

**PARTICIPANTS**  
Managers cherchant à développer une aisance relationnelle dans les entretiens.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Dire ce qui ne va pas sans démotiver

- Etablir une dynamique qui maintient la motivation.
  - Appliquer les règles de base d'un feedback efficace.
  - Comprendre les attentes et les besoins du collaborateur.
  - Mettre en œuvre un plan de progrès et d'action.
- Travaux pratiques** Réflexion en sous-groupes sur les outils d'un entretien en face à face réussi. Jeux de rôles. Débriefing et identification des difficultés rencontrées.

» Faire accepter une décision sans imposer

- Etre clair et précis.
  - Adopter un ton ferme sans agresser.
  - S'assurer de l'engagement du collaborateur.
- Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés issus de la réalité professionnelle des participants. Débriefing et identification des difficultés rencontrées. Synthèse sur le déroulement efficace d'un entretien de recadrage.

» Négocier des avantages pour ses collaborateurs

- Augmentation de salaire, primes, ressources supplémentaires...
  - Fixer et respecter ses objectifs.
  - Argumenter pour convaincre.
  - Désamorcer les situations de crise.
- Travaux pratiques** Jeux de rôles " apprendre à négocier et vendre ses idées ". Débriefing des situations filmées. Synthèse des meilleures pratiques.

» Annoncer une décision difficile

- Aller droit sur le sujet et l'annonce de la décision.
  - Expliquer la décision.
  - Elaborer un plan d'action.
- Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés. Débriefing sur le comportement, le contenu du message. Synthèse des meilleures pratiques.

» Remotiver un collaborateur

- Eviter les attaques frontales et personnelles.
  - Favoriser la confiance. Valoriser les compétences.
  - Manifester de l'empathie.
  - Repérer les points de blocage.
  - Fixer des objectifs à court terme.
- Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés " comment remotiver son collaborateur ". Débriefing et synthèse des meilleures pratiques.

» Mener avec succès la résolution de conflit

- Sortir du conflit par la médiation.
  - Définir le cadre. Faciliter l'échange.
  - Gérer la prise de parole. Synthétiser.
  - Déterminer les points d'accord et de désaccord.
  - Faciliter la sélection de solution.
- Travaux pratiques** Mises en situation et débriefing portant sur la bonne maîtrise du déroulement d'une procédure de médiation.



Cette formation vous permettra d'identifier les enjeux de l'évaluation de vos collaborateurs, d'en découvrir les étapes clés et d'acquérir les comportements appropriés à un entretien réussi porteur de sens et de motivation.



Réf :	VEA
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 15-16 janv./12-13 mars 2015 12-13 mai 2015
Groupe 1	6-7 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 8-9 janv./19-20 mars 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2015 21-22 janv./26-27 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en situation, jeux de rôles filmés, construction d'outils supports à l'entretien d'évaluation.

**PARTICIPANTS**  
Responsables d'équipe. Managers.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Les enjeux de l'entretien d'évaluation

- Les principes de base et les objectifs de l'évaluation.
- Les bénéfices pour le manager, le collaborateur, le service et la politique RH de l'entreprise.
- Faire progresser les performances d'une équipe par le développement des compétences et la motivation.

» Les étapes de l'entretien d'évaluation

- Développer une méthode efficace d'entretien d'évaluation : MENTOR.
  - Connaître les phases de l'entretien : préparer, conduire, négocier les objectifs et un Plan d'Action Personnalisé.
  - Utiliser les outils de préparation, de mesure et de suivi.
  - Utiliser les documents d'évaluation interne.
- Travaux pratiques** A partir d'un contexte donné, les participants préparent l'articulation de leur entretien d'évaluation.

» Présenter l'intérêt de l'évaluation

- Organiser une réunion de présentation des enjeux de l'évaluation.
  - Faire comprendre les bénéfices pour les évalués.
  - Permettre aux évalués de se préparer.
- Travaux pratiques** En sous-groupes, les participants préparent le positionnement de la réunion.

» Conduire l'entretien d'évaluation

- Acquérir les savoir-faire relationnels.
- Utiliser les bons comportements en fonction des étapes de l'entretien.

- Ecouter de manière active.
- Critiquer de manière constructive.
- Savoir reconnaître les réussites et les efforts fournis.
- Comprendre, mesurer et agir sur l'autonomie.
- Agir sur les principaux moteurs de la motivation.
- Elaborer un plan de progrès.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées de conduite d'entretiens. Exercices sur les signes de reconnaissance.

» Les outils de l'évaluation

- Le guide des bonnes questions.
- La préparation de l'évalué et l'auto-évaluation.
- La grille de formalisation de l'évaluation.

**Travaux pratiques** Construction d'une grille d'auto-évaluation et jeux de rôles.

» Préparer l'entretien professionnel avec son collaborateur

- Différence entre entretien d'évaluation et professionnel.
- Etudier les perspectives d'évolution professionnelle du salarié.
- Connaître les principaux dispositifs et outils d'orientation professionnelle (VAE, passeport formation, DIF/CPF, CIF).

**Travaux pratiques** Réflexion collective sur les différences entre l'entretien d'évaluation et professionnel.

# Conduire efficacement une réunion



Ce stage vous montrera comment préparer et mener une réunion d'une manière efficace et productive, et comment bien gérer la dynamique de groupe.

## » Préparer une réunion - Avant la réunion

- Identifier les divers types de réunions : information, résolution de problèmes, prise de décisions.
- Programmer, planifier.
- Clarifier l'objectif, l'ordre du jour, les priorités.
- Choisir les participants, le lieu, le rapporteur.
- Gérer la logistique.
- Utiliser des supports visuels : quelques conseils.

**Travaux pratiques** Identifier les questions à se poser pour se préparer.

## » Communiquer en groupe - Pendant la réunion

- Connaître les règles de base de la communication et de la dynamique de groupe.
- Gérer le positionnement. Acter sa place.
- L'empathie. La capacité d'identification.
- L'écoute active, les attitudes facilitatrices.
- Les contaminations comportementales.
- L'auto-confirmation des croyances.

## » Prendre la parole et conduire une réunion

- Coordonner la posture, le regard, la gestuelle.
- Harmoniser verbal et non verbal.
- Savoir s'affirmer : ancrer sa parole, inscrire son message, impliquer son auditoire, convaincre.
- L'utilisation de la voix. Le timbre, le ton, le rythme.
- Gérer le stress. Réguler ses rythmes internes.
- Le trac : une stimulation à adapter aux situations.

**Travaux pratiques** Jeux ludiques autour des outils de communication et de prise de parole.

## » Animer une réunion

- La réunion restreinte, la grande réunion.
- Réaliser les quatre phases de la réunion : contracter, collecter, construire, synthétiser.
- Les fonctions de l'animateur : faciliter, réguler, accompagner la production.
- Maîtriser les techniques d'animation: le tour de table, les sous-groupes, le brainstorming, le débat, les synthèses.
- Gérer le temps, maîtriser les dérives.
- Intégrer les divers types de participants "difficiles".
- Résoudre les situations délicates, empêcher la création de clans, désamorcer les règlements de compte.
- La vidéoconférence, la conférence téléphonique.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés de divers types de réunions. Identification des difficultés rencontrées. Concrétisation des solutions. Diversification des possibilités selon le style de chacun.

## » Conclure et s'évaluer - Fin de réunion

- Soigner les dix dernières minutes.
- Rédiger et diffuser le compte rendu.
- Elaborer un plan d'action.

**Travaux pratiques** Mise en évidence des points forts et axes de progression.



Réf :	CRE
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015
Groupe 1	9-10 oct./11-12 déc. 2014 23-24 fév./7-8 avril 2015
Groupe 2	2-3 oct./11-12 déc. 2014 9-10 mars/2-3 juin 2015
Groupe 3	30-31 oct./18-19 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Test d'auto-évaluation. Etudes de cas. Mise en pratique des comportements adaptés sur des jeux de rôles filmés.

## » PARTICIPANTS

Toute personne désignant perfectionner ses compétences dans l'animation de réunions.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Conduire une réunion difficile



Lors de certaines réunions, l'animateur peut être amené à gérer des situations conflictuelles ou délicates. Cette formation vous permettra d'appréhender les différentes méthodes pour y faire face et adopter ainsi les comportements appropriés.

## » La gestion des groupes

- Identifier les étapes de constitution d'un groupe pendant une réunion.
- Apprendre à positionner le groupe dans son évolution. Les quatre étapes de constitution du groupe.
- Comprendre les besoins de reconnaissance des participants à chaque étape.
- Utiliser les outils d'analyse des comportements.
- Savoir identifier les comportements et les besoins relationnels des participants.
- Apprendre à anticiper les réactions.

**Travaux pratiques** Recherche des états dominants des participants, séquences filmées d'attitudes et changement de comportements.

## » La gestion des participants en réunion

- Identifier les changements de comportements.
- Reconnaître les filtres de l'écoute : généralisation, distorsion, sélection.
- Gérer les différents "états du moi" des participants d'une réunion.
- Gérer les besoins relationnels des participants.
- Adapter son discours en fonction de l'interlocuteur.
- Reformuler son discours pour optimiser la compréhension.

**Travaux pratiques** Simulation d'une réunion de travail.

## » Animation des réunions en situation complexe

- Prendre en compte la spécificité des participants.
- Apprendre à animer une réunion en interaction avec les participants. Savoir rebondir.
- Adapter son style d'animation en fonction des événements et de l'objectif à atteindre.
- Utiliser les quatre types d'animation en réponse aux imprévus et aux participants.
- Satisfaire les besoins des participants difficiles.

**Travaux pratiques** Reconnaître les différents comportements en réunion. Savoir manager ces personnes et en faire des alliés.

## » Les outils d'animation des réunions complexes

- Anticiper les situations de blocage.
- Apprendre à structurer son message. Message, objectifs/avantages, intentions/bénéfices.
- Savoir faire passer un message en adéquation avec les besoins relationnels des participants.
- Résoudre les conflits et les désaccords.
- Savoir être un médiateur, outils et comportements.
- Utiliser les outils de résolutions de problèmes.

**Travaux pratiques** Séquence filmée : animation de réunion. Les participants deviennent à tour de rôle animateur. Gestion des objections et de réactions agressives. Gestion d'un problème en réunion à partir de cas réels.



Réf :	REU
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 9-10 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Test d'auto-évaluation. Etudes de cas. Mise en pratique des comportements adaptés sur des jeux de rôle filmés.

## » PARTICIPANTS

Toute personne qui doit animer des réunions importantes professionnelles ou associatives en présence de participants difficiles.

## » PREREQUIS

Connaissances de base en techniques d'animation de réunions.

Comment assurer un échange productif et participatif dans le cadre d'une audio ou d'une visioconférence ? Comment anticiper les aléas ? Cette formation vous permettra d'acquérir les méthodes et outils pour préparer, animer et cadrer avec efficacité et qualité vos réunions à distance.



Réf :	UNI
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 2-3 avril/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de cas. Mises en pratique des comportements adaptés sur des jeux de rôles filmés. Autodiagnostic.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne amenée à organiser des entretiens et des réunions à distance.

**PREREQUIS**  
Une expérience de management ou de gestion de projet est souhaitable.

**» Préparer une audio ou une visioconférence**

- Jouer sur les atouts d'une animation à distance.
- Définir les étapes de préparation des entretiens et réunions à distance.
- Définir un ordre du jour selon les objectifs et les actions à entreprendre.
- Choisir le profil et le nombre de participants.
- Lancer une invitation claire et impliquante.
- Planifier la réservation des équipements nécessaires à la réunion.
- Communiquer sur le mode d'emploi de l'environnement technique choisi.

**Exercices** Préparer l'ordre du jour et l'invitation à une réunion à distance.

**» Savoir animer une réunion à distance**

- Le rôle d'animateur : identifier ses propres modes de fonctionnement.
- Organiser le travail de groupe : modalités, règles, outils de partage de l'information...
- Rendre l'animation vivante, structurée et participative.
- Réguler les discussions, écouter, reformuler.
- Synthétiser, rebondir, reprendre la main.
- Utiliser son regard et/ou sa voix.

**Jeu de rôle** Travailler sa voix et son regard pour mieux communiquer à distance.

**» Conduire une réunion à distance**

- Les spécificités d'un entretien à distance.
- Etablir la check-list d'animation.
- Soigner l'introduction et la conclusion.
- Piloter l'indispensable tour de table.
- Assurer la dynamique de groupe et la participation de chacun.
- Gérer le timing et l'écoute mutuelle des participants.
- Instaurer un climat de confiance.
- Rédiger un compte rendu clair et immédiat.

**Jeu de rôle** Préparer l'introduction et la conclusion de la réunion. Mener une animation à distance. Débriefing en groupe.

**» Gérer les situations délicates d'animation**

- Compenser l'absence de non-verbal : focus sur l'audioconférence.
- Quelques principes pour réagir face aux perturbations : focus sur la visioconférence.
- S'informer pour comprendre les différences culturelles.

**Jeu de rôle** Animation d'une réunion délicate. Débriefing individuel et collectif.

**» Préparer son plan de progrès**

- Autodiagnostic de son leadership d'animation.
- Réflexion collective** Echanges sur les différents plans de progrès.

Comment utiliser votre intuition pour développer les capacités et les ressources de votre entreprise ? Ce stage vous montrera comment mettre ce management intuitif au service de la créativité et de l'efficacité.



Réf :	TUF
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 19-20 mars/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic relationnel, mises en situation sur des cas professionnels, élaboration de programme personnel.

**PARTICIPANTS**  
Tout manager qui désire développer ses compétences d'intuition et d'innovation au service de la performance des équipes et des projets.

**PREREQUIS**  
Expérience souhaitable en management d'équipe.

**» Identifier son fonctionnement managérial**

- Déterminer les compétences, motivations, limites liées à ses missions.
- Identifier et lever ses propres freins.
- Instaurer une posture et un regard différents.

**Exercices** Etablir sa propre carte relationnelle.

**» Evoluer entre management rationnel et management intuitif**

- Faire émerger les spécificités et les potentialités des deux approches.
- S'approprier et équilibrer les deux approches.
- Comprendre comment ça marche : les "trois cerveaux".
- Découvrir les piliers de l'intuitif : anticipation, création et innovation.

**Mise en situation** Mises en situation pour découvrir "l'état de création".

**» Poser les fondements du management intuitif**

- Faire émerger ses qualités d'anticipation, de création et d'innovation.
- Expérimenter et s'approprier les outils adaptés.
- Déployer ses qualités, expériences et potentiels au bénéfice de ses missions.

**Exercices** Mises en situation de création.

**» Utiliser le processus intuitif pour la réussite des projets**

- Canaliser son mental et gérer le stress.
- Conduire le projet avec raison et intuition.

- Revisiter les trois étapes : constat, action et persévérance.

**Travaux pratiques** Bâtit son plan de programmation et d'action.

**» Donner du sens pour optimiser son relationnel managérial**

- Rappeler les règles de base de la communication.
- Être en capacité de se responsabiliser, s'autonomiser.
- Faire confiance : savoir écouter, déléguer.
- Responsabiliser ses équipes.
- Développer son charisme pour mieux s'affirmer et décider.

**Jeu de rôle** Exercices pour communiquer efficacement.

**» Mieux se connaître pour aller plus loin dans son management intuitif**

- Identifier et se servir de ses émotions.
- Décider de se mettre en mouvement pour agir ou ne pas agir.
- Utiliser le lâcher-prise à bon escient.
- Cultiver son état d'être intérieur et ses talents.
- Poser un autre regard sur son métier et son management.

**Mise en situation** Etablir son plan d'action personnel de manager intuitif.

Le coaching d'équipe est une technique managériale centrée sur la performance collective. Ce stage vous permettra d'acquérir une méthodologie pour développer l'autonomie de votre équipe, pour l'aider à résoudre ses problèmes opérationnels, pour la redynamiser et la mobiliser sur des objectifs partagés.

## » Faire émerger et piloter son équipe

- Les différentes étapes d'évolution d'une équipe.
- Identifier les freins et les compétences.
- Analyser le potentiel collectif.
- Evaluer les performances.

**Travaux pratiques** Diagnostic de l'équipe : cartographier les compétences des collaborateurs.

## » Fonctionner efficacement en équipe

- Clarifier les rôles et les missions.
- Les règles du jeu de fonctionnement collectif.
- Poser un cadre commun de relations.
- Travailler sur des valeurs communes.

**Travaux pratiques** Grille d'analyse des rôles. Echanges collectifs.

## » Aider l'équipe à trouver sa propre énergie

- Etre capable d'analyser les modes de comportement.
- Contribuer au développement émotionnel de l'équipe.
- Améliorer les interactions au sein de l'équipe.
- Identifier les sources et les mécanismes de motivation.

**Travaux pratiques** Compléter la grille d'analyse des trois besoins de l'équipe. Analyser les énergies individuelles.

## » Favoriser les décisions en équipe

- Faire prendre conscience des enjeux.
- Révéler les besoins.
- Aider l'équipe à faire ressortir l'objectif partagé.
- Valoriser la communication et le dialogue.

- Donner des feed-back productifs.
- Décider de la mise en place des actions.

**Travaux pratiques** Les prises de décision collectives. Débriefing sur la méthodologie et les comportements mis en œuvre.

## » Optimiser la performance collective de l'équipe

- Comprendre les fonctionnements individuels.
- S'appuyer sur les complémentarités.
- Anticiper et gérer les situations de blocage.
- Faire vivre l'objectif de l'équipe.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés : se surpasser en équipe. Construire un plan de développement d'équipe.

## » Accompagner l'équipe dans le changement

- Connaître les étapes du changement.
- Répondre aux résistances. Désamorcer les tensions.
- Etablir une stratégie de changement.
- Accélérer les transitions par l'entraînement permanent.
- Faire évoluer les comportements vers l'autonomie.

**Travaux pratiques** Identifier les attitudes à changer. Débriefing collectif.

## » Tendre vers l'excellence collective

- Repérer les talents et les ressources collectives.
- Accompagner l'évolution de chaque collaborateur.
- Instaurer une culture de l'apprentissage permanent.
- Suivre l'évolution des progrès.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés : conduire une démarche d'accompagnement.



Réf :	COA
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./15-17 déc. 2014 23-25 mars/29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Jeux de rôles filmés.

### » PARTICIPANTS

Manager ou toute personne responsable d'une équipe désirant développer l'efficacité collective de son équipe.

### » PREREQUIS

Expérience requise en management d'équipes.

# Coacher la nouvelle génération un mode de management adapté aux 20/30 ans

La génération Y est entrée dans le monde professionnel avec ses propres spécificités. Manager efficacement des 20/30 ans nécessite de comprendre les différences intergénérationnelles. Ce stage propose d'adopter une posture particulièrement adaptée à cette génération, celle du manager-coach.

## » Comprendre la génération des 20/30 ans

- Prise de conscience des différences transgénérationnelles.
- La génération Y. Ses attentes. Son positionnement.
- La relation de cette génération au travail et à l'entreprise.
- Comprendre les motivations de la nouvelle génération face à l'entreprise.
- Intégrer les modes relationnels des Y.
- Le rapport de la génération Y à la hiérarchie et à l'autorité.

**Echanges** Partage d'expérience : les cas individuels.

## » Se faire reconnaître comme " manager coach " par ses jeunes collaborateurs

- Proposer un environnement flexible.
- Trouver une posture adaptée en tenant compte des attentes des Y.
- Accompagner plutôt qu'imposer.
- Donner du sens à la mission.
- Prendre le temps d'exposer les enjeux.
- Utiliser la différence pour renforcer la relation.
- Connaître les leviers motivationnels.

**Exercices** Utilisation de la grille RPBDC (Réel - Problème - Besoin - Demande - Contrat).

## » Produire avec les 20/30 ans

- Investir sur les compétences.
- Optimiser les processus en continu en adoptant une approche systémique.

- Développer l'autonomie de ses collaborateurs.
- Contrôler sans ingérer.
- Le modèle Agile. Qu'apporte-t-il ? Comment l'utiliser avec efficacité ?

**Exercices** Manager à travers la socio-dynamique : positionnement de son équipe sur la matrice de la socio-dynamique.

## » Motiver les 20/30 ans

- Instaurer un rapport donnant-donnant.
- Proposer un salaire juste et individualisé.
- Donner un cadre de délégation clair et logique.
- Adopter une nouvelle posture managériale.

**Jeu de rôle** Comprendre les motivations individuelles à travers un modèle de communication.

## » Gérer les conflits face aux 20/30 ans

- Reconnaître ce que peut être un conflit pour les 20/30 ans.
- Ne pas lutter contre la différence mais construire avec.
- Aller ensemble vers la résolution de conflit.
- Intervention éventuelle d'un tiers.

**Exercices** Approche du triangle de Karpman.

## » Communiquer en coach avec les 20/30 ans

- Communication au quotidien et sur le terrain.
- Adopter un style direct.
- Communiquer en face en face ET en ligne.

**Jeu de rôle** Travail sur les canaux de communication et les styles de management.



Réf :	GEC
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 5-6 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Autodiagnostic, tests, mises en situation active, échanges d'expérience, débriefing personnalisé.

### » PARTICIPANTS

Managers d'équipes composées de générations différenciées.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Apprendre à persuader son interlocuteur en situations d'exposé ou de face à face. Développer une relation d'écoute, gérer les obstructions et les objections, assurer son leadership autour de la motivation et des objectifs en adaptant les discours aux situations.



Réf :	FDE
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en situation ludiques et échanges qui favorisent une forte implication des participants.

**PARTICIPANTS**  
Tout public.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Arguer, convaincre, persuader**

- Les vecteurs de la persuasion en situation d'exposé ou d'entretiens de face à face.
- Ce qui persuade ou dissuade.
- Les différents registres d'argumentation et le chemin critique de la persuasion.
- Connaître et identifier les leviers de motivation/freins de mes interlocuteurs.

**Exercices** Brainstorming sur les enjeux et les leviers de persuasion. Mises en situation face au groupe.

**» Développer sa force de persuasion face à un groupe**

- Identifier son style d'influence.
- Travailler la "présence", la gestuelle et la voix.
- Enrichir son argumentation (exemples, narrations, métaphores, citations).
- Valoriser pour impliquer.

**Exercices** Autodiagnostic sur les systèmes de valeur. Mise en pratique avec interaction de l'auditoire.

**» Développer sa capacité à faire adhérer en face à face**

- Etre au clair sur son objectif et le jeu d'influence.
- Les bonnes questions à se poser.
- Les conditions facilitantes pour un échange constructif.
- Adapter son argumentation à son interlocuteur.
- Deux stratégies d'influence : contagion ou conversion.

**Mise en situation** Illustration de différentes approches stratégiques en matière de persuasion.

**» Lever les freins et établir les bases d'une relation de confiance**

- Savoir écouter les arguments de l'autre et comprendre les messages cachés.
- Eviter la sur-réactivité.
- Utiliser les objections pour convaincre davantage.
- Développer sa créativité pour sortir des impasses.
- Savoir utiliser les alliés.

**Exercices** Mise en situation ludique collective d'exercice mutuel de l'influence. Mise en évidence des pratiques et comportements à privilégier et à éviter.

**» Traiter constructivement les situations difficiles**

- Savoir garder son ascendant en situation difficile.
- Contourner les tactiques d'obstruction : polémique, manipulation, agressions.
- Demeurer authentique, intègre et afficher ses valeurs.
- Accompagner en souplesse vers un changement d'attitude.
- Répondre aux questions embarrassantes.

**Mise en situation** Jeu de rôle sur l'influence en groupe dans un contexte de conduite du changement.



# Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe

Les personnalités difficiles dans une équipe sont un frein au travail collectif. Le manager doit apprendre à les canaliser. Ce stage vous permettra de perfectionner votre communication et de choisir la meilleure posture relationnelle afin de rétablir le dialogue pour une collaboration efficace.



Réf :	PER
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./4-5 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 25-26 juin 2015
Groupes	<b>Groupes 1</b> 1-2 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015 <b>Groupes 2</b> 12-13 mars/11-12 juin 2015 <b>Groupes 3</b> 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en situation et débriefing personnalisé et en groupe, réflexion individuelle sur ses forces et ses potentialités.

**PARTICIPANTS**  
Managers d'équipe.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre pourquoi un interlocuteur devient difficile**

- Identifier les comportements.
- Impact dans les relations de travail.
- Assertivité : une technique gagnante ?

**Travaux pratiques** Echange collectif.

**» Renforcer l'estime de soi et s'affirmer**

- Identifier les trois ressources nécessaires à l'estime et l'affirmation de soi.
- Cibler ses points forts et ses axes de développement.
- Comprendre son propre cadre de référence.
- Distinguer les six niveaux logiques.

**Travaux pratiques** Entretien avec un collaborateur en utilisant les trois niveaux de communication. Travail en binôme avec restitution.

**» Construire un état d'invulnérabilité et de " non-insultabilité "**

- Contourner les jugements hâtifs, les critiques, les reproches et les insultes.
- Positiver : utiliser la critique de manière constructive.
- Eviter la posture défensive : ne plus personnaliser les attaques ou critiques.
- Construire et ancrer un état d'invulnérabilité.

**Travaux pratiques** Résister à l'assaut verbal et agressif de son interlocuteur.

**» Calibrer sa communication à ses interlocuteurs**

- Différents types de personnalités difficiles.

- Adapter son niveau de communication.
- Rapport oppresseurs/oppresés.
- Mieux gérer les états de stress.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'entretien pour ajuster son mode de communication et débriefing.

**» Manager les collaborateurs difficiles**

- Leviers d'action : désynchronisation, questionnement de pertinence, humour et plaisanterie, prise en compte...
- Distinguer leurs états de stress et comment les désamorcer ou les détourner ?
- Se positionner face à son équipe et instaurer un climat sain de travail.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'entretien de découverte des leviers motivationnels et débriefing.

**» Mener des entretiens de recadrage**

- L'entretien avec faits et sans faits.
- Dire ce qui ne va pas sans démotiver.
- Pratiquer le feedback durant l'entretien.
- Impliquer le collaborateur dans la recherche de solution.

**Travaux pratiques** Préparation et simulation des entretiens avec jeux de rôles filmés.

**» Dépasser les situations conflictuelles**

- Identifier les causes profondes.
- Comprendre les sources du conflit, se positionner et communiquer en conséquence.

**Travaux pratiques** Mises en situation de conflits relationnels pour trouver sa posture managériale.

Ce cours vous permettra d'acquérir les compétences spécifiques de facilitateur, compétences qui ont prouvé leur capacité à augmenter la productivité, construire de meilleurs plans d'action, prendre des décisions plus pertinentes et extraire des informations de meilleure qualité.

## » La facilitation

- Le cycle de facilitation.
- Créer un environnement protégé et facilitant.

**Travaux pratiques** Test de positionnement.

## » Les attitudes du facilitateur

- Rester centré sur les résultats et les objectifs.
- Donner des instructions claires et concises.
- Surmonter les obstacles courants de la facilitation.
- Développer une conscience de soi.
- Evaluer les styles de facilitation.
- Etre cohérent ; réduire le stress psychologique.
- Surmonter la réticence à la facilitation.
- Développer la neutralité émotionnelle.

**Travaux pratiques** Jeux de rôle basés sur des cas professionnels. Mises en situation réalistes filmées et débriefing en groupe.

## » L'outil de facilitation - L'écoute

- Etapes du développement d'équipe.
- Définir les rôles et responsabilités des participants.
- Collecter les données avant pour un résultat optimal.
- Contrôler le flux, pas le contenu.
- Gestion des émotions individuelles et collectives.
- Ecouter pour discerner le contenu émotionnel.
- Reformuler et recadrer pour plus de clarté.
- Transformer l'écoute active en questions facilitantes.

**Travaux pratiques** Jeux de rôle basés sur des cas professionnels.

## » Les techniques de facilitation

- Créer un climat hautement productif.
- Identifier les indicateurs passifs.
- Gérer les comportements agressifs. Maintenir une ambiance assertive.
- Faire ressortir les dysfonctionnements du groupe.
- Résoudre le comportement problématique d'un participant.
- Quantifier les dysfonctionnements typiques du comportement.
- Créer un plan d'action personnel de facilitation.
- Mettre en place les points de vérification et les jalons nécessaires pour assurer le suivi complet.

**Travaux pratiques** Mises en situation réalistes filmées et débriefing en groupe. Création d'un plan de développement personnel.



Réf :	FAC
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 12-13 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse à toute personne en charge d'équipes.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Fluidifier les relations interservices

Quelle que soit l'entreprise, chacun peut être confronté à des difficultés de coopération entre services. Cette formation vous permettra d'acquérir une méthode pour identifier les difficultés relationnelles entre différentes entités de l'entreprise et trouver une manière de les dénouer.

## » Comprendre et analyser les modes de fonctionnement des différents services

- Déterminer les interfaces avec les différentes entités de l'entreprise qui constituent son environnement.
- Intégrer les cinq composantes organisationnelles.
- Découvrir les questions qui permettent de détailler ces composantes.

**Travaux pratiques** Dresser la carte organisationnelle de son service ou projet.

## » Visualiser les situations à dénouer

- Prendre une posture de leader pour avoir le bon niveau de recul.
- Analyser une difficulté relationnelle entre services en clarifiant ses différentes zones de manifestation.
- Utiliser la grille de résolution de problèmes pour dénouer des situations complexes.
- Définir des contrats pour des résultats concrets.

**Travaux pratiques** Entretiens filmés sur des cas apportés par les participants.

## » Identifier les mécanismes qui bloquent les flux de communication

- Intégrer la notion d'articulation entre deux entités de l'entreprise.
- Comprendre la nature des blocages intervenant aux articulations entre deux services.
- Déterminer la nature des interfaces avec les différentes entités de l'entreprise.

- Définir la notion de client interne. Délimiter le périmètre du service à apporter.
- Les enjeux de la satisfaction des clients internes.
- Appliquer le modèle de la relation client-fournisseur aux relations internes.

**Travaux pratiques** Réaliser un schéma systématique d'interface. Déterminer la nature de l'articulation entre deux services.

## » Remettre de l'énergie dans la relation entre services

- Comprendre les trois besoins fondamentaux de l'être humain.
- Déterminer les indicateurs de satisfaction des besoins.
- Restaurer la confiance entre services.
- Développer la reconnaissance mutuelle pour mieux communiquer.
- Stimuler les différents activateurs de la motivation.

**Travaux pratiques** Détermination des indicateurs liés aux besoins. Exercices sur la structure et la confiance. Carte des signes de reconnaissance. Activer la motivation.

## » Intervenir pour développer la coopération entre services

- Evaluer le franchissement des étapes pour une meilleure coopération.
  - Définir précisément les actions à entreprendre.
- Travaux pratiques** Rédaction d'un plan d'action pour mettre en place des solutions dès le retour dans l'entreprise.



Réf :	FLI
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Ateliers de réflexion individuelle, mises en situations filmées, plan d'action afin de traiter une ou plusieurs difficultés entre services.

## » PARTICIPANTS

Exercer une fonction de management ou de responsable Ressources Humaines.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Certifications universitaires

Des formations certifiantes réalisées en partenariat avec l'Université Paris-Dauphine.



La volonté de préparer une formation certifiante dans le cadre de la formation continue peut naître dans un contexte professionnel difficile mais il peut s'agir aussi d'un projet, d'une opportunité, ou encore du souhait de changer de métier.

Orsys s'est donc associé à Paris-Dauphine pour vous proposer deux cycles qui vous permettront d'acquérir des certifications universitaires.

### ••• **Manager de projets** réf 1UA

11 jours

La prise en charge d'un projet est souvent présentée comme une grande opportunité, qu'il est généralement délicat de refuser, même lorsque le défi paraît élevé ; il vous faut lors compter sur certaines compétences, notamment d'ordre comportemental et organisationnel.

Modules de formation :	1er semestre 2015	2ème semestre 2015
• Gérer un projet	9-10 mars	7-8 septembre
• Maîtriser les coûts et les risques	7-8 avril	5-6 octobre
• Manager une équipe projet	11-12 mai	16-17 novembre
• Le leadership du chef de projet	1 <sup>er</sup> -2 juin	2-3 décembre
• Planifier et suivre un projet	22-24 juin	14-16 décembre

### ••• **Manager confirmé** réf 1UB

12 jours

Parce que le métier de manager prend tout son sens dans la réalité quotidienne dans laquelle il s'exerce, même pour un manager expérimenté il devient indispensable de se perfectionner dans la gestion de ses activités et de renforcer ses compétences en termes d'analyse, d'organisation, de relationnel et de valorisation de son équipe.

Modules de formation :	1er semestre 2015	2ème semestre 2015
• Renforcer la performance	30 mars -1 <sup>er</sup> avril	28-30 septembre
• Déléguer et responsabiliser	4-5 mai	14-15 octobre
• Conduire le changement	20-21 mai	2-3 novembre
• Organisation du travail	3-4 juin	30 nov.-1 <sup>er</sup> déc.
• Process Com <sup>®</sup>	29 juin-1 juil.	14-16 décembre

••• aussi 2 certifications dans le domaine IT, plus d'infos sur [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Management, Perfectionnement

## » Leadership, influence »

**Manager : développez votre pouvoir d'influence**  
2 j - FLU - p.97

**Best** **Développer son leadership de manager** **F**  
2 j - EAL - p.98

**Renforcer son leadership, atelier théâtre**  
2 j - FFL - p.98

**Best** **Leadership au féminin**  
2 j - LEF - p.99

**Prendre la parole pour renforcer son leadership**  
**Nouveau**  
2 j - LVC - p.99

**Management stratégique, mobiliser efficacement ses partenaires**  
2 j - SMP - p.100

**Réussir vos présentations pour le Comité de Direction**  
2 j - PCD - p.100

**Le Lean et l'Agilité au service du leadership managérial** **Nouveau**  
2 j - GIL - p.102

Manager exige un fin dosage de leadership, d'impulsion, de synergie, d'orchestration des talents et des compétences. Les cursus Orsys vous proposent des méthodes et outils originaux qui renforceront votre efficacité et votre impact managérial.

## » Manager confirmé »

**Manager confirmé : renforcez votre efficacité**  
3 j - PFM - p.97

**Manager : décidez pour agir**  
2 j - DPA - p.101

**Manager : développez l'intelligence collective de votre équipe** **Nouveau**  
2 j - ICE - p.101

**Best** **Concilier management et expertise**  
2 j - QME - p.102

## » Evaluation managériale »

**S'évaluer comme manager, les 12 compétences clés**  
3 j - EVM - p.104

**L'évaluation 360° et son utilisation**  
2 j - LET - p.104

## » Approches spécifiques »

**Le Lean et l'Agilité au service du leadership managérial** **Nouveau**  
2 j - GIL - p.102

**Management collaboratif, outils et postures 2.0**  
1 j - ANO - p.103

**Mettre en place le management visuel** **Nouveau**  
2 j - VUL - cf@

**Manager : appliquez les méthodes du monde sportif**  
2 j - TIF - p.103

## » Intelligence émotionnelle, mentoring »

**Devenir un Manager intuitif** **Nouveau**  
2 j - TUF - p.90

**Management, intégrer l'humain dans son management**  
3 j - IHU - p.105

**Manager par l'intelligence émotionnelle**  
2 j - EMO - p.106

**Devenir Mentor**  
2 j - MNT - p.106

## »» Cycle Certifiant



### MANAGER CONFIRMÉ »»

13 j. - KMC - p.96

#### » composition du cycle

DPE 3j, p.81/DEL 2j, p.78/CHA 2j, p.121/OTE 2j, p.81/PCE 3j, p.108

#### » journée de certification

KLX

## » Mieux communiquer »

**Best** **Décoder les comportements**  
2 j - DOM - p.107

**Best** **MBTI, mieux se comprendre et mieux comprendre les autres**  
2 j - MBT - p.107

**Best** **Process Com®, initiation**  
3 j - PCE - p.108

**Process Com®, perfectionnement**  
2 j - PCA - p.109

**Initiation à la PNL**  
2 j - PNL - p.109

**L'ennéagramme pour mieux communiquer**  
2 j - ENN - p.197

**Améliorer ses relations, l'analyse transactionnelle**  
3 j - NAT - p.197

Manager expérimenté, ce cycle vous permettra de prendre le recul nécessaire sur votre fonction. Vous perfectionnerez vos compétences relationnelles par la ProcessCom®, analyserez les facteurs de réussite dans la conduite d'un changement organisationnel, apprendrez à rendre votre équipe autonome dans les tâches déléguées et dans la gestion efficace de ses activités.

### Renforcer la performance de votre équipe

#### »»» Evaluer sa performance de manager

- Développer son charisme, asseoir son leadership.

#### »»» Comprendre et évaluer son équipe

- Les besoins fondamentaux d'une équipe.
- Bases de la ProcessCom®, Ennéagramme...
- Évaluer les performances individuelles et collectives. Établir un plan personnel d'actions de progrès.

#### »»» Développer le potentiel et la motivation

- S'approprier le rôle de développeur de talent.
- Développer une vision et donner du sens, favoriser l'innovation.
- Gérer les réticences et les conflits.
- Construire la cohésion : instaurer des valeurs communes et des règles du jeu.

### Déléguer et responsabiliser

#### »»» Intégrer la délégation dans son management

- Les caractéristiques d'une délégation motivante.
- Développer l'autonomie.

#### »»» Réussir des délégations responsabilisantes

- Définir l'environnement de la délégation : clarifier les objectifs et les résultats attendus, formaliser le cadre.
- Comprendre les enjeux et les règles de la délégation.
- Diagnostiquer son approche personnelle de la délégation.

#### »»» Mener une délégation avec succès

- Clarifier les actions à déléguer.
- Identifier les indicateurs de suivi efficaces.
- Définir les contrats de délégation.

#### »»» Réussir les entretiens de délégation

- Traduire la mission en objectifs : définir les étapes clés de l'entretien de délégation.
- Mener les entretiens de suivi de délégation : évaluer la réussite de la délégation.

### Accompagner le changement

#### »»» Les représentations du changement

- Apprendre à accueillir et maîtriser ses propres réactions souvent imprévisibles.
- Les différents types de comportements face au changement.
- Savoir identifier ses freins et ses contradictions. Les remises en cause et les deuils.

#### »»» L'accompagnement au changement

- Comment adapter ses comportements et ses attitudes face au changement ?
- Utiliser le stress comme indicateur.
- Utiliser le changement comme facteur de progrès.
- Communiquer le changement : savoir faire partager le changement et le rendre attractif pour tous.
- Les étapes clés du changement. Optimiser son temps pour réussir le changement.
- Le coaching. Les outils de pilotage. Pérenniser les progrès.

### Organiser le travail de votre équipe

#### »»» La vie d'un groupe au travail

- Comprendre le fonctionnement d'un groupe au travail.
- Appréhender les attentes et les besoins du groupe.

#### »»» Evaluer pour organiser

- Développer des techniques d'évaluation.
- Évaluer compétences, motivation et profils relationnels.

#### »»» Organiser l'activité de son équipe

- Fixer des objectifs collectifs et individuels : SMART.
- Définir et formaliser des plans d'action collectifs et individuels (répartir les tâches et planifier).
- Suivre les actions pour s'assurer des résultats.

#### »»» Organiser son temps et celui de son équipe

- Mesurer sa perception et sa relation au temps.
- Gérer sa disponibilité et celle de son équipe.
- Faire le point sur le niveau prioritaire des activités.
- S'approprier les règles d'une organisation efficace.
- Utiliser les outils de la planification.

#### »»» L'impact du changement sur l'organisation de l'activité

- Comprendre les mécanismes et les étapes de l'acceptation du changement.
- Faire adhérer l'équipe au changement.

#### »»» Organiser sa communication managériale

- Organiser des temps d'échanges collectifs et individuels.
- Utiliser la communication assertive pour renforcer son leadership.

### Développer un management individualisé

#### »»» Mieux se connaître pour être reconnu

- Comprendre les applications du modèle ProcessCom®.
- Se reconnaître dans son inventaire de personnalité.
- Explorer les points forts et les pistes d'amélioration des six types de personnalité.
- Explorer les principes de base et de phase.

#### »»» Se positionner face à différents interlocuteurs

- Identifier leur manifestation (positive ou négative).
- Comprendre les attentes de ses interlocuteurs. Identifier les styles de communication en fonction des personnalités.

- Intégrer la notion de canal de communication approprié.

#### »»» S'exercer aux techniques d'influence

- Explorer les besoins psychologiques.
- Anticiper, cadrer, conduire la relation.
- S'approprier les différents styles de management.

#### »»» Déjouer les pièges de la mécommunication en situation de stress

- Distinguer les occurrences du stress positif et du stress négatif.
- Découvrir et intégrer les trois degrés de stress en mécommunication.
- Évaluer les comportements prévisibles sous stress.

#### »»» Rétablir une relation fluide

- Stopper les séquences de détresse.
- Intégrer les notions de masques et de drivers.
- Explorer les différents comportements sous stress des types de personnalité.
- Rétablir la communication.
- Savoir émettre une critique, savoir dire non.
- Pouvoir donner du feedback.



Réf : KMC

Durée : 13 jours

#### Composition du cycle :

- réf DPE, 3j, cf p. 81
- réf DEL, 2j, cf p. 78
- réf CHA, 2j, cf p. 121
- réf OTE, 2j, cf p. 81
- réf PCE 3j, cf p. 108

Examen réf KLX

- 27 oct./19 déc. 2014
- 30 mars/29 juin 2015

Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 5 340 € HT (prix 2014)  
option full incluse  
soit environ 30% de remise incluse

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

#### »» PARTICIPANTS

Responsables d'équipe ou de projet, manager, toute personne en charge d'encadrement d'équipe.

#### »» PREREQUIS

Expérience requise en management d'équipe.

# Manager confirmé : renforcez votre efficacité les 7 processus clés



Renforcer ses capacités managériales en développant une vision périphérique et une approche systémique.

Déploiement de processus d'approche évaluative et anticipative : modélisation STAR, accompagnement, implication, régulation des points de vue, autonomie et innovation, proactivité, management participatif.

## » Rôles et responsabilités du management

- Favoriser la vision périphérique.
- Comprendre les réactions en situation d'incertitude.
- Gérer ses ressources personnelles.

**Exercices** *Se positionner. Identifier son style de management.*

## » 1 : Garder une longueur d'avance

- Etre en proactivité, devancer les événements.
- Prendre des initiatives.
- Rebondir sur les événements.
- Gérer ses ressources personnelles.

**Exercices** *Mises en situation comportementales sur cas professionnels : anticiper et rebondir sur les événements.*

## » 2 : Définir son objectif et son espace de management

- Mettre en place un processus managérial.
- Accompagner plutôt que réaliser.
- Identifier sa vraie valeur ajoutée.

**Exercices** *Mises en pratique sur cas professionnel d'accompagnement aux changements.*

## » 3 : Mettre en place le processus STAR®

- S pour Start : prendre du recul pour développer une vision systémique.
- T pour Think : analyse des scénarios possibles.
- A pour Action : planification et contrôle des actions.
- R pour Review : faire le bilan de son action.

**Exercices** *Résolution de problème organisationnel.*

## » 4 : Développer votre management participatif

- Développer vos capacités d'ouverture et d'écoute.
- Intégrer les équipes dans la prise de décision.
- Savoir prendre des décisions opérationnelles efficaces.

**Exercices** *Mises en pratique sur cas professionnel de prise de décision.*

## » 5 : Assurer une implication de vos équipes

- Comprendre et intégrer les retours collaborateurs.
- Décoder et dédramatiser les interprétations négatives.
- Responsabiliser : mise en pratique de contrats managériaux.

## » 6 : Développer votre management de la diversité

- Savoir inclure les opinions divergentes.
- Respecter les différences individuelles.
- Résoudre les désaccords par une démarche d'échange.

**Exercices** *Mises en pratique sur cas professionnel de régulation.*

## » 7 : Développer votre management évolutif

- Identifier et utiliser les attentes de ses collaborateurs.
- Définir et mettre en place des espaces d'autonomie pour favoriser l'évolution.
- Motiver par les "préférences".
- Laisser libre cours aux nouvelles expériences.

**Exercices** *Mises en pratique sur cas professionnel de résolution de problème en équipe.*



Réf :	PFM
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 26-28 janv./30 mars-1 avr. 2015 26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Nombreux exercices et jeux de rôles filmés avec analyse individualisée.

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à tous les managers qui souhaitent développer leur efficacité en tant que responsables d'équipes.

### » PREREQUIS

Expérience requise en management d'équipes.

# Manager : développez votre pouvoir d'influence



Bien utilisé, votre pouvoir d'influence est un puissant levier pour améliorer la coopération au sein de vos équipes et renforcer votre leadership. Ce stage vous permettra de travailler efficacement vos techniques de communication pour développer vos capacités d'influence.

## » Etre influent, faire passer des messages

- Pouvoir, autorité et influence.
- Prise de pouvoir et pouvoir à ma disposition.
- Evaluer sa position stratégique et son niveau d'influence au sein de son organisation.

**Exercices** *Exercice d'application sur des cas réels rencontrés en entreprise.*

## » Stratégies et leadership

- Les six stratégies d'influence et la matrice du pouvoir.
- Repérer son style de leadership et évaluer son influence.
- Développer son assertivité et sa force de conviction.
- Imaginer le futur et les scénarios envisageables.
- Réaliser un 360° pour optimiser les compétences et les potentialités.

**Exercices** *Réflexion collective sur les raisons et les moyens du pouvoir d'influence dans son travail.*

## » Appliquer les techniques essentielles

- Etre orienté "Plug and Play", ou comment rester dans le paysage en mode action réaction en permanence.
- Connaître et rentrer dans la "bulle" de l'autre, pour mieux se comprendre et gagner du temps.
- Montrer sa différence, sa spécificité, son originalité, son exemplarité.
- Valoriser les collaborateurs : passer d'un collaborateur hostile à neutre et de neutre à allié.
- Promouvoir les valeurs du groupe. Capitaliser sur ce qui cimenter, renforce, rend plus fort.

- Passer d'une stratégie "convaincre" à "faire comprendre". D'une stratégie "One shot" à une stratégie "durable".

**Exercices** *Créer un plan de progrès personnalisé.*

## » Bâtir un plan d'action en énergie positive

- Déjouer les forces négatives : manipulation, hostilité, perversité.
- Sortir du triangle dramatique et influencer en milieu difficile, hostile, malsain.
- Capitaliser sur l'humain : passer de l'énergie négative à positive et créatrice.
- Mettre en place des règles de coopération efficaces, comprises, acceptées et applicables.
- Gérer tous les types de situation. Prévenir les demandes.
- Etre un manager reconnu : en interne et externe.
- Avoir une vision, un projet pour l'avenir.

**Jeu de rôle** *Résolution de problèmes en équipe. Jeux de rôle et débriefing collectif.*



Réf :	FLU
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 26-27 fév./2-3 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Application sur des cas réels. Plan de progrès personnalisé. Résolution de problème en équipe. Jeux de rôle.

### » PARTICIPANTS

Dirigeants, top et middle management, responsables.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage pratique a pour objectif de permettre aux participants d'améliorer et d'affirmer leur propre style de leadership, de posséder et maîtriser des outils pour évaluer toute situation et adopter des pratiques de leader afin de motiver et d'amener leurs équipes à se dépasser.

---

Réf : EAL

Durée : 2 jours

Paris 2-3 oct./13-14 nov. 2014  
11-12 déc. 2014  
22-23 janv./19-20 fév. 2015

**Groupe 1** 4-5 déc. 2014  
12-13 mars/11-12 mai 2015

**Groupe 2** 27-28 nov. 2014  
22-23 janv./26-27 mars 2015

**Groupe 3** 20-21 nov. 2014  
15-16 janv./26-27 mars 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Exercices pour mieux se connaître, analyser son style de leadership et déterminer les domaines à améliorer.

---

**PARTICIPANTS**

Ce stage s'adresse aux managers qui souhaitent développer leur charisme.

---

**PREREQUIS**

Expérience en management d'équipes.

### » Exercer un leadership efficace

- Comprendre les caractéristiques du leadership. Leadership et management.
  - Savoir identifier les quatre principaux styles de leadership. Repérer son style dominant.
  - Appréhender le pouvoir d'influence du leader.
  - Distinguer pouvoir, puissance et autorité.
  - Augmenter sa capacité d'attention et d'observation.
  - Comprendre les caractéristiques d'une équipe performante. Identifier les stades de développement de son équipe.
  - Evaluer le savoir-faire et la motivation de chaque collaborateur.
  - Fixer des plans d'action.
- Exercices** Questionnaire d'auto-évaluation, analyse et interprétation. Jeux de rôles permettant d'analyser et de prendre des décisions sur les styles de leadership appropriés. Débriefing en groupe.

- Montrer la voie, diriger par l'exemple.
- Encourager. Reconnaître les contributions individuelles. Célébrer la réussite.

**Exercices** Questionnaire d'auto-évaluation, analyse et interprétation, échanges d'expériences, élaboration d'un plan d'action.

### » S'affirmer dans son rôle de leadership

- Comprendre les trois modes de comportements : fuite, agressivité, manipulation.
- Développer son assertivité : savoir demander, refuser, exprimer son point de vue, donner un feed-back constructif.
- Se positionner face aux critiques. Faire face aux tensions et aux peurs de son équipe.
- Développer sa capacité d'écoute active. Savoir questionner, reformuler.
- Utiliser le non-verbal : le regard, l'attitude, la voix, la gestuelle.
- Développer son charisme. Véhiculer une image positive.

**Exercices** Questionnaire de positionnement sur son niveau d'assertivité. Jeux de rôles : savoir écouter et gérer des désaccords. Débriefing collectif.

### » Les pratiques d'un leadership mobilisateur

- Relever les défis, créer le changement, innover.
- Connaître les leviers de motivation pour progresser, responsabiliser ses collaborateurs.
- Elaborer sa propre vision et comprendre comment la faire partager efficacement.
- Développer un leadership basé sur des valeurs, des intérêts communs.
- Communiquer pour mobiliser son équipe.
- Instaurer un climat de confiance. Définir des objectifs de coopération.



# Renforcer son leadership, atelier théâtre

Explorer les techniques théâtrales et les appliquer pour développer et affirmer son leadership, tel est l'objectif de cet atelier théâtre. Vous apprendrez à mesurer l'impact de votre comportement et de votre communication, à identifier le mode de fonctionnement de vos collaborateurs, et à favoriser leur implication.

---

Réf : FFL

Durée : 2 jours

Paris 13-14 oct./15-16 déc. 2014  
26-27 fév./2-3 avril 2015  
11-12 juin 2015

**Groupe 1** 5-6 fév./25-26 juin 2015

**Groupe 2** 12-13 fév./18-19 juin 2015

**Groupe 3** 19-20 fév./4-5 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**PARTICIPANTS**

Ce stage s'adresse à toute personne en situation d'animation ou de management, au manager qui souhaite revitaliser son leadership et donner du souffle à son équipe.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

### » Mieux connaître sa personnalité

- Identifier les différents types de personnalité. L'axe affirmation et l'axe expressivité.
  - Reconnaître son propre profil. Le D.E.F.I.
  - Asseoir son leadership.
- Exercices** Autodiagnostic. Réflexion collective et individuelle.

### » Expérimenter sa posture de leader

- Oser et s'engager : apprendre à se mettre en scène.
- Mobiliser ses ressources face à une situation inattendue.
- Se servir de son histoire : son expérience, son recul...
- Découverte de soi et de ses potentialités.

**Exercices** Mises en situation, jeux de rôle à partir de la réalité des participants : situations informelles, formelles.

### » Techniques théâtrales pour développer ses capacités relationnelles

- Mesurer les écarts entre "ce que je crois montrer et ce qui est perçu".
  - Accepter les différences de perception.
  - Repérer et modifier les croyances.
  - Surmonter les différences et dépasser les blocages.
  - Résoudre les situations conflictuelles.
- Mise en situation** Exercices ludiques.

### » Techniques théâtrales pour être acteur de sa communication

- Communiquer avec son être : l'EPI (émotionnel, physique, intellectuel).
- Aïssance corporelle : dynamisation, fluidité, capacité à parler avec son corps.
- Le regard, premier vecteur d'échange.
- Identifier, accepter et gérer ses émotions.
- Renforcer sa confiance en soi et dans les autres.

**Exercices** Exercices ludiques, mises en pratique sur des situations types rencontrées par les participants : situations en face à face, en groupe.

### » Techniques théâtrales pour renforcer son impact auprès de ses équipes

- Identifier les contributions et motivations de ses collaborateurs.
  - Adapter ses messages en fonction des situations et des individus.
  - Savoir expliquer les objectifs.
  - Adapter son comportement pour faire partager sa vision, expliquer les décisions et susciter l'implication.
- Exercices** Mises en situation et jeux de rôle.

### » Prendre son leadership et animer en toute situation

- Renforcer sa capacité à convaincre, à entraîner.
- Etre force de proposition, développer sa créativité.
- Se montrer réaliste dans ses attentes.
- Assurer la cohésion de son équipe.

**Jeu de rôle** Mises en pratique sur des situations ludiques.

La population managériale s'est largement féminisée, ce qui amène une évolution de la culture d'entreprise et des comportements. Cette formation vous apprendra à développer votre leadership et votre capacité d'influence en tant que femme manager, à optimiser vos relations, à vous affirmer et défendre vos idées.

## » Se positionner dans l'environnement social

- Cerner les évolutions sociales et les contraintes de l'environnement.
- Identifier les pôles féminins.
- Comprendre ses propres représentations mentales.
- Se libérer des stéréotypes. Lever les idées reçues. Identifier ses résistances personnelles.

**Exercices** Atelier de réflexion individuelle. Exercices de représentations mentales. Identifier les principaux stéréotypes et idées reçues.

## » Comprendre les spécificités du leadership au féminin

- Connaître les caractéristiques du leadership féminin.
- Cerner les principales distinctions au sexe opposé.
- Situer son charisme et son leadership.
- Développer son pouvoir d'influence.

**Réflexion collective** En groupe, construire une carte mentale sur les caractéristiques du leadership au féminin.

## » Découvrir son propre style de leadership

- Identifier ses valeurs personnelles et ses "drivers".
- Repérer son mode de fonctionnement.
- Connaître ses qualités et axes de développement.

**Mise en situation** Prendre conscience de son image et de ce qu'elle véhicule. Débriefing en groupe.

## » Construire son leadership

- Renforcer son estime de soi. Prendre conscience de son potentiel.

- S'accepter, connaître ses limites.
- Rechercher son équilibre intellectuel, émotionnel, physique.
- Développer son intelligence émotionnelle.
- Bâtir des relations positives grâce à l'écoute active.
- Développer sa flexibilité comportementale.
- Soigner son image et accroître son impact.

**Mise en situation** Avec l'aide de la vidéo : développer son intelligence émotionnelle. Débriefing sur les comportements mis en œuvre.

## » S'affirmer au féminin

- Exprimer son opinion avec assertivité, savoir demander, refuser, formuler un reproche de façon positive.
- Faire respecter ses valeurs.
- Débloquent des situations conflictuelles.

**Mise en situation** En vidéo : gérer des situations difficiles. Débriefing en groupe.

## » Manager au féminin

- Comprendre l'exercice du management et de l'autorité au féminin.
- Trouver son style de management au féminin.
- Adapter son attitude à chaque situation : réunion, entretien, prise de décision, recadrage.
- Créer les conditions d'une synergie avec son équipe.
- Définir son plan d'actions.

**Mise en situation** En vidéo : adapter son management aux situations du quotidien. Débriefing collectif.



Réf :	LEF
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./12-13 nov. 2014 8-9 déc. 2014 5-6 janv./2-3 fév. 2015
Groupe 1	2-3 oct./18-19 déc. 2014 23-24 fév./21-22 avril 2015
Groupe 2	9-10 oct./18-19 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	16-17 oct./18-19 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices de réflexion individuelle, mises en situation, analyse des situations rencontrées par les participants.

### » PARTICIPANTS

L'ensemble du public encadrant féminin : dirigeantes, responsables de service, managers, cadres.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Prendre la parole pour renforcer son leadership

nouveau

La parole est un outil essentiel de communication, elle incite à l'action. Bien assurée, elle mobilise les énergies, favorise l'écoute et l'adhésion. Cette formation vous apprendra à travailler votre voix, à développer votre expression pour affirmer votre posture et gagner en aisance et en force de conviction.

## » Prendre la parole avec efficacité

- Adopter une posture ouverte.
- Renforcer ses appuis, s'ancrer.
- Projeter sa voix pour s'affirmer.
- Susciter l'écoute.
- Libérer sa gestuelle.
- Se déplacer librement dans l'espace.
- S'approprier les techniques des grands orateurs.

**Exercices** Training postural, vocal et comportemental. Ecoute et analyse des voix des grands orateurs.

## » Renforcer sa communication orale

- Comprendre ce qui est en jeu dans la communication orale ; l'information, la relation.
- Optimiser sa communication non verbale et para-verbale (posture, voix, gestuelle, espace).
- Développer l'écoute active.
- Adapter le ton de son discours à son auditoire.
- Recueillir le feed-back et en tenir compte.
- Développer son attractivité pour favoriser l'adhésion.

**Jeu de rôle** Mimer un texte puis le dire. Recueillir le feed-back. Créer un personnage.

## » Rendre son discours vivant et convaincant

- Jouer sur des intentions mobilisatrices.
- Convaincre pour motiver à l'action.
- Être authentique, ouvert pour améliorer ses performances.
- Théâtraliser pour capter son auditoire.
- Transmettre son enthousiasme.

- Maîtriser la globalité de son intervention.

**Mise en situation** Coaching individuel sur " l'entrée en scène ", jeux sur les intentions mobilisatrices.

## » Développer son leadership

- Communiquer une image positive.
- Instaurer un climat de confiance en posant sa voix.
- Partager ses convictions. Identifier son style.
- Transmettre sa vision avec clarté.
- Garder son objectif en perspective.

**Jeu de rôle** Interpréter une scène. Trois minutes pour convaincre.

## » Développer son expression émotionnelle

- Reconnaître, accepter et canaliser ses émotions.
- S'auto-observer et se relaxer.
- Utiliser sa voix pour libérer ses émotions.
- Trouver sa stabilité émotionnelle.
- Identifier et contrer les situations de stress.
- Montrer son implication.

**Exercices** Test sur les petites voix, les messages contraignants. Respiration, relaxation, visualisation.

## » Améliorer ses performances

- Valoriser ses points forts. Oser se dépasser.
- Déstabiliser ses croyances pour adopter des comportements plus aidants.
- Elaborer ses propres stratégies de réussite.

**Jeu de rôle** Changer de point de vue. Définir ses ressources et ses pistes de progression.



Réf :	LVC
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 2-3 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Cet atelier permet d'expérimenter l'impact d'une voix et d'une posture affirmées dans le cadre d'interventions orales.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant renforcer son leadership.

### » PREREQUIS

Aucun.

# Management stratégique, mobiliser efficacement ses partenaires

Ce stage vous permettra d'acquérir des méthodes, outils et réflexes pour améliorer la mobilisation de vos partenaires internes ou externes. Vous découvrirez notamment comment mettre en œuvre la stratégie des alliés, optimiser votre communication et développer votre capacité de persuasion et d'influence.

	
Réf :	SMP
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Tests d'autopositionnement, études de cas, retours d'expériences et échanges collectifs. Jeux de rôles et mises en situations.

**PARTICIPANTS**  
Dirigeants d'entreprise et managers stratégiques souhaitant mobiliser plus efficacement leurs partenaires internes et externes.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Leadership, mobilisation et stratégie d'influence**

- Savoir distinguer pouvoir, autorité et influence.
- Comprendre les stratégies de l'influence et la matrice du pouvoir.
- Evaluer son leadership, sa position stratégique et son influence au sein de son organisation.

**Travaux pratiques** Tests d'autopositionnement, retours d'expériences et échanges collectifs.

» **Mettre en œuvre la stratégie des alliés**

- Recenser ses alliés : effectuer un quadrillage.
- Distinguer alliés, opposants et passifs.
- Effectuer une classification : élaborer la carte des partenaires.

- Comprendre la socio-dynamique des partenaires.

- Mobiliser ses alliés, créer son réseau d'alliés.

**Travaux pratiques** Etudes de cas et mise en application de la stratégie des alliés sur sa propre organisation.

» **Mobiliser et impliquer ses partenaires**

- Créer un climat de confiance pour les échanges avec ses partenaires.
- Valoriser ses partenaires : transformer un partenaire hostile en un partenaire neutre et un neutre en allié.
- Donner des signes de reconnaissance.
- Pratiquer l'écoute active pour mieux comprendre ses partenaires
- Promouvoir les valeurs de l'organisation et capitaliser sur les aspects positifs de la relation partenariale.
- Penser "stratégie durable" et se projeter dans l'avenir.

**Travaux pratiques** Etudes de cas et mises en situation.

» **Communiquer pour mieux mobiliser**

- Connaître les différents processus et canaux de communication.
- Optimiser la communication ascendante : mettre en place des tableaux de bord et des outils de report et d'alerte.
- Améliorer sa communication descendante : savoir transmettre la bonne information au bon moment.

**Mise en situation** Jeux de rôles et mises en situation sur l'animation de réunions d'information.

» **Développer sa capacité d'influence**

- Développer son assertivité et sa capacité de persuasion.
- Légitimer sa fonction et son rôle.
- Développer son autorité non hiérarchique. Gagner en autorité et en charisme.
- Montrer sa différence, sa spécificité, son originalité et son exemplarité.
- S'exprimer de manière positive.

**Mise en situation** Jeux de rôles sur le charisme et la légitimité d'un manager face à des partenaires.



# Réussir vos présentations pour le Comité de Direction renforcer son leadership

Ce stage vous montrera comment créer une présentation efficace pour le Comité de Direction, comment l'adapter à vos interlocuteurs et la présenter avec aisance de manière à renforcer votre positionnement.

	
Réf :	PCD
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./11-12 déc. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Analyse de pratiques et mises en situation autour de problématiques spécifiques à la réalité des participants.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne intervenant en Comité de Direction et souhaitant renforcer son aisance et son efficacité à l'oral.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Construire et animer une présentation**

- Définir l'objectif à atteindre en fonction des contextes et du public visé.
- Construire une stratégie d'objectifs porteuse de sens pour ses interlocuteurs.
- Connaître les règles de pilotage d'une réunion.
- Construire l'ordre du jour.
- Captiver et accrocher le public dès la phase d'introduction.

**Travaux pratiques** Préparer une trame d'intervention sur un thème spécifique à l'entreprise du participant. Définir une stratégie de présentation pour persuader.

» **S'adapter aux interlocuteurs pour mieux persuader et négocier**

- Repérer les profils de personnalité de ses interlocuteurs.
- Comprendre sa structure de personnalité et savoir s'adapter.
- Choisir son niveau de communication pour mieux persuader et convaincre.
- Etre conscient de ses points forts, talents et limites.

**Travaux pratiques** Analyser son style de communication et son profil dominant. Mises en situation de communication spécifiques suivies d'un débriefing collectif.

» **Renforcer son positionnement et son leadership**

- Structure du pouvoir personnel et ses quatre axes.
- Pro-activité et responsabilité.

- Construction et appropriation de sa puissance personnelle.

**Travaux pratiques** Séance de coaching : ancrage de l'état de puissance personnelle. Mises en situation pour tester son positionnement et son leadership. Débriefing collectif.

» **Se préparer à l'oral et adapter sa présentation aux contraintes**

- Gérer son stress et son trac en public.
- Quelques astuces pour être plus performant.
- Savoir gérer le temps imparti et les imprévus.

**Exercices** Exercices de relaxation, de respiration et réalisation d'ancrages. Technique de visualisation positive pour la préparation de la prise de parole. Traitement personnalisé des problèmes rencontrés.

» **Piloter sa présentation orale avec aisance**

- Structurer sa présentation orale et sa prise de parole.
- Maîtriser sa présentation : les principales erreurs à éviter.
- Développer sa force de conviction : choisir des mots forts, rester positif.

**Mise en situation** Mises en situation sur la conduite d'une réunion en Comité de Direction. Débriefing collectif.

La rapidité et la pertinence des décisions constituent un enjeu majeur : il s'agit de faire des choix, en gérant un niveau d'incertitude important. Cette formation vous permettra de développer l'agilité, l'anticipation, la réactivité, la capacité de communication, qualités indispensables à la prise de décision.

## » Développer ses atouts pour mieux décider

- Situer les différentes approches de la prise de décision.
- Repérer son style dominant de prise de décision.
- Identifier les difficultés émotionnelles et méthodologiques pour décider efficacement.
- Identifier et lever ses freins à décider.
- Clarifier les attentes des interlocuteurs.
- Identifier les situations de prises de décision à forts enjeux.
- Mieux connaître ses atouts et ses points de vigilance.

**Travaux pratiques** Test de positionnement sur son style de prise de décision. Mises en situation : résolution de problématique. Débriefing collectif.

## » S'entraîner à la prise de décision efficace

- Les méthodes créatives pour élargir le champ des options.
- Anticiper des décisions importantes : l'analyse et l'évaluation des risques.
- La visualisation de vos décisions : la méthode des scénarios.
- Décider seul ou en groupe.

**Travaux pratiques** Mises en situation : la décision collaborative. Débriefing collectif.

## » Considérer la décision comme un processus

- Repérer et éviter les écueils à une bonne prise de décision.
- Préparer et élaborer la décision.
- Les principaux outils de la prise de décision.

**Travaux pratiques** Mises en situation : l'analyse des options et des possibles. Débriefing collectif.

## » Décider en situation complexe

- Prendre en compte le court terme et le moyen terme dans sa décision.
- Décider en situation d'urgence, en situation de crise.
- Déterminer le type de processus décisionnel à privilégier en urgence.
- Concilier approche analytique et approche intuitive.

**Travaux pratiques** Mises en situation : la prise de décision en groupe. Débriefing collectif.

## » Faire adhérer ses collaborateurs à ses décisions

- Les points clés d'une communication efficace.
- Communiquer pour responsabiliser.
- Faire adhérer les autres à ses décisions.

**Travaux pratiques** Mises en situations : vendre ses décisions. Débriefing collectif.

## » Passer de la décision à la mise en œuvre des solutions

- Elaborer un plan d'actions pour mettre en œuvre et pour faire un suivi.
- Faire un bilan des actions.

**Travaux pratiques** Mises en situation : décliner ses décisions en actions. Débriefing collectif.



Exercices pratiques

Réf : DPA

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
26-27 fév./16-17 avril 2015  
25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Test de positionnement, mises en situation avec débriefing en groupe, retours d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Tout professionnel ayant à prendre des décisions.

### » PREREQUIS

Avoir mis en place des processus décisionnels.

# Manager : développez l'intelligence collective de votre équipe

nouveau



Comment favoriser l'émergence et l'expression de l'intelligence collective dans vos projets et dans votre entreprise ? Cette formation vous montrera une approche managériale nouvelle, créatrice de valeur ajoutée, et vous apportera les clés pour fédérer, stimuler votre équipe et renforcer son efficacité.

## » Comprendre l'intelligence collective

- Intégrer les neurosciences au cœur de la performance.
- Intégrer le passage de l'Homo sapiens vers l'Homo "communicans".
- Prendre conscience des outils de la communication et des nouvelles technologies.

**Travaux pratiques** Exercices de prise de conscience de son potentiel de communication.

## » Développer son potentiel et sa motivation de manager

- Se sentir légitime, avoir confiance, gérer ses émotions.
- Développer son charisme, asseoir son leadership.
- Identifier ses leviers propres.
- Construire son assertivité et son "Empowerment".
- Renforcer sa personnalité et la mettre au service du collectif.

**Exercices** Autodiagnostic.

## » Accompagner la mise en œuvre de l'intelligence collective

- Instaurer des valeurs communes et des règles du jeu.
- Evaluer les performances individuelles et collectives.
- Savoir entendre et encourager, l'écoute active.
- Etablir des plans d'actions personnels, les critères du fonctionnement optimum.
- Mobiliser l'équipe vers la qualité et la réussite de l'objectif.
- Réguler les conflits vers l'objectif.
- Construire son rôle de manager.

**Exercices** Faire le diagnostic de l'organisation et du fonctionnement de son équipe. Construire le tableau d'activité de son équipe.

## » Favoriser l'efficacité et la performance de chacun dans l'équipe

- Développer le bien-être de l'équipe pour favoriser la performance.
- S'inspirer des méthodes Agiles.
- Valoriser chacun et coordonner les compétences en temps réel.
- Réaliser un diagnostic de la transformation et de la réussite d'une équipe.
- Développer l'intelligence créative et émotionnelle de chacun.
- Valider le réseau d'intelligence collective créé pendant la formation.

**Mise en situation** Mise en situation filmée de votre capacité d'intelligence collective, analyse et feedback du groupe.

## » Plan d'Action Personnel de progrès

- Autoanalyse/autodiagnostic.
- Eclairer ses talents.
- Définir son plan de développement personnel.

**Etude de cas** Plan d'action : objectifs, étapes, délais, acteurs, obstacles à la réalisation, résultats attendus.



Vidéo

Réf : ICE

Durée : 2 jours

Paris 18-19 déc. 2014  
23-24 mars/21-22 mai 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Ce stage, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et mises en situation filmées avec restitution et analyse individualisée.

### » PARTICIPANTS

Manager et toute personne souhaitant trouver les outils de la performance humaine au sein de son équipe en accordant à la compréhension de l'intelligence collective.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de mieux cerner la différence de posture entre votre rôle d'expert métier et celui de manager dans votre prise de poste ou dans l'occupation d'une double fonction. Vous apprendrez ainsi à transférer votre expertise, à déléguer pour développer la motivation et les compétences de l'équipe.



Réf :	QME
Durée :	2 jours
Paris :	27-28 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic, tests, mises en situation active, échanges d'expériences, debriefing personnalisé. Retours d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Experts devenant managers, managers devant concilier expertise et management, managers d'experts.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Trouver sa posture entre management et expertise**

- Connaître les trois stades de développement : expert, manager, leader.
- Comprendre son rôle de manager.
- Qu'est-ce qu'un manager ? Qu'est-ce qu'un expert ?
- Identifier les différents types de managers : directif, participatif, bienveillant, délégatif.
- Clarifier les composantes du management et de l'expertise.
- Repérer et surmonter les freins organisationnels et personnels dans l'équilibre des deux rôles.

**Exercices** Réflexion sur l'équilibre manager/expert requis dans son poste à l'aide de la "matrice des compétences".

**» Développer le potentiel de son équipe**

- Connaître les quatre degrés d'autonomie d'une équipe.
- Identifier clairement les rôles, compétences et attentes de la hiérarchie et des collaborateurs.
- Apprendre à transférer son expertise et à déléguer.
- Trouver un style de management et de communication qui répond à sa personnalité.
- Comprendre les personnalités et les besoins de l'équipe.
- Adapter son style de management en fonction du contexte.

**Exercices** Questionnaire d'autoévaluation sur son style de management. Mises en situation : mener un entretien de délégation en utilisant le style de management approprié à la personnalité du collaborateur.

**» Se positionner en leader pour réussir dans les deux rôles**

- Distinguer les trois niveaux de communication : sens, processus et contenu.
- Partager sa vision au sein de l'équipe.
- Hiérarchiser et planifier les activités essentielles.
- Susciter l'automotivation, l'enthousiasme et l'engagement.
- Les facteurs de motivation.
- La reconnaissance.
- La zone d'engagement de vos collaborateurs.
- Définir des objectifs clairs.

**Exercices** Atelier : construire sa propre vision. Jeux de rôles : donner des signes de reconnaissance dans une réunion. Exercice de fixation d'objectifs. Positionner son équipe sur la matrice socio-dynamique.

**» Gérer les cas difficiles**

- Les principales difficultés face aux experts.
- Pratiquer la communication constructive et l'écoute active.
- Intégrer la dimension émotion dans sa communication.

**Exercices** Autodiagnostic relationnel. Jeux de rôle : communication constructive. Plan d'action personnel : formalisation des plans d'actions de chaque participant.



# Le Lean et l'Agilité au service du leadership managérial des clés pour manager en environnement complexe

Cette formation vous permettra de développer, à partir des outils du Lean et de l'Agilité, une posture managériale forte et créatrice de valeur ajoutée. Vous acquerez de nouvelles clés pour fédérer, diriger et stimuler l'intelligence collective de vos équipes et ainsi accroître leur efficacité.



Réf :	GIL
Durée :	2 jours
Paris :	18-19 déc. 2014 2-3 avril/1-2 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ateliers sur la création de valeur et les positions managériales.

**PARTICIPANTS**  
Managers, responsables de Business Unit et d'équipes devant relever les défis managériaux liés aux impératifs d'amélioration, d'innovation, de maîtrise des coûts, de flexibilité et réactivité.

**PREREQUIS**  
Expérience en management et en gestion d'activités.

**» Renforcer son management par les principes Lean et Agile**

- Décoder les enjeux actuels du management.
- Identifier ses valeurs et ses ressources personnelles stratégiques.
- Découvrir les réponses managériales concrètes du Lean et de l'Agile.

**Travaux pratiques** Serious Game et analyse collective.

**» Manager ses activités avec les principes de performance Lean**

- Comprendre la création de valeur Lean : les 7 principes.
- Intégrer les leviers de création de valeur à son style managérial.
- Adopter une approche globale de la création de valeur : le Value Stream Mapping.

**Travaux pratiques** Ateliers sur la création de valeur et le rôle managérial.

**» Créer les conditions de performance de l'équipe Agile**

- Définir les éléments-clés de performance de ses équipes.
- Comprendre les besoins et les éléments de motivation.
- Comprendre les mécanismes de constitution et de maturité d'une équipe.
- Définir un cadre d'action concret pour l'équipe : responsabilité, coordination et coopération, délégation.

**Exercices** Jeu sur les choix de délégation.

**» Déployer une dynamique d'équipe forte : les outils Agiles**

- Créer et partager une vision forte et fédératrice.
- Impulser des éléments de motivation puissants dans la gestion opérationnelle.
- Développer cohésion et convergence : outils Agile, rituels Scrum, Serious Game.
- Développer et cultiver la maturité de l'équipe.

**Exercices** Jeu sur l'organisation et la régulation d'équipes.

**» Développer une dynamique d'excellence**

- Comprendre la dynamique d'apprentissage.
- Définir les besoins et leviers d'amélioration de ses équipes.
- Manager l'excellence avec les outils Agiles : Perfection Game, Starfish...

**Exercices** Exercice de rétrospective : Speedboat.

**» Insuffler une culture Agile, plan d'action**

- Comprendre les dynamiques, stades et leviers de changement.
- Gérer les oppositions et les difficultés.
- Vendre l'Agilité au client, au management intermédiaire, à la direction, aux équipes.
- Définir une approche de transformation Agile.

**Réflexion collective** Atelier sur la conduite du changement.

Ce stage vous présentera les enjeux des nouveaux outils de travail collaboratif. Vous verrez comment accompagner vos équipes, rendre vos collaborateurs acteurs de ces changements et découvrirez les nouvelles perspectives du management collaboratif.

## » Manager avec les nouveaux outils numériques

- Découvrir les nouveaux outils de partage, de production et de coordination : enjeux et utilisations.
- Utiliser les outils open source : intérêts, avantages et utilisations.
- Travailler en mode SAAS : intérêts, enjeux et risques.
- Développer le travail collaboratif : wikis, espaces projets, intranet/extranet collaboratifs...

**Démonstration** Utilisation de Google Drive et simulations de projets en mode collaboratif.

## » Comprendre et appliquer de nouvelles méthodes de travail

- Comprendre le nouvel écosystème de l'entreprise : l'intégration croissante des prestataires, clients et fournisseurs.
- Appréhender la fusion des clients et des fournisseurs en partenaires.
- Manager une organisation composée de prestataires.
- Intégrer les notions de transversalité, de distance, de désynchronisation...

**Etude de cas** Direction de projet avec 100% de prestataires.

## » Optimiser sa gestion et sa communication

- Utiliser les médias sociaux pour simplifier l'acquisition et la gestion client.
- Intégrer le " permission marketing " dans sa communication interne et externe.

- Développer un réseau social d'entreprise : faire du Community Management interne, poser des règles d'usage.
- Personal Branding et image de marque : gérer son e-réputation et celle de son entreprise.

**Réflexion collective** Utilisation des réseaux sociaux d'entreprise et gestion des emails.

## » Adopter la philosophie de travail des générations Y et Z

- Travailler en 100% numérique : messagerie instantanée, VOIP, Optical Character Recognition, reconnaissance vocale...
- Gérer dynamiquement ses connaissances et ses compétences : capitalisation des savoirs, mobilisations de ses ressources.
- Intégrer des applications ludiques dans sa gestion et son management.
- Motiver ses équipes : les rendre acteurs.
- Accompagner et faire adhérer ses équipes au changement numérique.

**Etude de cas** Management d'un changement technique et humain.



Réf :	ANO
Durée :	1 jour
Paris	6 oct./15 déc. 2014 20 avril/22 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques, échanges et retours d'expériences. Exercices pratiques, études de cas et mises en situation.

### » PARTICIPANTS

Managers, directeurs, chefs de projets.

### » PREREQUIS

Une première expérience de management d'équipe est nécessaire.

# Manager : appliquez les méthodes du monde sportif

Cette formation vous permettra de vous approprier des savoir-faire et des techniques empruntés au sport de haut niveau. Vous verrez comment les adapter au management dans l'univers de l'entreprise notamment en termes de motivation et de performance d'équipe.

## » Motiver son équipe

- Savoir constituer une équipe gagnante.
- Donner du sens : l'impact d'un projet partagé.
- Comprendre le rôle des valeurs dans la motivation d'une équipe.
- Faire respecter les règles.
- Partager l'intime : les idées, le plaisir, les émotions...
- Etablir un tableau de la performance.
- Partager le succès.
- Savoir donner du feedback.

**Réflexion collective** Echanges sur la notion de partage de valeurs.

## » Apprendre à communiquer comme un entraîneur

- Comprendre les ressorts de la motivation d'un sportif de haut niveau.
- Les bases de la motivation : l'exemple du dressage des dauphins.
- Le rôle capital de l'entraîneur : ses attitudes, ses valeurs, ses croyances...
- Le rôle de la communication sur les images mentales du joueur.
- L'écoute comme vecteur de succès.
- Privilégier la communication motivante : communiquer sur les objectifs et pas sur les résultats.
- Bannir la communication dérangeante : critiques, certitudes, affirmations péremptoires...
- L'exemple Nick Bollettieri : les raisons de son succès.

**Travaux pratiques** Réflexions collectives et retours d'expériences. Exercices pratiques sur la communication à travers les émotions.

## » Développer une relation de confiance avec le joueur

- L'observation et l'écoute des besoins comme préalable à la relation de confiance.
- La bonne distance à respecter entre l'entraîneur et le joueur.
- Les postures à observer.
- La construction d'une relation de confiance.
- L'exemple Yannick Noah.

**Mise en situation** Réflexions collectives et retours d'expériences. Mises en situations sur des exercices d'observation.

## » Exploiter le potentiel du joueur

- Etre à l'écoute de ses préoccupations dans sa vie privée.
- Etre à l'écoute de ses difficultés dans sa vie professionnelle : passer du problème à la solution.
- Savoir faire réfléchir la personne plutôt que lui donner des conseils.
- Connaître les émotions et les réactions de la personne.
- Recadrer la personne sur ses attitudes limitantes.
- Faire en sorte que la personne s'engage.

**Travaux pratiques** Mise en situations sur des exercices d'écoute active et de questions d'influences.



Réf :	TIF
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges et réflexions collectives, retours d'expériences, mises en situation et études de cas.

### » PARTICIPANTS

Managers, responsables d'équipe ou chefs de projet.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

A l'issue du stage, chaque participant sera capable de comprendre sa position et son rôle vis-à-vis de sa hiérarchie, de ses alter ego et de ses collaborateurs, et pourra ainsi identifier ses axes de progrès.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : EVM

Durée : 3 jours

Paris 6-8 oct./8-10 déc. 2014  
30 mars-1 avril 2015  
29 juin-1 juil. 2015

---

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Cette formation s'adresse aussi bien aux cadres amenés à prendre la tête d'une équipe, qu'à ceux qui souhaitent structurer leur pratique.

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Le manager et l'entreprise**

- Compétence 1 : savoir décrypter la culture d'entreprise.
  - La planification opérationnelle et ses risques.
  - Le manager stratège : comment procéder ?
  - Compétence 2 : collaborer.
  - Les relations avec la hiérarchie et les alter egos.
  - Compétence 3 : communiquer dans l'entreprise.
  - Les types de communication dans l'entreprise.
  - Les sept règles de la communication.
- Travaux pratiques** Echanges en brainstorming.

**» Moi en tant que manager**

- Compétence 4 : la relation avec les autres.
- Communiquer : une question de filtre. L'escalade. Les divergences. Les tensions. Les blocages. Le conflit ouvert.
- Compétence 5 : gérer son temps.
- Les dysfonctionnements types. Auditer son quotidien. Les priorités, la planification. Les entretiens. Savoir dire "non".
- Compétence 6 : analyser et évaluer les risques pour décider. Les différents types de risques. La maîtrise des risques.
- Compétence 7 : construire et piloter les tableaux de bord. Du besoin (cible visée) au tableau de bord (solution).
- Compétence 8 : réaliser un diagnostic, analyser un problème, les causes. Proposer des scénarios contradictoires.

- Compétence 9 : rendre compte (le fond), restituer (la forme). Les différents types de rapport. Synthétiser. Argumenter.
- Exercices** Désamorcer un conflit. Restituer selon la méthode APPROACH.

**» Le manager et ses collaborateurs**

- Compétence 10 : transmettre/définir des objectifs.
  - Comment déléguer, motiver, mobiliser, accompagner, planifier.
  - Le portefeuille d'activités. Le plan d'actions. Les modes de management.
  - Compétence 11 : piloter : évaluer les performances et les compétences.
  - Pourquoi évaluer ? Employabilité et compétences. Evaluer un "Non Performer". Gratifier/sanctionner.
  - Compétence 12 : animer les réunions.
  - Les différents types de réunions. La préparation, l'animation.
  - La clôture et l'après-réunion.
- Exercices** Préparer une réunion en sous-groupes.



# L'évaluation 360° et son utilisation

Plus qu'un outil d'évaluation, le feed-back 360° est un outil privilégié pour accroître la connaissance de soi. Ce stage vous présentera les avantages de la démarche, en particulier ceux qui apportent des informations sur l'efficacité de ses propres comportements et permettent de mesurer les écarts de perception.

**df** Vidéo

---

Réf : LET

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
12-13 fév./21-22 mai 2015

---

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» EXERCICES**

Exercices de réflexion individuelle et collective, retours d'expérience, mises en situation filmées suivies de débriefing.

---

**» PARTICIPANTS**

Managers, chefs de projets, DRH.

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre les enjeux du 360°**

- Un outil d'analyse et de développement de ses pratiques professionnelles.
  - Les cultures et la diversité.
  - La notion de contrôle et de jugement.
  - Le sentiment de délation.
  - Les conditions de succès.
- Travaux pratiques** Brainstorming sur les conditions de réussite d'une démarche 360.

**» Définir les éléments à évaluer**

- Identifier les compétences clés.
  - Evaluer les comportements spécifiques.
  - Déterminer les aptitudes managériales.
  - Intégrer la culture de l'organisation.
- Travaux pratiques** Echanges collectifs sur la distinction entre compétences uniformes et compétences spécifiques.

**» Présenter la démarche aux évaluateurs**

- Définir les objectifs de la démarche.
  - Préserver l'anonymat et la confidentialité.
  - Présenter le questionnaire et son mode opératoire.
  - Comprendre les enjeux.
  - Clarifier l'utilisation des résultats du rapport individuel.
- Travaux pratiques** Mises en situation filmées : présenter la démarche 360 aux évaluateurs en quelques minutes.

**» Organiser les évaluations**

- Affecter les questionnaires aux différents évaluateurs.
  - Contrôler les avancements.
  - Lever les résistances et répondre aux interrogations.
- Travaux pratiques** Mises en situation filmées, donner les instructions aux évaluateurs de remplir les questionnaires.

**» Traiter les informations**

- Faire les synthèses des réponses. Produire un rapport.
  - Pondérer les données. Mettre en forme les résultats.
  - Définir les acteurs du feed-back.
- Travaux pratiques** Travail en sous-groupes : quelle forme donner au feed-back et aux résultats ?

**» Définir le plan de développement**

- Identifier les axes de performance.
  - Valider les axes d'amélioration.
  - Déterminer les opportunités de formation.
  - Etudier les hypothèses de coaching ou de mentorat.
  - Entériner le plan de développement et ses objectifs.
- Travaux pratiques** Construire un plan de développement personnel à partir d'une étude de cas.

**» Mettre en place des indicateurs de suivi**

- Identifier les ressources nécessaires.
  - Définir les indicateurs de réussite.
  - Accompagner la réalisation du plan de développement.
- Travaux pratiques** Définir des indicateurs de réussite à partir de l'étude de cas.

Ce stage permettra aux managers d'identifier et de développer les compétences relationnelles les plus utiles à leur action quotidienne. Ils apprendront à mieux se connaître et se remettre en cause, afin d'intégrer la dimension émotionnelle dans leur relation à l'autre et créer un climat propice à la performance.

## » Comprendre les enjeux du management relationnel

- Positionner la relation salarié-entreprise dans son évolution.
- Réconcilier besoins personnels des collaborateurs et attentes de l'entreprise.
- Définir le rôle du manager dans la création du climat propice à la performance.

**Etude de cas** Le rôle du manager.

## » Faire le point sur ses capacités relationnelles

- Mieux connaître son style relationnel.
- Affirmation de soi, états du moi et préférences cérébrales.
- Identifier et désamorcer ses comportements réflexes.
- Déjouer les postures à risque : le triangle dramatique.

**Exercices** Autodiagnostic relationnel et identification de ses propres freins à la relation. Analyses de situations vécues.

## » Développer une communication authentique

- Découvrir les filtres naturels de l'écoute et leurs causes principales.
- Distinguer faits, opinions et sentiments.
- Utiliser questionnement et reformulation pour mieux écouter.
- Communiquer au-delà des mots.
- Communication non-verbale, calibration et synchronisation.

**Exercices** Autodiagnostic de ses attitudes spontanées d'écoute. Entraînement au questionnement de précision.

## » Tirer parti des émotions

- Intégrer le processus émotionnel.
- Prendre conscience de ses émotions et les gérer.
- Exprimer de façon appropriée ses émotions négatives.
- Le DESC et la Communication Non Violente.

**Exercices** Autodiagnostic de son quotient émotionnel. Jeu de rôle filmé permettant de s'entraîner à communiquer son ressenti sans rompre la relation.

## » Développer les aptitudes de ses collaborateurs au moyen du coaching

- Appréhender les situations appropriées et le positionnement adéquat.
- Acquérir les techniques du coach.
- Mettre en route et suivre un coaching individuel.

**Démonstration** Simulation d'un entretien de coaching.

## » Développer sa compétence relationnelle en situation managériale

- Créer et partager une vision capable de fédérer les énergies.
- Mener les entretiens de face-à-face.
- Animer et réguler une réunion.
- Accompagner le changement.
- Désamorcer les situations délicates ou conflictuelles.

**Mise en situation** Mises en situation lors de différents entretiens. Jeu de rôle autour d'une situation tendue.



Réf :	IHU
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 19-21 janv./23-25 mars 2015 26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Managers, responsables d'équipe.

### » PREREQUIS

Expérience requise en management.



## 2 Cycles certifiants pour maîtriser tous les aspects du métier de manager



### ••• Manager en prise de fonction

13 jours - KNM

Ce cycle permet de cerner les enjeux et de déjouer les difficultés liées à la mission de manager. Motivation d'équipe, leadership, méthodologie d'entretien et de réunion, délégation... chacun des thèmes abordés permettra d'asseoir ses compétences managériales, de bien cerner son rôle et de perfectionner sa communication.

### ••• Manager confirmé

13 jours - KMC

Destiné au manager expérimenté, ce cycle permettra de prendre le recul nécessaire à cette fonction : perfectionner ses compétences relationnelles par la Process Com®, analyser les facteurs de réussite dans la conduite d'un changement organisationnel, apprendre à rendre son équipe autonome dans les tâches déléguées et dans la gestion efficace de ses activités...

### Les certificats professionnels FFP

Ces cycles ont fait l'objet d'une habilitation par la FFP (Fédération de la Formation Professionnelle). Ils se composent de plusieurs cours que vous pouvez suivre à votre rythme, sur une période de 12 mois. Ils se terminent par une journée de contrôle des connaissances et donnent lieu à la remise d'un certificat FFP.



Adapter sa communication verbale et relationnelle managériale en décodant les structures comportementales de ses collaborateurs et en gérant leur potentiel émotionnel. Favoriser les développements relationnels constructifs, connaître les étapes d'évolution d'une situation de crise et renforcer la maîtrise de soi.



Réf :	EMO
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Outils de diagnostic émotionnel. Jeux de rôle basés sur des cas professionnels. Mises en situation filmées et débriefing en groupe.

### PARTICIPANTS

Managers et responsables d'équipe.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### Comprendre la dimension émotionnelle du management

- Identifier les compétences clés du management relationnel.
- Décoder les structures comportementales des individus en milieu professionnel.
- Ecouter et répondre aux besoins relationnels.
- Comprendre les mécanismes émotionnels.
- Anticiper et gérer les réactions des individus en situation "agressive".
- Comprendre les "peurs" émotionnelles et gérer les pensées stressantes associées.
- Contrôler le processus de maîtrise de soi.
- Analyser les comportements clés en situation déstabilisante.

**Travaux pratiques** Test d'auto-évaluation des processus émotionnels.

#### Développer sa compétence émotionnelle

- Identifier les facteurs de progrès et les facteurs bloquants de l'émotivité.
- Gérer les comportements émotionnels "non efficaces" dans la relation.
- Identifier les "scénarios" et les distorsions dans les échanges.
- Accompagner son interlocuteur dans l'identification de ses interprétations et de ses méconnaissances.
- Gérer les situations émotionnelles délicates.
- Accorder votre communication aux besoins de votre interlocuteur.

• Débloquer les situations difficiles en recherchant un terrain d'entente.

**Mise en situation** Mises en situation sur cas de "message difficile". Débriefing avec analyse individualisée.

#### Identifier et gérer les réactions émotionnelles des interlocuteurs

- Apprendre à éviter les "pollutions" émotionnelles.
- Identifier les jeux relationnels.
- Aider vos interlocuteurs à passer en croissance émotionnelle.

**Mise en situation** Mises en situation sur cas de "message émotionnel". Débriefing avec analyse individualisée.

#### Accompagner les émotions collectives

- Aborder l'équipe comme une entité émotionnelle.
- Fédérer vos équipes sur des émotions constructives.
- Gérer l'émotionnel collectif par la maîtrise du processus d'évolution
- Lever les résistances.
- Etablir un partenariat de développement.
- Optimiser ses ressources émotionnelles en identifiant le "rôle" le plus adapté à la situation.
- Utiliser les structures verbales pour consolider votre "rôle".

**Mise en situation** Mise en situation de situation délicate. Débriefing avec analyse individualisée.

## Devenir Mentor

Ce stage pratique vous permettra de comprendre les enjeux et les principes du mentorat d'entreprise et d'en connaître les méthodes pour le mettre en application efficacement. Vous verrez comment valoriser votre expérience et compétences professionnelles en accompagnant l'évolution professionnelle d'un de vos pairs.



Réf :	MNT
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Quiz, retours d'expériences, échanges et réflexions collectives. Jeux de rôles et mises en situation.

### PARTICIPANTS

Toute personne désirant s'inscrire dans une démarche de transmission de compétences et de mentorat d'entreprise.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### Définition et principes du mentorat en entreprise

- Une relation interpersonnelle de soutien et d'échanges, volontaire, en dehors de la ligne hiérarchique.
- Un contrat triangulaire entre le mentor, le mentoré et l'entreprise.
- Les principes de base : transmission de savoir-faire et développement de l'autonomie du mentoré dans l'entreprise.
- Les différences avec les autres dispositifs d'accompagnement (coaching, tutorat, parrainage...).
- Les conditions nécessaires pour devenir mentor : position, expérience et compétences requises.

**Travaux pratiques** Quiz sur le mentorat. Débriefing collectif.

#### Découvrir les enjeux du mentorat

- La reconnaissance, l'harmonisation et la valorisation des expertises et des bonnes pratiques professionnelles.
- La transmission des connaissances, savoir-faire et compétences professionnelles.
- Un élément à part entière du dispositif de formation et d'accompagnement de l'entreprise.
- La création de lien et de cohésion dans l'entreprise.
- La fidélisation des collaborateurs à haut potentiel.

**Réflexion collective** Retours d'expériences et échanges collectifs.

#### Comprendre les rôles et les responsabilités du mentor

- La morale, l'éthique et la "neutralité bienveillante" du mentor.
- L'appropriation de la culture et des valeurs de l'entreprise.
- La transmission de savoir-faire formels et le développement de compétences.
- L'aide à la mobilisation des ressources propres et le développement de l'autonomie du mentoré.
- L'aide "informelle" : les conseils, les retours d'expérience et le développement des savoir-être.

**Réflexion collective** Retours d'expériences et échanges.

#### Connaître le déroulement de la relation mentorale

- Les bases d'un mentorat efficace : facteurs clés, étapes, éthique...
- La formalisation des objectifs à partir des besoins et contraintes de chacun.
- Les domaines couverts et les sujets non traités.
- L'organisation pratique et le planning.
- L'évaluation et la mesure des bénéfices du mentorat.

**Exercices** Jeux de rôles et mises en situations.

#### Adopter une posture de mentor

- Trouver la "bonne casquette" et le bon positionnement.
- Savoir guider sans diriger.
- Pratiquer l'écoute active et le questionnement.
- Développer ses propres capacités pédagogiques.
- Evaluer les résultats de son mentorat.

L'objectif de cette formation est d'apprendre à décoder les attitudes et expressions chez un interlocuteur, afin d'aller vers une communication plus authentique. A l'issue de ce cours, vous saurez adapter votre posture et votre discours en fonction de votre interlocuteur pour être en mesure de mieux communiquer.

## » Les comportements

- L'origine et la construction des comportements.
- Les différents types de comportements et leurs caractéristiques.
- Ce qui se cache derrière un comportement.
- Les différences entre personnalité et comportement.
- L'interaction entre la personnalité et les comportements.

**Mise en situation** Etude de cas pour appréhender les caractéristiques des différents types de comportements.

## » La perception

- Les biais de la perception.
- Comment affiner sa perception ?
- L'influence des mots, des chiffres, des images : comment déjouer les tentatives de manipulation ?
- Analyse de la construction d'un discours.
- Les préjugés et croyances.
- Déceler le mode de fonctionnement logique de son interlocuteur.

**Mise en situation** Affiner sa perception et déjouer les tentatives de manipulation. Entraînement en binômes pour déceler le mode de fonctionnement de son interlocuteur.

## » L'image

- L'image que chaque individu donne à voir.
- L'image qui est perçue par les autres.
- Solliciter l'entourage pour avoir des retours.
- Améliorer son image, modifier la perception que les autres ont de soi.

- La part du visuel et des autres sens.
- L'importance de la voix.

**Mise en situation** Prendre conscience de l'image de chacun. Entraînement en binômes pour solliciter et recevoir du feedback.

## » Les indices corporels des comportements

- Les positions du corps : les bras, les mains, les jambes, les pieds. Les changements de position.
- Détecter des zones d'inconfort, de tension chez un interlocuteur.
- Déceler des signes chez son interlocuteur et se positionner de manière adéquate avec son discours.
- Analyse de l'expression faciale.

**Travaux pratiques** Explorer les positions du corps et détecter des zones d'inconfort chez son interlocuteur. Restitution en groupe.

## » La communication non verbale

- Les règles de base de la communication : fonctionnement et interférences.
- La communication non verbale versus la communication verbale.
- Le langage des émotions.
- La respiration comme indice de perception.
- La calibration et la synchronisation avec son interlocuteur.

**Mise en situation** Pratiquer la calibration et la synchronisation avec son interlocuteur.



Réf :	DOM
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 5-6 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Ce stage, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles avec restitution et analyse individualisée.

## » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant mieux communiquer avec les autres et comprendre ce qui se cache derrière un comportement.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# MBTI, mieux se comprendre et mieux comprendre les autres

Approfondir la connaissance de soi ainsi que celle des autres pour affirmer son positionnement tout en respectant et en utilisant les différences interpersonnelles. Utiliser les différents profils pour mieux aborder les différentes situations professionnelles.

## » La méthode

- Historique de la méthode, références théoriques.
- Contexte d'utilisation, confidentialité.
- Questionnaire auto-administré.
- Explication de la notion de préférence.
- Cheminement collectif sur quatre critères et choix des profils en groupe.
- Applications à la conduite du changement, à la dynamique de groupe, aux modes d'apprentissage, aux styles de leadership.

**Travaux pratiques** Compilation du questionnaire auto-administré.

## » Etude des quatre dimensions

- Attitude générale et orientation de l'énergie, modalités de communication.
- Fonction de perception et de recueil d'information.
- Fonction de jugement et de prise de décision.
- Style de vie, rapport au temps et à l'espace, style d'organisation.

**Travaux pratiques** Exercices sur l'introversion et l'extraversion, la description d'un lieu et la notion de reconnaissance.

## » Dynamique des fonctions

- Assimiler l'ordre des fonctions : fonctions dominante, auxiliaire, tertiaire, inférieure.
- Utiliser les fonctions dans la résolution de problèmes.
- Comprendre l'évolution des fonctions tout au long de la vie.

**Travaux pratiques** Etude de la dynamique des fonctions des profils participants. Echanges. Portraits types de chaque participant. Débriefing individuel des questionnaires. Type apparent et type reconnu.

## » Communiquer en tenant compte des préférences

- Dresser le profil de l'équipe.
- Comprendre les tendances naturelles du groupe.
- Pièges à éviter et pistes à développer.

**Travaux pratiques** Discussion-échange sur le profil de l'équipe, ses points forts et ses axes de développement.

## » Illustrations possibles

- Conduite du changement.
- Organisation d'un projet et répartition des rôles.
- Communication persuasive.
- Résolution de problème ou de conflit.

**Travaux pratiques** Illustrations par des cas pratiques en sous-groupes.

## » Les bénéfices pour les participants

- Connaissance et compréhension des modes de fonctionnements individuels et collectifs.
- Cohésion au sein des équipes.
- Compréhension et acceptation de la différence.
- Création d'un langage commun et de références partagées.

**Travaux pratiques** Mises en application sur des situations professionnelles concrètes. Plan d'action individuel.



Réf :	MBT
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Pédagogie active. Alternance d'apports théoriques, de questionnaires et d'exercices individuels ou en sous-groupes.

## » PARTICIPANTS

Managers, chefs de projet, ou toute personne en situation d'évolution professionnelle ou personnelle.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Si l'acte de bien communiquer dépend du contenu des messages, il est d'abord et surtout affaire de processus. L'outil Process Com<sup>®</sup> vous aidera à adapter votre communication en fonction de votre interlocuteur et à établir avec eux des relations productives et de qualité.

### Mieux se connaître et comprendre son fonctionnement

- Comprendre les applications du modèle Process Com<sup>®</sup>.
- Comprendre le principe de l'immeuble de personnalité : base, phase vécue, phase actuelle...
- Repérer les caractéristiques des six types de personnalité et leur processus de communication.
- Découvrir leurs sources de motivation.
- Identifier sa propre personnalité et son évolution dans le temps.
- Comprendre l'influence de ses propres comportements.
- Identifier leur manifestation (positive ou négative).

**Travaux pratiques** Découverte de la structure de la personnalité de chaque participant. Mise en évidence des caractéristiques des différents types sur vidéo. Entretiens filmés sur des cas apportés par les participants.

### Apprendre à entrer en relation face à différents interlocuteurs

- Développer son écoute et ses qualités d'observation.
- Utiliser les cinq indicateurs comportementaux : mots, tons, expressions du visage, posture, gestes.
- Être capable d'identifier le type de personnalité de ses interlocuteurs en fonction de leur personnalité.
- Connaître les bases de la communication et les différents niveaux : contenu, processus, sens.
- Identifier les différentes positions de vie.
- Sélectionner le bon canal de communication en fonction du type de personnalité.
- Être capable de comprendre les attentes de ses interlocuteurs.

**Travaux pratiques** Expression du besoin et de la demande. Utilisation des canaux de communication qui correspondent à la base de son interlocuteur. Entretien filmé ou non avec divers types de personnalités. Identification des comportements les plus difficiles à gérer.

### S'exercer aux techniques d'influence dans le respect de l'autre

- Explorer les besoins psychologiques (leviers de motivation) des types de personnalité.
- Savoir définir et reconnaître les besoins positifs et négatifs de ses interlocuteurs.
- Savoir satisfaire les besoins de la base et de la phase.
- Anticiper, cadrer, conduire la relation.
- S'approprier les différents styles de management en fonction des types.
- S'appuyer sur les différentes perceptions pour utiliser le bon style de communication.
- Communiquer en fonction du canal/perception/besoin de son interlocuteur.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur un entretien de motivation d'un collaborateur. Utilisation des différents styles de management en réunion.

### Déjouer les pièges de la mécommunication en situation de stress

- Distinguer les manifestations du stress.
- Comprendre le lien entre stress et performance.
- Découvrir et intégrer les trois degrés de stress en Process Com<sup>®</sup>.
- Intégrer les notions de masques et de drivers (messages contraignants).

- Evaluer les comportements prévisibles des six types de personnalité sous stress.
- Identifier les situations qui, pour soi, sont sources de stress.
- Analyser des différents types de personnalité sous stress.

**Travaux pratiques** Découverte des différents types de personnalité sous stress à partir d'extraits de film. Etude d'un cas de management en sous-groupes.

### Rétablir une relation fluide et des interactions de qualité

- Intégrer les trois positions du triangle de Karpman (victime, persécuteur, sauveur).
- Stopper les séquences de détresse en apprenant à sortir du triangle.
- Savoir émettre une critique, dire non en fonction du type de personnalité de ses interlocuteurs.
- Rétablir la communication en utilisant différents leviers d'action.
- Pouvoir donner du feed-back, annoncer une bonne ou une mauvaise nouvelle.

**Travaux pratiques** Mises en situation : sortir du triangle dramatique, annoncer une mauvaise nouvelle lors d'une réunion d'équipe. Mener des entretiens de recadrage sous stress.

### Mettre en place un plan de progrès personnel utilisant le Process Com<sup>®</sup>

- Faire le lien entre qualités premières et points de fragilité en utilisant le quadrant d'Ofman.
- En déduire le "challenge" principal lié à sa structure de personnalité.
- Construire un plan d'action sur la base de cette synthèse.

**Travaux pratiques** Réflexion individuelle : se repérer dans le triangle dramatique. Mises en situation : annoncer une mauvaise nouvelle lors d'une réunion d'équipe. Mener des entretiens de recadrage sous stress.



Réf :	PCE
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./1-3 déc. 2014 16-18 fév./13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Utilisation de la vidéo (exemples de comportements des six types de personnalité). Alternance de théorie et d'études de cas. Le dernier jour du stage est essentiellement consacré à la pratique.

**PARTICIPANTS**  
Exercer une fonction de management, de relations clients ou de vente.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**pour aller plus loin**  
 > Process Com<sup>®</sup>, perfectionnement p.109  
 > Initiation à la PNL p.109

Après une première expérience d'application du modèle Process Com<sup>®</sup> dans sa pratique quotidienne, il peut être utile de revenir et d'approfondir sa connaissance du modèle en apprenant à mieux identifier les différents types de personnalité et leurs différents modes de fonctionnement avec les outils avancés du modèle.

## » La connaissance des mécanismes de stress

- Identifier pour chaque type de personnalité les différentes sources de stress.
- Approfondir les trois degrés de stress et les comportements.
- Découvrir et intégrer la notion de scénario d'échec.
- Sortir du stress et aider son interlocuteur à en sortir.
- Pratiquer les signes de reconnaissance.

**Travaux pratiques** *Analyse de vidéos. Entretien de motivation avec un collaborateur sous stress. Entraînement aux signes de reconnaissance.*

## » Les outils avancés de la Process Communication

- Repérer les caractéristiques observables pertinentes.
- Identifier les trois premiers niveaux de la structure de personnalité grâce aux différents indicateurs comportementaux.
- Comprendre les problématiques liées aux différents types de personnalité.
- Accompagner un collaborateur bloqué dans sa problématique.
- Comprendre la dynamique des changements de phase.
- Savoir reconnaître une personne en train de changer de phase.
- Explorer les questions existentielles liées aux différents types et leur lien avec les besoins psychologiques.

**Travaux pratiques** *Analyse de vidéos sur le changement de phase. Entretien avec un collaborateur bloqué dans sa problématique.*

## » Les différentes combinaisons base/phase

- Les trente combinaisons base/phase et leurs caractéristiques.
- Les problématiques liées à certaines combinaisons spécifiques.

**Travaux pratiques** *Analyse de vidéos.*

## » Rétablir la communication en situation difficile

- Poser des questions en utilisant les outils de la Process Com<sup>®</sup>.
- Le cycle des besoins et son application dans la gestion du processus de la demande.
- L'utilisation du trio canal/perception/besoins en Process Com<sup>®</sup>.
- Gérer les réactions négatives lors d'un recadrage.
- Accroître la conscience de soi pour gérer ses propres réactions.

**Travaux pratiques** *Mises en situations : animation de réunion, exposés, conduite d'entretiens de management, négociation, prise de décision.*

## » Etablir un plan de progrès personnel avec la Process Com<sup>®</sup>

- Les points forts sur lesquels s'appuyer et les aptitudes relationnelles à développer.
- Les actions à entreprendre.

**Travaux pratiques** *Rédaction de son plan de progrès personnel en s'appuyant sur les apports du modèle Process Com<sup>®</sup> et sur le feedback des autres participants.*



Réf :	PCA
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./4-5 déc. 2014 26-27 mars/26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Pédagogie active. Utilisation de la vidéo. Le dernier jour du stage est essentiellement consacré à la pratique.

### » PARTICIPANTS

Exercer une fonction de management, de Ressources Humaines, de relation client ou de vente.

### » PREREQUIS

Avoir déjà suivi une formation en Process Communication et en maîtriser les bases.

# Initiation à la PNL

Un bon manager est avant tout un bon communicant. La PNL offre des outils puissants qui ont fait leurs preuves dans la pratique. Dans ce stage, vous apprendrez à établir une relation de confiance et à vous mettre à la place de l'autre pour mieux transmettre un message et fixer des objectifs concrets.

## » Découvrir la PNL

- Comprendre que la PNL est un modèle, pas une théorie.
- Intégrer les présupposés de la PNL indispensables à la pratique du management.
- Comprendre l'impact des trois pôles du fonctionnement humain.
- Savoir comment s'établit notre "carte du monde".

**Travaux pratiques** *Echanger sur les effets positifs de l'intégration des présupposés de la PNL à sa pratique.*

## » Donner un feed-back précis et motivant

- Comprendre l'intérêt du feed-back dans la performance d'un individu.
- Connaître les critères d'un feed-back efficace.

**Travaux pratiques** *S'entraîner à réaliser des feed-back PNL par des jeux de rôles.*

## » Créer immédiatement un bon rapport grâce à la synchronisation

- L'impact de la synchronisation dans la relation.
- Connaître les différentes formes de synchronisation utilisées en PNL.
- Apprendre à se synchroniser naturellement.

**Travaux pratiques** *S'entraîner à se synchroniser instantanément sur son interlocuteur à partir de simulations.*

## » Mieux transmettre un message et motiver

- Comprendre l'avantage de se préparer en se mettant à la place de l'autre.

- Découvrir la technique PNL qu'utilisent les managers.
- Travaux pratiques** *La technique des positions de perception.*

## » Identifier et recadrer ses croyances limitantes

- Comprendre les croyances personnelles et leur impact sur les comportements.
- Identifier les croyances nocives, les changer.

**Travaux pratiques** *Pratiquer la technique du changement de croyance.*

## » Questionner l'écologie du changement humain

- Comprendre la notion d'écologie.
- Identifier les freins au changement et les lever.

**Travaux pratiques** *Pratiquer le questionnement de l'écologie du changement.*

## » Fixer des objectifs puissants et concrets

- Définir efficacement des objectifs.
- S'entraîner à la détermination d'objectif en PNL.
- Vérifier la bonne formulation de l'objectif.

**Travaux pratiques** *Fixer un objectif PNL à un collaborateur.*

## » Ecouter réellement et avec intérêt

- Apprendre à découvrir plutôt qu'à projeter.
- Découvrir les écueils de l'écoute "banale".
- Identifier les caractéristiques d'une bonne écoute.

**Travaux pratiques** *Ecouter sans interrompre, questionner, éviter la projection, reformuler à partir de simulations.*



Réf :	PNL
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./8-9 déc. 2014 23-24 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables d'équipe, chefs de projets, managers.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Management Spécialisations

Manager requiert de l'agilité et une adaptabilité constante aux nouveaux modes d'organisation de l'entreprise, aux évolutions générationnelles, à la diversité et l'internationalisation des équipes. Les cours Orsys vous proposent d'appréhender ces nouvelles réalités managériales et vous permettent de devenir acteur de ces évolutions pour une meilleure performance de vos équipes.

## » Situations complexes »

- Best** **Maîtriser le management transversal** **F**  
3 j - TAV - p.111
- Best** **Manager des équipes à distance**  
3 j - DTS - p.112
- Mettre en place avec succès le télétravail dans son entreprise**  
2 j - TET - cf@
- Best** **Manager des prestataires de services** **F**  
2 j - MGS - p.113
- Best** **Manager des managers**  
2 j - MAM - p.114
- Manager les situations complexes : diversité, conflits**  
2 j - TDC - p.114

## » Management de la diversité »

- Management de la diversité**  
3 j - MDI - p.115
- Relations avec les salariés handicapés, sensibilisation**  
1 j - RSH - p.115
- Manager des personnes en situation de handicap**  
1 j - HDI - p.116
- Manager une équipe multiculturelle et internationale** **F**  
2 j - MCI - p.116
- Management interculturel : la Chine**  
2 j - CHI - p.117
- Le management intergénérationnel**  
2 j - MGE - p.117
- Manager la génération Y**  
2 j - GEN - p.118
- Intégrer et manager la génération Z**  
2 j - TIZ - p.118
- Manager les seniors**  
2 j - IOR - p.119

## » Conduite du changement »

- Transformer une organisation, les clés de la réussite**  
2 j - TFO - p.31
- Manager avec l'approche systémique et accompagner le changement**  
2 j - ASY - p.119
- Manager en situation de crise et d'incertitude**  
2 j - MSI - p.120
- Change Manager** **F**  
2 j - CHM - p.120
- Best** **Conduire le changement, démarche et outils** **F**  
2 j - CHA - p.121
- Communiquer efficacement pour accompagner le changement**  
2 j - CEA - p.122
- Utiliser la créativité pour favoriser le changement**  
2 j - FAV - p.122

Un manager est de plus en plus responsable de projets dans lesquels il n'a pas d'autorité directe sur les autres collaborateurs. Il est donc indispensable de développer des compétences relationnelles et de collaborer efficacement avec des personnes de niveaux hiérarchiques et de groupes différents.

## Rôles et responsabilités du manager transverse

- Connaître les principales missions du manager transverse.
- Identifier les différents rôles d'un responsable de projets.
- Comprendre les spécificités du management transverse et définir les qualités du manager.
- Mettre en place une relation de type "partenaire", "coopération" ou "client/fournisseur" avec son équipe.
- Construire et inspirer une vision partagée, donner du sens aux actions et aux projets.
- Apprendre à utiliser les deux facettes du manager transverse : le manager-expert et le manager-leader.
- Renforcer ses compétences de leader : montrer la voie, diriger par l'exemple, favoriser la collaboration active.

**Exercices** Echanges et retours d'expérience sur le rôle du responsable de projet. Autodiagnostic sur son style de leadership et son positionnement dans son organisation.

## La cohésion de l'équipe et l'orientation

- Comprendre le fonctionnement des équipes au travail : les caractéristiques d'une équipe projet, sa dynamique.
- Identifier les différents systèmes de valeur au sein d'une équipe et les intégrer à son management.
- Définir les bénéfices de la cohésion d'équipe.
- Développer l'adhésion de l'équipe : méthodes et outils.
- Tenir compte des environnements différents des membres de l'équipe et de leurs organisations.
- Instaurer des règles de fonctionnement : conduite de réunions, débriefings...
- Anticiper les difficultés : prévoir les scénarios possibles et les meilleures solutions de rechange.

**Mise en situation** Jeux de rôles filmés et débriefés sur l'adhésion d'une équipe à un projet. Etude de cas sur la dynamique d'équipe.

## La motivation et la mobilisation

- Identifier les facteurs clés de la réussite d'un projet : les paramètres de succès.
- Comprendre et maîtriser le stress d'équipe et le stress personnel.
- Tenir compte des rapports de force : identifier les contributeurs, les opposants, les indécis et hésitants...
- Mettre en place des indicateurs de réussite : critères d'évaluations qualitatifs et quantitatifs...
- Créer une ambiance stimulante par la confiance, reconnaître et récompenser les réussites.
- Guider l'équipe vers la réussite : feedback et débriefing pour permettre la progression.

**Etude de cas** Les rapports de force. Travaux sur une grille d'analyse du degré d'autonomie des acteurs d'un projet.

## La délégation et la responsabilisation

- Identifier les tâches à déléguer : cartographie des compétences, valeur ajoutée de la délégation, disponibilités...
- Donner des objectifs clairs et quantifiés : les objectifs S.M.A.R.T.
- Apprendre à gérer les priorités du projet : la matrice des priorités d'Eisenhower, différencier urgent et important...

- Définir le processus de délégation : formalisation, contrôle et évaluation.
- Mettre en place un système planifié de vérification.
- Responsabiliser l'équipe à la mise en place des décisions prises.
- Mettre en place les contrats managériaux ou contrats de délégations au sein de l'équipe projet.
- Déterminer un échéancier motivant et évaluer les résultats.

**Exercices** Construction d'un plan de délégation. Jeux de rôles filmés et débriefés sur la communication et la délégation.

## La communication et l'implication

- L'importance de la communication managériale dans le management de projets : communication informative et performative.
- Comprendre le processus de la communication : émetteur, message, récepteur.
- Connaître les différents canaux sensoriels : le V.A.K.O.
- Apprendre à écouter pour valider les informations : pratiquer l'écoute active.
- Apprendre à questionner et à reformuler.
- Adapter le langage en fonction de ses interlocuteurs : synchronisation verbale et non-verbale.
- Responsabiliser les acteurs du projet.

**Mise en situation** Exercices et jeux de rôles sur la "vente de ses idées", l'appropriation d'outils de communication et le développement d'une stratégie d'influence managériale.

## Plan d'action personnel de progrès

- Identifier ses axes de progrès managériaux et se fixer des objectifs.
- Déterminer des critères de mesure et des points de vigilance.
- Déterminer des échéances et des méthodes de contrôle et d'évaluation.

**Exercices** Construction d'un plan d'action personnel de progrès.



Réf :	TAV
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 26-28 janv./2-4 mars 2015 4-6 mai 2015
Groupe 1	24-26 nov. 2014 5-7 janv./16-18 mars 2015
Groupe 2	12-14 nov. 2014 26-28 janv./23-25 mars 2015
Groupe 3	24-26 nov. 2014 9-11 fév./18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Ce stage, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles filmés avec restitution et analyse individualisée.

## PARTICIPANTS

Managers, responsables d'équipe.

## PREREQUIS

Expérience souhaitable en management.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

## pour aller plus loin

- ▶ Manager des équipes à distance p. 112
- ▶ Manager des prestataires de services p. 113

L'apparition de nouvelles organisations, amène un nombre croissant de cadres à manager des équipes dispersées. Cette formation vous permettra de comprendre les spécificités du management à distance. Elle vous montrera comment gérer et diriger de telles équipes, assurer leur cohésion et optimiser les échanges professionnels.

## Appréhender le management des équipes à distance

- Identifier les particularités du travail à distance.
- Cerner les contraintes et opportunités liées à la distance pour le manager.
- Définir les caractéristiques des équipes virtuelles et les défis de la distance.
- Comprendre les besoins des collaborateurs hors site.
- Evaluer la nécessité et la fréquence de réunions de visu.
- Identifier les enjeux managériaux et facteurs clés de succès.
- Dégager des pistes d'action.

**Exercices** Travaux en sous-groupes d'échanges de pratiques. Cartographie des enjeux du management à distance.

## Se positionner dans sa pratique de manager à distance

- Cerner les différents rôles du manager à distance : motiver, accompagner, encourager, réunir, négocier, gérer, évaluer.
- Clarifier le rôle et les missions de chacun.
- Analyser le profil du collaborateur à distance et adapter son management.
- Pratiquer les styles de management en fonction du contexte : du style directif au style déléguatif.
- Cerner les causes de motivation/démotivation dues au travail à distance. Evaluer les compétences.
- Fixer des objectifs réalistes et motivants avec le collaborateur à distance.
- Pratiquer la délégation : la communiquer, la mettre en place, la suivre et la sécuriser malgré la distance.
- Stimuler et développer l'autonomie de ses collaborateurs distants : pouvoirs réservés, pouvoirs délégués.
- Formaliser le plan d'action avec le collaborateur.
- Assurer avec tact un pilotage par objectifs.
- Mener l'entretien d'évaluation.

**Exercices** Autodiagnostic sur sa pratique du management à distance et sur la propension à déléguer. Jeux de rôles filmés mettant en relief les problématiques de communication et de délégation. Débriefing collectif. Réflexion collective sur la méthodologie d'entretien d'évaluation.

## Bien informer, communiquer et suivre à distance

- Assurer sa présence en tant que manager : ni trop, ni trop peu.
- Etre doublement vigilant sur l'image véhiculée par sa communication écrite et orale. Utiliser un langage constructif.
- Faire une utilisation utile des outils collaboratifs à disposition : messagerie instantanée, wikis, réseaux sociaux...
- Adapter le moyen de communication au type de message pour fluidifier l'échange d'information.
- Cerner les avantages et limites des différents outils à disposition.
- Animer une conférence téléphonique ou une visio conférence. Les règles utiles pour rédiger les emails.
- Pratiquer le coaching terrain avec le collaborateur.

- Créer du lien et éviter le sentiment d'isolement. Prendre régulièrement des nouvelles.
- Valoriser les contributions individuelles. Donner des signes de reconnaissance réguliers et sincères.
- Entretenir un climat d'équipe ouvert et propice aux échanges. Assurer un contact quotidien.
- Négocier à distance : utiliser les techniques d'écoute active et de questionnement.
- Savoir détecter et apaiser les tensions. Désamorcer les conflits à distance.
- Organiser un recadrage avec un collaborateur.

**Exercices** Atelier en groupe : panorama des outils pour manager à distance. Jeux de rôles filmés mettant en relief les problématiques de communication à distance et la gestion des conflits. Débriefing en groupe.

## Organiser le travail de ses équipes

- Connaître les stades de développement d'une équipe. Identifier le stade de maturité de son équipe.
- Etablir des règles de fonctionnement spécifiques.
- Contractualiser les droits et obligations du manager et de ses collaborateurs.
- Construire l'équipe. Adopter les comportements d'un leader pour favoriser l'adhésion.
- Organiser l'équipe. Déterminer les domaines de responsabilités. Valoriser les compétences individuelles.
- Développer les savoir-faire. Valoriser les talents. Mutualiser les bonnes pratiques.
- Créer un réseau d'informations formel et informel.
- Mettre en place les outils de partage d'information et de suivi adaptés.
- Entretenir le sentiment d'appartenance à l'équipe. Développer et entretenir la confiance dans le temps.
- Rester disponible et réactif en déplacement.
- Mettre en place des indicateurs d'activité.
- S'accorder sur les outils de suivi et tableaux de bord du collaborateur, de l'équipe.
- Formaliser des contrats de progrès.

**Exercices** Atelier de réflexion individuelle : formaliser une méthodologie de suivi à distance de ses collaborateurs. Simulation de conférence téléphonique. Etude de cas sur un échange de mails. Echanges de pratiques



Réf :	DTS
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 9-11 fév./13-15 avril 2015 8-10 juin 2015
Groupe 1	12-14 nov. 2014 9-11 fév./26-28 mai 2015
Groupe 2	3-5 nov. 2014 23-25 fév./26-28 mai 2015
Groupe 3	17-19 nov. 2014 16-18 fév./4-6 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupe, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Nombreux exercices et jeux de rôles filmés avec analyse individualisée. Ateliers de réflexion individuels et collectifs. Retours d'expériences.

### PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à tous les responsables qui souhaitent développer leurs capacités de communication et de management à distance.

### PREREQUIS

Expérience souhaitable en management.

### pour aller plus loin

- Mettre en place avec succès le télétravail dans son entreprise cf@
- Manager une équipe multiculturelle et internationale p. 116

Gagner son autorité et sa légitimité dans une relation non hiérarchique, susciter la motivation et l'implication, est un défi à relever dans le management de prestataires. Ce stage vous permettra d'organiser et coordonner vos partenaires externes, en favorisant la coopération.

## Clarifier les contours de la relation contractuelle

- Identifier le cadre de la relation.
- Comprendre les types de management et de prestataires.
- Cerner les atouts et limites du management transversal.
- Répertoire les droits et obligations respectifs : le cadre légal et contractuel.
- Comprendre les spécificités du management transversal : coopération, coordination, relationnel.
- Appréhender les différences de logiques et d'enjeux.

**Exercices** Dresser la cartographie des acteurs. Construire une grille de questions visant à identifier les différences de logique.

## Savoir instaurer un management hors hiérarchie

- Clarifier les rôles, missions et objectifs.
- Structurer le cahier des charges et organiser l'entretien de contribution.
- Identifier les objectifs des prestataires avec la méthode S.M.A.R.T.
- Cerner leurs attentes et motivations.
- Organiser et gérer une équipe de prestataires au quotidien : organigramme des tâches, types de réunions.
- Construire la matrice des rôles et responsabilités.
- Définir et suivre les résultats attendus de la prestation : enchaînement des tâches, indicateurs de suivi.
- Etablir une relation de partenariat : concertation, coopération, mise en valeur des intérêts communs.

**Exercices** Répertoire les éléments qui conditionnent le choix de délais entre les réunions de suivi. Construction du metaplan.

## Gagner son autorité et sa légitimité

- Repérer les différentes formes de pouvoir. Renforcer sa crédibilité.
- Légitimer sa fonction, son rôle : clarifier les rôles définis dans le contrat sous forme participative.
- Développer une autorité non hiérarchique : prendre en compte les besoins des différents acteurs, créer la confiance.
- Affirmer sa posture de leader et gagner en charisme.

**Exercices** Jeux de rôles sur l'assise du charisme et la légitimité d'un manager face à des prestataires de services. Débriefing en groupe.

## Adapter sa communication

- Processus et canaux de communication : questionner, écouter, reformuler, dialoguer, négocier. V.A.K.O.G.
- Faire passer l'information à l'aide du moyen approprié. Développer l'écoute active : verbal, para-verbal, non verbal.
- Développer l'écoute active : verbal, para-verbal, non verbal. Utiliser son intelligence émotionnelle.
- Développer un mode de communication motivant en face-à-face, au téléphone, à l'écrit. Les bonnes pratiques de l'email.

**Travaux pratiques** Identifier les processus et canaux de communication à mettre en place pour clarifier et optimiser la relation entre les acteurs. Mises en situations : pratiquer l'écoute active. Débriefing collectif.

## Motiver et impliquer des prestataires

- Etre convaincant pour mobiliser les contributeurs et faire adhérer en réunion.
- Structurer son plan d'intervention : contexte, enjeu du projet, objectifs, plan d'action.
- Les différents comportements coopératifs et non coopératifs. Les positions de vie.
- Créer un contexte relationnel favorable. Développer l'empathie. Faire confiance. Responsabiliser. Soigner l'ambiance.
- Les leviers pour influencer et motiver : identité-réalisation, appartenance, reconnaissance-puissance.
- Savoir donner des signes de reconnaissance : la méthode A.S.A.P (Approprié, Sincère, Argumenté, Personnalisé).

**Travaux pratiques** Jeux de rôles : entretien de motivation d'un prestataire de services sans lien hiérarchique. Préparer l'entretien avec ce prestataire en sous-groupes.

## Faire face aux situations difficiles dues au statut

- Repérer les attitudes majeures en communication : agressivité, manipulation, passivité, assertivité.
- Savoir "dire" les choses avec justesse et assertivité avec l'outil D.E.S.C.
- Gérer les personnalités difficiles et lever les résistances.
- Anticiper et désamorcer les conflits.
- Gérer l'ambiance au sein de l'équipe.
- Savoir recadrer en cas d'écart : préparer l'entretien, dérouler les différentes étapes.

**Exercices** Désamorcer un conflit managérial avec un prestataire. Recadrer un collaborateur sans lien hiérarchique. Débriefing collectif.

## Construire un Plan Personnel d'Action de Progrès

- Autoanalyse/diagnostic de chaque participant.
- Mise en évidence de ses talents personnels.
- Définir des objectifs S.M.A.R.T., d'un échéancier, de moyens complémentaires. Formaliser les résultats attendus.



Réf :	MGS
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./13-14 nov. 2014 11-12 déc. 2014 15-16 janv./12-13 fév 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 9-10 fév./26-27 mai 2015
Groupe 2	27-28 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015
Groupe 3	4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Pédagogie participative. Outils pratiques analysant la communication relationnelle du manager et s'appuyant sur des mises en situations.

### PARTICIPANTS

Accessible à toutes les personnes qui ont pour mission d'animer, motiver et diriger une équipe sans lien hiérarchique, et notamment de prestataires de services.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### pour aller plus loin

- ▶ Maîtriser le management transversal p. 111
- ▶ Manager des équipes à distance p. 112

Renforcer son leadership pour se positionner en tant que manager de managers. Gérer sereinement les situations délicates. Relayer la stratégie de l'entreprise auprès des collaborateurs. Faire adhérer et motiver les équipes sur les projets clés et les rendre proactifs.



Réf :	MAM
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 12-13 janv./9-10 mars 2015 8-9 juin 2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 20-21 avril/29-30 juin 2015
Groupe 2	6-7 nov. 2014 7-8 avril/15-16 juin 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014 27-28 avril/1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ce stage s'appuie sur des exercices et jeux de rôles filmés avec restitution.

**PARTICIPANTS**  
Accessible à toute personne qui a pour mission d'animer, motiver et diriger une équipe de managers.

**PREREQUIS**  
Encadrer un ou plusieurs managers.

### » Se positionner en tant que manager de managers

- Comprendre son rôle de "manager de managers".
- Les différents niveaux de management.
- Identifier ses leviers d'influence et d'argumentation.
- Convaincre et défendre ses idées devant la Direction.

**Exercices** Brainstorming et exercices applicatifs.

### » Développer son leadership

- Situer sa personnalité dans sa mission.
- Connaître son niveau de délégation et d'autonomie.
- Construire son identité de leader.
- Développer ses capacités d'anticipation.

**Exercices** Autodiagnostic et exercices oraux sur le charisme.

### » Piloter une équipe de managers

- Formaliser les règles du jeu.
- Contractualiser ses attentes pour éviter le contrôle non justifié.
- Les niveaux de reporting.

- Mettre en place ses outils de pilotage et tableaux de bord spécifiques aux managers.
- Faire adhérer à la politique de l'entreprise.
- Elaborer les objectifs et les budgets, les décliner.

**Exercices** Création d'outils de reporting et de fixation d'objectifs.

### » Renforcer les compétences managériales de ses collaborateurs

- L'aider à motiver son équipe.
- Renforcer la confiance en soi de ses managers.
- Savoir les accompagner sans les assister.
- Points de contrôle et système d'alerte.
- Traitement et diffusion des informations.

**Exercices** Jeux de rôles et réalisation d'une check list de plus de trente actions de motivation simples et concrètes.

### » Animer une équipe solide de managers

- Mettre en place une communication commune.
- Encourager le travail collaboratif.
- Capitaliser sur les meilleures pratiques.
- Transmettre des informations par l'intermédiaire des managers.
- Réguler les relations internes ; créer les conditions d'une coopération efficace et durable.

**Exercices** Les clés d'une communication interne réussie.

### » Adapter son management à chaque manager

- Donner à chacun le degré d'autonomie adapté.
- Traiter les objections et difficultés.
- Aider un manager dans une situation délicate.
- Recadrer un manager. Gérer des situations difficiles.
- Réguler un conflit dans ses équipes.

**Exercices** Recadrage d'un manager et régulation d'un conflit.

## Pratique Manager les situations complexes : diversité, conflits

Améliorer son mode de management et savoir accompagner au changement ses équipes en toute circonstance. Fédérer les équipes internes et externes à son service, en intégrant la diversité. Concrètement, savoir comment faire pour passer une crise, résoudre un conflit, ou gérer un départ.



Réf :	TDC
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 2-3 fév./7-8 avril 2015 1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic. Etudes de cas. Rédaction d'un outil de projet. Jeux sur la motivation et les bénéfices du management multiculturel.

**PARTICIPANTS**  
Tout manager d'équipe ou de projet qui souhaite trouver des outils pragmatiques afin de faire face à toutes les situations complexes dues à son activité.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en management.

### » La posture de manager et son évolution

- Expert, manager et leader.
- Faire le point sur son mode de management.
- Les différents modes de management et leurs incidences.
- Les origines de la complexité.
- Manager le changement.
- Les représentations du changement.
- Les attentes des collaborateurs face au changement.
- La gestion dynamique du changement.

**Exercices** Autodiagnostic de son mode de management. A partir des styles de managements, se situer et mettre l'accent sur les points à améliorer ou à renforcer.

### » Manager à distance

- Le télétravail. Les outils et lieux du télétravail.
- Manager un télétravailleur.
- Les outils nomades : web, e-mails, visioconférences...
- Repenser son organisation et sa communication.
- Gérer une équipe sans lien hiérarchique.
- Les outils de la gestion de projet.
- Fédérer des équipes transverses.
- S'appuyer sur des compétences externes : portage salarial, indépendants, free-lance...

**Exercices** Répondre à un outil de gestion de projet pour déterminer les enjeux de cette démarche. A partir d'un cas spécifique, structurer les grandes lignes d'un projet.

### » Créer une cohésion d'équipe dans un management multiculturel

- Fédérer par des valeurs communes.
- Diversité et discrimination.
- Les bénéfices de la solidarité et du travail collectif.
- Intégrer l'égalité hommes/femmes.
- Maintenir un équilibre harmonieux vie professionnelle/vie privée.
- Les outils de communication ad hoc.
- Intégrer et motiver la génération Y. Accompagner et motiver les seniors.
- La religion dans l'entreprise.

**Exercices** Jeu collectif sur la motivation et les bénéfices du management multiculturel. Travail en équipe sur la communication à mettre en place avec les bons arguments, afin de faire adhérer ses équipes.

### » Manager en période de crise

- Les différents types de crises.
- Les signes et la gestion du stress.
- Le harcèlement managérial, sexuel ou moral.
- Le burn-out et le mobbing.
- Les départs volontaires ou non.
- Le climat social.
- Gérer un conflit entre deux collaborateurs.
- Faire face à un conflit avec une équipe.

**Exercices** Jeu collectif sur la mesure du climat social. Proposer des pistes d'actions dans son entreprise afin d'améliorer de façon concrète et durable le climat social.

Bien manager des équipes issues de générations, d'environnements et de cultures différents demande une adaptabilité permanente. Dans ce contexte, les managers doivent maîtriser un certain nombre de méthodes et d'outils pour motiver leurs collaborateurs et les aider à atteindre leurs objectifs.

## » Les problématiques de la diversité

- Cultures et diversité.
- Les règles émotionnelles.
- Les répercussions sur les échanges entre individus issus d'environnement différents.

## » Comprendre les différences

- Les attentes en fonction des spécificités individuelles.
- Les personnalités culturelles.
- L'impact de la différence sur nos échanges.
- Le processus de réponse et de protection.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur entretien multiculturel. Cas filmés et analysés.

## » Gérer la diversité au quotidien

- Faire de la diversité une richesse.
- Dynamiser des groupes interculturels.
- Comprendre les socles communs.
- Respecter et l'organiser les différences.
- Asséoir la motivation sur des valeurs communes.
- Interpréter les objectifs en fonction des attentes.

**Travaux pratiques** Travail de groupe sur réunion internationale. Cas filmés et analysés.

## » Les attitudes pour réduire l'impact des différences sur le management

- Etre centré sur "l'intention positive".
- Identifier les spécificités par l'écoute active.
- Reconnaître l'autre.

- Adopter les bonnes attitudes dans les échanges interpersonnels.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur entretien difficile. Cas filmés et analysés.

## » Les outils pour réduire l'impact des différences sur le management

- Appliquer le processus d'accompagnement.
- Communiquer en tenant compte des différences.
- Développer son adaptabilité.
- Tirer profit des différences.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur entretien projet. Cas filmés et analysés.

## » Maîtriser la diversité dans une équipe

- Assurer la constitution de son groupe par le management de la diversité.
- Développer un sentiment d'appartenance fort entre les membres de l'équipe.
- Faciliter les prises de décisions en groupes hétérogènes.
- Faire collaborer les individus issus d'environnements différents.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur réunion d'équipe. Cas filmés et analysés.



Réf :	MDI
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 2-4 fév./21-23 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Mises en situations comportementales, réflexion de groupe et analyse à partir de cas filmés.

## » PARTICIPANTS

Managers, chefs de projets qui animent des équipes hétérogènes.

## » PREREQUIS

Management d'équipe.

# Relations avec les salariés handicapés, sensibilisation

Cette journée vous permettra de cerner les différentes typologies et les acteurs du handicap dans l'entreprise. Vous identifierez les principales représentations liées au handicap et les modes de communication adaptés pour faciliter le contact et construire la relation.

## » Définir le handicap et son environnement pour mieux le comprendre

- Les chiffres clés sur l'emploi et le handicap en France. Le cadre réglementaire en vigueur.
- Les différentes définitions : handicap, salarié en situation de handicap, RQTH, maintien dans l'emploi.
- Les acteurs moteurs dans l'entreprise : management, services RH et mission handicap.
- Le rôle et les domaines d'intervention des organismes et des associations.

**Echanges** Discussion participative autour du thème du handicap et de ses implications au travail.

## » Dresser le panorama des situations de handicap dans leur diversité

- Définitions : handicap mental et troubles psychiques, handicap visuel, moteur, auditif, polyhandicap.
- Causes et conséquences.
- Contraintes et spécificités.
- Adaptation et mesures de compensation.
- Situations difficiles et proposition de relais.

**Réflexion collective** Jeux de questions/réponses sur les différents types d'handicap.

## » Favoriser l'employabilité d'une personne en situation de handicap

- Les clés d'un recrutement réussi.
- Les leviers managériaux pour favoriser l'acceptation et l'intégration dans l'équipe.

- Les relais RH et le rôle des IRP dans la démarche globale d'accompagnement.

**Echanges** Retours d'expériences et bonnes pratiques à adopter pour favoriser l'intégration d'un travailleur en situation de handicap.

## » Appréhender les modes de communication et de relation adaptés

- Chiffrer les évolutions de la relation entre personnes handicapées et valides.
- Comprendre les différents profils relationnels face au handicap : engagés, bloqués, indifférents, détachés.
- Repérer les croyances, préjugés et représentations liés au handicap.
- Repérer ses modes de fonctionnement et ses effets sur la relation.
- Changer ses habitudes de communication et faire preuve d'empathie.
- Construire une relation respectueuse et équitable.

**Réflexion collective** Comment communiquer efficacement avec un travailleur en situation de handicap ?



Réf :	RSH
Durée :	1 jour
Paris	24 nov. 2014 16 mars/8 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Managers et personnels d'encadrement, personnel de la Direction des Ressources Humaines, IRP, toute personne dans l'entreprise volontaire et souhaitant s'informer sur le thème du handicap.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage permet à toute personne exerçant des fonctions d'encadrement d'adapter son management à ses collaborateurs, actuels ou futurs, en situation de handicap. Il vous montrera comment repérer les attitudes managériales à éviter mais aussi celles à privilégier.



Réf :	HDI
Durée :	1 jour
Paris	24 nov. 2014 30 mars/22 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Mises en situation filmées pour porter un nouveau regard à la fois sur des situations managériales et de handicap. Retours d'expériences.

### PARTICIPANTS

Managers confirmés, managers débutants, qui ont ou qui vont manager un collaborateur en situation de handicap au sein de leur service.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Entreprise et handicap

- L'histoire du handicap et la vision stigmatisante commune.
- Le rappel des contenus des lois handicap.
- Eviter les discriminations.
- Les aides et appuis à disposition dans l'entreprise.
- Les freins managériaux et stéréotypes en entreprise.
- Trouver la juste posture managériale vis-à-vis de son équipe.

**Echanges** Partage de bonnes pratiques. Exposé de situations spécifiques par les stagiaires.

### Capitaliser sur les bonnes pratiques

- Les situations managériales à éviter.
- Lever les résistances et les blocages à une bonne intégration.
- Travailler sur les peurs à dépasser.
- Les inquiétudes à lever pour son équipe, pour soi et pour son collaborateur en situation de handicap.
- Les comportements permettant un management souple et assumé.
- Manager la personne avant de manager son handicap. Comprendre ses modes de fonctionnement et ses leviers de motivation.

**Echanges** Partage des bonnes pratiques managériales à retenir.

### Déjouer les jeux émotionnels

- Les droits et devoirs du collaborateur en situation de handicap.
- Identifier les grands poncifs liés au handicap.
- Déjouer les rôles incohérents et inefficaces pour le travail d'équipe. Savoir les dépasser.

**Démonstration** L'étude d'une vidéo suivie d'une réflexion commune permettront aux stagiaires de se rassurer sur leurs capacités managériales.

### Mises en situation

- Première mise en situation : manager une personne de retour de congés longue maladie.
- Deuxième mise en situation : manager un collaborateur dont on ignore qu'il souffre d'un handicap.
- Troisième mise en situation : manager un collaborateur rejeté par l'équipe.

**Mise en situation** Mises en situation filmées : aborder le management d'une situation vis-à-vis d'une personne en situation de handicap.

### Plan personnel de progrès

- Points de progrès individuels à travailler.
- Postures managériales à transposer dans l'entreprise.

**Travaux pratiques** Définir les actions de son plan personnel de progrès.



Ce stage vous aidera à prendre conscience des différences culturelles et de leur impact sur les pratiques managériales. Vous apprendrez à décoder les grandes typologies de culture et de comportement, à anticiper et gérer les malentendus suscités par la différence culturelle et les stéréotypes.



Réf :	MCI
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 22-23 janv./19-20 mars 2015 21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Autodiagnostic, quiz ludiques, mises en situation filmées. Plan d'actions à partir des points de progrès diagnostiqués.

### PARTICIPANTS

Tout manager impliqué régulièrement dans des relations internationales de travail.

### PREREQUIS

Expérience souhaitée en management d'équipe.

### Comprendre l'impact de la culture sur les situations de management

- Définir les notions de culture et de management interculturel.
- Identifier les spécificités de la relation interculturelle.
- Impact des différences culturelles dans le management d'équipe.

**Travaux pratiques** Identification et classement des difficultés des managers de cultures différentes. Quiz ludique.

### Décoder les grandes typologies de culture et de comportement

- Les grandes orientations culturelles dans le monde.
- Les quatre axes de Hofstede, fondateur du management interculturel.
- Les autres facteurs de différenciation culturelle : relation avec l'environnement, le pouvoir, l'espace, le temps.
- Identifier les facteurs de différenciation culturelle : relation hiérarchique, à l'individu, à la collectivité...

**Travaux pratiques** Analyse des différentes attitudes de management selon l'origine culturelle des managers. Autodiagnostic.

### Communiquer efficacement en contexte multiculturel

- Habitudes et cadre de référence.
- Communication implicite et explicite, verbale et non verbale, stéréotypes et conséquences, etc.
- Communication interculturelle écrite et orale.

### Les spécificités du fonctionnement d'une équipe pluriculturelle

- Identification des points de convergence et divergence.
  - Définition des objectifs communs.
  - Evaluation temps de travail / obtention d'un consensus.
- Travaux pratiques** Elaboration en commun d'une grille de décodage des différences culturelles et cas pratiques. Jeux de rôles filmés.

### Adapter son mode de management à des situations interculturelles

- Les rôles du manager international et/ou pluriculturel.
- Gérer efficacement le temps.
- Manager des personnes de culture différente.
- Recadrer un collaborateur étranger (africain, indien, chinois, anglo-saxon... : les différences).
- Gérer les situations difficiles (la distance, les incompréhensions, les conflits...).

**Travaux pratiques** Mises en situations de négociations interculturelles, entretien de recadrage, conduite de réunions, gestion des conflits.

# Management interculturel : la Chine

## être efficace dans ses relations avec les Chinois



Cette formation vous permettra d'appréhender les aspects essentiels de la culture chinoise, de ses codes, en vue d'adapter votre comportement et votre style de management au contexte franco-chinois. Elle vous présentera les spécificités du marché du travail en Chine et du processus de recrutement.

### » Comprendre les codes culturels chinois

- Connaître les points essentiels de la culture chinoise.
- Comprendre les valeurs chinoises : l'héritage culturel confucéen, taoïste et bouddhique.
- Reconnaître l'impact culturel dans la vie professionnelle : la communication, le rapport à la hiérarchie.
- Décoder les modes de communication de l'interlocuteur chinois.

**Travaux pratiques** Analyse des différences interculturelles entre l'Asie et l'Europe sur la base d'une vidéo.

### » Optimiser son action professionnelle avec les Chinois

- Animer une réunion : principal lieu de rencontre et de préparation à la prise de décision.
- Maîtriser la barrière de la langue, gérer son interprète.
- S'adapter aux "rituels" chinois : protocoles et échanges de cadeaux.
- Adopter les "façons" chinoises : donner de la "face", développer ses relations.
- Développer une attention aux "non-dits" et aux tactiques utilisées.
- Comprendre les motivations de ses interlocuteurs.
- Réussir ses négociations en s'adaptant à l'environnement.

**Travaux pratiques** Jeu de questions/réponses sur le comportement à adopter face à différentes situations.

### » Manager les hommes et les équipes en Chine

- Choisir et gérer un manager expatrié.
- Choisir et gérer un manager chinois.
- Développer son leadership sans autoritarisme ni laxisme. Gagner la confiance.
- Fidéliser managers et collaborateurs : saisir les éléments révélateurs de désintérêt et de retrait.
- Développer un management interculturel.
- Assurer une évaluation réciproque.
- Mettre en place un système de rémunération cohérent.

**Travaux pratiques** Analyse de la situation de deux entreprises occidentales et de comportements professionnels de collaborateurs chinois et occidentaux dans différentes situations.

### » Recruter du personnel en Chine

- Analyser le marché du travail chinois.
- Comprendre les conditions et mode de recrutement.
- Appliquer les procédures et méthodes de recrutement.
- Choisir le mode d'implantation en Chine.
- Connaître la législation sociale : loi sur le travail du 01-01-08.

**Travaux pratiques** Analyse de coupures de presse relatant des comportements de collaborateurs en recherche d'emploi.



Réf :	CHI
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 2-3 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques, films vidéo, jeux de rôle, exercices pratiques.

### » PARTICIPANTS

Tout manager en relation avec des interlocuteurs de culture chinoise.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Le management intergénérationnel



Cette formation présente un modèle de management qui, dans chaque domaine (délégation, pilotage, formation, stimulation...), tient compte des spécificités des différentes générations pour en valoriser les compétences et les faire travailler efficacement ensemble.

### » Le cadre de référence des différentes générations dans l'entreprise

- Boomers, X et Y à travers l'analyse de leurs représentations du travail, des rapports à l'entreprise et à l'autorité.
- Comprendre les codes, les besoins et les motivations de chacun.
- Mesurer les impacts de ces différences générationnelles sur les pratiques managériales.
- Identifier les différences pour les dépasser et s'adapter à un cadre de référence différent du sien.

**Exercices** Exercice en sous-groupes pour identifier les attitudes des différentes générations par rapport au travail, aux valeurs professionnelles, au respect des règles et de la hiérarchie, à la collaboration.

### » Partir de ce qui relie au lieu de se focaliser sur les différences

- Ajuster sa communication et son management en fonction des différences de l'autre.
- Prendre en compte la motivation et la maturité de l'autre dans sa délégation au quotidien.
- Anticiper les conflits et gérer les tensions interpersonnelles dues aux différences de génération.
- Développer la cohésion et l'efficacité de l'équipe à travers l'Analyse Transactionnelle.

**Exercices** A partir de l'exercice de la Nasa, animation d'une réunion transgénérationnelle.

### » Développer un nouveau style de management

- Porter les valeurs intergénérationnelles de son équipe.
- Définir le cadre d'une équipe efficiente.
- Fixer des règles du jeu claires et partagées.
- Rester ferme sur les objectifs du service et de l'organisation.
- S'imposer par sa compétence.

**Exercices** Fixation d'objectifs motivants en fonction des typologies des trois générations.

### » Cohabitation intergénérationnelle harmonieuse au sein de l'entreprise

- Permettre à chacun de trouver sa place au sein de l'équipe.
  - Capitaliser sur les différences pour développer l'efficacité collective et la valeur ajoutée de l'équipe.
  - S'appuyer sur les compétences des juniors et l'expérience des plus âgés.
  - Faciliter et organiser le transfert de savoir-faire.
- Exercices** Plan de progrès personnel pour faire travailler efficacement ensemble les générations présentes dans son équipe.



Réf :	MGE
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Autodiagnos, tests, mises en situations actives, échange d'expérience, debriefing personnalisé.

### » PARTICIPANTS

Managers, responsables de collaborateurs appartenant à différentes générations.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Comprendre les spécificités des nouvelles générations (Y) devient incontournable pour tout manager. Au-delà de cette compréhension, cette formation vous permettra de trouver la posture adaptée pour une collaboration réussie.



Réf :	GEN
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en situations professionnelles, exercices et ateliers. Analyse de pratiques. Elaboration d'un plan de développement personnalisé.

**PARTICIPANTS**  
Tout manager et dirigeant ayant à diriger des collaborateurs issus des nouvelles générations.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Comprendre les "Y"

- Prise de conscience des différences transgénérationnelles.
- Comprendre les "Y" face au travail et à l'entreprise, leurs valeurs.
- Intégrer les modes relationnels des Y, leur rapport à la hiérarchie, à l'autorité.
- Comprendre les motivations réelles de la nouvelle génération face à l'entreprise.

**Exercices** Discussion-débat : mon rôle de manager face aux "Y".

» Communiquer efficacement et trouver une juste posture face aux "Y"

- Trouver une posture adaptée en tenant compte des attentes des "Y".
- Chercher les informations sources d'une communication efficace.
- Comprendre les représentations limitantes.
- Savoir se remettre en question dans la relation à l'autre, être en ouverture.
- Utiliser la différence pour renforcer la relation.

**Exercices** Adapter son mode de communication à la situation et à l'interlocuteur.

» Trouver un mode de management adapté, créer la cohésion

- Oser de nouvelles manières de manager.
- Connaître les leviers motivationnels.
- Ne pas lutter contre la différence, mais construire avec.
- Apprendre à coconstruire avec la génération nouvelle.
- Savoir gérer les tensions liées aux différences.
- Permettre à l'équipe d'intégrer les nouveaux éléments.
- Savoir utiliser les forces et compétences des "Y".
- Trouver une cohésion d'équipe tenant compte des différences.

**Exercices** Inventer de nouveaux modes managériaux. Jeux de rôles : se mettre à la place des "Y" pour mieux appréhender leurs réactions et comportements face au manager.

» Analyser ses propres pratiques managériales

- Comprendre quel manager je suis.
- Enrichir ses pratiques de l'apport de la formation en respectant son style.
- Savoir concilier ses enjeux propres, ceux des "Y" et ceux de l'organisation.

**Exercices** Analyse de pratiques managériales à partir d'expériences vécues.

# Intégrer et manager la génération Z comment parler sur la nouvelle génération

Cette formation vous permettra de mieux comprendre la génération Z, ses valeurs, ses besoins, ses attentes pour mieux les motiver. Elle vous montrera comment appliquer à leur égard les modes de management adaptés.



Réf :	TIZ
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov./18-19 déc. 2014 26-27 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ateliers, groupes de réflexion, jeux de rôles, études de cas, analyses de pratiques, retours d'expérience.

**PARTICIPANTS**  
Managers hiérarchiques, cadres dirigeants, managers projets, Responsables RH.

**PREREQUIS**  
Avoir assimilé les bases du management.

» Comprendre la génération Z dans l'entreprise

- Analyser les comportements : approche sociologique et cognitive.
- Porter un regard nouveau sur les Z.
- Comprendre le mode relationnel des Z et leur rapport à la hiérarchie.
- Etude comparative des Z avec les autres générations.

**Réflexion collective** Echanges sur les traits caractéristiques de la génération Z.

» Communiquer efficacement avec les Z

- Savoir créer un contact réel avec les Z.
- Développer un mode de communication circulaire, souple et adaptable.
- Faire de sa communication avec les Z un atout stratégique.
- Faire de la différence un levier efficace.
- Oser inventer de nouveaux modes de communication.

**Jeu de rôle** Développer un mode d'interactions efficace avec les Z. Débriefing collectif.

» Intégrer les Z dans les équipes

- Investir sur la complémentarité des acteurs.
- Oser parler sur l'atout des Z dans l'entreprise de demain.
- Savoir gérer les conflits transgénérationnels, créer des partenariats.
- Jouer la carte de l'intégration adaptée.

**Travaux pratiques** Etude de cas : à partir d'un scénario donné, dégager des solutions innovantes d'intégration de

la génération Z. Jeu de rôle : gérer efficacement les conflits transgénérationnels. Débriefing collectif.

» Comprendre comment motiver les Z

- Comprendre les sources réelles de motivation et les intégrer.
- Faire le lien entre les signaux faibles et forts et les leviers de motivation.
- Concilier la motivation des Z et les besoins de l'entreprise.

**Réflexion collective** Apport théorique suivi d'une réflexion sur les liens entre motivation personnelle et besoins de l'organisation.

» Manager la génération Z au quotidien

- Gérer efficacement des comportements nouveaux.
- Savoir jouer sur des modes de management adaptés.
- Savoir responsabiliser et recadrer les Z sans créer de blocages.
- Porter un regard différent sur les situations bloquées avec l'approche systémique.
- Gérer efficacement les situations tendues avec les Z.

**Travaux pratiques** Ateliers sur des cas réels apportés par les stagiaires. Partages d'expériences.

Renforcer l'implication des seniors constitue une démarche de management indispensable pour valoriser les équipes et favoriser le partage des compétences. Pour les managers, le défi consiste à se positionner face à des collaborateurs au savoir-faire et à la personnalité rompus à divers environnements professionnels.

## » Comprendre les spécificités des collaborateurs seniors

- Définir ce qu'est un senior : un collaborateur expérimenté ? Un plus de 45 ans ? Un plus de 50 ans ?
- Remettre en question les idées toutes faites sur l'immobilisme supposé des seniors.
- Existe-t-il une relation spécifique des seniors face à l'entreprise et à l'autorité ?

**Travaux pratiques** Partages d'expériences avec exposés de situations professionnelles par les participants. Conseils de base.

## » Optimiser sa communication interpersonnelle

- Faire connaître ses objectifs pour le collaborateur senior lors d'entretiens individuels réguliers.
- Repérer ses atouts personnels pour favoriser sa communication avec les seniors.
- Transmettre sa conviction et sa vision lors de réunions d'équipes.
- Envoyer des signes de reconnaissance positifs.
- Oser recadrer un collaborateur plus âgé/expérimenté que soi-même.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés à partir de situations professionnelles authentiques puis débriefing en groupe avec présentation d'une boîte à outils.

## » Utiliser les leviers de motivation spécifiques aux seniors

- Créer une ambiance dynamisante pour toute l'équipe.
- Comprendre les peurs face au changement et y apporter une réponse positive.
- Prendre en compte les besoins individuels.
- Mettre en avant la valeur ajoutée de chaque collaborateur sans l'enfermer dans un rôle statique.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un atelier de brainstorming en sous-groupes avec restitution générale pour synthèse commune.

## » Animer une équipe composée de juniors et de seniors

- Faire le point sur les compétences respectives.
- Développer son image de leader et asseoir sa légitimité face aux seniors.
- Valoriser les savoir-faire et savoir-être spécifiques à chaque membre de l'équipe.
- Favoriser le transfert des compétences.
- Etablir une confiance réciproque.
- Sortir des logiques individuelles pour créer une cohésion d'équipe.

**Travaux pratiques** Exposés individuels filmés avec analyse personnalisée.



Réf :	IOR
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 5-6 fév./28-29 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Au cours de ce stage, les participants seront amenés à rejouer devant la caméra des situations professionnelles réelles et à les débriefing.

### » PARTICIPANTS

Managers d'équipe.

### » PREREQUIS

Expérience requise en management d'équipes.

# Manager avec l'approche systémique et accompagner le changement

Manager avec l'approche systémique consiste à envisager le monde de l'entreprise d'une façon globale, en s'ouvrant à une nouvelle logique pour résoudre des difficultés relationnelles. Cette approche permet de manager le changement à l'aide d'une stratégie tenant compte de l'environnement et de l'organisation.

## » Développer une vision globale d'un système et de son environnement

- Intégrer la notion de cadre de référence.
- Comprendre la différence entre logique analytique classique et logique systémique.
- Découvrir les trois propriétés des systèmes.
- Examiner les différents cas où la démarche systémique est pertinente.

**Travaux pratiques** Atelier individuel : assouplissement du cadre de référence.

## » Piloter le changement avec la démarche systémique

- Adopter une posture permettant la mise en œuvre de l'approche systémique.
- Apprendre à analyser un problème relationnel au sein de l'entreprise en clarifiant les dix composantes d'un système.
- Définir des contrats efficaces.
- Appliquer un modèle en cinq étapes pour résoudre des difficultés relationnelles.

**Travaux pratiques** Entretiens filmés ou non sur des cas apportés par les participants.

## » Les différents types d'intervention permettant le changement

- Apprendre à pratiquer le questionnement de façon précise.
- Découvrir les différents types de recadrage et leur mise en œuvre.

- Appliquer l'injonction paradoxale pour débloquer une situation.

**Travaux pratiques** Entraînement au questionnement, au recadrage, à la création de métaphores, à l'injonction paradoxale.

## » Résoudre des difficultés récurrentes

- Découvrir le modèle systémique de Palo Alto et ses applications en entreprise.
- Intervenir dans une situation de blocage en utilisant le modèle et ses différentes composantes.

**Travaux pratiques** Entretiens filmés ou non sur des cas apportés par les participants.

## » Fixer des objectifs pour faire évoluer un système

- Déclencher la motivation pour une autre façon de faire.
- Intégrer les différents types d'objectifs permettant le changement systémique et leur utilité.

**Travaux pratiques** Entraînement à la fixation d'objectifs permettant de déclencher le changement systémique.

## » Etablir un plan d'action global

- Evaluer son propre système.
- Définir précisément les actions à entreprendre.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un plan pour initier des actions dès le retour dans l'entreprise.



Réf :	ASY
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 26-27 fév./29-30 avril 2015 22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Les participants résoudront des difficultés managériales à partir d'exercices et d'entretiens sur des situations vécues par les participants.

### » PARTICIPANTS

Manager, Chef de Projet, Responsable Ressources Humaines.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

L'objectif de cette formation est de vous permettre d'acquérir les outils et les comportements adéquats pour gérer efficacement et humainement chaque phase d'une situation de crise. Vous apprendrez également à prévenir et anticiper les situations de crises en évaluant les menaces et les risques.



Réf :	MSI
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./4-5 déc. 2014 2-3 fév./21-22 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ce stage, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles avec restitution et analyse individualisée

**PARTICIPANTS**  
Manager d'équipes vivant ou ayant vécu une situation de crise. Toute personne qui souhaite acquérir les bons réflexes pour prévenir une situation de crise potentielle.

**PREREQUIS**  
Expérience de gestion d'équipes et de management requise.

» Introduction

- Les différents types de situations de crise.
- L'enjeu et les spécificités de chaque situation.

**Travaux pratiques** Apports théoriques et exercices en sous-groupes.

» Le début de la crise

- Les signes précurseurs.
- Les éléments déclencheurs.
- Les phénomènes amplificateurs.

**Travaux pratiques** Mises en pratique à partir d'études de cas pour détecter les signes précurseurs d'une crise, identifier les éléments déclencheurs et reconnaître les phénomènes amplificateurs.

» Le fonctionnement en situation de crise

- Le mode dégradé.
- La constitution d'une cellule de crise : cinq étapes pour un fonctionnement optimal.
- L'analyse des processus et des chaînes de risques.
- La réalisation d'études d'impact sur l'activité de l'entreprise.
- Le plan d'actions et la définition des priorités.
- L'organisation à mettre en place.

**Travaux pratiques** Mises en situation permettant de s'approprier l'étude d'impact et l'analyse de processus. Entraînement en binômes sur la définition des priorités et la réalisation d'un plan d'actions.

» Les comportements du manager en situation de crise

- Les fonctionnements et dysfonctionnements psychologiques.
- Les conséquences sur la prise de décision.
- Communiquer, accompagner les hommes dans cette phase de changement.
- Gérer le stress inhérent à toute situation de crise.

**Travaux pratiques** Exercice de décodage des fonctionnements et dysfonctionnements psychologiques. Découverte des bonnes pratiques de l'accompagnement au changement. Gérer son stress et celui des autres.

» La sortie de crise

- La queue de crise.
- Se préparer aux rebondissements.
- Relancer le travail.
- L'analyse du fonctionnement du dispositif de crise.

**Mises en situation** Analyse du fonctionnement du dispositif de crise et échanges en binômes. Restitution personnalisée.

» Anticiper et prévenir les situations de crise

- Anticiper les situations de crise.
- Identifier les vulnérabilités. Evaluer les risques.
- Cartographier les menaces.
- Tirer les enseignements des événements passés.

**Mises en situation** A partir de cas réels sur l'évaluation des risques et des menaces. Restitution personnalisée.



Ce cours vous permettra de piloter et d'accompagner tous types de changement en vous appuyant sur une démarche adaptée. Vous appréhendez la fonction de "Change Manager" en découvrant les étapes clés du pilotage du changement et de la communication.



Réf :	CHM
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 26-27 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Personnes devant jouer un rôle dans les processus d'accompagnement du changement.

**PREREQUIS**  
Expérience souhaitable dans le domaine du management et du changement.

» Nécessité d'une véritable stratégie de management du changement

- Savoir ce qui rend le changement difficile.
- Le "Change Manager" : mission, profil, compétences.
- Maîtriser les étapes de la conduite du changement.
- Recenser les acteurs impliqués dans le changement.

**Exercices** Comment éviter d'échouer la conduite du changement ? Exercice et réflexion commune.

» Diagnostiquer l'ampleur du changement

- Cycle de pilotage du changement et cycle d'accompagnement du changement.
- Savoir établir une note de cadrage d'un projet de changement.
- Evaluer l'ampleur du projet à mener.
- Organiser le projet de changement.

**Exercices** Etablir la matrice des acteurs. Savoir estimer la charge inhérente au changement.

» Etudier l'impact et définir la démarche d'accompagnement

- Comprendre la nécessité d'une étude d'impact.
- Identifier les niveaux où s'opèrent les changements.
- Définir les priorités et la façon d'y répondre.
- Comprendre la nécessité d'une segmentation des acteurs.

**Exercices** Apprendre à identifier les différents impacts possibles dont ceux induits par le changement.

» Communiquer et former au changement

- Connaître les règles de base de la communication.
- Eviter les pièges de la "mécommunication".
- Identifier et choisir les vecteurs de la communication.
- Etablir un plan de communication.
- Définir les besoins en formation.

**Exercices** Préparer un plan de communication pour accompagner le changement que le participant doit opérer.

» Accompagner le management de proximité

- Donner du sens au changement.
- Changement comme facteur de progrès.
- Savoir déclencher les changements.
- Comprendre les résistances au changement.
- Identifier les acteurs clés et leur positionnement pour définir une tactique spécifique.

**Exercices** Sur des cas issus de leur pratique, les participants s'exerceront à donner du sens au changement et identifieront les acteurs clés grâce à une matrice de positionnement.

» Piloter la conduite du changement

- Mettre en place le suivi des actions.
- Utiliser des indicateurs pertinents.
- Anticiper les principaux risques.
- Détecter les anomalies et les dérives.

**Exercices** Choisir des indicateurs de mesure et dresser la matrice des risques associés au changement que le participant doit porter.

# Conduire le changement, démarche et outils



Cette formation vous présentera les étapes clés et les comportements à adopter en tant que manager, pour réussir dans l'accompagnement du changement. Grâce à elle, vous serez en mesure de réaliser une analyse complète des problématiques liées au changement et de les accompagner.

## Les représentations du changement

- Connaître les différentes approches sociologiques.
- L'approche systémique nécessaire au changement.
- Un équilibre instable : l'homéostasie.
- Les différents types de comportements face au changement : accueillir et maîtriser ses propres réactions.
- Les origines des résistances au changement.
- Les remises en cause et le processus de deuil : savoir identifier les freins et les contradictions.
- La représentation du changement : une question de filtre.
- L'attitude face au changement : changement suivi ou changement vécu.
- Identifier les acteurs clés du changement et repérer leur position : alliés, déchirés, indifférents, opposants.
- Les pertes et gains potentiels, réels ou supposés.

**Exercices** *Réflexion individuelle : au travers de situations passées, identifier objectivement les freins et les contradictions de ses collaborateurs. Elaborer la matrice des pertes et gains potentiels. Etude de cas : identifier les acteurs.*

## L'adaptation au changement

- Identifier les différents types de comportements dans le temps : choc, remise en question, remobilisation, engagement.
- Savoir adapter ses comportements et attitudes : entre adaptation et réaction. Trouver des "cadeaux cachés" possibles.
- Etablir la balance coût/bénéfice du changement pour ses collaborateurs.
- Analyser les facteurs de stress dans le changement.
- Comprendre les enjeux et étapes clés d'une évolution personnelle : connaissance de soi, confiance en soi et en l'autre.

**Exercices** *Réflexion individuelle : cartographier ses collaborateurs en fonction de leur degré de résistance au changement. Identifier ses propres sources de stress dans les différentes situations. Echanges.*

## Donner du sens et motiver au changement

- Utiliser le changement comme facteur de progrès.
- Construire un message qui donne une vision claire du changement
- Clarifier les objectifs du changement. Aider l'autre à cette clarification.
- Savoir déclencher le changement et motiver autour du changement.
- Motiver en trouvant la fonction positive. S'appuyer sur les failles de l'ancien système.
- Développer les pensées positives de ses collaborateurs.
- Comprendre les filtres qui polluent la communication interpersonnelle.

**Exercices** *Formaliser les ambitions du projet de changement. L'enjeu : réduire l'écart entre le rêve et la réalité. Décrire les étapes et les moyens à disposition.*

## Communiquer autour du changement

- Faire partager ses idées.
- Mettre en œuvre une communication fertile. Faire partager le changement et le rendre attractif pour tous.
- Connaître les principes de base de la communication. La communication positive.
- Identifier les obstacles à la communication.
- L'écoute active : un outil de communication au service du changement. Posture et techniques.
- Comment organiser une réunion participative ? Les quatre points forts pour la préparer.
- Comment conduire une réunion pour faire adhérer au changement ?
- Maîtriser les étapes clés pour mener une réunion participative.
- Faire partager ses idées et s'appuyer sur les autres.
- S'appuyer sur les leaders. Identifier les acteurs et agir.

**Mise en situation** *Conduire une réunion participative. Débriefing en groupe. Entraînement aux techniques d'écoute active.*

## Accompagner le changement

- Connaître les trois critères déterminants pour s'engager ou non dans le changement.
- Comprendre l'effet du changement de chacun.
- L'anticipation et la planification du changement par le management.
- Bien cerner le projet de changement afin de mieux l'accompagner.
- Identifier les six étapes-clés de la conduite de changement : de l'appropriation au pilotage.
- Construire son plan de communication : objectifs et moyens mis en œuvre.
- La politique des "petits pas" : définir des micro-étapes permettant l'obtention de résultats rapides.
- Savoir réguler les émotions.
- Maîtriser les outils de pilotage pour les managers.
- Etablir le tableau de bord du changement.
- Détecter les éventuelles anomalies et dérives.
- Pratiquer un management de proximité : l'accompagnement individuel et collectif.

**Exercices** *Quiz de réflexion. Entretiens individuels et communication de groupe pour faciliter l'adhésion au changement. Construire un plan d'action pour faciliter l'appropriation du changement pour ses collaborateurs. Echanges.*

Réf :	CHA	
Durée :	2 jours	
Paris	23-24 oct./27-28 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./19-20 fév. 2015	
Groupe 1	26-27 mars/25-26 juin 2015	
Groupe 2	5-6 mars/4-5 juin 2015	
Groupe 3	1-2 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)	
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545		

### EXERCICES

Mise en situation. Travail en groupe. Travail sur des situations vécues. Retours d'expériences.

### PARTICIPANTS

Tout manager d'équipes devant jouer un rôle dans l'accompagnement du changement.

### PREREQUIS

Connaissances de base en management.

### pour aller plus loin

- Transformer une organisation, les clés de la réussite p. 31
- Communiquer efficacement pour accompagner le changement p. 122

Un manager peut être confronté à toutes sortes de changements comme par exemple la mise en place d'une nouvelle organisation. Pour y participer efficacement, il doit notamment mettre en place une communication adaptée faite d'écoute et d'échanges productifs.



Réf :	CEA
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 15-16 janv./26-27 mars 2015 5-6 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
 Nombreux exercices et jeux de rôles filmés avec analyse individualisée. Mises en situations comportementales, partage d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
 Tout manager, responsable d'équipe amené à communiquer dans le cadre d'un changement.

**PREREQUIS**  
 Expérience en management d'équipe.

» Placer le changement en perspective

- Le changement, qu'est-ce que c'est ?
- Les étapes de la conduite du changement.
- Qui est concerné par le changement ?

**Travaux pratiques** Proposition de définitions à partir d'une réflexion en ateliers.

» L'individu face au changement

- Cinq stades psychologiques.
- Huit types de personnalités face au changement.
- Comprendre les facteurs de résistance.
- Intégrer le facteur temps pour favoriser l'acceptation.

**Travaux pratiques** Présentation d'expériences authentiques et partage de bonnes pratiques.

» Elaborer un plan de communication efficace

- Définir sa stratégie de communication : écrit, réunions, entretiens.
- Dégager les arguments adaptés au public concerné.
- Choisir les bons mots pour atteindre son objectif.
- Coordonner stratégie d'entreprise et attentes des collaborateurs.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées à partir de cas réels et débriefing collectif.

» Favoriser l'acceptation des mauvaises nouvelles

- Identifier la nature et la raison des messages négatifs.
- Réaliser un exposé convaincant.
- Répondre aux objections.
- Insister sur l'aspect positif des nouvelles à annoncer.

**Travaux pratiques** Prise de parole filmée devant le groupe suivie de conseils personnalisés.

» S'approprier les bonnes techniques de communication

- Favoriser l'écoute et faire preuve d'empathie.
- Distinguer relation et communication.
- Ouvrir un espace de négociation gagnant-gagnant.
- Savoir impliquer, engager l'autre pour valider l'accord.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une grille de négociation et mise en œuvre de l'entretien.

» Gérer les situations de crise

- Détecter au plus tôt les symptômes d'un désaccord.
- Déterminer la nature et les causes profondes de la crise.
- Accepter la confrontation.
- Refuser la violence et favoriser la négociation.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées avec présentation d'une check-list de points d'amélioration.

» Gérer la sortie de crise

- Réaliser le bilan des accords obtenus.
- Elaborer une information concise et cohérente.
- Diffuser l'information aux personnes impliquées.

**Travaux pratiques** Conception d'un plan de sortie de crise.



## Utiliser la créativité pour favoriser le changement

Réfléchir et promouvoir la créativité dans un environnement évolutif. Manager par l'innovation et animer des séances de créativité ou de résolution de problème. Brainstormings, outils, modélisation et techniques d'approches créatives pour insuffler un processus dynamique de changement.



Réf :	FAV
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 12-13 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
 Echanges interactifs, mises en situation : conduire une réunion de créativité et un projet de changement. Débriefing en groupe.

**PARTICIPANTS**  
 Tout manager en charge de projets d'innovation, de changement ou désirant intégrer l'innovation comme outil de management.

**PREREQUIS**  
 Expérience en management direct ou transverse.

» Délimiter les contours de la créativité

- La créativité et l'innovation dans l'environnement professionnel. Quels bénéfices ?
- La créativité dans le changement.
- Les réactions individuelles et collectives bloquantes face aux changements.
- Identifier et intégrer les acteurs du changement. La stratégie des alliés.
- L'attitude du manager, co-constructeur du changement.

**Exercices** Forum ouvert : savoir instaurer la créativité dans son organisation.

» Les outils de créativité

- Les principes d'une séance de créativité.
- Le principe de divergence (aller contre) et de convergence (aller avec).
- S'imprégner de la problématique : les martiens, les 3h.
- Posture dynamique, concept et techniques : brainstorming, brainwriting, carte mentale, SCAMPER...
- Posture sensible, concept, techniques projectives et oniriques : rêve éveillé...
- Les techniques mixtes : la méthode des six chapeaux...
- Le processus de résolution de problème : CPS.

**Exercices** Exercices d'échauffement sur quelques outils de créativité.

» Les techniques d'accompagnement aux changements

- Pauses créatives et échauffements.
- Le dilemme du tri.
- Mise en regard des solutions par rapport aux plateformes créatives.
- Animer une séance de créativité.
- Garder une trace.

**Mise en situation** Animation d'une partie de séance de créativité sur une problématique de changement.

» Manager la créativité et le changement

- Promouvoir la créativité dans l'organisation.
- Mettre en place un discours autour du changement.
- Convaincre des bienfaits d'une idée.
- Encourager les collaborateurs à penser autrement.
- Comprendre et lever les résistances grâce aux échanges constructifs.
- Construire des ressources intelligentes et pratiques en se servant des expertises existantes.

**Réflexion collective** Check-list des indispensables d'une séance de créativité sur le changement. Quel plan d'actions à son retour ?

# Connaissances essentiels du manager

Pour être acteur du développement de l'entreprise et pouvoir y progresser, le manager doit en posséder une vision globale. Au-delà de bonnes capacités d'animation d'équipe et d'adaptation à un contexte en perpétuelle évolution, il lui est nécessaire d'acquérir des compétences transverses sur des domaines aussi pointus que la gestion, la comptabilité, les ressources humaines. Orsys a sélectionné pour vous les cours qui répondent à cet objectif.

## » Comptabilité et finance »

- Best** Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel **F**  
3 j - IIG - p.124
- Best** Comptabilité, l'essentiel pour les managers  
3 j - CFI - p.124
- Lire un bilan et un compte de résultat **F**  
2 j - BIL - p.125
- Best** Finance d'entreprise, pour non-financiers  
3 j - CFM - p.126
- Mener une analyse financière, pour non-financiers  
2 j - BFI - p.126
- S'initier à la gestion comptable et financière par le jeu  
2 j - GCF - p.292
- Best** Bâtir, négocier et suivre le budget de son unité  
3 j - BUG - p.293
- Best** Introduction à la fiscalité d'entreprise  
3 j - FIS - p.311
- Best** Evaluer la rentabilité d'un investissement  
2 j - RVI - p.319

## » Ressources humaines »

- L'essentiel des ressources humaines pour manager **Nouveau**  
2 j - ERH - p.127
- Maîtriser le dialogue social, pour les managers  
2 j - DSO - p.127
- Best** Réussir ses recrutements **F**  
2 j - REF - p.246
- Droit du travail, l'essentiel pour les managers  
2 j - DRO - p.283

## » Droit et responsabilité »

- Best** Droit des sociétés, pour les non-juristes  
2 j - DOS - p.272
- Droit de la communication d'entreprise, pour non-juristes  
2 j - DCE - p.274
- Best** Droit des affaires, pour les non-juristes  
2 j - DOA - p.275
- Négocier vos contrats avec succès  
3 j - NCS - p.278
- Responsabilité civile, mesurer les risques  
1 j - CIV - p.286
- La responsabilité pénale du manager  
2 j - PEN - p.286

## » Autres compétences »

- Best** Manager par l'amélioration continue  
2 j - AME - p.63
- Best** Achats pour non-acheteurs  
2 j - APA - p.128
- La sécurité de l'information, recommandations pratiques  
2 j - SRP - p.128
- Best** Gestion de projets, l'essentiel pour les managers  
2 j - GPG - p.132
- Préparation de missions à l'étranger **B**  
2 j - ENM - p.211
- Best** Logistique, pour non-logisticiens  
2 j - LOS - p.393
- Best** Les clés du marketing **F**  
3 j - CLE - p.405
- Best** Les clés de la communication  
2 j - CLO - p.420
- Best** Commercial pour non-commerciaux  
2 j - CL - p.459

Initiation à la gestion d'entreprise, du Journal à l'établissement des principaux documents comptables : bilan, compte de résultat, trésorerie. Notions de comptabilité analytique : élaboration des coûts, analyse de la rentabilité et de la solvabilité. Sensibilisation à l'analyse statistique des risques (scoring).

**dif** Exercices pratiques **Best**

Réf :	IIG
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 16-18 fév./18-20 mai 2015
Groupe 1	17-18 nov. 2014 23-25 fév./26-28 mai 2015
Groupe 2	17-19 nov. 2014 2-4 fév./4-6 mai 2015
Groupe 3	3-5 nov. 2014 2-4 fév./4-6 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Application et études de cas réels.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne désireuse de s'initier à la gestion et la comptabilité d'entreprise.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Le cadre général de la gestion d'entreprise

- L'entreprise et son environnement.
- Les différentes structures juridiques de l'entreprise.

» A la découverte des documents de gestion de l'entreprise

- Le bilan.
  - Le compte de résultat.
  - Le tableau de trésorerie.
- Etude de cas** Construction de bilan, compte de résultat.

» Le fonctionnement des comptes et les éléments de gestion

- Principe et rôle de la comptabilité générale.
  - Présentation de la chaîne comptable : journaux, comptes en T, grand livre, balance.
  - Zoom sur les postes du bilan.
  - Zoom sur les postes du compte de résultat.
- Etude de cas** Analyse de document comptable (Grand livre, balance...). Concevoir une ligne d'écriture comptable. Construction d'une balance.

» De la comptabilité générale à la comptabilité analytique

- Passage de la notion de charges (par nature) à la notion de coûts (par destination).
- Méthodes de calcul des coûts de revient.
- Analyses fondamentales : coûts pertinents et outils de décision.

» L'élaboration du coût de revient

- Les différentes méthodes : coûts complets, partiels, spécifiques.
  - Le calcul des marges.
  - Analyse et évaluation des stocks : la méthode " first in, first out ", le coût unitaire moyen pondéré.
- Etude de cas** Calcul de coût de revient.

» Analyse de la rentabilité et de la solvabilité

- Détermination du seuil de rentabilité ou " point mort ".
  - Définition et calculs des ratios de rentabilité et solvabilité.
  - Construction et animation de tableaux de bord.
- Etude de cas** Calcul de ratios de rentabilité. Analyse de différents tableaux de bord.

» Notation des entreprises : méthode de scoring

- Méthode banque de France.
- Etude de cas** Analyse de document montrant le risque d'une entreprise.

## Comptabilité, l'essentiel pour les managers

Ce stage vous permettra de maîtriser les principes essentiels de la comptabilité générale, analytique et budgétaire pour les relier à la situation de l'entreprise. Vous comprendrez l'importance des différents types de comptabilité et saurez les utiliser en vue de mieux contrôler les activités de vos services.

**dif** Exercices pratiques **Best**

Réf :	CFI
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 16-18 fév./20-22 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Managers, organisateurs, acheteurs, auditeurs.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Problématique et enjeux

- Comptabilité et finance dans la vie des entreprises.
  - Enjeux et limites des modèles actuels de contrôle de gestion et d'approche de la valeur économique.
- Exercices** Discussion sur un cas vécu de valorisation d'une PME dans le domaine de la formation. Présentation de tableaux de bord financiers d'une PMI.

» Présentation et comparaison des systèmes comptables

- Les grandes classes de coûts : approche comptabilité générale, analytique et budgétaire.
- Rappels des notions et définitions de base de l'information financière. Domaines et principes.
- Processus budgétaire, comptabilité analytique et comptabilité générale.

» L'essentiel de la comptabilité générale

- Les flux économiques. Les objectifs comptables.
- Les outils : le plan comptable, le traitement comptable des amortissements et des provisions.
- Les enseignements tirés de l'analyse des outils comptables. Les documents de synthèse.
- Les soldes intermédiaires de gestion : marge, EBE, valeur ajoutée.
- L'utilisation pertinente des ratios : rentabilité, structure financière, activité, trésorerie.
- Les grandes masses du bilan : fonds de roulement, besoin en fonds de roulement, trésorerie et cash-flow.

- La lecture et l'interprétation des analyses financières.
- L'audit comptable et financier.

» La comptabilité analytique et le calcul des coûts

- La détermination des centres de coûts : découpage des charges, charges communes et leur répartition, centres de profit.
- L'affectation des produits et des charges par activité.
- Les différentes catégories de coûts : fixes/variables, directs/indirects, ABC, ABM. Le TCO.
- Le rôle du contrôle de gestion : définition et objectifs du BSC, proposition d'indicateurs pour l'axe financier.

» Le budget

- Le budget de fonctionnement, de trésorerie, de ventes, d'achat, d'investissement.
  - Le processus budgétaire : démarche d'élaboration, les techniques de suivi budgétaire et d'optimisation et leurs limites.
  - Le contrôle budgétaire : problématique, limites, analyse des écarts, mesure de performance, modèles de facturation.
  - Exemples de mise en application.
- Exercices** Travail sur un cas concret avec Excel : analyse des écarts (écart de coût/écart de productivité).

Connaître les obligations juridiques et fiscales des sociétés et savoir tenir les grands comptes annuels : bilan et compte de résultat. Se familiariser avec la classification des postes du bilan. Analyser le compte de résultat, calculer les principaux ratios et les soldes intermédiaires de gestion.

## » Eléments de droit des sociétés

- Obligations déclaratives, publicité et contrôle des comptes sociaux des entreprises.
- Les différentes formes de sociétés.

**Etude de cas** Identifier les obligations juridiques et fiscales relatives au dépôt des comptes annuels pour chaque forme juridique.

## » Rappel des principes de la comptabilité générale

- Régularité, sincérité, prudence, permanence.
- Les normes comptables.
- Le plan comptable français.
- Les obligations légales et fiscales, les modes de contrôle, le rôle des commissaires aux comptes.

**Etude de cas** S'approprier le chaînage comptable.

## » Contenu des comptes annuels

- Le bilan.
- Le compte de résultats. L'annexe.

## » Rappels sur les états financiers

- Procéder à une lecture financière des postes du bilan.
- Analyse de l'actif : les investissements, la qualité du portefeuille client, les stocks et la trésorerie.
- Analyse du passif : les capitaux propres, la politique de distribution de dividendes et l'endettement.
- Le compte de résultats. L'annexe et la liasse fiscale.

**Exercices** Se familiariser avec les principaux postes du bilan et comprendre leurs logiques de classification (raisonnement en postes de ressources et d'emplois).

## » L'analyse du patrimoine : le bilan

- Notion d'équilibre financier du bilan, ratios significatifs.
- Apprécier les équilibres structurels.
- L'équilibre de haut et de bas de bilan.

**Etude de cas** Analyser l'équilibre financier à l'aide du bilan fonctionnel.

## » L'analyse de l'activité : le compte de résultats

- Analyse de la formation du résultat net : l'exploitation courante, le résultat financier, les événements exceptionnels.

**Etude de cas** Identifier les postes utiles aux calculs des principaux ratios.

## » Les soldes intermédiaires de gestion

- La marge commerciale. La valeur ajoutée.
- L'excédent brut d'exploitation.
- Le résultat d'exploitation.
- Le résultat courant et le résultat net.

**Etude de cas** S'approprier les mécanismes du diagnostic de la rentabilité ou mise en évidence du risque d'exploitation.

## » Les ratios de l'analyse financière

- Les principaux ratios.
- Leur utilisation dans la communication financière.

**Etude de cas** S'approprier les mécanismes du diagnostic de la solvabilité ou mise en évidence du risque d'illiquidité.



Exercices pratiques

Réf :	BIL
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 2-3 fév. 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Toute personne désirant comprendre les comptes annuels publiés par les entreprises. Personnels des services commerciaux, des services achats ou crédit management.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Formation Leadership au féminin

## Savoir faire du management et savoir être soi-même



Le point de vue de Joëlle MANDEL  
consultante en management et  
développement personnel

*Il est important de sortir de la dualité homme - femme qui nous enferme dans un système de croyances qu'une femme est sous-performante et que pour accéder à des postes de managers, elle doit s'inspirer des hommes.*

### » Les spécificités du management au féminin

Parler de spécificité féminine c'est la comprendre comme des valeurs universelles et évoquer ces valeurs humaines.

Visiblement les femmes font preuve de plus d'écoute et d'empathie, elles savent anticiper, elles sont mieux armées à gérer les priorités, ce qui les intéresse c'est de favoriser la relation et de développer le sens du collectif.

Mais vouloir maintenir cette dualité des valeurs masculines et féminines dans la vie de l'entreprise c'est risquer d'entretenir cette dichotomie.

### » Pourquoi suivre la formation Leadership au féminin ?

Parce que c'est un espace où la parole se libère.

Parce que c'est le lieu où les participantes vont faire un vrai travail sur elles-mêmes, elles prendront conscience de leurs ressources et développeront leurs talents et leur charisme naturel.

Parce qu'il est essentiel de bien se connaître afin d'utiliser ses qualités et de voir ses faiblesses.

*L'objectif de cette formation est de transformer l'image que les femmes se sont construite à travers le regard des autres, qu'elles se libèrent de toute culpabilité dans leur façon d'être et des croyances limitantes.*

*«Bien manager implique du rationnel et de l'émotionnel,  
soit une combinaison de savoir-faire et savoir être»*

Permettre à des non-spécialistes de comprendre les bases de la comptabilité et de savoir lire les états financiers d'une entreprise. Réaliser une analyse financière simple. Comprendre les logiques de calcul de coûts.

		
Réf :	CFM	
Durée :	3 jours	
Paris	12-14 nov. 2014 19-21 janv./30 mars-1 avril 2015 26-28 mai 2015	
Groupe 1	15-17 déc. 2014 16-18 fév./26-28 mai 2015	
Groupe 2	8-10 déc. 2014 23-25 fév./4-6 mai 2015	
Groupe 3	1-3 déc. 2014 23-25 fév./4-6 mai 2015	
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)	
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545		

**EXERCICES**  
Exercices d'entraînement à la comptabilité et à l'analyse des comptes. Réalisation d'un diagnostic financier.

**PARTICIPANTS**  
Non spécialistes dans les domaines comptables, appelés à utiliser l'information comptable dans leur activité.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» La comptabilité, outil de fourniture d'information

- A quoi sert la comptabilité ?
- Comprendre l'information financière et comptable.
- Savoir l'utiliser pour la prise de décision.
- Choisir les bons outils en fonction des objectifs.

» Examen du bilan (reflet du patrimoine)

- Qu'est-ce qu'un bilan ?
- Comment se présente un bilan ?
- Savoir lire les informations à l'actif du bilan.
- Savoir lire les informations au passif du bilan.
- Connaître la valeur patrimoniale de l'entreprise.
- Variation du résultat.

**Exercices** Analyse d'un bilan : étude descriptive des postes du bilan. Cas ESSAI 1.

» Analyser la situation financière de l'entreprise

- Les besoins et ressources financières à long terme : interprétation des fonds de roulement, établissement du bilan.
- Les besoins et ressources financières à court terme : besoin en fonds de roulement et son interprétation économique.
- Analyse de l'évolution de la trésorerie : notion et évaluation de la trésorerie, son interprétation économique.

**Exercices** Lecture du bilan à travers les BFR et FR. Cas ESSAI 2 : le retraitement des informations.

» Examen du compte de résultats

- Qu'est-ce que le compte de résultats ?
- A quoi sert le compte de résultats ?
- Comment se présente le compte de résultats ?
- Présentation des grandes masses du résultat.
- Les sources d'enrichissement ; les produits.
- Les sources d'appauvrissement ; les charges.
- Le solde du compte de résultats.

» Analyser la performance de l'entreprise à partir du compte de résultats

- Le solde intermédiaire de gestion.
- Connaître les principaux soldes.
- Que signifient-ils ?
- Quelles informations en déduire ?

**Exercices** Analyse financière sur la performance de l'entreprise.

» Les principaux ratios

- Evaluation de la performance de la société : ratios d'exploitation, d'endettement, rentabilité.
- Evaluation de la valeur d'une société : valeurs patrimoniales et valeurs de rendement.

**Exercices** Calcul de ratios.



# Mener une analyse financière, pour non-financiers

Lire un bilan, établir le baromètre d'une entreprise par son compte de résultat et mesurer leur corrélation. Evaluer la performance (marge brute, résultat d'exploitation...), analyser sa solvabilité et sa stratégie financières. Etablir un diagnostic patrimonial et des capacités d'autofinancement.

	
Réf :	BFI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 19-20 fév./16-17 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques, exercices pratiques d'entraînement à l'analyse financière de l'entreprise.

**PARTICIPANTS**  
Directeur, responsable, ingénieur, toute personne amenée à apprécier la rentabilité et l'équilibre de l'entreprise.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Recherche de l'information

- Comprendre les comptes d'une entreprise et savoir lire un bilan : fonds propres, solvabilité, etc.
- Critique et limite du bilan.

**Exercices** Présentation, lecture schématique et analytique d'un bilan de clôture.

» Lire l'activité de l'entreprise par le compte de résultats

- Connaître son niveau d'activité.
- Ce qu'elle a consommé.
- Faire le lien entre le compte de résultats et le bilan.
- Critique et limite du compte de résultats.

**Exercices** Lecture d'un bilan de clôture. Présentation générale du compte de résultat, interprétation des différents résultats.

» Introduction à l'analyse financière

- A quoi sert l'analyse financière ?
- L'intérêt de l'analyse financière.

» Evaluer la rentabilité et la solidité financière

- Le compte de résultats et les soldes intermédiaires de gestion.
- Quelques indicateurs de performance de l'entreprise.
- Interpréter les différents soldes du compte de résultats : marge brute, valeur ajoutée, résultat d'exploitation.
- Analyser et interpréter le résultat courant, exceptionnel et net : comment s'est formé le bénéfice ou la perte ?

- L'analyse de la rentabilité.
- La capacité d'autofinancement.
- Les principaux ratios clés pour déceler rapidement les forces et faiblesses de l'entreprise.

**Exercices** Entraînement au diagnostic financier : analyse du compte de résultat et de la rentabilité.

» Analyser la santé financière à travers le bilan

- Le financement des besoins de l'entreprise : capitaux propres, capitaux empruntés, financement des immobilisations.
- Cycle d'exploitation : dans quelle mesure l'entreprise peut-elle rembourser ses dettes à court terme ?
- Les principaux ratios clés : solvabilité, optimisation du BFR et mesure de liquidité.

**Exercices** Analyse du bilan. Mise en situation. Exercice de retraitements, de reclassements.

» Comprendre la stratégie financière

- L'analyse dynamique de la trésorerie.
- Tableau de flux de trésorerie. Tableau de financement.
- Les leviers financiers.
- Les avantages de chaque source de financement.

» L'évaluation de l'entreprise

- La valorisation de l'entreprise.
- Exemples d'approches de l'évaluation : approche patrimoniale, méthode cash-flow.

**Exercices** Diagnostic financier d'une entreprise.

Cette formation, destinée aux managers, présente l'essentiel de la législation du travail, des processus de recrutement et de la gestion des contrats mais aussi les éléments principaux de la GPEC, de la prévention des risques psychosociaux et de la négociation avec les IRP.

## » La législation du travail

- Se repérer dans le Code du travail.
- Comprendre le rôle de la Convention Collective et savoir s'y conformer.
- Savoir rechercher des informations juridiques.

## » Le recrutement et l'intégration

- Connaître les principales étapes du recrutement.
- Intégrer la diversité et la non-discrimination dans ses pratiques.
- Accompagner le nouvel embauché et l'intégrer.

**Travaux pratiques** Création d'une grille des compétences.

## » Le contrat de travail

- Connaître les spécificités et contraintes des différents types de contrats.
- Respecter les principes et obligations de la période d'essai.
- Connaître sa marge de manœuvre en matière de durée du temps de travail.

## » Les comportements fautifs et la rupture du contrat de travail

- Gérer un comportement fautif.
- Sanctionner un collaborateur.
- Gérer une rupture du contrat de travail : licenciement, départ négocié...

**Etude de cas** Les différentes situations de rupture du contrat de travail.

## » L'entretien d'évaluation

- Connaître les différents outils de la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC).
- Maîtriser les grandes étapes de l'entretien d'évaluation.
- Techniques d'écoute active et de questionnement.

**Jeu de rôle** Entretien annuel d'évaluation.

## » Le développement des compétences et la formation professionnelle

- Les leviers de la formation professionnelle.
- Identifier et optimiser les compétences de ses collaborateurs.
- Anticiper l'évolution des compétences.

## » La prévention des risques psychosociaux

- Comprendre les enjeux des Risques Psychosociaux (RPS) pour son équipe.
- Connaître les bonnes pratiques de gestion du stress.
- Prévenir les situations de harcèlement, de violence et de souffrance au travail.

**Etude de cas** Exemple de harcèlement moral au sein d'une entreprise.

## » Le dialogue social

- Connaître le rôle des acteurs du dialogue social.
- Savoir négocier et dialoguer avec les Instances Représentatives du Personnel.
- Contribuer à la veille sociale.

**Réflexion collective** L'importance des relations avec les partenaires sociaux.



Réf :	ERH
Durée :	2 jours
Paris	14-15 nov. 2014 2-3 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Apports théoriques et échanges pratiques. Retours d'expérience, études de cas et mises en situation.

## » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement aux managers débutants mais aussi à tous ceux qui souhaitent structurer leurs pratiques.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Maîtriser le dialogue social, pour les managers

Cette formation vous permettra de comprendre les enjeux liés au dialogue social dans l'entreprise, d'anticiper les situations à risque et de mieux vous positionner dans la conduite du changement face aux attentes des représentants du personnel et des salariés.

## » Le rôle des Instances Représentatives du Personnel face au management

- Les prérogatives du CE dans la mise en œuvre d'un projet d'organisation.
- Le rôle spécifique du CHSCT.
- L'intervention des Délégués du Personnel dans l'accompagnement des collaborateurs.
- Le pouvoir de négociation des Délégués Syndicaux.

## » Le rôle des différents acteurs du dialogue social dans l'entreprise

- Les rôles des différents acteurs internes.
- Les interventions des acteurs externes à l'entreprise.
- Les nouvelles contraintes liées aux dernières dispositions législatives d'août 2008.
- Le rôle de l'encadrement dans la structuration du dialogue social.

**Exercices** Impact de la loi d'août 2008 suite à une élection.

## » Les fondamentaux de la conduite du changement

- La notion de changement et la dynamique de groupe.
- Les différents aspects de la résistance au changement.
- L'identification des leviers d'accompagnement.
- La mise en œuvre du projet.

**Exercices** Préparer un dossier de consultation pour le CHSCT.

## » Le positionnement des représentants du personnel face aux changements

- Les différentes cultures syndicales.
- Les stratégies syndicales.
- Les motivations des représentants du personnel.

## » Les moyens d'intervention des représentants du personnel

- La prise des heures de délégation.
- La liberté de se déplacer.
- La prise de contact avec les autres salariés.
- La communication interne et externe.

**Exercices** Analyse de différentes situations de prise des heures de délégation et de déplacement des élus.

## » Contribuer à la veille sociale

- Les indicateurs de climat social.
- Le rôle du manager comme "capteur social".
- L'interface manager-direction-salariés-IRP.

## » Mettre en place une démarche d'accompagnement du changement

- Le repérage des points délicats dans la mise en œuvre du projet.
- La structuration de la communication managériale.
- La mise en œuvre de la démarche d'accompagnement des équipes.



Réf :	DSO
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 5-6 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » PARTICIPANTS

Managers impliqués dans la préparation et la mise en œuvre d'un projet et/ou encadrant des collaborateurs ayant un mandat de représentant du personnel.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage pratique vous permettra de découvrir les méthodes et les principaux outils utilisés par les acheteurs. Vous apprendrez à rédiger un cahier des charges, analyser et sélectionner les offres des fournisseurs, améliorer l'efficacité de vos négociations et évaluer la qualité des prestations reçues.



Réf :	APA
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 15-16 janv./26-27 mars 2015 11-12 mai 2015
Groupe 1	2-3 oct./4-5 déc. 2014 23-24 mars/21-22 mai 2015
Groupe 2	9-10 oct./4-5 déc. 2014 16-17 fév./18-19 mai 2015
Groupe 3	16-17 oct./18-19 déc. 2014 23-24 fév./2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices et mises en situation pour une appropriation optimale des méthodes et outils des achats.

**PARTICIPANTS**  
Acheteurs occasionnels, managers, responsables fonctionnels techniciens amenés à procéder eux-mêmes à des achats.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Comprendre l'importance de la qualité des achats

- Cerner le rôle, les missions fondamentales des achats.
- Connaître la chaîne de valeur des achats.
- Comprendre la valeur ajoutée de l'acheteur.
- Détecter le potentiel de gains envisageables.

**Exercices** En sous-groupes, élaborer un tableau de création d'un processus d'achat.

» Analyser le besoin et l'exprimer clairement

- Organiser la démarche achat.
- Classifier et segmenter les besoins.
- Formaliser un cahier des charges.
- Appliquer la méthode de l'analyse fonctionnelle du besoin (A.F.B).

**Exercices** Rédiger les cahiers des charges fonctionnel et technique à partir d'un besoin d'achat de produit et de prestation. Recenser les fonctions attendues.

» Organiser la consultation des fournisseurs

- Cibler les fournisseurs et établir une présélection.
- Préparer le dossier d'appel d'offres et la consultation.
- Déterminer les critères de sélection d'un fournisseur.
- Evaluer les réponses des fournisseurs.
- Constituer une grille de dépouillement.
- Sélectionner une ou plusieurs propositions.

**Etude de cas** Construire une grille de dépouillement.

» Préparer la négociation

- Préparer l'acte d'achats : documents de commande, forme du contrat...

- Procéder à l'analyse financière d'un fournisseur.
- Identifier les enjeux de la négociation.
- Maîtriser les étapes de la négociation.
- Préparer techniquement le dossier.
- Fixer les objectifs de l'entretien.
- Déterminer les clauses à négocier. Argumenter.

**Etude de cas** Préparer une négociation complète à partir de dépouillement des offres fournisseurs. Construire son argumentaire.

» S'entraîner à la négociation

- Connaître les composantes de la négociation : enjeux, protagonistes, relations. Les jeux de pouvoir client/fournisseur.
- Maîtriser les phases de l'entretien de négociation.
- Communiquer efficacement dans la négociation.
- Répondre aux objections.
- Cerner les différents types de négociateurs.
- Conclure efficacement l'entretien de négociation.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'entretien de négociation. Débriefing collectif sur les comportements mis en œuvre.

» Assurer un suivi précis du contrat

- Suivre l'exécution du contrat. Evaluer les prestations des fournisseurs à partir de critères prédéfinis.
- Mesurer les écarts. Définir une démarche de progrès.
- L'assurance qualité fournisseur.

**Exercices** Cotation en sous-groupes de deux fournisseurs sur les critères qualité, prix, délais, services.

# La sécurité de l'information, recommandations pratiques

Connaître les risques liés à la sécurité de l'information et les contraintes imposées par une politique de sécurité. Typologie des menaces et stratégies de protection. Sécurisation physique, cryptographie et tests d'intrusion. Chartre de sécurité, législation, réglementation, normes et certifications sont abordés.



Réf :	SRP
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur d'une entreprise ou collectivité, responsable de services, informaticien ou collaborateur impliqué dans la sécurité des informations.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Les bases de la sécurité de l'Information

- Enjeux et objectifs. Différentes formes d'informations.
- La disponibilité, l'intégrité et la confidentialité.
- Administration des informations.

**Etude de cas** Application du classement D.I.C.

» Menaces et risques

- Analyse de risque.
- Types de menaces et de dommages.
- Types de stratégies de risque.
- Directives pour implémenter les mesures de sécurité.

**Démonstration** Evaluation des risques liés à un projet de développement.

» Actifs métiers

- Gérer les actifs métiers.
- Les incidents de sécurité de l'information.

**Etude de cas** Mise en place d'une gestion des incidents.

» Mesures physiques

- Sécurité physique.
- Cercles de protection.
- Alarmes. Protection contre le feu.

**Etude de cas** Construction du plan de protection physique d'un nouveau site.

» Mesures informatiques

- Sécurisation des accès, gestion du trafic informatique.
- Principes de la cryptographie.
- Sécurité des fichiers. Externalisation et sécurité.

- Sécurité des périphériques (imprimantes, clés USB...).
- Tests d'intrusion : buts et moyens.
- Gestion de l'image, de la réputation.
- Veille économique.

**Etude de cas** Choix d'une stratégie pour la sécurité d'un nouvel environnement informatique.

» Mesures organisationnelles et humaines

- Politique et charte de sécurité.
- Gérer la communication et les process opérationnels.
- Les fournisseurs, les sous-traitants.

**Exercices** Déterminer les grandes lignes d'une stratégie de sécurité, en phase avec les objectifs business.

» Législation et réglementations de sécurité

- Obligations d'observance.
- Droits de la Propriété Intellectuelle.
- Protection des documents métiers, des données (CNIL).
- Audits des systèmes d'information.
- Fraudes.

**Etude de cas** Se préparer à un audit.

» Normes et certifications

- Principe de l'amélioration continue.
- Panorama des normes ISO en rapport avec la sécurité des informations.
- Référentiels de bonnes pratiques professionnelles (secteurs bancaire, industriel, financier...).

**Exercices** Quiz.

# gestion de P rojets

129



PMI

Organiser

ms  
project

Agile

Plan

cahier des charges

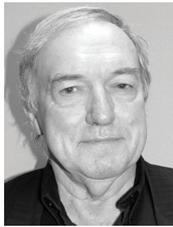
chef

de projet

# Nos experts en Gestion de projets

Consultant indépendant sur la gestion de projet, **» Bernard LEBLANC**

**»** est consultant en systèmes d'information depuis 1988 pour le compte de la société Delf. Il y dirige d'importants projets de plusieurs années aussi bien dans l'administration (Ministère de l'Economie et des Finances du Togo, collectivités locales) que dans de grandes entreprises (La Poste, les Agences de l'Eau etc.). Auparavant, il a été pendant 8 ans Directeur de projet pour la société de services Sinorg. Egalement responsable qualité de la société Delf, il a réalisé plusieurs manuels sur les plans d'assurance qualité, la conduite de projet et l'analyse de système d'information.



Depuis 2004, **» Olivier HUGUES** **»** intervient chez des clients pour des prestations de service aux métiers de l'informatique. Il mène des activités de gestion de projet, de management d'équipes et d'assistance à la maîtrise d'ouvrage :

expression des besoins, description et modélisation des processus, propositions de solutions, validation de spécifications fonctionnelles détaillées, recette fonctionnelle, accompagnement du changement, planification et suivi et d'assistance à la maîtrise d'œuvre. Il conçoit et anime aussi des formations. Il est certifié PMP® depuis plusieurs années et anime à ce titre des sessions de préparation aux examens du PMI (PMP®, PMI-SP®, PMI-RMP®, PMI-ACPsm).



**» Maurice LAVOUX** **»** est consultant en organisation des SI, management, gestion de projet et formateur indépendant. Après une riche carrière de directeur des Systèmes d'Information, il est devenu depuis une dizaine d'années, directeur de projets pour plusieurs sociétés et en parallèle consultant et formateur expert en management et gestion de projet.



Intervenant depuis 1995 en assistance MOA et MOE dans les domaines bancaires, assurances, retraite, transport, téléphonie (Crédit Agricole, LCL, Mutuelle du Mans, RATP, AXA...), **» Xavier ROUDAUT** **»**, ingénieur CNAM en informatique de gestion, conçoit et anime des formations relatives à la gestion de projet, de l'expression du besoin aux tests et recettes.



Après trois grandes expériences professionnelles, méthodes industrielles, conseil et service informatiques, édition progiciels, **» Bruno CORSON** **»** se lance comme consultant-formateur en gestion de projets et sur les outils de planification de projets.

Il est certifié PMP®, « Project Management Professional », par le PMI, « Project Management Institute », et, à ce titre, il anime aussi des stages de préparation aux certifications PMP® et CAPM du PMI. Il est aussi certifié sur ITIL® V3 et sur Microsoft Project et a également pratiqué d'autres outils de planification de projets comme PSN, PSNext, Augéo. Il donne des cours dans une école d'ingénieurs informatique.



Conduire un projet est une opération pleine d'embûches comme le montrent les difficultés rencontrées dans la pratique. Conçus sur la base de l'expérience concrète des intervenants, les cursus Orsys vous donneront les moyens de mener à bien vos projets tout en répondant aux exigences légitimes de qualité fonctionnelle, de délais et de coûts. Une part très importante de nos formations couvre la problématique du management dans ce contexte spécifique à la gestion de projets.

## » Management, équipe, leadership »

- Best** Management d'équipe **F**  
3 j - ORG - p.75
- Best** Manager votre équipe projet et les parties prenantes  
2 j - MEP - p.142
- Collaborateur/Acteur projet : participer efficacement aux projets **Nouveau**  
2 j - CBA - p.143
- Best** Le leadership du chef de projet  
2 j - RED - p.143
- Best** Maîtriser le management transversal **F**  
3 j - TAV - p.111
- Best** Manager des prestataires de services **F**  
2 j - MGS - p.113
- Renforcer la cohésion dans son équipe  
2 j - COE - p.82
- Aider son équipe à progresser par le codéveloppement **Nouveau**  
2 j - COV - p.83
- Best** Maîtriser les conflits dans votre équipe  
2 j - COF - p.85

## » Les fondamentaux »

- Best** Gestion de projets, l'essentiel pour les managers  
2 j - GPG - p.132
- Chef de projet occasionnel  
2 j - CPO - p.132
- Best** Gestion de projets, les fondamentaux **F**  
3 j - PNI - p.133
- Gestion de projets, perfectionnement  
2 j - PEG - p.134
- Construire un avant-projet  
2 j - CAV - p.134
- Rédiger un cahier des charges technique et fonctionnel  
2 j - CTF - p.135
- Maîtriser la communication de projet **Nouveau**  
2 j - CBO - p.135

## » Risques, audit, qualité »

- Best** Maîtriser les coûts et les risques des projets  
2 j - MCR - p.138
- Qualité des projets, les bonnes pratiques  
2 j - ALI - p.138
- Audit de projets  
2 j - DUA - p.139

## » Référentiels »

- Best** PMI, management de projets  
5 j - PPC - p.136
- Best** PMP®, préparation à la certification  
2 j - PPR - p.137
- Best** CAPM®, préparation à la certification  
5 j - APM - p.137
- PMI-SP®, préparation à la certification planification et suivi de projets  
4 j - ISP - cf@
- PMI-ACP®, préparation à la certification Agile  
3 j - CAG - cf@
- P30®, Foundation, certification **Nouveau**  
3 j - PTO - p.141
- P30®, Practitioner, certification **Nouveau**  
2 j - PRA - cf@

## » Stratégie, direction »

- Concevoir et déployer un projet stratégique  
2 j - RIO - p.139
- Marketing produit et gestion de projets  
2 j - PEJ - p.140
- Diriger un projet, les points clés  
3 j - DIE - p.140
- Best** PMO, mettre en place une organisation par projet  
2 j - POM - p.141

## » Planification et suivi »

- Planifier et suivre vos projets  
3 j - JOR - p.144
- MS-Project, construire efficacement un planning projet **Nouveau**  
1 j - PLN - p.144
- Conduire une revue de projet  
2 j - REV - p.145
- Best** MS-Project, introduction  
2 j - MPI - p.145
- Piloter un projet avec MS-Project 2013  
3 j - PRU - p.146
- Piloter un projet avec MS-Project 2007-2010  
3 j - PIL - p.146

## » Projets : communication, réunion, présentation »

- Best** Conduire efficacement une réunion **F**  
2 j - CRE - p.89
- Réussir ses entretiens et réunions à distance **Nouveau**  
2 j - UNI - p.90
- Convaincre et faire partager ses décisions  
2 j - FDE - p.92
- Réussir vos présentations pour le Comité de Direction  
2 j - PCD - p.100
- Maîtriser la communication de projet **Nouveau**  
2 j - CBO - p.135
- Chef de projets : développez vos compétences relationnelles  
2 j - CDC - p.142

Ce stage, qui s'appuie sur les normes et référentiels des meilleures pratiques, a pour objectif de vous apporter l'essentiel de la gestion de projet. A l'issue de la formation, vous serez en mesure de conduire et suivre efficacement des projets.



Réf :	GPG
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 26-27 fév./16-17 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Découverte par l'exemple suivant un exercice "fil rouge". QCM de fin de stage validant les acquis. Boîte à outils fournie.

**PARTICIPANTS**  
Tout responsable qui souhaite être initié à la conduite de projet. Ce cours s'adresse à un public non informaticien.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Introduction et concepts essentiels**

- Projet : définition de la notion de projet. Les différences entre projet et activités continues.
- Processus : un outil essentiel de maîtrise de la conduite de projet.
- Template : un support de la gestion du savoir. Les " templates " essentiels pour la conduite de projet.
- Parties prenantes d'un projet.
- Qualité et projet : les conditions de réussite des projets.
- Meilleures pratiques. Aperçu des référentiels.

**Exercices** Découverte du cas pratique et organisation du travail.

**» Rôle, responsabilités, profil du chef de projet**

- Le rôle du chef de projet : la lettre de mission type. La négociation de la mission.
- Les responsabilités du chef de projet. Ce qu'il doit et peut faire. Les risques et leur gestion.
- La gestion du changement : quelques règles pour bien communiquer et faire adhérer.
- Les décisions : le processus de formulation. Gestion et traçabilité des décisions. La communication afférente.
- Le profil du chef de projet. Compétences requises.
- Les principales certifications.

**Exercices** Identification de son style de management.

**» Comprendre, formuler et manager le besoin**

- La notion d'exigence : définition et dérives.
- Le management des exigences : la gestion des évolutions et des contraintes rencontrées.

- Les aspects économiques d'un projet. Comprendre le Business case par l'exemple.
- Exercices** La gestion du contenu du projet. Utilisation du template N°1 Définition du besoin.

**» L'organisation du projet**

- Le plan de management du projet : la portée et les composants du plan. Les invariants des projets.
  - La décomposition du travail : le WBS. Programmation. Lotissage. Définir les lots d'un projet.
- Exercices** La définition du plan projet. Utilisation du template N°2.

**» Le pilotage du projet**

- Maîtriser les risques et les acteurs. Documents et agenda type d'une revue.
  - Vérification et validation : la différence entre ces concepts. Le contrôle d'étape. Les tests. Les exigences.
  - Tableau de bord du chef de projet. Indicateurs clés.
- Exercices** Le pilotage. Utilisation du template N°3 Suivi du projet.

**» Le bilan de projet**

- Revue de fin de projet : objectifs et agenda type.
  - Capitalisation de l'expérience au sein d'une entreprise.
  - Le professionnalisme et l'accumulation du savoir.
- Exercices** Revue de fin de projet. Utilisation du template N°4 Bilan du projet. Estimation du niveau de maturité de ses pratiques.



## Chef de projet occasionnel

Sans être un professionnel, vous avez pourtant la charge de conduire un projet : piloter un réaménagement, lancer un nouveau produit, organiser un séminaire... Cette formation vous procurera les méthodes et les outils pour être directement opérationnel et mener à bien votre projet.



Réf :	CPO
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/22-23 juin 2015
Groupe 1	1-2 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Groupe 2	8-9 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	15-16 déc. 2014 9-10 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices pratiques, boîte à outils, mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne, manager ou non, chargée d'organiser et piloter occasionnellement un projet.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Qu'est-ce qu'un projet ?**

- Ce qu'est et ce que n'est pas un projet.
  - Quand passer en mode projet ?
  - Les objectifs et contraintes d'un projet.
- Réflexion collective** Echanges d'expériences et difficultés éprouvées.

**» Définir son cadre de mission**

- Délimiter son périmètre de responsabilité et sa charge de contribution : la lettre de mission.
  - La note de cadrage : identifier les demandeurs, les objectifs et les enjeux.
  - Délimiter le champ d'action du projet.
  - Impliquer les instances managériales afin de leur permettre de prendre des décisions : comité de pilotage.
- Etude de cas** Construire sa lettre de mission et la note de cadrage. La présenter au comité de pilotage.

**» Définir le besoin**

- La confusion entre besoin et solution.
  - Faire exprimer les besoins auprès des demandeurs : le cahier des charges.
  - Faire prendre des décisions dans les limites de temps ou de coûts.
  - La stratégie du noyau, de la pulpe et de la peau.
- Mise en situation** Faire exprimer un besoin, le formaliser puis faire décider.

**» Construire la feuille de route du projet**

- Inventorier les tâches, comment limiter les oublis.

- Impliquer les futurs acteurs, s'appuyer sur leur expertise.
  - Définir les niveaux de responsabilités : la matrice RACI.
  - Identifier les possibles risques : proposer des plans d'action.
  - Construire des scénarios de planning et de budgets puis faire trancher les décideurs.
- Etude de cas** Elaborer deux scénarios de planification/ budget.

**» Maîtriser l'avancement du projet**

- Impliquer, mobiliser et encore mobiliser !
  - Détecter les dérives et les difficultés suffisamment tôt pour réagir.
  - Comment manager l'équipe projet alors que vous n'êtes pas leur responsable hiérarchique (mode matriciel) ?
  - Le suivi des fournisseurs.
  - Organiser et animer une réunion de suivi avec les membres de l'équipe : indicateurs clés d'avancement.
  - Elaborer et présenter le tableau de bord de suivi auprès des décideurs.
- Mise en situation** Quels scénarios correctifs face à une dérive ?

**» Les pièges à éviter**

- Les principaux risques d'un projet : endogènes et exogènes.
- Les dix pièges classiques à prévenir.
- Quelques bonnes pratiques : l'art de bien maîtriser un projet.

Ce stage vous apportera tous les éléments pour maîtriser le bon déroulement de vos projets en respectant leurs objectifs fonctionnels, leurs délais, leurs coûts et les critères de qualité. Les techniques seront illustrées au moyen d'un cas pratique qui servira de fil rouge à l'étude des différentes phases d'un projet.

## Introduction à la gestion de projet

- Définir ce qu'est un projet et le management de projet.
- Comprendre la problématique de la gestion de projet.
- Appréhender les concepts de base : les composants, les types, les parties prenantes d'un projet.
- Cycle de vie, projet et produit du projet.
- Connaître les contraintes juridiques et les normes.

## Définition du contenu d'un projet

- Préparer le management de la demande : faisabilité, cadre du projet, cahier des charges.
- Définir les livrables : produit, service définitif ou résultat de transition.
- Déterminer le périmètre du projet. Organiser le découpage hiérarchique.
- Elaborer le plan de management du projet. Considérer les différentes alternatives possibles.
- Etablir les règles de gestion de la documentation projet.

**Travaux pratiques** Identifier les différents types de projets.

## Gestion des délais, des coûts, rentabilité

- Estimer les durées et les charges pour évaluer les enjeux humains : méthode analytique, jugement d'expert.
- Séquencer les activités à l'aide du réseau PERT, du diagramme de Gantt : marge libre, marge totale, chemin critique.
- Utiliser les techniques de compression pour la planification et le nivellement des ressources.
- Estimer les coûts du projet : estimation par analogie, paramétrique, bottom-up, à trois points, analyse de la réserve.
- Elaborer le budget : agréger les coûts, jugement d'expert, intégrer les données historiques et contraintes budgétaires.
- Evaluer le rendement d'un investissement et maîtriser les coûts : seuil de rentabilité, point mort, suivi budgétaire.

**Travaux pratiques** Concevoir un planning projet. Elaborer le budget du premier lot du projet. Calculer un ROI.

## Gestion des risques

- Réalisation de la planification du management des risques : méthodologie AMDEC.
- Identification des risques : technique de collecte d'information, analyse des listes de contrôle, des hypothèses, SWOT.
- Analyse qualitative : description et catégorisation des risques, évaluation de probabilité et d'impact du risque.
- Analyse quantitative : évaluation et matrice de probabilité et d'impact du risque, criticité, modélisation des risques.
- Planification de réponse aux risques : stratégies pour les risques négatifs, positifs, de réponse conditionnelle.
- Rechercher la cause des risques : diagramme d'Ishikawa (5 M), méthode des 5 pourquoi.
- Surveiller et maîtriser les risques : audit des risques, analyse des écarts et tendances, mesure des performances.

**Travaux pratiques** Identification des risques potentiels et de la réponse aux risques.

## Contractualisation

- Planifier les contrats : arbre de décision pour choisir entre production et achat.
- Lancer un appel d'offres : spécifications fonctionnelles ou non, exigences, cadre de réponse.
- Sélectionner les sous-traitants : critères d'évaluation et notation des propositions.
- Administrer et clôturer le contrat : négociation du cahier des charges et devis, validation du contrat.
- Gérer l'intégration d'un prestataire dans le plan de management et le suivi du projet.

**Travaux pratiques** Arbre de décision pour "acheter ou faire".

## Pilotage et communication

- Planifier les ressources humaines : analyse des facteurs environnementaux et de l'actif organisationnel.
- Former, développer, diriger l'équipe projet : les 5 étapes de la constitution d'une équipe, reconnaissance, récompenses.
- Suivre l'activité de l'équipe et l'évaluer. Evaluer les performances.
- Suivi individuel et suivi de projet : le rapport d'avancement, les tableaux de bord, les réunions d'évaluation.
- Planifier la communication : analyse des besoins, utilisation de technologie, méthodes et modèles de communication.
- Diffuser l'information et rendre compte : fréquence nécessaire, technologie disponible, durée du projet...
- Manager, négocier et gérer les conflits : divergences, tensions, blocages, conflits ouverts ou non.

**Travaux pratiques** Réaliser la matrice des responsabilités du projet. Construire le tableau de bord d'avancement projet.

## Gestion de la qualité et management des connaissances

- Connaître la définition de la qualité et les normes. Les critères d'acceptabilité d'un projet.
- Planifier la qualité : analyse du rapport coût-bénéfice, méthodes spécifiques de gestion de la qualité.
- Mettre en œuvre l'assurance et le contrôle qualité : audits qualité et analyse des processus.
- Bilan du projet, succès et échecs, mémoire d'entreprise et de projet.

**Travaux pratiques** Identifier les métriques de qualité du projet.



Réf :	PNI
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./3-5 nov. 2014 1-3 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	12-14 nov. 2014 26-28 janv./23-25 mars 2015
Groupe 2	24-26 nov. 2014 23-25 fév./26-28 mai 2015
Groupe 3	17-19 nov. 2014 23-25 fév./27-29 avril 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Directeur de projet, maître d'ouvrage, maître d'œuvre, chef de projet, candidat à une certification de conduite de projet, tout acteur ayant un rôle dans la gestion de projets.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » pour aller plus loin »

- Gestion de projets, perfectionnement p. 134
- Maîtriser les coûts et les risques des projets p.138
- Manager votre équipe projet et les parties prenantes p. 142

Ce stage vous permettra d'aller plus loin dans la maîtrise du métier de chef de projet. A l'aide d'études de cas, il vous montrera comment décider de façon proactive pour respecter les délais et les coûts, et assurer la rentabilité du projet.

	
Réf :	PEG
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 9-10 mars/1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
 Directeur de projet, maître d'ouvrage, maître d'œuvre, chef de projet, candidat à une certification de conduite de projet, tout acteur ayant un rôle dans la gestion de projets.

**» PREREQUIS**  
 Connaissances de base en gestion de projets. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Gestion de projets, les fondamentaux, réf. PNI". Expérience souhaitable.

**» Budget et rentabilité du projet**

- Bâtir un Business Case : le produit ou service attendu, ses risques et ses gains.
- Justifier le coût du projet : coût de l'investissement, calcul du ROI.
- Rendre compte des dépenses : mesurer simplement les coûts et les justifier.
- Vivre avec un prévisionnel évolutif : aborder les évolutions des besoins.
- Les tableaux de bord de suivi des évolutions.

**Etude de cas** Construire et présenter un budget du projet et le tableau de bord de reporting associé. Prévoir et gérer les demandes d'évolution.

**» Délais et décision**

- Concilier réalisme et respect des objectifs, construire un projet.
- Savoir présenter, défendre son projet.
- La planification progressive et adaptative.
- La définition progressive d'objectifs faisables et motivants, la mesure de la productivité.
- Suivi des délais et des décisions.

**Etude de cas** Adapter un plan projet à une contrainte externe de délai. Construire le planning d'une phase. Faire face à une situation difficile et défendre sa solution.

**» Entraîner une équipe vers les objectifs du projet**

- Accueillir et motiver.
- Conflits et divergences.
- Productivité, qualité, délais et convergence.

**Etude de cas** Ressources internes et externes, choix et harmonisation. L'intégration d'un spécialiste. Un constat de chute de productivité.

**» Clôturer le projet**

- Les étapes.
- La recette dans les projets et les éléments nécessaires à la comparaison des fonctions attendues.
- Clôture et arrêt du projet.
- Associer les acteurs à la clôture du projet.

**» Gagner avec l'entreprise**

- L'implication de la hiérarchie.
- Capter les vrais besoins : difficultés d'expression des utilisateurs, méconnaissance du sujet par le projet.
- Communiquer une vision dans l'entreprise.
- Gérer le changement : mettre en place une écoute permanente des difficultés prévisibles de déploiement.
- Aider l'entreprise à s'approprier les résultats du projet.

**Etude de cas** Sur une étude de cas, les stagiaires abordent les questions concrètes posées au chef de projet. Leurs propositions sont comparées aux règles et préconisations des référentiels de conduite de projet.



## Construire un avant-projet

Toutes les étapes de l'avant-projet. Etudes d'opportunité et de faisabilité. Définition des prestations, études des conformités, estimation budgétaire, fixation des échéances. Dimensionnement de l'équipe et recherche de partenaires. Maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre. Mise en place d'un comité de pilotage.

	
Réf :	CAV
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
 Tous les acteurs impliqués dans l'amont des projets : chefs de projet et experts métier.

**» PREREQUIS**  
 Expérience souhaitable en gestion de projets.

**» La définition des projets**

- Projets et cycles de vie associés. Place de l'avant-projet.
- Contexte de lancement des projets : schéma directeur, plan stratégique, portfolio de projets...
- Gouvernance des investissements dans les organisations, la vision COSO : règles et contrôles.

**» La phase de l'avant-projet**

- Phasage de l'avant-projet suivant les cycles de vie : classique, SDLC, PMBOK®...
- Deux étapes classiques : initialisation (opportunité) et étude (faisabilité).
- Objectifs, tâches et jalons.
- Décisions : objectifs et budget de l'avant-projet, faisabilité, cohérence et apports du projet.
- Dimensionnement de la phase et des équipes.
- Définition et lancement du projet : plan projet, normes et élaboration, faisabilité technico-économique.

**» L'étude de la solution à mettre en place par le projet**

- Objectifs d'une étude : cadre de référence, limites, résultats attendus.
- Règles et formalismes de définition de solutions.
- Etude des processus métier et modélisation. Optimisation des processus.
- Analyse fonctionnelle du besoin, définition des exigences : périmètre et profondeur.

- Définition et dimensionnement des principes de la solution.
- Analyse des scénarios projet et de la conduite du changement à mener.

**» Valorisation économique du projet**

- Valeur des projets : mesures en coût de possession (TCO) et retour sur investissement (ROI).
- Emploi et règles de calcul.
- Définition du cycle de vie projet et des jalons. Analyse des risques, provisions à établir.
- Estimation du coût du projet, différentes approches, modes d'emploi et résultats. Niveau de précision de l'estimation.
- Calcul du coût complet du résultat, prise en compte des phases de maintenance et des coûts d'administration et support.
- Gestion budgétaire du coût, normalisation des résultats.

**» Réussir l'avant-projet**

- Acteurs de la phase. Répartition des rôles MOA/MOE. Place et rôles d'un comité de pilotage.
- Business Cases, plan-type et composantes essentielles, analyse SWOT.
- Convaincre à l'issue d'un avant-projet : le Business Case, synthèse décisionnelle.

Le cahier des charges est le point de départ de tout projet car il apporte à l'ensemble des parties prenantes un cadre structuré. Ce stage vous permettra de mieux comprendre les enjeux de l'analyse fonctionnelle et vous montrera comment rédiger, formaliser un cahier des charges et maîtriser son cycle de vie.

## » Fixer le cadre général

- Concepts et définitions.
- Présentation des études de cas.

## » Cerner les enjeux et parties prenantes

- Comprendre la portée et les enjeux.
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques.

**Travaux pratiques** Caractérisation des parties prenantes.

## » Mettre en œuvre une méthodologie efficace

- Procéder à une analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B).
- Utiliser les méthodes d'animation des groupes d'expression fonctionnelle des besoins (E.F.B).
- Faire l'analyse de la valeur (A.V).
- Procéder au recueil et au management des exigences.

**Travaux pratiques** Recueil du besoin et analyse de la valeur. Les participants clarifient, analysent et reformalisent les besoins exprimés ou implicites et identifient les exigences formelles.

## » Etablir le cahier des charges fonctionnel (C.D.C.F.)

- Décrire le contenu du cahier des charges fonctionnel.
- Prendre en compte les exigences normatives.
- Définir la typologie de besoins et le cahier des charges.

**Travaux pratiques** En petits groupes, les participants rédigent le cahier des charges fonctionnel.

## » Construire le cahier des charges technique

- Caractéristiques.
- Constitution des lots de travaux.
- Répartition des rôles.
- Résultats attendus et niveaux de services.
- Exigences de sécurité et de confidentialité.
- Bases économiques.
- Cahier des charges de référence et management des exigences (C.D.C.R.).

**Travaux pratiques** Etude en groupe d'un cahier des charges technique.

## » Maîtriser l'usage du cahier des charges

- Comprendre la relation entre le cahier des charges et le sponsor du projet.
- Situer le cahier des charges au cœur d'un appel d'offres.
- Le cas particulier des appels d'offres de marchés publics.
- Le cahier des charges et le contrat d'achat ou de réalisation.
- Le cahier des charges de référence et le management des exigences (C.D.C.R.).
- Synthèse et évaluation des acquis.

**Travaux pratiques** Management des exigences et cahier des charges. Auditer un cahier des charges. QCM de consolidation des acquis.



Réf :	CTF
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 15-16 janv./12-13 fév. 2015 2-3 avril/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Norme NX 50-151 et référentiel PMBok®. QCM de connaissances. Etudes de cas. Retours d'expériences. Plans type de livrables et exemples associés.

### » PARTICIPANTS

Toute personne impliquée dans la constitution d'un cahier des charges ou l'expression d'un besoin : chef de projet, concepteur, maîtrise d'ouvrage, utilisateurs, organisateurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



# Maîtriser la communication de projet bonnes pratiques et outils



La communication est un élément important pour la réussite d'un projet. Tout chef de projet se doit d'élaborer un plan de communication, de conduire les réunions nécessaires et d'assurer des reportings réguliers et pertinents.

## » Les fondamentaux de la communication de projet

- La notion de projet.
- La notion de communication.
- Les modèles de communication.
- Les types de communication.
- Le rôle de la communication dans un projet.

## » L'élaboration du plan de communication projet

- L'analyse de l'existant.
- La définition des objectifs.
- La définition d'une stratégie de communication.
- L'identification et la priorisation des groupes cibles.
- La présentation du plan de communication.
- Prérogatives, responsabilités et complémentarité MOE-MOA.
- La communication par phase du projet.
- La contractualisation via le plan d'assurance qualité du projet.

**Exercices** Construire un plan de communication d'après une étude de cas.

## » Les réunions de projet

- Rappel des fondamentaux de la conduite de réunion.
- La réunion de lancement, rencontre des parties prenantes du projet.
- Les réunions d'équipe projet, les réunions d'avancement.
- Le comité de pilotage, veille sur la consommation des charges et le respect des délais.
- La réunion de clôture.

**Exercices** Préparer et organiser les réunions de projet, identifier les difficultés, concrétiser les solutions ; partage de bonnes pratiques.

## » Le reporting du chef de projet

- Le suivi d'avancement.
- Le suivi financier, les indicateurs.
- La courbe en S.
- Le suivi des risques projet.
- Le plan d'actions.
- Le mémoire de projet.

**Exercices** Elaboration d'un compte rendu d'activité (CRA), d'un tableau d'avancement en charge-délai de production. Constitution et analyse d'une ligne isochrone, d'un diagramme des jalons, d'une courbe en S...

## » Présenter les données du projet avec l'outil MS Project

- Rappel sur les fondamentaux de MS Project.
  - Concevoir ses tableaux de bord.
  - Produire ses rapports d'avancement.
  - Intégrer et pérenniser son dispositif de reporting.
- Exercices** Créer et utiliser des champs personnalisés, des tables dédiées, des affichages, des regroupements analytiques. Créer un rapport de présentation de type graphique, tableau croisé ou comparatif.



Réf :	CBO
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 16-17 mars 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Chefs de projets MOE et MOA, chefs de projets informatiques.

### » PREREQUIS

Connaissances de base sur MS Project.

# PMI, management de projets

Le PMI (Project Management Institute) est une organisation internationale mondialement reconnue qui a pour objet de promouvoir les méthodes et techniques en management de projet. Ce stage, très pratique, vous permettra d'acquérir dans ce domaine les connaissances et l'expérience qui sont exigées pour la certification PMP®.



Réf :	PPC
Durée :	5 jours
Paris	6-10 oct./17-21 nov. 2014 8-12 déc. 2014 19-23 janv./16-20 fév. 2015
Groupe 1	24-28 nov. 2014 2-6 fév./13-17 avril 2015
Groupe 2	1-5 déc. 2014 9-13 fév./18-22 mai 2015
Groupe 3	1-5 déc. 2014 16-20 fév./18-22 mai 2015
Prix :	2 460 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Des exercices sur les méthodes et techniques sont régulièrement proposés pour renforcer l'appropriation des concepts théoriques présentés. Un questionnaire de révision est présenté à la fin de chaque chapitre.

## PARTICIPANTS

Toute personne devant assumer des fonctions de management de projet. Tout candidat à l'examen de certification PMP® ou CAPM®.

## PREREQUIS

Bonnes connaissances des méthodes et techniques de gestion de projet. Expérience requise en gestion de projet. En vue de l'examen, vérifiez si vous êtes éligible à la certification PMP® sur PMI.org.

## pour aller plus loin

- ▶ PMP®, préparation à la certification p. 137
- ▶ Manager votre équipe projet et les parties prenantes p. 142
- ▶ Le leadership du chef de projet p. 143

### Introduction

- Projet et gestion de projet. PMI. Certifications et normes.
- Définitions normalisées.
- La dynamique des projets. Processus et groupes de processus : démarrage, planification, exécution, surveillance...

### Le cadre du management de projet

- Programme, bureau des projets.
- Phases et cycles de vie. Produit et projet.
- Les parties prenantes du projet.
- Les influences organisationnelles sur le management de projet.
- Les processus de management de projet.
- Les compétences du chef de projet.
- Les groupes de processus : démarrage, planification, exécution, surveillance et maîtrise, clôture.
- Présentation des domaines de connaissances en management de projet.

### Management de l'intégration du projet

- Elaborer la charte du projet.
- Elaborer le plan de management du projet.
- Diriger et piloter l'exécution du projet.
- Surveiller et maîtriser le travail du projet.
- Mettre en œuvre la maîtrise intégrée des modifications.
- Clôre le projet ou la phase.

**Exercices** Méthode de sélections de projet (valeur actuelle nette).

### Management du contenu du projet et des délais

- Gestion du contenu. Techniques : WBS. Décomposition du projet en unités de travail élémentaires.
- Planification, définition et vérification. Contrôle des changements.
- Définition, jalonnement et estimation de la durée des activités.
- Elaboration et contrôle du planning.

**Exercices** Techniques utilisées : diagrammes réseau, Gantt, CPM, simulation Monte Carlo.

### Management des coûts du projet

- Estimation des coûts.
- Comment budgétiser ?
- Définir les modalités de contrôle des coûts.

**Exercices** Méthode de la valeur acquise.

### Management de la qualité du projet

- Planification de la qualité.
- Plan d'Assurance Qualité.
- Comment mettre en œuvre le contrôle Qualité ?

**Exercices** Techniques utilisées : facteurs et coûts de la qualité, Control Chart, Pareto Chart, Ishikawa.

### Management et communication

- Management des ressources humaines. Motivation, conflits. Représentation de l'organisation (matrice RACI).
- Management des communications du projet. Le plan de communication, diffusion de l'information, rapports d'avancement.
- Management des parties prenantes.

**Exercices** Techniques utilisées : les canaux de communication.

### Management des risques et approvisionnements

- Identification des risques projet : le registre des risques ; analyse qualitative et quantitative, analyse Monte Carlo.
- Développement des stratégies de réponse aux risques, suivi et contrôle des risques.
- Planifier le management des approvisionnements.
- Procéder aux approvisionnements (sélectionner les fournisseurs), les contrats (administration, clauses, clôture).
- Maîtriser et clore les approvisionnements.

**Exercices** Estimation et évaluation de risques projet.

### Management des parties prenantes

- Identifier les parties prenantes.
- Planifier et maîtriser le management des parties prenantes.
- Gérer l'engagement des parties prenantes.

### Préparation au passage de la certification PMP®

- Code de déontologie et de conduite professionnelle du CP.
- Comment s'inscrire à l'examen ? Les prérequis. Dossier d'éligibilité.
- Comment se préparer à l'examen ? Comment utiliser le kit de révision ?
- Le déroulement de l'examen, les types de questions.
- Bibliographie, documentation et outils de révision et de préparation.

**Travaux pratiques** A la fin de chaque chapitre, un questionnaire (quiz) est proposé : il a pour but de revoir et fixer en mémoire concepts, méthodes et définitions.

# PMP®, préparation à la certification



Le PMP® (Project Management Professional) est la certification en management de projet la plus reconnue. Ce stage vous préparera à l'examen de certification. Il vous aidera aussi à définir la meilleure stratégie de préparation et le meilleur plan d'étude pour réussir l'examen.

## » Rappels

- Rappel synthétique sur le framework de gestion de projet avec le PMI.
- L'organisation en groupes de processus et en disciplines de gestion de projet.
- Les principales techniques et méthodes.
- Code de déontologie et de conduite professionnelle.

## » Le processus d'inscription à l'examen

- Conseils pour remplir le dossier d'éligibilité : décrire l'expérience professionnelle. Le processus d'éligibilité.
- L'inscription à l'examen proprement dit.

## » Préparation à l'examen

- Le bagage de préparation : ouvrages, documents et outils.
- Comment construire un plan d'étude ?
- Revue des méthodes et outils de gestion de projet, et des disciplines qui constituent le cœur du référentiel PMI.
- Les points fondamentaux de la gestion de projet PMI : les FAQ.
- La charge de préparation à l'examen.

## » Le déroulement de l'examen

- Les types de question posées ; l'interface ; la gestion du temps d'examen.
- Comment traiter les questions ? Les pièges à éviter.

## » Révision, simulation, examen "à blanc"

- Un questionnaire de révision (quiz) est distribué aux participants.
- Exercices pratiques afin de rafraîchir les connaissances sur certaines techniques et méthodes (ROI, méthode VMA).
- Révision des connaissances, questions du simulateur, corrigé des erreurs.
- Mises en situations sur un logiciel de simulation dans les conditions d'examen (chronométrage, tenue du score).
- Examen "à blanc".



Réf :	PPR
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./27-28 nov. 2014 18-19 déc. 2014 29-30 janv./26-27 fév. 2015
Groupe 1	4-5 déc. 2014 12-13 fév./23-24 avril 2015
Groupe 2	11-12 déc. 2014 19-20 fév./26-27 mai 2015
Groupe 3	2-3 oct./11-12 déc. 2014 26-27 fév./21-22 mai 2015
Prix :	950 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tout candidat à l'examen de certification PMP® ou CAPM®.

## » PREREQUIS

Expérience requise en gestion de projets. Avoir suivi le cours "PMI, management de projets" (réf. PPC) et mis en pratique les connaissances acquises.

# CAPM®, préparation à la certification



Etre certifié CAPM® signifie connaître et maîtriser les processus et la terminologie décrits dans le référentiel du PMI. Ce stage vous présentera chacun des éléments du management de projets tels que définis dans ce référentiel et vous préparera à l'examen.

## » Introduction au management de projet

- Concepts de base du management de projet.
- Parties prenantes, structures organisationnelles...
- Management de projet : les cinq groupes de processus.
- Introduction aux neuf domaines du PMBOK®.

**Echanges** Avantages et inconvénients des différentes structures organisationnelles de projet. Echanges sur les documents en entrée d'un projet.

## » Management de l'intégration

- Contenu et utilité de la charte de projet.
- Structure des plans de projet.
- Management des modifications.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une charte projet.

## » Management du contenu du projet

- Structure de découpage du projet.
- Vérification et maîtrise du contenu.

**Travaux pratiques** Réaliser la structure de découpage de projet (SDP) ou Work Breakdown Structure (WBS).

## » Management des délais et des coûts

- Séquencement des activités. Estimation des ressources.
- Détermination du budget et des provisions.
- Maîtrise des coûts.

**Travaux pratiques** Estimer selon la technique PERT, identifier le chemin critique. Valeur acquise, choix du meilleur projet, écarts.

## » Management de la qualité et des ressources humaines

- Plan, assurance et contrôle qualité...
- Développement de l'équipe, gestion des conflits, matrice RACI.

**Travaux pratiques** Matrice d'affectation des ressources.

## » Management des communications et des risques

- Planifier le management des communications.
- Technologies et méthodes de communication.
- Enoncés des risques, réponses aux risques.
- Analyse FFOM. Provisions pour aléas et imprévus.

**Travaux pratiques** Déterminer le nombre de canaux de communication d'un projet. Evaluation des risques. Calcul de la VMA (Valeur Monétaire Attendue).

## » Management des parties prenantes

- Identifier les parties prenantes.
- Planifier et gérer les parties prenantes.
- Gérer l'engagement des parties prenantes.

**Echanges** Questions. Réflexion sur étude de cas.

## » Management des approvisionnements du projet et conduite du CP

- Procéder aux approvisionnements.
- Maîtriser et clore les approvisionnements.
- Code de déontologie et de conduite professionnelle.

**Examen** Simulation. Examen blanc et débriefing.



Réf :	APM
Durée :	5 jours
Paris	24-28 nov. 2014 12-16 janv./2-6 mars 2015 1-5 juin 2015
Groupe 3	23-27 fév./13-17 avril 2015 15-19 juin 2015
Prix :	2 460 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Outil de simulation d'examen : contrôle des connaissances, correction et feedback sur ses erreurs.

## » PARTICIPANTS

Candidats à la certification CAPM®, chefs de projets en devenir ou collaborateurs sur un projet souhaitant améliorer leurs connaissances en management de projet.

## » PREREQUIS

Expérience requise de travail en mode projet. Bonne connaissance de l'anglais (pour l'outil de simulation).

Tout manager de projet doit maîtriser l'ensemble des coûts de ses projets afin d'avoir une bonne visibilité sur sa rentabilité. Ce stage vous apportera le savoir-faire essentiel pour définir des indicateurs significatifs, les piloter et les communiquer aux parties prenantes.



Réf :	MCR
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 19-20 fév./2-3 avril 2015 25-26 juin 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de cas réels. Acquisition de techniques de calculs et de mesures des coûts et des risques directement utilisables lors du pilotage de projet.

**PARTICIPANTS**  
Managers de projet.

**PREREQUIS**  
Bonnes connaissances en gestion de projet.

» La dimension coûts projet : contexte, usage et parties prenantes

- L'équilibre des critères clés d'un projet : coût, qualité, délai (priorisation et criticité).
- Les coûts comme élément du budget de la DSI.
- Les coûts comme élément de business case et de rentabilité (R.O.I.).
- Méthodes d'estimation de charges : rappels.
- Identification des acteurs clés : rôles, intérêts, enjeux et responsabilités.
- Les éléments de dialogue et de communication sur les coûts des projets avec les acteurs clés.

**Travaux pratiques** Positionner la dimension coût d'un projet, utilisation de la méthode RACI, étude de la communication vers les acteurs clés à partir d'une étude de cas.

» Evaluer économiquement un projet

- Investissements et fonctionnement.
- Coûts S.I. et coûts métiers.
- Décomposition d'un T.J.M. : les notions de coût (in) direct, coût complet.
- Principes clés de la méthode ABC.
- Calcul de rentabilité et indicateurs de mesure VAN, TRI, DRC.
- Le TCO : coût complet de possession et coûts cachés.
- Les diverses techniques d'évaluation des coûts.
- Eléments de gains et d'économies tangibles et intangibles.

**Travaux pratiques** Calcul de rentabilité d'un projet : identification des postes de dépenses de gains et d'économies, valorisation et analyse des coûts et de la rentabilité.

» Suivre les coûts projet

- Méthode de la valeur acquise ("earned value").
- Variance coût.
- Variance délai.
- Analyse des variances au regard de l'avancement et de la consommation.
- Intégration dans une vision pluriannuelle : du budget au business-case.
- Stratégies de décision, réestimation, approche EVM.

**Travaux pratiques** Application de la méthode de la valeur acquise sur une étude de cas et analyse critique de la méthode.

» Manager les risques

- Définition et identification des risques.
- Analyse qualitative et quantitative des risques : estimations, provisions.
- Développement des stratégies de réponse.
- Analyse des impacts des risques sur les coûts et la rentabilité.

**Travaux pratiques** Etude d'impact de risques sur les coûts et rentabilité, puis simulation et analyse des scénarios alternatifs.



# Qualité des projets, les bonnes pratiques management et plan qualité

Ce stage vous donnera les clés pour mieux structurer votre réflexion et votre action en vue d'améliorer la qualité de vos projets. Il vous permettra d'assurer une meilleure gestion des risques, un management optimisé et la mise en place de processus d'amélioration continue.

» La qualité pour un projet

- Qualité et concept associés : exigences du client, contrôle qualité, assurance qualité, qualité totale.
- Le coût de la qualité, les conséquences de la "non-qualité".
- Les métriques de la qualité.

**Réflexion collective** Echanges sur les raisons d'échec de projets.

» L'assurance Qualité des projets : les bonnes pratiques

- Redéfinition de la notion de projet.
- L'organisation d'un projet : vu comme un système.
- La cartographie des processus d'un projet.
- Etude des différentes classes de processus : les processus d'ingénierie et de support.
- Le cycle de vie.

**Etude de cas** Construction d'une cartographie des processus d'un projet.

» La gestion des risques du projet

- Les lois de Murphy.
- La détermination des risques potentiels.
- Identification des causes.
- Estimation des risques.

**Etude de cas** Identification et gestion des risques d'un projet.

» Améliorer la qualité de la prise en compte des exigences du client

- Mieux comprendre les objectifs du projet : Business Case.
- Calibrer les exigences du client. La valeur ajoutée.
- Représentation des exigences, analyse des performances et analyse quantitative.
- Adapter le cycle de développement au cycle de vie.

» Définir un système de management de la qualité des projets

- Définition et concept associés. Les divers composants.
- Organiser et développer son système.
- S'appuyer sur les normes et les référentiels. Intérêts et limites.

**Etude de cas** Ecrire un Plan d'Assurance Qualité.

» L'amélioration continue de la qualité

- Le syndrome du papillon de nuit.
- La roue de Deming ou le cycle PDCA (Plan, Do, Check et Act).
- Conduire une revue de fin de projet : causes des écarts, améliorations et enrichissement du système.
- Les différents modèles de maturité, leurs principes, intérêts et limites.
- La certification des processus et des personnes.

**Etude de cas** Etablir le plan d'amélioration continue de la qualité.



Réf :	ALI
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 16-17 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Directeur de projet, maître d'ouvrage, maître d'œuvre, chef de projet, tout acteur ayant un rôle dans la gestion de projets.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en techniques de gestion de projets. Expérience souhaitable en pilotage de projets.

# Audit de projets

## évaluer un projet et rendre compte



Cette formation vous permettra de maîtriser les règles et la déontologie de l'audit, les processus de conduite de projets, les normes et les certifications spécifiques à l'audit. Elle vous présentera les principes fondamentaux des référentiels actuels reconnus en entreprise (PMBOK, Prince2®...).

### » Les projets aujourd'hui

- Constats, avancées et difficultés.
- Axes d'amélioration. Facteurs de succès. Tendances.
- Notion de maturité de l'organisation et conséquences sur la conduite des projets.

### » Introduction à l'audit des projets

- Définition et pratiques de l'audit.
- Normes d'audit, déontologie de l'auditeur : règles incontournables.
- Certifications des auditeurs, certifications des responsables de projet.
- Audit et capitalisation des bonnes pratiques.

### » Audit de projets et conformité aux référentiels

- Notion de conformité. Application aux projets.
- Normes projet ISO 21500 et ISO 10006, les standards Projet PMBOK® et Prince 2®.
- Gouvernance des organisations. Place du COSO. Pistes d'audit, objectifs de contrôle. Modèles de maturité.
- Conformité avec la stratégie interne, les processus et les procédures de l'organisation.

### » Mener une mission d'audit

- Déclenchement de l'audit. Lettre de mission.
- Composition d'une équipe d'audit.
- Sources d'information.
- Préparation du rapport d'audit, formes et plans types.

**Etude de cas** Travail sur un rapport d'audit.

### » L'évaluation de la conduite du projet

- Vérification et mesure du niveau d'avancement et de consommation. Evaluation du "reste à faire".
- Conformité des processus projets aux procédures et standards applicables.
- Les sept axes de l'évaluation de la qualité d'un projet. La mesure de la performance du projet.

### » L'analyse des risques d'un projet

- Définition. Notions d'événement, de causes et de conséquences.
- Types de risques (les classes) : stratégiques, projets, produits, utilisation, maintenance.

**Travaux pratiques** Identification de risques possibles. Qualification et réflexion collective.

### » L'évaluation des livrables et des produits

- Niveau de conformité aux besoins.
- Adéquation des choix du projet.
- Evaluation de la qualité des livrables. Facteurs qualité. Qualité de la documentation fournie.
- Audit de configuration, audit de caractéristiques techniques du produit.

**Travaux pratiques** Travail sur les critères d'audit. Exemples d'évaluation de différents types de livrables.

### » L'audit des projets externalisés

- Règles et pratiques sur la mission : traçabilité des informations collectées.
- Présentation des conclusions.



Réf :	DUA
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à des auditeurs qui veulent maîtriser les techniques et les spécificités de l'audit des projets ou à des experts qui désirent progresser vers des fonctions d'auditeurs.

### » PREREQUIS

Expérience requise en conduite de projets.

# Concevoir et déployer un projet stratégique



Ce stage vous permettra d'appréhender dans sa globalité l'élaboration et la mise en œuvre d'un projet stratégique. Vous verrez comment traduire des objectifs stratégiques en un plan d'action mobilisateur qui donnera du sens à l'activité collective et individuelle.

### » Principes et définitions d'un projet de structure

- Quand lancer un projet stratégique (d'entreprise ou d'entité) ? Les trois phases de la vie de toute structure.
- La structure, l'entité dans son environnement.
- Le socle commun ou cadre de référence.
- Les conditions de la réussite d'un projet de structure.
- Démarche et attitude stratégiques : les savoir-faire et postures du manager stratège.
- Réaliser un diagnostic stratégique : méthode et outils.
- Réaliser un "SWOT".

**Exercices** Réaliser son SWOT.

### » Méthodologie de formalisation de projet

- Les trois étapes clés de la formalisation du projet.
- Qu'est-ce qu'une vision, une ambition, en projection ?
- Comment les formuler, les traduire en objectifs ?
- La définition des grandes priorités. Le temps des choix. Les arbitrages.
- Savoir quand et comment associer l'ensemble de la structure.
- Décliner les priorités en actions en associant et en impliquant toutes les composantes de la structure.
- Savoir conduire la communication autour du projet.

**Exercices** Traduction des objectifs en priorités puis en actions. Réalisation d'un plan de communication.

### » Lancer et piloter un projet de structure

- Réussir le cadrage du projet (qui/quoi/comment/quand).
- Le lancement, temps fort de gestion du projet.

- Réussir le pilotage, l'avancement, l'évaluation : conditions, méthodes et outils.
- Définir et faire vivre le reporting, ses modalités, les circuits de validation, la chaîne des responsabilités.
- Réussir la conclusion du projet : le dernier temps fort.
- Bilans. Retour d'expérience. Capitalisation.

**Exercices** Travail d'application individuel. Mise en situation d'animation de réunion de lancement ou d'avancement, de debriefing.

### » Manager le changement efficacement

- Le management participatif : 4 styles et 5 axes.
  - Les conditions pour des équipes performantes, soudées, sereines.
  - Savoir-faire et comportements qui facilitent l'adhésion et la mobilisation dans la durée.
  - Renforcer son leadership et son efficacité personnelle et relationnelle.
  - Savoir " vendre le projet " en interne et en externe.
  - Persuader, négocier, accompagner vers les résultats et l'atteinte des objectifs.
  - Lever les craintes et les résistances. S'adapter et adapter le management aux individus et aux situations.
  - Mieux gérer son temps et son stress ainsi que ceux des équipes en période de changements.
- Mise en situation** Jeux de rôles et scénarios autour de l'accompagnement des changements.



Réf :	RIO
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 12-13 janv./2-3 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Réflexion collective, exemples, exercices d'application, mises en situation...

### » PARTICIPANTS

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

### » PREREQUIS

Connaissances en conduite de projet.

Gestion de produits et gestion de projets ont souvent des contraintes divergentes, les deux concourent cependant conjointement au succès de l'entreprise. Cette formation a pour objectif de donner une vision des enjeux de "l'autre" et de permettre de créer une dynamique commune qui conduit au succès.



Réf :	PEJ
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 26-27 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Chef de projets, chef de produits, responsable ou directeur Marketing, responsable R&D, ingénieur de développement.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » La gestion de produit : vision globale

- Processus de développement et d'évolution des produits, du marketing au service après-vente.
- Identification des besoins et priorisation dans la stratégie globale.
- Définition fonctionnelle du produit et adéquation avec les besoins client. Spécifications et réalisation du produit.
- Lancement et prospection commerciale.
- Utilisation par le client, perception de valeur réelle, remontée de problèmes.
- Acteurs des différentes étapes et interdépendances.

### » Enjeux du marketing : une interface avec vente et clients

- Cycle du marketing. Compréhension des marchés à soutien commercial.
- Les métiers et leurs rôles : du chef de produit au marketing produit.
- Analyse de marché, interlocuteurs impliqués dans le cycle d'achat, impact sur les besoins.
- Contraintes : les cohérences des produits, la fenêtre d'opportunité de marché, les actions de la concurrence.
- Structuration commerciale du produit et de ses options, impact sur la conception produit.
- Exigences commerciales : à court terme ou stratégiques à long terme ?

### » Enjeux de la gestion de projets : garantir les délais et les coûts

- Les missions du chef de projet.
- Les contraintes : les délais, les coûts, la gestion des ressources, la technologie.
- La gestion du court et moyen terme : concilier le projet d'une version avec la gestion globale du produit (Roadmap).
- La gestion de variantes et d'options en relation avec la structuration commerciale de la solution.

### » Une dynamique commune, source d'innovation et de réactivité

- De la définition du besoin à la spécification des fonctions. Point de connexion forte entre marketing et chef de projet.
- Une vision "marché" des chefs de projets avec les contraintes d'utilisation et d'ergonomie.
- Des responsabilités claires et bien distinctes.
- La gestion des priorités : entre stratégie et contraintes à court terme.
- Une vision commune sur le retour d'expérience client.



## Diriger un projet, les points clés

Diriger un projet implique une approche pragmatique et synthétique du projet, un savoir-faire en conduite des hommes et une maîtrise des techniques et outils de gestion. Ce séminaire propose une démarche progressive qui vous permettra de diriger un projet avec succès.



Réf :	DIE
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./15-17 déc. 2014 30 mars-1 avril 2015 22-24 juin 2015
Prix :	2 580 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Ce séminaire s'adresse à des chefs de projet débutants ou bénéficiant d'une première expérience qui veulent approfondir l'ensemble des facettes de leur métier et augmenter leur niveau de performance.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » La direction de projet

- Les projets aujourd'hui. Critères de succès.
- Place et rôle du chef de projet.
- Organiser un projet et le conduire.
- Le PMBOK®.
- Programme et projets.
- Direction simultanée de plusieurs projets.
- Organiser en pratique son travail.

### » Lancement du projet

- Lancer le projet. Chef de projet et management, lettre de mission, délégation.
- Analyse d'un projet. Plan Projet.
- Ajustement des normes et des standards d'entreprise.
- Facteurs qualité : moyens et mesures qualité associés.
- Transversalité. Impliquer les directions.
- Identification des cibles de communication.
- Gestion et plan de communication.

### » Organiser et planifier le projet

- Gestion des risques (stratégies de réduction des risques).
- Estimation des coûts et délais.
- Améliorer la précision des estimations.
- Planification (techniques de planification, plan de charge des équipes). Planification multiprojets.
- Gestion du temps sur le projet.
- Gestion des prestations externes.
- Délégation de personnel : le recours à l'assistance technique forfaitaire.

### » Diriger l'exécution du projet

- Pilotage opérationnel. Gestion, communication externe, contrôle des productions, décision.
- Processus de décision. Cas des projets multisites.
- Lancement et contrôle des travaux.
- Management des équipes. Structuration des équipes.
- Gestion des connaissances.
- Contrôler les délais et les résultats.
- Gérer les conflits et négocier : principes et règles.

### » Maîtriser et contrôler le projet

- Suivi et contrôle du projet : mode de reporting.
- Mesure de l'avancement réel.
- Tableaux de bord du chef de projet.
- Organiser les réunions.
- Maîtriser les adaptations et les évolutions.
- Gestion des crises.
- Gestion des évolutions du cahier des charges. Budget des demandes d'évolutions.

### » Terminer le projet

- Conduite du changement.
- Plan de conduite du changement et outils.
- Fin du projet.
- Clôture administrative du projet.
- Bilans de projet.
- Capitalisation de l'expérience.

### » Conclusion

- Synthèse des meilleures pratiques.

# PMO, mettre en place une organisation par projet



Ce stage vous présentera les apports, les concepts et les activités type d'un PMO (Project Management Office) ou « bureau de projet ». Il vous montrera comment le mettre en place en fonction de votre environnement technique et managérial.

## » Environnement de pilotage. La place du PMO

- Le défis de l'entreprise moderne et le besoin de reconfiguration permanente. Mondialisation. Time to market. Gestion des ressources. Production de valeur.
- Définition du pilotage. Les problèmes à résoudre.
- Le mode projet, une réponse au changement permanent.
- L'uniformisation des pratiques. Les référentiels.
- La capitalisation de l'expérience.
- Les trois niveaux de pilotage à gérer dans un PMO.
- Synchronisation continue de la vision stratégique (Orientation), du portefeuille des projets (Décision), de la réalisation des projets (Gestion).
- Piliers à maîtriser : organisation, processus et outils.
- Développer des comportements collaboratif.
- Générer des interactions métier/projet.
- **Travaux pratiques** *Réflexion sur des situations nécessitant la mise en place d'un PMO. Définir ce qu'il faut faire.*

## » Définition du Project Management Office (PMO)

- Les divers types de PMO.
- PMO, MOA, MOE, et autres fonctions de l'entreprise.
- Rôles, responsabilités, compétences nécessaires.
- Les structures de décision : étude de cas.
- Le rattachement du PMO selon les trois types d'organisation (fonctionnelle, matricielle, par projet).
- Cas de plusieurs PMO dans une entreprise.
- Conditions de succès, bénéfices et plus-values.
- **Travaux pratiques** *Réflexion en groupe sur des exemples. Essayer de positionner son propre contexte.*

## » Les activités d'un Project Management Office

- Le classement des activités de pilotage d'un PMO.
- Le support à la gestion de projet.
- La gestion d'un portefeuille d'activités.
- La gestion d'un pool de ressources.
- Outils et méthodes de mise en œuvre : balance score card, mapping risques/bénéfices...
- La mise en place d'un outil de pilotage.
- Outils planning de gestion de multi-projets.
- Le plan de travail récurrent une fois le PMO implanté.
- Charge moyenne, dimensionnement, difficultés du PMO.

**Travaux pratiques** *Mise en place d'un référentiel de méthodes et d'un tableau de bord, discussions sur les activités types d'un bureau de projet.*

## » Comment mettre en place un PMO ?

- Sensibilisation de la Direction. Sponsor du changement.
- Attentes et difficultés.
- Priorités de l'entreprise, l'environnement, ses ressources.
- Phases de maturité de la mise en place d'un PMO.
- Le projet d'implantation. Où impliquer la MOA.
- Définition d'une stratégie de changement.
- Le plan de management du projet.
- Stratégies de changement déployables selon les paramètres : temps/urgence, résultats espérés, sociogramme des acteurs...

**Travaux pratiques** *Travail sur des éléments de mise en œuvre d'un PMO (diagnostics, définition d'objectifs, implication des acteurs, étapes de déploiement...).*



Réf :	POM
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 12-13 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Directeurs Etudes, responsables PMO, responsables Méthodes, gestionnaires de portefeuilles d'activités, superviseurs de projets, contrôleurs de gestion de DSI.

## » PREREQUIS

Connaissances de base des composants et des problématiques de la gestion de projets.



# P30®, Foundation, certification Portfolio, Programme and Project Office



P30® est un modèle pour la mise en place et la gestion d'un "bureau de projet" ou PMO. Ce stage vous présentera les outils et techniques associés ainsi qu'une démarche de mise en œuvre. Il vous permettra d'obtenir la certification P30® Foundation.



## » Introduction à P30®

- Management de projets, management de programmes, management de portefeuilles. Définitions. Différences.
- Contexte. Stratégie d'entreprise. Cycles de vie portefeuille, programme et projet.
- Le rôle de support du P30®.

**Echanges** *Echanges sur le rôle de support du P30®.*

## » Pourquoi avoir un P30® ?

- Opportunités et finalités d'un P30®. La création de valeur d'un P30® dans une organisation.
- La matrice de valeur. Mesurer le succès des projets et programmes, selon le P30®.

**Exemple** *Exemples d'indicateurs pertinents pour la mesure du succès.*

## » Qu'est-ce qu'un modèle P30® ?

- Modèles d'organisation. Bureau permanent, temporaire, virtuel. Le cas des petites organisations.
- Domaines fonctionnels.
- Fonctions et services supportés. Choix du modèle d'organisation et son intégration.
- Bonnes pratiques de responsabilité pour chaque modèle. Maturité du modèle et évolution.

**Exercices** *Décider de l'opportunité d'un modèle suivant le contexte et les objectifs d'une organisation.*

## » Les rôles du P30®

- Compétences requises du management P30® et de l'équipe de gestion de portefeuille.
- Recruter des membres du bureau.
- Les rôles fonctionnels transversaux et les rôles de management spécifiques.

**Réflexion collective** *Sur une situation donnée, identifier la meilleure répartition des rôles possibles.*

## » Les outils et techniques P30®

- Les modalités d'utilisation des outils.
- Bénéfices stratégiques clés et facteurs de succès de la mise en place d'outils.
- Adaptation des outils aux différents niveaux.
- Organisation. Les portails d'information et les ateliers de travail. Gestion des ressources humaines.

**Etude de cas** *Choix d'outils appropriés.*

## » P30®, la mise en œuvre

- Définir la vision. Identifier les parties prenantes.
- Définir le plan (Blueprint) : processus, organisation des décisions, outils, flux d'information.
- Gérer les risques. Le cycle de vie "bureau temporaire".

**Réflexion collective** *Définir le contenu du Blueprint.*

## » Passage de l'examen

- Résumé des points importants. Préparation à l'examen. Questions.

**Examen** *Passage de l'examen officiel P30® Foundation.*



Réf :	PTO
Durée :	3 jours
Paris	1-3 déc. 2014 16-18 mars/18-20 mai 2015
Groupes	13-15 avril/8-10 juin 2015
Prix :	2 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Directeurs de projets/programmes, responsables PMO, membres d'un PMO, superviseurs de projets, senior managers, toute personne impliquée dans la conception de PMO.

## » PREREQUIS

Expérience souhaitable de deux ans dans un environnement de gestion de projets ou de gestion de programmes.

En relation avec de multiples interlocuteurs, le chef de projet doit adapter sa stratégie de communication selon les parties prenantes. Il doit assurer le reporting ascendant et descendant, gérer des conflits d'intérêts et de pouvoir. Ce stage vous propose les outils les plus pertinents pour répondre à ces enjeux.



Réf :	MEP
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./27-28 nov. 2014 22-23 janv./23-24 mars 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ce stage, qui repose sur des mises en situation et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

**PARTICIPANTS**  
Cette formation s'adresse prioritairement aux chefs de projets ayant déjà une expérience de projet de taille petite ou moyenne.

**PREREQUIS**  
Expérience de base en gestion de projet.

» L'organisation du projet et les acteurs

- Rôles et responsabilités dans un projet.
  - Comités de pilotage, directions métiers, utilisateurs, équipes projet.
  - Les sous-traitants : leurs besoins et leurs attentes.
  - Les rôles et responsabilités. Le cycle de vie du projet.
- Travaux pratiques** A partir d'un exemple, décrire une organisation projet adaptée.

» Le contenu du projet

- Organigramme du projet.
  - PBS, WBS, OBS.
  - Matrice de responsabilité.
  - Plan de management de projet.
  - Planning.
  - Fiches de tâches ou de lots de travaux.
  - Contrats avec les sous-traitants.
  - Contractualisation avec les parties prenantes internes.
- Travaux pratiques** Elaborer une matrice de responsabilité. Rédiger des fiches de lots de travaux.

» La communication ascendante

- Rapports d'avancement.
  - Tableaux de bord.
  - Alertes, rapports de risques et d'incidences.
  - Enquêtes, audits.
  - Approches agiles : le management par exception.
- Travaux pratiques** Mises en situation : communication vis-à-vis d'un comité de pilotage dans un contexte tendu.

» La communication descendante

- Réunions d'équipe.
  - Délégation de tâches formalisées.
  - Contrôle des travaux des équipes et des sous-traitants.
- Travaux pratiques** Mises en situation : conduire une réunion d'équipe. Contrôler le travail d'un collaborateur et donner un feed-back.

» La gestion des personnalités

- Manager selon les personnalités.
  - Négociation, gestion de conflits et médiation.
- Travaux pratiques** Analyse sur la base des exemples des participants. Mise en situation de gestion de conflit.

» Les conflits d'intérêts et de pouvoir

- Inventaire et positionnement des parties prenantes.
  - Les techniques d'analyse des parties prenantes.
  - Stratégies de communication vis-à-vis des parties prenantes.
- Travaux pratiques** Mise en situation : analyse des parties prenantes et stratégies.

## Chef de projets : développez vos compétences relationnelles atelier théâtre

Ce stage vous permettra via l'approche théâtrale de développer les compétences relationnelles nécessaires à la fonction de chef de projet. Il vous apprendra à bien vous positionner, à conduire le changement avec efficacité, à dépasser les conflits afin de susciter l'adhésion au sein de votre équipe.



Réf :	CDC
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 9-10 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices de théâtre adaptés pour des non-acteurs. Autodiagnostic. Travail individuel à partir des situations professionnelles des participants.

**PARTICIPANTS**  
Chefs de projet, chefs d'équipe, managers, toute personne travaillant en équipe projet ou ayant suivi le stage réf. THP et désireuse de développer ses aptitudes relationnelles.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base de la communication interpersonnelle. Expérience souhaitable de la gestion de projet ou du travail en équipe.

» Savoir se positionner comme chef de projet

- Comprendre les positions de vie (analyse transactionnelle).
  - Distinguer les positions efficaces et inefficaces.
  - Identifier ses positionnements dominants.
  - Relier les positions de vie à son quotidien professionnel.
  - Asseoir son autorité.
- Exercices** Exercice de théâtre sur le rapport à autrui et les luttes de pouvoir. Test de positionnement individuel (questionnaire) et analyse des résultats. Echanges et partage d'expériences entre participants.

» Travail individualisé sur mesure : jeux de rôles

- Identifier les points de blocage rencontrés au travail.
  - Comprendre la traduction verbale et non verbale des positions de vie.
  - Discerner les positionnements des interlocuteurs.
  - Adopter de nouveaux comportements de communication.
  - Acquérir une plus grande souplesse relationnelle.
- Mise en situation** Mise en jeu par chaque participant d'une situation professionnelle. Débriefing collectif et conseils personnalisés. Entraînement et intégration des recommandations lors d'une nouvelle mise en jeu.

» Développer des compétences spécifiques à la gestion de projet

- Améliorer sa capacité d'adaptation.
  - Développer écoute et observation.
  - Savoir utiliser le questionnement et la reformulation.
  - Concilier des avis divergents pour susciter l'adhésion.
  - Résoudre les conflits et prendre des décisions.
- Exercices** Exercices d'entraînement d'acteur sur le lien, la synchronisation verbale et non verbale, et la conscience de l'environnement.

» Bilan individualisé

- Reconnaître ses qualités relationnelles.
  - Identifier ses axes de progrès.
  - Elaborer un plan d'action personnalisé pour pérenniser les acquis.
- Réflexion collective** Echange en binôme sur les acquis du stage et leur mise en application en situation professionnelle. Partage en groupe des bilans individuels.

Ce stage vous apprendra à adopter des comportements de leader en vous appuyant sur votre style personnel. Vous découvrirez comment créer la confiance et développer des relations gagnantes. Vous saurez cartographier les forces en présence, afin d'en tirer parti pour rassembler tous les acteurs du projet.

## » Introduction

- Comprendre les enjeux du leadership sur un projet.
- Différencier management et leadership.

**Etude de cas** Etude de cas permettant d'appréhender les spécificités du leadership.

## » Adopter les comportements d'un leader

- Communiquer de manière assertive. Savoir émettre une critique constructive à un collaborateur.
- Favoriser le dialogue au sein d'une équipe.
- Désamorcer les situations de tension au sein d'une équipe.

**Exercices** Jeux de rôles à partir de situations concrètes apportées par les stagiaires ou l'animateur afin de développer un comportement assertif en toute situation.

## » Optimiser les relations au sein d'une équipe et son fonctionnement

- Instaurer un climat de confiance au sein d'une équipe.
- Donner régulièrement des retours à ses collaborateurs.
- Demander du feedback à ses collaborateurs afin d'augmenter son impact.
- Favoriser l'expression d'idées au sein d'une équipe projet en créant un cadre de travail bienveillant.
- Valoriser et motiver ses collaborateurs.

**Exercices** Mises en situations autour de cas concrets, simulations en sous-groupes pour s'entraîner à donner des retours à ses collaborateurs, les valoriser et les motiver.

## » Accroître son influence

- Découvrir son style de communication et d'influence privilégié.
- Comprendre les différences entre les quatre styles d'influence : coopératif, imaginatif, méthodique, engagé.
- Mieux s'adapter à ses interlocuteurs.

**Exercices** Mises en situation en binômes permettant d'expérimenter les différents styles de communication et d'influence. Restitution et analyse individualisée.

## » Développer une stratégie de leader au sein de l'entreprise

- Savoir établir une carte des enjeux et des pouvoirs (powermap) au sein d'un projet.
- Prendre du recul pour identifier ses alliés.
- Développer une stratégie pour contrer les forces opposantes en développant ses relations.

**Etude de cas** Etudes de cas et entraînements en sous-groupes autour de la powermap.



Réf :	RED
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 9-10 fév./27-28 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exercices pratiques, retours d'expériences, mises en situations. Acquisition de techniques directement applicables en situation professionnelle.

## » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse à des chefs de projet, responsables de projet, managers de projet expérimentés et souhaitant ajouter une dimension au management de leur équipe : le leadership.

## » PREREQUIS

Expérience requise en management de projet.

# Collaborateur/Acteur projet : participer efficacement aux projets



Contribuer efficacement à un projet nécessite d'en comprendre la démarche et d'identifier clairement le rôle de chaque intervenant. Cette formation vous aidera à vous positionner au sein de l'équipe projet et à gérer l'équilibre délicat entre activité quotidienne et votre contribution au projet.

## » Qu'est-ce qu'un projet ? Les contraintes d'un projet

- Les objectifs du mode projet.
- Ce que n'est pas un projet, les limites du mode projet.
- Les trois contraintes d'un projet, le triangle diabolique.

**Réflexion collective** Echanges d'expériences et de difficultés éprouvées.

## » La démarche d'un projet

- Les phases, étapes et livrables d'un projet.
- De l'expression du besoin à la mise en œuvre de la solution, fiches étapes : cadrage du projet, définition du besoin...
- Les pièges à déjouer à chaque étape.

**Etude de cas** Participer à une expression de besoins.

## » Les différents contributeurs d'un projet, leurs rôles

- Les rôles des différents acteurs à chaque étape du projet.
- Le chef de projet : ses activités et responsabilités.
- La "comitologie" d'un projet.
- L'organisation matricielle face à une organisation hiérarchique : quelles difficultés ?

## » Ma position dans le projet

- Identifier ma position dans l'équipe projet.
- Définir ma mission et calibrer mon attitude par rapport aux autres membres du projet.

- Comprendre mon rôle vis-à-vis du chef de projet : expertise, planification, budgétisation, réunions d'avancement.
- Gérer le délicat dilemme, contribution projet et activités métier.
- Mieux organiser mon temps pour participer efficacement au projet.

**Etude de cas** Planifier ses tâches dans le projet tout en organisant son quotidien, communiquer son avancement au chef de projet.

## » Vivre au sein d'une équipe projet

- La vie "à bord du projet" : une galère ou une aventure humaine ?
  - Les qualités humaines indispensables au mode projet.
  - La maîtrise de son relationnel : collaboration, évitement de conflit, maîtrise du stress.
  - Les bienfaits d'une expérience projet, retour sur "investissement personnel".
- Mise en situation** Maîtriser sa communication afin d'éviter le conflit.

## » Le mémo du contributeur

- Les 10 pièges à déjouer.
  - Les 10 postures favorables.
- Jeu de rôle** Construction d'un édifice : ce jeu réalisé en équipes permet à chacun de simuler des rôles de contributeurs dans le projet. Différentes situations seront tirées au hasard dans un jeu de cartes.



Réf :	CBA
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc./23-24 mars 2015 18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance d'apports méthodologiques, d'exercices pratiques. Mise en situation à l'aide du jeu "collaborer au projet de construction d'un édifice".

## » PARTICIPANTS

Tout contributeur d'un projet (expert, support, manager...) et tout responsable qui souhaite comprendre les difficultés du mode projet et manager ses collaborateurs sollicités dans des projets.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Suivre le contenu de son projet, le rendre visible pour soi et pour les parties prenantes, nécessite une bonne appréhension des méthodes et des outils de planification. Ce stage vous aidera à maîtriser ces techniques, au travers d'études de cas, illustrées et mises en œuvre avec MS-Project 2010.

### » Introduction

- Définition d'une démarche projet.
- La planification et le suivi, dans le processus projet.

### » Les techniques de planification

- Identifier les tâches d'un projet.
- Construire le réseau PERT, en précisant les dépendances entre les tâches.
- Identifier les marges et le chemin critique du projet.
- Affecter les ressources aux tâches.
- Comprendre le rapport travail-unité-durée.
- Optimiser les ressources sur le projet.
- Enregistrer la planification initiale.

**Travaux pratiques** Etablir un réseau Pert. Calcul des dates au plus tôt, au plus tard, marges, optimiser le réseau. Planning sur MS-Project. Optimiser l'utilisation des ressources. Planification initiale.

### » Le pilotage de projet

- Les indicateurs d'avancement, le coefficient d'utilisation, vitesse et performance, les charges restantes.
- Les indicateurs économiques : CBTP, CBTE, CRTE.
- Les différents comptes rendus (activité, avancement...).
- Gestion des aléas : comité de pilotage, triangle projet.
- Suivi individuel et suivi projet.

**Travaux pratiques** Etablir un tableau de bord à partir de comptes rendus d'activités. Construire des tableaux de bord avec MS-Project.

### » Les ressources

- Définition des ressources humaines et logistiques.
- L'association tâche/ressource, la réservation et l'affectation.
- Traduction des ressources en coût.

**Travaux pratiques** Modifier des associations de ressources. Editer les coûts du projet.

### » Le suivi multiprojets

- Présentation des découpages normalisés : PBS, WBS, OBS.
- Les contraintes de planification interprojets, les ressources partagées.

**Travaux pratiques** Décomposition du projet en sous-projets.

### » Etude de cas avec MS-Project

- Présentation de l'étude de cas.
- Vues, filtres et diagrammes : personnaliser les interfaces avec MS-Project.
- Le pilotage par les ressources ou par la durée.
- Les tâches récapitulatives.
- L'audit des ressources.
- La saisie de l'activité des ressources.
- Comprendre les indicateurs de suivi.
- Le bilan du projet.

**Travaux pratiques** Saisie d'une planification initiale puis modifiée. Saisie de l'avancement standard et simplifié. Gestion des aléas en cours de mois, saisie de l'avancement par messagerie. Bilan du projet.



Réf :	JOR
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 19-21 janv./2-4 mars 2015 18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Chefs de projet, planificateurs projet.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous apprendra à structurer votre projet. Il vous montrera également comment utiliser l'outil Microsoft Project pour le planifier, l'optimiser et en assurer la gestion et l'exploitation.



Réf :	PLN
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 3 avril/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » EXERCICES

Planification d'un projet en suivant une démarche méthodologique et exemples d'application basés sur MS-Project.

#### » PARTICIPANTS

Ingénieurs d'affaires, chefs de service, ingénieurs projets, membres d'équipe de management de projet, toute personne ayant à élaborer un planning avec MS-Project.

#### » PREREQUIS

Connaissances de base en planification de projet.

### » Préparation de l'environnement de travail

- Rappel sur les principes de la planification.
- Principes de fonctionnement de MS Project.
- Le Ruban. Les vues courantes.
- Mettre en place le calendrier du projet.
- Faire le lien avec d'autres documents.

**Travaux pratiques** Naviguer dans MS-Project. Configurer son environnement. Initialiser le projet.

### » Structuration du projet

- Identification des activités.
- Elaboration de l'organigramme des tâches.
- Les découpages normalisés.
- Découpage en sous-projets.

**Travaux pratiques** Organiser les tâches dans le projet MS-Project.

### » Mise en place et optimisation du planning

- Comprendre les modes de planification manuelle et automatique.
- Séquencement du projet.
- Aménagement des contraintes d'ordonnement des tâches dans le planning.
- Notions de dates au plus tôt, au plus tard.
- Analyse du chemin critique et des marges.

**Travaux pratiques** Saisir la logique d'enchaînement des tâches. Identifier le chemin critique du planning.

### » Affectation des ressources

- Affecter des ressources aux tâches, les différents modes.
- Utilisation des ressources, la disponibilité. Relation Travail/Durée/Capacité.
- Visualiser les surcharges, auditer les ressources.
- Optimiser l'utilisation des ressources (lissage, nivellement).

**Travaux pratiques** Saisir les ressources et les propriétés des ressources (calendrier). Gérer les surcharges.

### » Budget du projet

- Le taux de valorisation des ressources.
- Les différents types de ressources, les coûts fixes.
- Consolider les charges et les coûts.
- Communiquer les données prévisionnelles.
- Préparer la délégation du planning à un chef de projet.

**Travaux pratiques** Consolider les charges et les coûts. Présenter l'information des coûts sur le projet.

### » Exploitation des données

- Préparer une impression du Gantt et de la chronologie du projet.
- Etablir une planification de référence.
- Présentation de rapports, mettre en forme les données sur le projet.

**Travaux pratiques** Utilisation de plusieurs rapports pour communiquer la planification.

L'enjeu des revues est de s'assurer que les échéances seront tenues et les résultats atteints. Il s'agit donc de valider les étapes, examiner les risques et décider des réorientations éventuelles. Ce stage vous propose un ensemble de techniques et de "templates" qui vous aideront à mener à bien ce type d'activités.

## » Rappel des concepts de base et présentation du cas d'école

- Définition d'un projet.
- Rôles essentiels d'un chef de projet.
- Cycle de vie d'un projet, typologies de projet.
- Domaines de connaissances de la gestion de projet selon le PMBOK®.

**Travaux pratiques** Présentation du cas d'école. Evaluer la qualité du dispositif prévu par le chef de projet en matière de revue de projet.

## » Définitions, objectifs et acteurs de la revue de projet

- Qu'est-ce qu'une revue de projet : définition selon les normes et les bonnes pratiques (ISO, PMBOK®, CMMI ...).
- Les objectifs d'une revue de projets.
- Les acteurs de la revue de projets et leurs rôles.

**Travaux pratiques** Analyse du déroulement d'une revue de projet ; points positifs et négatifs. Organiser une revue de projet.

## » Les différents types de revue de projets

- Revue de conception et d'architecture : maîtrise du contenu et des modifications.
- Revue d'avancement : maîtrise des délais et des charges.
- Revue budgétaire : maîtrise des coûts.
- Revue des risques : maîtrise des risques.
- Revue des compétences : maîtrise des ressources humaines.

- Revue des fournisseurs : maîtrise des approvisionnements et de la sous-traitance.
- Revue Qualité : maîtrise de la qualité.
- Comité de pilotage : revue du plan.

**Travaux pratiques** Réaliser une revue de projet conception. Réaliser une revue de projet, délais.

## » Une revue de projet efficace

- Préparation : document, support, ordre du jour type...
- Convocation, gestion des présences, nomination du rapporteur.
- Réunion : ouverture, rappel des objectifs, prise de parole, maîtrise du temps, gestion des conflits, reformulation...
- Prise de décisions.
- Rédaction du compte rendu.
- Suivi des décisions.

**Travaux pratiques** Préparation de la revue de projet, jeu de rôle en réunion. Analyse d'un compte rendu, points forts-points faibles.

## » Conclusion

- La revue de projet et l'accumulation des connaissances (knowledge management).
- Synthèse des principaux facteurs de succès d'une revue de projet : QCM.



Réf :	REV
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques illustrés et mis en pratique dans de nombreux exercices. Un cas concret est présenté au début du stage et sert de fil rouge.

### » PARTICIPANTS

Chefs de projets, directeurs de projets et toutes personnes susceptibles de conduire ou de participer à une revue de projet.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en gestion de projets.

# MS-Project, introduction

Cette formation vous apprendra principalement à planifier les tâches, affecter les ressources, budgéter et suivre les activités avec MS-Project. De nombreux travaux pratiques vous permettront de prendre en main le logiciel d'une manière opérationnelle.

## » Introduction

- Définition de la problématique de la planification.
- Fonctions et usages de MS-Project.

## » Démarrage avec MS-Project

- Présentation des éléments de l'environnement de travail : barres d'outils, tables, affichages, aide contextuelle.
- Paramétrage préalable à la planification : choix des unités de temps et de travail, du calendrier et des options.

**Travaux pratiques** Appréhender l'interface. Initialiser le projet.

## » Mise en place du planning

- Création des tâches. Manipulation des tâches : déplacement, modification, suppression.
- Traçage du réseau PERT.
- Compréhension des différents types de contraintes.
- Analyse du planning, identification des marges et du chemin critique.

**Travaux pratiques** Manipuler les tâches, établir la logique d'enchaînement. Saisir les durées. Afficher les marges et le chemin critique. Tracer les modifications. Ajuster les délais.

## » Affectation des ressources

- Création et affectation des ressources.
- Présentation des types de tâches.
- Définition des profils d'affectation.

**Travaux pratiques** Créer et affecter les ressources. Contrôler les surcharges.

## » Mise en place du budget

- Définition des taux de valorisation des ressources.
- Saisie des coûts fixes.
- Evaluation du budget sur le planning.

**Travaux pratiques** Coût fixe sur les tâches. Définir les taux des ressources. Visualiser le budget.

## » Suivi du projet

- Les indicateurs : la référence, le consommé, le nécessaire pour finir, l'avancement, l'estimation à fin.
- Mise en place de la référence.
- Mise à jour du projet : saisie du consommé, saisie de l'avancement, saisie du travail restant.

**Travaux pratiques** Enregistrer la planification initiale. Définir et afficher la date d'état. Avancement automatique. Analyser le projet.

## » Exploitation du planning

- Personnalisation de l'aspect graphique d'une tâche.
- Ajout de textes dans le planning.
- Présentation des rapports.
- Préparation du planning pour une réunion.

**Travaux pratiques** Décrire une tâche ou un jalon. Liste des tâches d'une ressource. Analyse des coûts.



Réf :	MPI
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./27-28 nov. 2014 18-19 déc. 2014 15-16 janv./19-20 fév. 2015
Groupe 1	29-30 janv./29-30 avril 2015 25-26 juin 2015
Groupe 2	22-23 janv./23-24 avril 2015 11-12 juin 2015
Groupe 3	8-9 janv./9-10 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Chefs de projets. Ingénieurs projets. Chefs de service. Planificateurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous présentera toutes les fonctionnalités de Microsoft Project 2013. A l'aide d'un cas réel, il vous montrera comment les mettre en œuvre. A l'issue du stage, vous aurez acquis la maîtrise de MS-Project 2013 et serez en mesure de l'utiliser pour gérer et optimiser vos projets.



Réf :	PRU
Durée :	3 jours
Paris	15-17 déc. 2014 30 mars-1 avril/15-17 juin 2015
Prix :	1 750 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Organisation d'un projet en suivant une démarche méthodologique pour la planification et le pilotage du projet à l'aide de MS-Project 2013.

### PARTICIPANTS

Chef de projet, chef de service, ingénieur projets, planificateur, membre d'équipe de management de projet.

### PREREQUIS

Connaissances de base de MS-Project. Expérience souhaitable en planification de projets.

#### Préparation de l'environnement de travail

- Le Ruban. Les vues courantes.
- Mettre en place le calendrier du projet.
- Faire le lien avec le WBS.

**Travaux pratiques** Naviguer dans MS-Project. Configurer son environnement. Initialiser le projet.

#### Planification et structuration du projet

- Modes de planification manuelle et automatique.
- Identification des activités. Structuration du projet.
- Analyse du chemin critique et des marges.
- Aménagement des contraintes dans le planning.

**Travaux pratiques** Saisir la logique d'enchaînement. Les différentes tables. Les contraintes.

#### Optimisation du planning

- Mettre en pause une activité. Désactiver une tâche.
- Méthode d'optimisation. Fractionnement des tâches.

**Travaux pratiques** Optimiser les délais et les relations entre les tâches. Fractionnement.

#### Affectation des ressources

- Comprendre la relation Travail/Durée/Capacité.
- Types de ressources, modes d'affectation.
- Estimation des durées. Calcul du chemin critique.

**Travaux pratiques** Saisie et affectation des ressources. Gérer le calendrier et la capacité d'une ressource.

#### Budgétisation

- Intégrer les dépenses prévisionnelles au budget.
- Gérer le coût des ressources.
- Ressources à coûts multiples.
- Gérer l'évolution du coût d'une ressource.

**Travaux pratiques** Saisie de dépenses. Visualisation du coût des ressources.

#### Planification de référence

- Etablir une référence coûts/délais (performance).
- Intégrer les plannings des sous-traitants.
- Ajout de tâche postérieure à la planification.

**Travaux pratiques** Etablir et mettre à jour une planification de référence.

#### Pilotage du projet

- Utiliser le centre de rapport.
- Concevoir les tableaux de bord d'avancement.
- Export de données vers Excel, Access et Visio.
- Suivi par les charges et par les délais.
- Suivi par le reste à faire et le consommé.
- Replanifier le travail non effectué.

**Travaux pratiques** Déclarer un avancement. Suivi par les charges et les délais. Replanifier des activités.

#### Travail en multiprojets

- Intégrer un sous-projet. Consolider plusieurs projets.
- Etablir des liens entre projets.
- Partage des ressources. Pool de ressources.

**Travaux pratiques** Travailler en multiprojets.

Cette formation vous permettra de maîtriser d'une manière complète Microsoft Project. Elle s'organise autour d'un cas réel qui met en œuvre ses différentes fonctionnalités. Vous verrez aussi comment construire une organisation autour de l'outil afin d'harmoniser le suivi et la gestion des projets de l'entreprise.



Réf :	PIL
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./1-3 déc. 2014 2-4 fév./13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Groupe 1	16-18 mars/15-17 juin 2015
Groupe 2	2-4 mars/8-10 juin 2015
Groupe 3	2-4 mars/1-3 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Les participants ont à traiter un projet de A à Z en suivant une démarche pour l'organisation, la planification et le pilotage à l'aide de MS-Project.

### PARTICIPANTS

Chef de projet, chef de service, ingénieur projets, planificateur.

### PREREQUIS

Connaissances de base de MS-Project. Expérience souhaitable en planification de projets.

#### Préparation de l'environnement de travail

- Présentation du fonctionnement des affichages, des tables, des filtres. Création d'affichages personnalisés.
- Création d'un modèle de projet.

#### Cadrage et structuration du projet

- Définition des objectifs, des phases du projet et des jalons clés. Saisie des objectifs dans MS-Project.
- Découpage du projet.
- Construction de l'organigramme des tâches (WBS).

**Travaux pratiques** Initialiser le projet. Saisir les objectifs, l'organigramme des tâches, les responsabilités. Personnaliser l'environnement.

#### Planification initiale

- Identification des activités.
- Construction de la logique d'enchaînement.
- Calcul du chemin critique. Saisie du planning.

**Travaux pratiques** Saisir la logique d'enchaînement. Saisir la durée. Naviguer dans le Gantt.

#### Optimisation du planning

- Présentation des types de liaisons. Les hypothèses de durée. Analyse du chemin critique et des marges.

**Travaux pratiques** Réduire les délais sous MS-Project. Prendre une copie avec planification initiale. Gantt suivi.

#### Affectation des ressources

- Typologies de ressources et de leurs modes d'affectation.

- La relation Travail/Durée/Capacité. Les types de tâches.

**Travaux pratiques** Saisie et affectation des ressources. Lien disponibilités des ressources et durée des tâches. Calendrier d'une ressource.

#### Planification de référence

- Intégrer des actions de communication.
- Enregistrer et visualiser des planifications de référence.

**Travaux pratiques** Compléter l'OT. Ajouter des données hors OT. Organiser le Gantt. Annuler la planification initiale.

#### Pilotage du projet

- Rappels : référence, avancement, RAF, VBTR.
- Comparaison des méthodes d'avancement.
- Communication autour du projet. Le planning comme support de communication.

**Travaux pratiques** Copier la planification initiale. Définir la date d'état et la faire apparaître. Déclarer un avancement. Mettre en place des indicateurs.

#### Travail en multiprojets

- Présentation des enjeux du multiprojet.
- Analyse des possibilités qu'offre MS-Project.

**Travaux pratiques** Travailler en multiprojet. Créer un projet modèle.

# gestion industrielle

147

production

kanban

ingénierie

atelier

amdec

ordonnancement

projet

rfid

# Nos experts en Gestion industrielle

» **Guy STOCKER** » Consultant en management et amélioration des performances et formateur indépendant. Après une longue carrière dans la production industrielle, tout d'abord en tant que responsable opérationnel puis comme directeur de production, il a mis à profit ses expériences pour se consacrer à la transmission de savoir en matière de management opérationnel et d'amélioration des performances. Depuis 2010, il travaille en indépendant à des missions de formation et de conseil dans ces domaines après avoir exercé chez PMGI Conseil et fait de l'accompagnement en performance industrielle.



» **Caroline FRECHET** » est Consultante et formatrice depuis 1998, elle intervient dans les entreprises et certaines universités. Grâce à des techniques d'animations éprouvées, elle enseigne toutes les techniques du Lean Management et du 6 Sigma. Elle a mis en place et développé de nombreux projets d'améliorations et d'innovations, notamment en milieu industriel (pour Schneider Electric, EDF, Caterpillar, Air France Industries...). Pour acquérir les concepts, elle passe fréquemment par le jeu auquel elle attache une importance toute particulière.



Consultant senior performance industrielle, » **Xavier GILLARD** » a une formation d'ingénieur de l'Ecole Centrale de Lille qu'il a complétée par un Mastère Management par la qualité - TASQ-OM, ISMCM-CESTI et une formation Black Belt Six Sigma. Ce terrain lui a permis d'accompagner avec profit des entreprises du monde industriel dans leurs démarches d'amélioration des performances, parmi lesquelles Danone, Arjo Wiggins, Saint Gobain Desjonquière, Aerolia...



» **Jean-Jacques PERRIER** » De formation Ingénieur électromécanicien ESME, après 25 ans d'expérience à des postes opérationnels et à des postes de Direction, en multinationale et en PME est devenu consultant en Organisation Industrielle, Management, Qualité et Gestion de Projet. Il assure des formations et accompagne des cadres et dirigeants de PME. Il a réalisé de nombreuses missions à l'étranger, notamment en Espagne et au Maroc sur des financements de la CE (Programme MEDA – Europaid)



L'industrie joue un rôle central dans l'économie d'un pays. Pour accompagner les entreprises de ce secteur, Orsys a conçu des formations avec des experts du domaine, dédiées à l'organisation et l'amélioration de la gestion industrielle : pilotage des activités et de la production, conduite de projets, gestion des risques, sécurité en milieu industriel, etc.

## » Fondamentaux de la gestion industrielle »

Les fondamentaux de la gestion de production

**Nouveau**  
2 j - GPR - p.150

Responsable Production, les clés du métier

**Nouveau**  
2 j - DUC - p.150

Le chef de projet d'ingénierie industrielle **Nouveau**

2 j - PII - p.151

## » Pilotage et outils de production »

Le tableau de bord de production **Nouveau**

2 j - TBP - p.151

Gérer la production avec le MRP **Nouveau**

2 j - MGP - p.152

Ordonnancement et suivi d'atelier **Nouveau**

2 j - ODS - p.152

## » Gestion des risques, sécurité, optimisation »

Lean Management dans le secteur industriel

**Nouveau**  
2 j - LMI - p.68

Sécurité en milieu industrielle **Nouveau**

2 j - MID - p.153

Maîtriser les risques avec l'AMDEC processus

**Nouveau**  
1 j - AAR - p.153

Déployer la méthode Kanban de manière pérenne

**Nouveau**  
1 j - ANK - p.154

Monter un projet RFID **Nouveau**

3 j - RFI - p.154

L'ergonomie du poste de travail industriel

1 j - PTI - p.244

Ce stage vous présentera les éléments essentiels de la gestion de production. Il vous montrera comment la mettre en œuvre, piloter la performance à l'aide d'indicateurs pertinents et améliorer ainsi la productivité.



Réf :	GPR
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 23-24 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance d'apports théoriques et pratiques. Travail en groupes.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant découvrir les principes de la gestion de production pour utiliser un ERP.

**PREREQUIS**  
Connaissances de l'environnement de production.

**» Découvrir la gestion de production**

- Connaître les fondamentaux de la gestion de production et son historique.
- Comprendre les enjeux de la gestion de production : juste à temps, stocks et taux de service.
- Distinguer les typologies de processus industriels (continus, par lots).

**Echanges** Etude des témoignages et expériences des participants.

**» Décrire le processus de production**

- Etablir une cartographie des processus.
- Distinguer les flux matériels et les flux d'informations.
- Calculer la capacité et les charges.
- Cerner les moyens d'actions sur la capacité et la charge.

- Calculer les taux de rendement synthétique, les taux de rendement global.

• Mettre en place les trois notions clés d'une gestion performante : disponibilité, performance et qualité.

**Exercices** Réalisation de calculs simples pour mettre en pratique les concepts sur un flux de production.

**» Gérer les stocks**

- Comprendre les rôles et les types de stocks en production.
- Classifier les stocks pour les distinguer.
- Gérer le coût des stocks.
- Calculer la quantité économique optimale de commande.

- Suivre la gestion physique des stocks.

**Exercices** Illustration pratique avec des exercices de calculs.

**» Planifier la production**

- Appréhender les différents niveaux de plans (PIC, PDP, Calculs de besoins nets), réaliser des prévisions.
- Distinguer les niveaux de management de la production : plans et besoins nets.
- Découvrir les ERP.
- Comprendre les données techniques : nomenclature, fiches produits, gamme opératoire...
- Réaliser l'ordonnancement, le lissage de charge.
- Suivre les réalisations.

**Exercices** Réalisation de calculs et d'interprétations sur la base d'exemples.

**» Passer des flux poussés aux flux tirés**

- Mettre en place l'approvisionnement réflexe, visuel, supermarché.
- Mettre en place le Kanban.
- Synchroniser l'approvisionnement ou gestion avec le MRP.
- Gérer la méthode d'approvisionnement en flux tiré avec les fournisseurs.
- Développer le flux unitaire, SMED.

**Réflexion collective** Echanges sur la base de nombreuses illustrations.



Véritable chef d'orchestre, le responsable production planifie, organise et suit la production pour atteindre les objectifs définis. Ce stage vous apprendra les clés de ce métier ainsi que les outils nécessaires pour élargir l'autonomie de vos collaborateurs et accélérer l'arrivée des résultats.



Réf :	DUC
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 26-27 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Chefs d'atelier, chefs de fabrication ou d'unité de production, responsables d'équipe.

**PREREQUIS**  
Avoir une expérience d'encadrement d'équipe dans les domaines de la production ou des services connexes.

**» Comprendre son environnement pour gagner en efficacité**

- Appréhender les évolutions de l'environnement de l'entreprise et leurs impacts sur la fonction du responsable.
- Remettre le client au centre des préoccupations. Identifier les attentes des clients.
- Comprendre les éléments essentiels de pilotage : prévoir, planifier, suivre et améliorer...
- Comprendre les enjeux de la tension des flux : notion de ratio de tension.

**Travaux pratiques** Réflexion et échanges de pratiques en groupe sur les outils de pilotage.

**» Améliorer la performance opérationnelle**

- Déterminer les axes d'amélioration (Sécurité, Machines, Qualité, Délais, Coûts, Amélioration continue).
- Comprendre la notion de valeur ajoutée, recherche des non-valeurs ajoutées.
- Appréhender la boîte à outils des flux : flux d'information, flux physique, diagramme spaghetti, analyse des processus.
- Définir et décliner les objectifs SMART.
- Construire des plans d'actions dynamiques.

**Travaux pratiques** Tracer une cartographie de processus.

**» Les outils à mettre en œuvre**

- Utiliser la roue PDCA.
- Appréhender les outils essentiels de terrain : le vert rouge, les chantiers 5S, Smed, Hoshin des flux.
- Apprendre à utiliser les bons outils au quotidien : l'exemple de la résolution de problème avec le 5P et le QRQC.
- Appréhender les bases du management visuel : les indicateurs proactifs, les réunions opérationnelles efficaces.
- Réussir à solliciter et impliquer les acteurs dans la démarche.

**Travaux pratiques** Réalisation de simulations 5S. Exercices pratiques de résolutions de problèmes.

**» Motiver et entraîner ses collaborateurs**

- Identifier les phases de la résistance aux changements et les attitudes facilitatrices.
- Adapter son style de management aux situations rencontrées.
- S'exprimer simplement sans détours : les obstacles, le DESC, l'effet pygmalion.
- Choisir entre "faire ou faire faire" : quelles actions déléguer, comment s'y prendre ?
- Connaître les éléments de préparation et les règles d'animation de réunion.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic des styles de management, expérimentation par des jeux de rôles.

Ce stage vous présentera les phases de la mise en œuvre d'un projet dans un contexte industriel. Vous apprendrez à maîtriser les délais, les coûts et la qualité tout en assurant les différents aspects managériaux. Vous verrez comment appliquer les référentiels propres à la gestion d'un projet en milieu industriel.

## » Historique, évolution, environnement du projet

- Appréhender l'historique et les acteurs des techniques mises en application.
- S'inspirer d'exemples de projets et des conditions de leur réussite.
- Considérer l'évolution du management de projet.
- Connaître les organisations intervenant dans le management de projet.
- Prendre conscience des bénéfices du mode projet.

**Réflexion collective** Analyse des résultats d'un projet vécu : critères de succès ou de défaillance.

## » La démarche et le référentiel AFNOR

- Définir son projet, son objectif, la stratégie, l'environnement et les missions.
- Simplifier le travail par découpage.
- Connaître les 4 étapes clés d'un projet.
- Déterminer les acteurs du projet et leur rôle.
- Différencier management de projet et d'affaire.
- Assurer le pilotage et le compte rendu du projet.

**Travaux pratiques** Analyse des projets évoqués précédemment dans le cadre du référentiel AFNOR.

## » Les outils de la gestion de projet

- Comprendre le cahier des charges fonctionnel.
- Approfondir les besoins du client : l'analyse de la valeur.
- Maîtriser les concepts : tâches, liens, organigramme, WBS...

- Mettre en œuvre les outils de saisie des activités et des échelles de temps : GANTT, PERT.
- Comprendre le chemin critique et la planification par la date de fin souhaitée.

**Exercices** Mise en application des outils, PERT et analyse de la valeur.

## » La gestion des ressources, des délais et des coûts

- Se servir des logiciels pour le suivi des ressources, des durées de mise en œuvre et des délais.
- Utiliser les tableaux et les graphiques adaptés.
- Maîtriser les coûts : prévisions et réalisation, courbes en S (CBTP, CBTE, CRTE).
- Gérer les projets multiples : utiliser les liens entre les projets, partager les ressources.

**Exercices** Interprétation de données et saisie sur logiciel de projet.

## » Communiquer sur le projet et finaliser

- Prendre conscience de l'importance des moyens alloués au projet et de la communication.
- Etablir la communication à tous les niveaux : les acteurs et les modes associés.
- Etre pertinent dans les rapports et les affichages.
- Finaliser le projet et capitaliser sur l'acquis.



Réf :	PII
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 2-3 avril 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et d'exercices. Travail en sous-groupes : définition d'un projet, objectif(s), phases, étapes, livrables...

### » PARTICIPANTS

Tout responsable appelé à diriger un projet, les participants impliqués dans un projet, les acteurs du projet (maître d'œuvre), les destinataires (maître d'ouvrage ou assistance à maîtrise d'ouvrage).

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière. Expérience en management souhaitable.

# Le tableau de bord de production

Cette formation vous montrera comment concevoir votre tableau de bord de production, comment choisir les bons indicateurs et comment l'utiliser comme outil de pilotage de l'amélioration continue.

## » Concevoir le tableau de bord de production en fonction des besoins

- Définir le tableau de bord, les intervenants, les utilisateurs.
- Connaître les responsabilités des acteurs et des autres responsables de l'entreprise.
- Contrôler les résultats de production et les intégrer.
- Déterminer les actions correctives, les améliorations matérielles ou organisationnelles.
- Disposer des informations essentielles et de la synthèse des activités de production.

- Vérifier la pertinence des points retenus.
- Obtenir l'adhésion du dirigeant et des principaux responsables.

**Mise en situation** Présentation de l'activité de chacun. Détermination des points clés de son entreprise et service.

## » Choix des indicateurs du tableau de bord de production

- Associer à chaque point clé un ou plusieurs indicateurs.
- Trouver des indicateurs cohérents favorisant les synthèses.
- Choisir des indicateurs permettant d'intégrer les informations.
- Déterminer les unités des indicateurs sélectionnés.

**Mise en situation** Détermination d'indicateurs et unités associés. Chacun précise la manière d'élaborer la synthèse.

## » Le tableau de bord, trame de dialogue à double sens

- Favoriser l'information montante et descendante.
- Déterminer les alertes caractérisant les écarts à la norme.
- Définir les seuils d'alerte en fonction des niveaux hiérarchiques.
- Etablir les règles de périodicité et les faire respecter.
- Etablir le cahier des charges du tableau de bord.

**Etude de cas** Elaboration des bases d'un cahier des charges pour le tableau de bord.



Réf :	TBP
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 16-17 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges d'expériences, exercices sur des cas concrets, création au cours du stage des bases des tableaux de bord propres à chaque participant.

### » PARTICIPANTS

Responsables de production, dirigeants de PMI. Toute personne impliquée dans le management d'une entreprise de production.

### » PREREQUIS

Connaissance de base en management.

Le MRP est une méthode destinée à la planification de produits d'assemblage. Ce stage vous en montrera les concepts fondamentaux, comment définir un programme de production afin de maîtriser délais et coûts et comment collaborer de manière efficace avec vos clients et vos fournisseurs.



Réf :	MGP
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 16-17 avril/1-2 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Cas pratiques du plus simple au plus élaboré permettant de s'approprier graduellement les calculs du CBN.

### PARTICIPANTS

Cadres et techniciens de services planification, ordonnancement-lancement et suivi d'atelier, Supply Chain et logistique, production et approvisionnements.

### PREREQUIS

Expérience souhaitable en problématiques de planification et approvisionnement en entreprise.

#### Les bases de la gestion de production

- Reconnaître les objectifs des clients et fournisseurs.
- Distinguer les 5 typologies de production.
- Comprendre les rôles et fonctions de l'entreprise industrielle.

- Connaître le panorama et les modules types d'un ERP.
- Assimiler les bases du MRP : PIC / PDP, CBN, le suivi.

**Travaux pratiques** Echanges sur les exigences actuelles des clients en termes de Supply Chain et délais. Calculs d'introduction aux mécanismes MRP.

#### Fondamentaux du MRP - Calcul des besoins

- Comprendre les niveaux successifs de calcul et leurs caractéristiques.

- Maîtriser les mécanismes détaillés de calcul des quantités du MRP / CBN.

- Suivre l'avancement de la production et des commandes.

- Identifier l'impact de quelques paramètres importants de réglage du MRP.

- Comprendre la théorie et la pratique des boucles du MRP.

**Travaux pratiques** Réalisation de tableaux de calcul de PDP et CBN. Analyse de l'impact des aléas de Supply Chain sur le CBN.

#### Ordonnancement et lancement d'atelier

- Comprendre les rôles du lancement et de l'ordonnancement.

- Connaître les différents critères d'ordonnancement, leur pertinence et limites.

- Gérer les priorités, pour limiter l'encours et être plus réactif.

**Travaux pratiques** Retours d'expérience en termes de priorisation. Application de règles en la matière.

#### Approvisionnements et gestion des stocks avec le MRP

- Connaître les modes d'approvisionnement classiques.
- Maîtriser le contenu des plans d'approvisionnement et leurs applications.

- Visualiser le compromis établi par la formule de quantité économique de commande.

- Maîtriser les éléments de dimensionnement d'un stock de sécurité.

- Gérer les stocks avec rigueur pour permettre un calcul des besoins fiable.

**Travaux pratiques** Calcul de la quantité économique et maîtrise des paramètres d'influence.

#### Nouveaux modes de collaboration dans l'entreprise étendue

- Appréhender les nouveaux modes de collaboration client-fournisseur.

- Choisir le mode de gestion des flux le plus adapté.

- Réconcilier les flux tirés et poussés via un modèle de gestion de production.

**Etude de cas** Analyse de choix de gestion de production.

La gestion des flux consiste à piloter les activités pour la fabrication d'un produit. Ce stage vous permettra de gérer les flux de l'entreprise et d'optimiser l'ordonnancement de l'atelier, ceci afin de mieux maîtriser les délais de livraison.



Réf :	ODS
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et d'exercices d'application.

### PARTICIPANTS

Planificateur et ordonnanceur, chef d'équipe, toute personne chargée de piloter les flux de fabrication et d'établir les plannings.

### PREREQUIS

Expérience industrielle souhaitée (fabrication, méthode, contrôle de gestion, etc.).

#### Assurer la planification d'atelier pour garantir le délai et la réactivité

- Cerner le rôle de l'ordonnancement, les enjeux, les indicateurs de la qualité en la matière.
- Distinguer les typologies de production et les stratégies de planification.

- Enclencher et jalonner pour respecter le besoin client, en qualité, coût et délai.

- Déterminer l'influence de l'ordonnancement sur les stocks et encours.

**Exercices** Les participants répondent à un quiz leur permettant de différencier les typologies de production.

#### Comprendre les principes du MRP applicables à l'ordonnancement

- Comprendre le MRP : principes, horizons, fonctionnement.

- Différencier les plans du MRP : PIC, PDP.

- Interpréter les données du MRP : données statiques et dynamiques.

- Appliquer le calcul des besoins net.

- Gérer la disponibilité des approvisionnements.

- Equilibrer les charges et les capacités.

**Travaux pratiques** Les participants calculent les PIC, PDP, les besoins et les charges. Débriefing collectif sur les difficultés rencontrées.

#### Maîtriser les outils d'ordonnancement

- Recourir aux différents modes d'ordonnancement, dimensionnement.

- Mettre en place un planning GANTT.

- Paramétrer les ordres de fabrication.

- Utiliser le jalonnement, les enclenchements, le fractionnement, le lissage (Heijunka).

- Gérer les approvisionnements : lancement synchrone et réflexe, gestion sur seuils.

- Appliquer la planification Kanban de la production : dimensionnement et paramétrage.

**Exercices** En groupe, les participants réalisent un planning GANTT. Débriefing collectif et conseils de l'animateur.

#### Suivre la réalisation et la pertinence du planning

- Animer des réunions d'avancement.

- Modifier la planification des réalisations et les reprogrammer en fonction des nouvelles contraintes.

- Suivre visuellement la production.

**Mise en situation** Simulation d'une réunion d'avancement d'atelier de type AIC : Animation à Intervalle Court. Débriefing collectif pour identifier les pistes d'amélioration de chacun.

Evaluer et maîtriser les risques en milieu industriel permet de garantir, de manière générale, la sécurité des biens, des personnes et donc la pérennité de l'entreprise. Ce stage vous montrera comment mettre en œuvre les outils nécessaires pour assurer la sécurité de votre site selon le cadre réglementaire en vigueur.

## »» Etat des lieux de la sécurité dans l'industrie

- Réaliser l'enchaînement des causes à l'origine d'un accident. Conséquences et sanctions pénales.
- Evolution des accidents du travail en France.
- Connaître les définitions, les taux et les indices utilisés dans les statistiques.
- Repérer l'évolution de la réglementation pénale.
- Prendre conscience des coûts induits par les accidents pour l'entreprise et la société.

**Echanges** *Réflexion autour des coûts induits par les accidents dans les différentes entreprises des participants.*

## »» La prévention et les outils

- Appréhender les 3 valeurs essentielles de la prévention. Les promouvoir.
- Comprendre les bonnes pratiques : utilité et limites des protections individuelles et collectives.
- Intégrer les 9 principes généraux de prévention dans votre démarche.
- Promouvoir les outils : l'arbre des causes et le modèle des 5 pourquoi.
- Concevoir et utiliser les documents de suivi : la fiche individuelle, le diagnostic d'atelier.
- Identifier les poly-accidentés pour éviter l'accident fatal.
- Prévenir le stress au travail.

**Travaux pratiques** *Exercice sur l'arbre des causes et les 5 pourquoi relatifs à un accident réel ou imaginaire présenté par un participant.*

## »» Gérer les principaux risques industriels

- Discerner les caractéristiques des accidents mécaniques, chimiques et électriques.
- Intégrer les méthodes de consignation et leur obligation dans les trois domaines.
- Comprendre les lois de la naissance et de la propagation du feu.
- Connaître les moyens de lutte contre l'incendie : matériels de détection, d'intervention, d'extinction.
- Organiser les secours : information, consignes, évacuation, signalisation...
- Eviter l'effet Domino : définition, exemples de catastrophes.

**Réflexion collective** *Exercice sur les risques et les moyens de prévention.*

## »» Le management de la santé et de la sécurité au travail

- Collaborer avec les acteurs de la sécurité dont le CHSCT.
- Mettre en œuvre le Document Unique.
- Concevoir le tableau de bord sécurité de son usine.
- Intégrer la sécurité dans le management global de l'entreprise (CHSCT).



Réf :	MID
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 20-21 avril/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### »» EXERCICES

Sensibilisation à partir d'un accident réel. Expression du vécu de chacun pour une participation active et recommandations spécifiques. Vidéos.

### »» PARTICIPANTS

Responsables ou dirigeants d'entreprise, membres ou futurs membres d'un CHSCT, acteurs de la fonction CHSCT.

### »» PREREQUIS

Expérience en management.

# Maîtriser les risques avec l'AMDEC processus

Ce stage basé sur un cas pratique positionne l'AMDEC dans le cadre plus général de l'amélioration continue et de la gestion des risques. Cette formation vous apprendra à identifier les moments critiques du processus et éviter ainsi les écueils habituellement rencontrés, notamment lors du déploiement de l'AMDEC.

## »» Objectifs et intérêt de l'AMDEC processus

- Distinguer l'AMDEC produit et l'AMDEC processus.
- Cerner les conditions de la mise en place de l'AMDEC.
- Appréhender l'AMDEC comme outil de progrès continu.

## »» Concevoir la phase amont de l'étude AMDEC

- Définir l'équipe et les rôles de chacun.
- Anticiper les éléments de l'étude pour limiter la durée des réunions.
- S'assurer d'avoir correctement cerné les limites de l'étude AMDEC.

**Réflexion collective** *Partage de retours d'expériences pour identifier les aspects motivants et démotivants d'une AMDEC.*

## »» Identifier les défaillances, leurs causes et leurs effets

- Identifier les défaillances avérées et potentielles.
- Cerner les causes de manière méthodique pour aller au-delà des évidences.
- Analyser de manière exhaustive les effets induits.

**Etude de cas** *Utilisation d'outils complémentaires (5M, brainstorming...) pour assurer l'analyse la plus complète possible.*

## »» Coter causes et effets pour estimer la criticité d'un mode de défaillance

- Estimer la gravité : utilisation de grilles de gravité.
- Estimer l'occurrence et la détectabilité.

- Calculer la criticité et la comparer aux seuils de déclenchement d'action.
- Coter de manière rapide et efficace.

**Etude de cas** *Cotation de la criticité, notamment pour cerner l'impact des grilles de cotation complexes.*

## »» Définir un plan d'action et suivre son efficacité

- Définir des actions de manière consensuelle.
- Construire un plan d'action réaliste et réalisable.
- Suivre le plan d'action : responsabilités et démarche.

**Mise en situation** *Définir ensemble une fiche d'actions correctives efficaces incitant les acteurs à s'impliquer. Retours d'expériences sur les bonnes pratiques de pilotage d'actions de progrès.*

## »» Inscrire l'AMDEC dans une démarche plus globale

- Intégrer l'AMDEC dans la démarche d'amélioration continue.
- Fiabiliser un processus avec ou sans l'AMDEC.
- Identifier les complémentarités entre l'AMDEC et le Lean Management.
- Tirer bénéfice du 8D dans le cadre d'une étude AMDEC.
- Exploiter la MSP (Maîtrise Statistique des Procédés) dans le cadre de l'AMDEC.

**Réflexion collective** *Echanges sur les conditions d'un processus bien maîtrisé.*



Réf :	AAR
Durée :	1 jour
Paris	7 nov. 2014 6 mars/22 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### »» EXERCICES

Exercices en sous-groupes à partir d'une étude de cas servant de fil conducteur, utilisée et approfondie à chaque chapitre de la formation.

### »» PARTICIPANTS

Chef de projets, personnel des services méthodes, qualité, production, maintenance, amélioration continue et Lean.

### »» PREREQUIS

Expérience souhaitable en entreprise industrielle ou de service.

Ce stage vous présentera les avantages et les limites de la méthode Kanban comme mode de pilotage des flux pour le secteur industriel. Il vous montrera également comment la mettre en œuvre avec les meilleures chances de succès.



Réf :	ANK
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 13 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Simulation comparant flux poussés, flux tirés et flux tendus permettant aux stagiaires de visualiser les bénéfices clés du Kanban.

### » PARTICIPANTS

Managers et encadrants exerçant principalement en atelier, dans un service planification/MRP, supply chain et logistique, magasins et SI/ERP.

### » PREREQUIS

Expérience souhaitable de problématiques de planification en entreprise.

### » Découvrir la pertinence du Kanban

- Clarifier les questionnements habituels suscités par le Kanban.
- Découvrir le Kanban et sa mise en œuvre au travers de l'exemple des pharmacies.
- Approcher de manière heuristique le dimensionnement des boucles Kanban.
- Cerner l'impact du Kanban sur la réduction des stocks.

**Travaux pratiques** Jeu de simulation flux poussés, tirés, tendus.

*Partage de la vision et des retours d'expériences sur le Kanban, afin de prendre conscience des problématiques induites par cette méthode.*

### » Les principes du Kanban

- Piloter les besoins au moyen de l'étiquette Kanban.
- Appliquer les principes du Kanban. Le fonctionnement en atelier.
- Maîtriser les différences fondamentales entre flux poussés, flux tirés et flux tendus.
- Comprendre l'apport des différentes variantes du Kanban : choisir la plus appropriée aux besoins de l'entreprise.

**Réflexion collective** Comparaison des avantages et inconvénients des flux poussés et tirés.

### » Réussir la mise en œuvre initiale et le suivi quotidien du Kanban

- Cerner les apports du Kanban en termes de gestion de production.
- Etre conscient des limites du Kanban dans le pilotage de la production.
- Construire le tableau Kanban de pilotage d'atelier : dimensionner ses trois zones.
- Utiliser le tableau au quotidien : gestion des priorités et points de vigilance.

**Travaux pratiques** Calculs de boucles Kanban et des seuils de déclenchement du tableau de pilotage du Kanban. Travail en sous-groupes et débriefing collectif.

### » Pérenniser l'utilisation du Kanban dans l'entreprise

- Fiabiliser et améliorer le Kanban par une surveillance adaptée.
- Adapter le Kanban aux variations de la demande.
- Distinguer les avantages et limites du Kanban comparé au MRP.
- Tendre les flux avec le Kanban.
- Cerner les apports d'un logiciel de pilotage de Kanban : les atouts différenciants.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un diagramme de GANTT pour la mise en œuvre du Kanban. Travail en sous-groupes et débriefing collectif.

# Monter un projet RFID

## traçabilité et suivi des procédés par radio-fréquence

Cette formation vous permettra d'acquérir les connaissances et techniques propres à la RFID. Vous pourrez ainsi obtenir une meilleure fiabilité des processus et gagner en productivité, améliorer l'organisation de votre entreprise et les relations avec vos clients internes et externes.



Réf :	RFI
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 23-25 mars/15-17 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de théorie et d'exemples concrets issus de l'expérience terrain du formateur. Les participants conçoivent les bases de leur système RFID.

### » PARTICIPANTS

Tout responsable d'un service qui a le souci de perfectionner et d'optimiser son activité. Responsables de Production, Méthodes, Logistique, Exploitation (activités de services).

### » PREREQUIS

Pas de prérequis. La connaissance du "mode projet" est un plus.

### » La traçabilité et l'application RFID (Radio Frequency Identification)

- Appréhender les généralités sur la traçabilité et ses limites.
- Connaître les définitions et principes RFID.
- Découvrir les technologies régissant le fonctionnement des systèmes RFID.
- Etudier la conception des étiquettes et leurs différents types.
- Distinguer les différents modes de lecture.

**Echanges** Description des activités de chacun, du mode de suivi et de traçabilité utilisé.

### » Mise en œuvre de la RFID

- Comprendre la notion de processus au sens de la norme ISO 9001.
- Introduire la RFID dans la gestion d'un processus.
- Distinguer les différents domaines d'application de la RFID.

• Introduire la RFID dans la gestion de la traçabilité.  
**Travaux pratiques** Réflexion sur les possibilités que la RFID peut apporter aux activités de chacun.

### » Les modalités d'introduction d'un projet RFID

- Concevoir son argumentaire en faveur de la RFID.
- Prendre conscience des obstacles et des difficultés.
- Envisager les modifications des postes de travail à l'introduction de la RFID.
- Prévoir la modification du système de gestion informatique de l'activité.

- Favoriser le rapprochement de plusieurs entreprises autour du projet RFID.

**Etude de cas** Chaque participant anticipe la mise en place de la RFID sur un poste de travail de son activité.

### » Management et gestion d'un projet RFID

- Utiliser les notions de base du "mode projet".
- Mettre en place les phases d'un projet. Le référentiel AFNOR.
- Appliquer à la RFID l'étude d'opportunité et de faisabilité.
- Mettre en œuvre le référentiel AFNOR NFX 100 et 101 de l'analyse fonctionnelle.
- Préparer les éléments d'analyse de la valeur du système RFID.
- Etablir le cahier des charges fonctionnel. Sous-traiter l'étude technique.

**Etude de cas** Etablir les exigences d'un cahier des charges fonctionnel.

### » L'environnement de la RFID, formulation de son projet

- Connaître producteurs et intégrateurs RFID.
- Faire des normes existantes un outil de travail.
- Gérer les aspects juridiques.
- Intégrer le rôle des consultants.
- Formuler son projet RFID.

**Etude de cas** Formuler son projet RFID, les bases du cahier des charges.

# développement Personnel

» Efficacité, organisation  
personnelle p. 157

» Développement de son potentiel p. 179

» Communication et relationnel p. 191

155



# Nos experts en Développement personnel

Après une carrière dans la communication événementielle,

» **Sylcie CHUFFART** »

s'oriente vers la formation professionnelle pour les jeunes et les adultes avec pour objectif de favoriser l'insertion sociale et professionnelle de toute personne en difficulté, ainsi que des handicapés. Elle bénéficie d'une expérience approfondie du développement personnel, avec entre autres l'utilisation des cartes mentales.



Ancien sportif de haut niveau, puis chef d'entreprise,

» **Pascal CATHIARD** »

a enseigné la Boxe française et le Tai Chi pendant 25 ans et entraîné des athlètes de haut niveau. Après s'être formé à de nombreuses techniques d'analyses comportementales et corporelles dans différents pays, il s'est consacré au développement personnel avant d'appliquer ses connaissances aux problématiques de l'entreprise. Il est consultant, coach et formateur indépendant en efficacité personnelle.



» **Isabelle LALLEE** » a fondé en 2004 la société Confluences au sein de laquelle elle exerce en tant que formatrice indépendante dans le domaine des langues. Son parcours professionnel lui a permis de développer des connaissances dans la communication, le commerce, le management et l'efficacité professionnelle.



» **Marie DELAFONT** »

Sa formation d'actrice effectuée au conservatoire d'art dramatique (Nîmes), puis au cours Florent à Paris conjugue à un DEA Informatique et Droit à l'Université de Montpellier, lui a permis d'utiliser les techniques de théâtre au profit de la formation. Elle a également travaillé avec des adultes en insertion professionnelle.



Convaincu que la croissance d'une entreprise passe par le développement professionnel et personnel des hommes et des femmes qui la composent, » **Laurent MAILLARD** » conçoit et anime depuis 20 ans des formations visant à optimiser les aptitudes relationnelles des personnes. Formé au théâtre, il en utilise notamment les techniques pour le développement des compétences, le conseil en communication, le développement personnel et le management.



Après avoir acquis diverses expériences au sein de la société LEROY Consultants,

» **Marie-Dominique ESCOLIER** » a fondé le cabinet NEOCAP, spécialisé dans le conseil en Ressources Humaines. Depuis 2002, elle exerce en tant que formatrice en management/développement personnel et consultante en Ressources Humaines au sein de sa propre société.



# Efficacité, Organisation Personnelle

Savoir utiliser ses points forts pour mieux se positionner dans son environnement professionnel, gagner en productivité, s'adapter avec aisance au changement et mieux gérer son temps, sont des qualités personnelles qui peuvent se travailler et s'améliorer. Tels sont les buts des formations Orsys qui, dans ce domaine, ont su acquérir une réputation de dynamisme et d'efficacité.

## » Organisation et gestion du temps »

**Classer utile, rapide, efficace**

2 j - CLA - p.163

**Best** **Gérer son temps** **F**

2 j - GET - p.164

**Vaincre la procrastination**

2 j - TIC - p.164

**Les nouveaux outils pour gérer son temps**

2 j - TAT - p.165

**Gérer l'information et gagner du temps**

2 j - TIP - p.165

**Best** **Gérer son quotidien en open space**

2 j - GOP - p.166

**Réussir son passage au télétravail** **Nouveau**

1 j - TRL - p.166

## » Efficacité personnelle »

**Best** **Efficacité professionnelle** **F**

3 j - EFF - p.159

**Etre efficace, les meilleures pratiques**

2 j - HAB - p.160

**Best** **Améliorer son organisation personnelle** **F**

2 j - OPE - p.160

**Etre acteur de son développement** **F**

2 j - ADD - p.161

**Prendre une décision et savoir la vendre**

2 j - DEI - p.161

**Best** **Entraîner et développer votre mémoire**

2 j - MEM - p.162

**Développer votre concentration**

2 j - TON - p.162

**Apprendre mieux et plus vite**

2 j - AMP - p.163

## » Expression écrite »

**Best** **Améliorer vos écrits professionnels**

2 j - CEP - p.169

**Donner de l'impact à vos écrits professionnels**

2 j - CRI - p.169

**Stimuler votre créativité à l'écrit**

2 j - STI - cf@

**Best** **Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux**

2 j - AGO - p.170

**Orthographe et grammaire, perfectionnement**

2 j - OGM - p.170

**Communiquer efficacement par mail**

2 j - CAT - p.171

**Présenter des informations techniques**

2 j - RIT - p.171



# Efficacité, Organisation Personnelle

## »» Lecture rapide, esprit de synthèse »

**Lecture rapide : lire vite, comprendre et retenir**

**Nouveau**  
2 j - LRP - p.167

**Lire, synthétiser et restituer avec efficacité**

2 j - LEC - p.167

**Best** **Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral**

2 j - ECO - p.168

**Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions**

2 j - PNR - p.168

## »» Retour à l'emploi »

**Rédiger et optimiser son Curriculum Vitae**  
2 j - RCV - p.172

**Rédiger une lettre de motivation**

2 j - RMO - p.172

**Préparer et réussir son entretien d'embauche**

2 j - UCH - p.173

**Chercher un emploi avec son réseau**

1 j - LOR - p.173

**Réussir sa prise de poste**

3 j - RPP - cf@

## »» Evolution professionnelle »

**Bien s'adapter au changement**

2 j - BAN - p.174

**Bien se positionner en entreprise pour évoluer**

2 j - BPE - p.174

**Réaliser un diagnostic de vos compétences et potentiels**

2 j - BIP - p.175

**Préparer son projet VAE**

2 j - VAE - p.175

**Préparer et réussir sa mobilité interne**

2 j - MOI - p.176

**Se préparer à travailler à l'international** **F**

2 j - INA - cf@

**Réussir sa prise de poste**

3 j - RPP - cf@

**Présenter son parcours professionnel à l'oral**

2 j - POR - p.176

**Collaborateur, réussir son entretien d'évaluation**

2 j - TEU - cf@

**Best** **S'informer et préparer sa retraite**

2 j - PRT - p.177

**Etre senior en entreprise**

2 j - NOE - p.178

**Seniors, l'essentiel avant la cessation d'activité**

1 j - SNI - p.178

Augmenter son efficacité professionnelle, c'est dépasser ses compétences techniques pour rester en phase avec son milieu professionnel. A l'issue de cette formation, chaque stagiaire saura se positionner dans son environnement et aura acquis les méthodes et les outils indispensables pour assurer son développement et son efficacité professionnelle, dans un souci de gain de temps et de productivité.

## Les savoir-être de l'efficacité personnelle

### » Identifier son style professionnel

- Les dimensions de l'efficacité.
- Vecteurs de l'efficacité : orientation production et orientation relation.
- Les différents styles professionnels et leurs utilisations.
- Comprendre son style "préféré" et apprendre à utiliser ses styles "délaissés".
- Modes d'interactions en groupe : proactif et réactif.
- Les niveaux d'autonomie. Adapter son style en fonction de son environnement et de l'objectif à atteindre.

### » Se positionner

- Les quatre grands types d'attitudes et de motivations.
- Identifier son positionnement : fuite, manipulation, agressivité.
- Comprendre sa relation à autrui.

### » Favoriser la confiance

- La communication. Les règles de base de la communication, message et processus.
- Les quatre facteurs constitutifs de confiance. Les appréhender pour favoriser les échanges.
- L'empathie. Apprendre à replacer les éléments dans leur contexte.

### » Gérer vos échanges

- Les différents styles de communication.
- L'optimisation de vos messages.
- Les principes pour communiquer efficacement : définir l'objectif, utiliser le bon canal, maintenir la congruence.

### » Inciter et favoriser son développement

- La gestion des cycles de maintenance. Apprendre à les repérer et à acquérir les réflexes pour en sortir.
- Identifier ses messages contraignants : drivers.
- Le processus d'évolution. Se calibrer. Rester en éveil face aux évolutions de l'environnement.
- Mettre en place et faire vivre son processus de développement.
- Réaliser les décisions et valider les résultats obtenus.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic : proactif/réactif ? Orientations production, fonctionnement, relation ? Identifier son attitude prédominante de positionnement. Identifier ses messages contraignants. Echanges d'expériences. Résolution de problématiques. Jeux de rôle filmés et analysés avec le groupe.

## Les savoir-faire de l'efficacité professionnelle

### » Gérer les situations de crise

- Les différents types de conflits professionnels.
- Identifier les différents niveaux de désaccords.
- Les réactions face aux situations de crises.
- Pratiquer la communication non violente.
- Maîtriser les étapes de résolution des désaccords : DESC.
- Améliorer sa maîtrise émotionnelle.
- Utiliser les attitudes d'affirmation de soi.
- Savoir dire NON.

### » Vendre ses idées

- Clarifier l'objectif à atteindre.
- S'adapter à son interlocuteur. Bâti son argumentaire CAB.
- S'adapter à son interlocuteur.

- Argumenter pour convaincre : créer le cadre, rechercher les solutions et élaborer un plan d'actions

### » Gérer son temps

- L'espace de la gestion du temps. Savoir se positionner entre l'activisme et la passivité.
- Optimiser son temps en fonction de son bio-rythme.
- Distinguer l'important de l'urgent.
- Repérer et neutraliser ses "voleurs temps" pour gagner en efficacité.
- Savoir prioriser les tâches. Développer vos réflexes "gain de temps".

### » Gérer son stress

- Identifier les différents niveaux de stress et les symptômes.
- Apprendre à évaluer ses propres facteurs de stress.
- Augmenter sa résistance. Apprendre à réguler son stress.
- Transformer le stress positivement : les modérateurs.
- Pratiquer la visualisation et l'ancrage.

### » S'autoformer

- Développer ses talents. S'impliquer dans la réalisation de ses objectifs.
- Bâti votre projet professionnel en fonction de votre environnement.
- Développer vos connaissances par l'autodidaxie.

### » Se motiver

- Définitions : motivation, satisfaction, implication.
- Savoir identifier et gérer les attentes et les besoins de ses interlocuteurs.
- Les théories motivationnelles.
- Les formes de reconnaissance.

**Travaux pratiques** S'entraîner à exprimer ses émotions. Définir et cartographier ses priorités (matrice Eisenhower). Pratiquer des techniques de respiration, visualisation et ancrage contre le stress. Mises en situation filmées pour sortir d'une situation conflictuelle, savoir dire non. Analyses avec le groupe.



Réf :	EFF
Durée :	3 jours
Paris	27-29 oct./24-26 nov. 2014 15-17 déc. 2014 12-14 janv./16-18 fév. 2015
Groupe 1	12-14 nov. 2014 12-14 janv./16-18 mars 2015
Groupe 2	17-19 nov. 2014 26-28 janv./9-11 mars 2015
Groupe 3	1-3 déc. 2014 30 mars-1 avril/23-25 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Trois journées opérationnelles construites autour d'une méthode éprouvée en milieu professionnel. Elles permettront aux participants de mieux exploiter leur potentiel d'efficacité relationnelle et de définir leurs axes d'amélioration.

## » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse à tout professionnel désireux développer ses capacités professionnelles sur son poste de travail.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## » pour aller plus loin »

- Améliorer son organisation personnelle p. 160
- Gérer son temps p. 164
- Gérer son stress, niveau 1 p. 183

Ce stage vous permettra de maîtriser les outils et les méthodes qui vous rendront plus efficace dans votre vie professionnelle et qui vous permettront notamment d'améliorer vos relations interpersonnelles et de favoriser le travail en équipe.





---

Réf : HAB

Durée : 2 jours

Paris 4-5 déc. 2014  
19-20 mars/15-16 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Alternance de réflexions collectives, de mises en situation et d'apports théoriques. Un plan d'efficacité personnalisé sera mis en place par chacun.

---

**PARTICIPANTS**

Tout public.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

### »» Choix de vie et priorités

- Savoir prendre sa vie en main et se fixer des objectifs.
- Connaître et utiliser les règles et les savoir-faire de la priorisation.
- Se centrer sur l'important dans sa vie professionnelle et personnelle.
- Se situer par rapport à ses différentes priorités.

**Travaux pratiques** Identification des éléments fondamentaux de sa vie professionnelle et personnelle. Appropriation des techniques de gestion des priorités. Application personnalisée, suivi individuel par le formateur.

### »» Gérer et répartir son temps pour décupler son efficacité

- Comprendre les fondements de la gestion du temps.
- Analyser l'usage actuel de son temps.
- Mettre en adéquation ses priorités de vie et la nouvelle gestion de son temps.

• Adopter une solution de planification personnalisée.

• Mettre en place une organisation plus cohérente avec nos obligations, nos besoins et nos envies.

**Travaux pratiques** Exercice sur la réalisation d'un planning par priorité.

### »» Développer son efficacité dans les relations interpersonnelles

- Prendre conscience des différents cadres de référence pour une meilleure communication.
- Créer des relations constructives grâce à l'écoute active.

- Coopérer à tous les niveaux pour des bénéfices partagés.
- Développer son empathie pour une compréhension réciproque.

**Travaux pratiques** Mise en situation sur les qualités et les axes de progrès de chacun dans l'usage de ces techniques.

### »» Assertivité et gestion du stress

- Développer sa capacité à gérer ses émotions comme outil principal d'efficacité.
- Adapter les techniques de gestion du stress à son propre fonctionnement.
- Automatiser ses propres techniques de gestion du stress.
- Gérer les situations délicates grâce à l'assertivité.

**Travaux pratiques** Travail sur la respiration, relaxation et visualisation.

### »» Assurer la dynamique sur le long terme

- Affirmer ses choix : oser avoir confiance en soi.
- Accepter pleinement ses compétences et les développer.
- Etablir son "plan d'efficacité" personnel : fixation d'objectifs d'amélioration.

**Travaux pratiques** Mise en situation et proposition d'exercices individualisés.

# Améliorer son organisation personnelle



Découvrir et mettre en œuvre un panel d'outils pour clarifier les attentes de son environnement. Mettre en pratique les techniques pour bien planifier sa charge de travail, en gérant les imprévus et en restant maître de ses objectifs, tout en évaluant ses propres capacités d'échanges interpersonnels.






---

Réf : OPE

Durée : 2 jours

Paris 16-17 oct./20-21 nov. 2014  
11-12 déc. 2014  
15-16 janv./12-13 fév. 2015

Groupe 1 26-27 mars/11-12 juin 2015

Groupe 2 5-6 mars/4-5 juin 2015

Groupe 3 19-20 mars/25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Nombreux exercices et jeux de rôles filmés avec analyse individualisée.

---

**PARTICIPANTS**

Ce stage s'adresse à tous les individus qui souhaitent développer leur organisation personnelle.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

### »» Définir les attentes en termes de réalisation

- Clarifier son investissement temps : cerner ses missions, ses tâches et ses objectifs.
- Identifier son investissement personnel : responsabilités et rôles attendus.
- Valider les objectifs et définir les scénarios possibles.
- Cerner les attentes de son environnement.
- Définir et valider les ressources nécessaires.

**Exercices** Mise en pratique sur des cas de définition d'objectifs.

### »» Gérer sa charge de travail au quotidien

- Mettre en place des outils d'analyse de son temps de travail.
- Définir la répartition optimale de son temps de travail.
- Identifier et réduire les activités chronophages.
- Gérer les priorités et faire face aux imprévus.
- Mettre en place ses principes d'organisation.

**Travaux pratiques** Mise en pratique sur des cas de planification de tâches.

### »» Programmer ses activités

- Identifier les méthodes, trucs et astuces pour organiser son activité.
- Définir ses outils d'organisation.
- Valider le niveau de priorité d'une tâche.
- Planifier les tâches en fonction de leur niveau de priorité.
- Rester centré sur la tâche à réaliser.
- Rationaliser son espace de travail.

**Travaux pratiques** Mise en pratique sur des cas d'organisation de tâches diversifiées.

### »» Maîtriser son relationnel interpersonnel

- Comprendre les fonctionnements des processus d'échanges interindividuels.
- Positionner ses attentes dans les échanges.
- Faciliter les échanges par l'écoute et la validation des interprétations.
- Comprendre les freins dans nos échanges interpersonnels.
- Réussir ses échanges pour optimiser son organisation personnelle.

**Travaux pratiques** Outils de positionnement et analyse des caractéristiques individuelles. Identification des points d'appui et des axes de développement individuels.

### »» Rester serein malgré les pressions

- Réduire les sources de stress liées au temps et à l'organisation.
- Faire face aux imprévus avec calme et détermination.
- Utiliser le "non" constructif.
- Avoir une vision globale pour identifier des solutions transverses.
- Redéfinir ses objectifs en fonction des imprévus.

**Travaux pratiques** Mise en pratique sur des cas d'urgence.

L'objectif principal de cette formation est de vous aider à devenir proactif pour développer vos capacités tant dans un contexte personnel que professionnel. Vous apprendrez à vous affirmer et à mieux utiliser votre potentiel émotif afin d'établir des relations constructives et atteindre vos objectifs.

## » Développer la satisfaction de ses besoins

- Identifier ses besoins fondamentaux.
- Reconnaître sa valeur intrinsèque.
- Augmenter sa tolérance à la frustration.

**Exercices** Autodiagnostic de ses besoins et de leur priorisation ; analyse individualisée.

## » Identifier ses motivations

- Choisir ou subir ?
- Savoir se motiver.
- Atteindre ses objectifs personnels et professionnels.

**Exercices** Autodiagnostic des motivations. Analyse individualisée.

## » Savoir analyser ses erreurs et ses succès

- Savoir se responsabiliser face à ses erreurs.
- Redéfinir les «échecs» et en tirer profit.
- Identifier les causes de ses succès.

**Exercices** Etude de cas. Evaluation des causes d'échecs et de réussites. Analyse individualisée.

## » Développer l'affirmation de soi pour établir des relations constructives

- Identifier les attitudes de base : assertivité, passivité, agressivité, manipulation.
- Combattre ses tendances néfastes.
- Savoir demander et obtenir.
- Oser dire «Non».
- Appliquer la méthode D.E.S.C.

**Exercices** Autodiagnostic des attitudes de base.

*Exercices d'application de la méthode D.E.S.C. Mises en situation.*

## » Développer ses comportements proactifs

- Identifier ses sphères : entre influence et préoccupations.
- Être réactif ou proactif ?
- Surmonter ses blocages personnels.
- Savoir s'autodéterminer en toutes situations.
- Cesser de procrastiner.

**Exercices** Exercices d'application des attitudes réactives et proactives. Mises en situation

## » Développer son potentiel émotif

- Identifier son registre émotif.
- Susciter des émotions dynamisantes.
- Gérer ses émotions désagréables : anxiété, peur, découragement...
- Savoir confronter ses pensées spontanées irrationnelles.

**Exercices** Autodiagnostic de ses émotions. Exercices de confrontation des émotions néfastes.

## » Concevoir un plan d'action personnalisé

- Concevoir des objectifs S.M.A.R.T. de progrès cognitifs et comportementaux.
- Bâtir son Plan d'action personnel de développement des capacités.

**Exercices** Rédaction d'un Plan d'action personnel de développement de ses capacités. Analyse individualisée.



Réf :	ADD
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 9-10 fév./16-17 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Nombreux autodiagnoses, exercices d'application, mises en situations, analyses individualisées.

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Prendre une décision et savoir la vendre

Cette formation vous présentera les différentes méthodes qui vous permettront d'analyser les obstacles qui s'opposent à vos prises de décision. Elle vous montrera aussi comment communiquer de manière efficace pour faire adhérer à vos choix.

## » Les obstacles et les freins à la prise de décision

- Les enjeux d'une décision.
- Décider c'est choisir : les résistances au changement.
- Les freins personnels : les peurs, la culpabilité, la procrastination.
- Les obstacles émotif, perceptifs, culturels.
- Les "drivers", l'estime de soi, l'image de soi, la confiance en soi.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic. Exercice sur la confiance. Partages d'expériences

## » Les deux facteurs et les deux variables indissociables

- La qualité technique, le degré d'acceptation, le temps et la confiance.
- Les critères de prise de décision.
- Les préférences cérébrales.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic sur les préférences cérébrales. Réflexion sur des cas concrets.

## » Le traitement de problème et la décision : individuel et collectif

- Les non-dits de la prise de décision et la prise en compte des attentes des personnes impactées.
- Les méthodes de la prise de décision.
- Le portrait du bon décideur : décider en fonction de sa personnalité.

**Travaux pratiques** Réflexion avec l'outil 666 : 6 personnes, 6 minutes pour trouver 6 idées.

## » Les outils et méthodes de prise de décision

- Les règles et procédures du travail en équipe.
- Les styles de management et la prise de décision.
- Les méthodes créatives.
- La matrice de décision. Les votes.

**Travaux pratiques** Exercice de prise de décision à prendre en utilisant les outils.

## » La communication efficace pour faire accepter ses décisions

- Les quatre styles de communication.
- La motivation et le partage de la décision : décider et assumer.
- L'efficacité de son expression orale : engagement, objectifs, assertivité et gestion du stress.
- La définition du plan d'action et la mise en œuvre de la décision : déléguer et responsabiliser.
- L'intérêt de la décision pour le collaborateur, pour l'équipe, pour le client, pour l'entreprise, pour le manager.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic sur les styles de communication. Jeux de rôles : mises en pratique sur des situations types rencontrées par les participants.

## » Plan d'action individuel

- Le participant établira son plan d'action personnel.
- Définition des objectifs et des axes de progression
- Les actions à mettre en œuvre et les délais.



Réf :	DEI
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Manager, responsable, dirigeant et toute personne amenée à prendre une décision.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de développer et d'utiliser votre mémoire pour mieux communiquer en réunion, en entretien grâce à des techniques de mémorisation simples et directement applicables en contexte professionnel.





---

Réf : MEM

Durée : 2 jours

Paris 23-24 oct./11-12 déc. 2014  
5-6 fév./2-3 avril 2015  
4-5 juin 2015

Groupe 1 18-19 déc. 2014  
2-3 fév./5-6 mai 2015

Groupe 2 27-28 nov. 2014  
2-3 fév./12-13 mai 2015

Groupe 3 4-5 déc. 2014  
12-13 mars/11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Nombreux exercices pratiques pour une mise en application immédiate des moyens de mémorisation.

**PARTICIPANTS**

Tout public.

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

### » Comprendre le fonctionnement de la mémoire

- Fonctionnement du cerveau.
  - Le souvenir : rappel mnésique.
  - La mémoire sensorielle.
  - La mémoire court terme ou mémoire de travail.
  - Les trois sortes de mémoires long terme.
  - Les émotions, des alliées de la mémoire.
  - Améliorer la mémoire court terme.
  - Développer la mémoire long terme : le système ATR.
- Travaux pratiques** Exercice pour muscler sa mémoire à court terme et long terme avec la méthode ATR. Tester son attention.

### » Se rappeler des noms de ses interlocuteurs

- Trois étapes pour se souvenir d'un nom : IRA.
  - IMPRESSION. Cinq moyens d'obtenir une impression claire du nom. Trois moyens pour une impression nette de la personne.
  - REPETITION. Avant, pendant et après la rencontre.
  - ASSOCIATION. Former une association d'idées. La méthode RAPINS.
- Travaux pratiques** Entraînement avec la méthode IRA et RAPINS pour se souvenir des noms de différents interlocuteurs.

### » Mettre un nom sur un visage

- Mémoriser un visage.
- S'attacher aux détails.
- Se souvenir des relations professionnelles.

- Cinq étapes pour associer nom et visage : l'attention, la signification, l'apparence, l'association et la révision.
- Travaux pratiques** Entraînement avec les cinq étapes pour associer nom et visage.

### » Assouplir sa mémoire

- Pour se rappeler une série de travaux à réaliser, une liste de rendez-vous, les différents points d'un exposé.
  - Méthode des crochets de mémoire.
  - Découverte des vingt crochets de mémoire. Association visuelle et gestuelle.
  - Utilisation de la méthode. Applications concrètes en entreprise.
  - Faire une intervention ou mener un entretien sans note.
  - Présentation de la méthode à partir d'un exemple de quinze thèmes à développer.
  - Visualiser les thèmes et leur empilage.
- Travaux pratiques** Utilisation concrète des deux méthodes. Se souvenir de 105 objets ou actions en utilisant parallèlement les deux méthodes.

### » Utiliser des stratégies mnémotechniques

- Transformer les chiffres en mots pour les mémoriser.
  - Fabriquer des mots, phrases, histoires clés.
  - Créer des images mentales pour mémoriser les listes.
  - Avoir recours aux indices de récupération.
  - Organiser les informations.
- Travaux pratiques** Apprendre un argumentaire ou un plan de présentation.

# Développer votre concentration

Dans notre travail quotidien, les interruptions rendent difficile la concentration. Ce stage vous apprendra à répondre efficacement à cette problématique. Vous verrez comment identifier les comportements de dispersion et à créer les meilleures conditions pour une concentration productive.

### » Le fonctionnement du cerveau et le mécanisme de la concentration

- L'attention et la concentration : rôles, phases et rythmes.
  - Les différents types d'attention : sélective et focalisée, maintenue ou soutenue, partagée ou diversifiée.
  - La vigilance et l'alerte : les rythmes biologiques.
  - Le déficit attentionnel.
  - L'hygiène de vie : ennemis et alliés de la concentration.
- Exercices** Identifier ses facteurs de déconcentration internes et externes. Feedback du formateur. Tests pour évaluer son attention

### » Mobiliser sa concentration en toutes circonstances

- Identifier son style cognitif pour développer ses capacités d'attention et de concentration.
  - Accroître son attention et sa concentration par la stimulation visuelle, auditive, kinesthésique.
  - Deux outils au service de la concentration : l'observation et l'écoute.
  - Prendre la bonne posture corporelle.
- Exercices** Concentration sensorielle. Travail en binôme : s'exercer à une écoute attentive. Restitution au groupe.

### » La mise en condition mentale et le maintien de l'attention

- Apprendre à faire abstraction de ses états émotionnels.
- Savoir canaliser ses pensées pour éviter la dispersion mentale.

- Utiliser les ressorts de l'auto-motivation pour maintenir son attention.
  - Se centrer sur le moment présent.
  - Apporter une attention maximale aux gestes automatiques, routiniers.
- Exercices** Respirations et relaxations express pour se détendre et/ou se mobiliser. Techniques de visualisation.

### » Se concentrer en open space : les bonnes pratiques

- Aménager et s'approprier son espace.
  - Élaborer des règles de vie en commun.
  - Se dissocier des perturbations extérieures.
  - Se construire une bulle et y évoluer tout en restant disponible.
- Exercices** Créer sa bulle pour s'isoler virtuellement sans s'enfermer.

### » Mieux s'organiser pour mieux se concentrer

- Organiser son cadre de travail (temps, espace, outils).
  - Favoriser la mise en route immédiate de sa concentration.
  - Distinguer l'important de l'urgent.
  - Se fixer des objectifs : autobriefing et autodébriefing.
  - Segmenter ses tâches pour libérer l'attention.
  - Le multi-tâches : efficacité ou dispersion ?
- Exercices** Entraînement pour se mettre en état de concentration en moins d'une minute. Plan d'action personnel : formalisation des actions à mettre en œuvre pour optimiser sa concentration.

Pour réussir un changement professionnel ou personnel et atteindre un objectif, il faut acquérir de nouveaux savoir-faire. Cette formation permet de comprendre comment réunir toutes les conditions de réussite d'un apprentissage dans lequel la méthode et le mental ont une place au moins aussi importante que la mémoire.

## » Vue d'ensemble des caractéristiques d'un apprentissage efficace

- Les cinq piliers d'un apprentissage efficace.
- La mémoire, une condition nécessaire mais pas suffisante pour bien apprendre.

## » La gestion mentale avant l'apprentissage

- Identifier les formes d'apprentissage.
- Donner du sens à son apprentissage.
- Développer et entretenir sa motivation à apprendre.
- Se fixer le bon objectif d'apprentissage.

**Travaux pratiques** *Entraînement de gestion mentale sur un projet d'apprentissage à travers un questionnaire sur les objectifs, les bénéfices attendus, les conditions de succès, etc. (coaching de l'apprentissage)*

## » Mise au point d'une méthode d'apprentissage

- Identifier et exploiter ses points forts et préférences d'apprentissage : environnement, méthode, organisation.
- Les principales approches en matière d'apprentissage.
- La bonne méthode à identifier et à choisir pour un apprentissage donné.
- Le rôle du tuteur dans l'apprentissage.
- L'importance de l'environnement de l'apprenant.
- L'organisation personnelle dans son apprentissage.

**Travaux pratiques** *Autodiagnostic. Questionnaire et échanges pour cerner ses préférences d'apprentissage. Elaboration du projet d'apprentissage (cas réel ou fictif).*

## » Apprentissage et processus mentaux

- Le processus mental mis en œuvre.
- Les capacités mentales exploitées lors d'un apprentissage.
- Utiliser les ressources inconscientes du cerveau.
- Développer ses facultés de compréhension.
- La place de la mémorisation dans ce processus.
- La mémorisation grâce aux images mentales : visualisation.
- L'importance de la prise de notes en appui de la visualisation.
- Savoir se concentrer : les obstacles et les solutions.

**Travaux pratiques** *Exercices de prise de notes et de visualisation (compréhension, mémorisation).*

## » Maintenir le cap pendant l'apprentissage

- L'importance de la mise en pratique.
- Se donner le droit à l'erreur pendant la phase d'apprentissage.
- Faire preuve de souplesse pour s'adapter à la situation.
- Maintenir sa motivation.
- Maintenir un bon niveau d'énergie.

**Travaux pratiques** *Simulation d'apprentissages simples sous forme de jeux au cours desquels les participants seront amenés à "maintenir le cap".*



Réf :	AMP
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 fév./16-17 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Les participants viendront de préférence avec une idée ou un projet d'apprentissage (en cours ou non) d'un savoir-faire professionnel ou personnel.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant mieux utiliser son mental et sa mémoire pour favoriser l'apprentissage.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Classer utile, rapide, efficace

Méthodes, outils et techniques de classement des documents et de l'information. Elaboration de plans de classement et organisation des procédures d'archivage et de consultation (papier et électronique). Gestion des espaces de travail. Point législatif et procédures de sécurité.

## » Définir et comprendre les caractéristiques d'un classement

- Un dossier pour quoi faire ? Information, action...
- Un dossier pour qui, pour quand ? sous quelle forme ?
- Déterminer le rôle clé du classement dans la collecte et le traitement des informations.
- Les différents outils et méthodes de classement.

**Travaux pratiques** *Partage d'expériences : difficultés rencontrées dans les tâches de classement des documents. Analyses des critères et des outils.*

## » Organiser et "faire vivre" son classement

- Instaurer une logique commune.
- Les principaux effets d'une mauvaise organisation personnelle.
- Rationaliser son espace de travail.
- Réduire les sources de stress liées au temps et à l'organisation.

**Travaux pratiques** *Cas d'organisation de classement.*

## » Analyser l'information et choisir une méthode de classement

- Analyser l'information à traiter dans son service.
- Identifier les atouts et contraintes.
- Mettre en œuvre les quatre principes du classement.
- Connaître les différents outils pour une vue globale : To-do-list, carte conceptuelle.
- Mettre en adéquation le système de classement et les caractéristiques de l'entreprise et des utilisateurs.

**Travaux pratiques** *Les outils et méthodes du classement.*

## » Organiser le classement sur ordinateur

- Choisir une arborescence claire pour tous.
- Être rigoureux dans le choix des noms de fichiers.
- Utiliser les astuces de rangement sur la messagerie.

**Travaux pratiques** *Exercice d'arborescences.*

## » Faciliter l'accès de tous à l'information

- La démarche pour réorganiser le classement existant d'un service.
- Elaborer un plan de classement.
- Faire coïncider le classement papier et informatique.
- Mettre en place un classement compréhensible par tous : le tri et la restructuration des dossiers.

**Travaux pratiques** *Autodiagnostic des forces et faiblesses du système actuellement en place.*

## » La procédure de classement et l'archivage

- Qui emprunte ? Utilité de la fiche.
- Qui reclasse ? Où ? Comment ?
- Gestion des documents. Procédure de sécurité.
- Contrôle des accès aux fichiers.
- Durée légale de conservation des documents.
- Découvrir la GED.

**Travaux pratiques** *Plan d'action personnel : formalisation des actions à mettre en œuvre pour élaborer son plan de classement.*



Réf :	CLA
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 23-24 fév./20-21 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et pratiques : à partir de l'expérience de chaque participant, analyse et amélioration de son efficacité

### » PARTICIPANTS

Toute personne amenée à organiser le classement de ses propres dossiers et la gestion de la documentation. Assistant(e) ou service administratif.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de maîtriser les différentes techniques de la gestion du temps. Il vous apportera une meilleure connaissance de votre relation au temps et vous apprendra à hiérarchiser vos priorités afin d'améliorer notablement l'efficacité de votre action.



Réf :	GET
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./13-14 nov. 2014 11-12 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015
Groupe 1	11-12 déc. 2014 2-3 avril/9-10 juin 2015
Groupe 2	4-5 déc. 2014 12-13 mars/26-27 mai 2015
Groupe 3	18-19 déc. 2014 19-20 fév./9-10 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ce stage s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles filmés avec restitution et analyse individualisée.

**PARTICIPANTS**  
Tout public.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

- » Représentation du temps "la ligne du temps"**
- Réflexion : qu'est-ce que le temps ; le temps, une vision personnelle ?
  - La perception du temps. Comment utilisons-nous cette ressource ?
  - Votre position face au temps. Associée. Dissociée.
  - L'orientation par rapport au temps. Passé, Présent, Futur.
  - La subordination au temps. Les influences et les conséquences de votre gestion du temps.
- Exercices** Exercice d'analyse du temps passé par semaine sur différentes activités. Mise en situation sur la subordination au temps. Débriefing et analyse de votre rapport au temps.
- » Comment gérons-nous notre temps ?**
- La structure du temps par l'analyse transactionnelle. Les rituels, automatismes. Le retrait. Les passe-temps.
  - Les jeux psychologiques et le triangle dramatique.
  - Sortir des jeux positivement.
  - Les messages contraignants: les drivers.
  - Les intentions personnelles.
- Exercices** Mise en situation filmée : éviter de tomber dans un rôle de victime sur un scénario prescrit à l'avance et/ou mise en situation vidéo, création et ancrage d'une intention personnelle.
- » Les principes majeurs de la maîtrise du temps**
- Les grandes tendances.
  - Les voleurs de temps : apprendre à les gérer.

- Gérer les imprévus. Gérer les interruptions.
  - Savoir dire non. Gérer sa communication.
  - Les temps partagés : optimiser les réunions, déléguer.
- Exercices** Mise en situation avec vidéo : la gestion des imprévus et savoir dire non. Débriefing du groupe et de l'intervenant.
- » Prioriser ses tâches**
- Mettre en place des objectifs SMART.
  - Avoir du recul pour définir l'important.
  - Prendre le temps de la réflexion pour déterminer les urgences.
  - La matrice d'Eisenhower simple.
  - Utiliser l'outil "checklist structurée": tâches, priorités, échéances et durée.
- Exercices** Utilisation de la matrice d'Eisenhower pour catégoriser ses tâches selon leur degré d'urgence et d'importance. Mise en situation en utilisant la checklist simplifiée de la semaine dernière.
- » Planifier et définir sa stratégie temps**
- Les règles d'or : gérer les tâches quotidiennes et les priorités.
  - Déléguer et contrôler.
  - Trouver son rythme et se protéger du stress.
  - Maintenir son énergie : conseils pratiques.
  - Créer un environnement stimulant. Planifier, organiser, contrôler.
  - Analyser ses difficultés. Capitaliser sur vos actions.
- Exercices** Mises en situation : se recharger, se protéger du stress. Elaboration de ses actions de progrès.



# Vaincre la procrastination

La procrastination, c'est-à-dire la tendance à toujours remettre au lendemain des choses importantes, peut être un véritable handicap dans la vie professionnelle et personnelle. A l'issue de ce stage, vous saurez déterminer et réaliser vos objectifs quotidiens.

**EXERCICES**  
Chaque étape propose des exercices pratiques précis à appliquer immédiatement afin que les participants constatent les résultats.

**PARTICIPANTS**  
Tout public.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

- » La gestion de ses objectifs**
- Comment et pourquoi utiliser une approche globale ?
  - Savoir déterminer et planifier les objectifs.
  - Une méthode en sept étapes pour établir et atteindre ses objectifs préfixés.
  - Les règles des 10/90 et des 80/20.
  - Prendre le contrôle de la séquence des événements.
  - Comprendre et utiliser la méthode A.B.C.D.E.
  - Conséquences de faire ou ne pas faire.
- Exercices** Liste des objectifs, planification, recherche des priorités 10 ou 20%, évaluation attribution cotation (ABCDE).
- » Comment vaincre la procrastination ?**
- Qu'est-ce que la procrastination ?
  - Connaître ses domaines de résultats clés.
  - Utiliser la loi de l'efficacité forcée.
  - Identifier ses contraintes majeures.
  - Appliquer la théorie du baril de pétrole.
  - Mettre à profit ses talents particuliers.
  - Devenir un étudiant à vie.
- Exercices** Lister ses domaines de résultats clés, recherche de l'objectif le plus important sur le plan professionnel actuel.
- » Accomplir davantage en moins de temps**
- Augmenter ses pouvoirs personnalisés.
  - Devenir son propre "cheerleader" pour s'automotiver.
  - Pratiquer la procrastination créative.
  - Utiliser la technique du salami et du gruyère.

- Repérer et accomplir les tâches les plus difficiles.
  - Le vieil adage "avaler le crapaud".
- Exercices** Liste des domaines de procrastination, recherche d'activités mineures, décompte du temps perdu, utiliser l'outil de contrôle.
- » La gestion des tâches**
- Une fois identifiées, comment prioriser ses tâches ?
  - L'importance d'une bonne planification.
  - La possibilité de la délégation.
  - La gestion du stress dans tout cela.
  - Trouver le bon rythme.
  - Capitaliser sur vos actions.
- Exercices** Mise en place d'une gestion des tâches pour un cas concret.
- » La mise en application**
- Se poser les bonnes questions.
  - Déterminer son "TOP5".
  - Cloisonner sa vie professionnelle, personnelle, sociale.
  - Programmer en fonction du court, moyen et long terme.
  - Quels avantages y a-t-il à tirer de tout cela ?
- Exercices** Engagement par écrit et à l'oral des objectifs à atteindre pour la semaine et le mois suivant et des moyens prévus pour les atteindre.

# Les nouveaux outils pour gérer son temps

## visualisation, carte mentale...



Ce stage pratique vous montrera comment organiser et gérer votre temps avec les nouveaux outils fondés sur la représentation visuelle et graphique. A la fin de ce stage, vous serez capable d'optimiser votre capital temps de manière opérationnelle et immédiate dans votre environnement professionnel comme personnel.

### » La pensée visuelle et ses bénéfices dans la gestion du temps

- Réveiller ses neurones en découvrant la puissance du cerveau.
- Identifier les atouts du langage visuel.
- Prendre conscience des impacts des croquis, pictogrammes et images et de nos habitudes en la matière.
- Devenir proactif en utilisant des méthodes simples pour tirer parti de l'environnement numérique.
- Développer sa capacité à dessiner l'information.

**Travaux pratiques** Réflexion autour d'un diaporama d'exemples de réalisations en contexte professionnel.

### » Diagnostiquer sa vie professionnelle et personnelle

- Diagnostiquer son rôle et s'organiser en fonction.
- Diagnostiquer ses activités et s'organiser en fonction.
- Visualiser le temps : s'organiser par jour, par semaine, par mois.
- Cartographier sa pensée avec la méthodologie de la carte mentale.
- Gérer le flux de pensées par un croquis ou un sketchnoting.

**Travaux pratiques** Réalisation de cartes mentales simples pour visualiser les différents diagnostics et en faire une analyse constructive.

### » Etablir ses objectifs et ses priorités

- Définir ses objectifs de manière astucieuse.
- Apporter des mesures correctives au fur et à mesure de son expérimentation de la méthode.
- Prioriser ses tâches, ses actions et ses activités avec précision en distinguant les savoir-faire et les savoir-être.
- Construire ses codes couleurs et ses légendes d'urgence et d'importance.

**Travaux pratiques** Réalisation de croquis/ sketchnoting et d'une matrice de priorités en mode cartes. Débriefing et apport de mesures correctives.

### » To-do list et autres outils

- Utiliser les moyens mnémotechniques pour ne rien oublier.
- Comparer les durées supposée et effective de ses tâches pour créer une liste adaptée.
- Raisonner en termes de temps nécessaire et non de temps disponible pour optimiser ses actions.
- Prioriser et planifier ses activités.

**Travaux pratiques** Mise en application d'une liste individuelle avec les indicateurs de temps, de priorités, des codes, des pictogrammes. Analyse et mesures correctives par un débriefing collectif.



Réf :	TAT
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 12-13 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices interactifs. Réalisations de plannings temps, topoliste, formalisation d'objectif avec une carte mentale, croquis ou sketchnoting.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant mieux gérer son temps et optimiser son organisation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Gérer l'information et gagner du temps



Collecter, sélectionner et répartir l'information en fonction des objectifs et des thématiques. Eléments de prise de notes. Gestion des sources, traitement, diffusion aux services. Savoir restituer synthétiquement à l'écrit, et développement de compétences en restitution orale.

### » L'information, conditions d'efficacité

- L'information : distinguer informations et données.
- Cerner les attentes des destinataires.
- Pourquoi informer ? Pour quel(s) usages ?
- Gérer le temps comme une ressource.
- Que faire de l'information informelle ?

**Exercices** Les pratiques d'information, repérer ses marges de progression, définir des besoins en information.

### » Savoir recueillir l'information pertinente

- Détecter les informations clés.
- Ecouter activement un interlocuteur.
- Distinguer l'information essentielle/accessoire, prioritaire ou non, "périssable"/de fond, les faits/les opinions.
- Prendre des notes et reformuler.

### » Hiérarchiser et traiter l'information recueillie

- Se poser les bonnes questions.
- Hiérarchiser l'information.
- Repérer l'essentiel à l'écrit comme à l'oral.
- Croiser ses sources d'information, regrouper l'information et la mettre en perspective.

**Exercices** Repérage et organisation d'informations clés pour la rédaction d'une note de synthèse.

### » La veille informationnelle

- Recenser les sources d'information.
- Comment et quand collecter l'information ?
- Traiter l'information, lui donner de la valeur ajoutée.

**Exercices** Définir les différents types de veille, le champ de la veille, utiliser une carte heuristique.

### » Restituer l'information à l'écrit

- Les critères d'un écrit de synthèse réussi.
- Les étapes clés.
- Organiser son écrit.
- Respecter les critères de lisibilité.
- Mettre la forme au service du fond.

**Exercices** Rédaction d'une note de synthèse.

### » Restituer l'information à l'oral

- Analyser la situation de communication et s'y préparer.
- Gérer son temps d'intervention.
- Organiser sa présentation.
- Adapter son langage et susciter l'intérêt.
- Faut-il utiliser Powerpoint ?

**Exercices** Restitution orale d'informations disparates.

### » Diffuser et partager l'information avec les collègues, la hiérarchie

- Préparer et planifier.
- Diffuser l'information en respectant les règles et les usages.
- Diffuser l'information pertinente à la bonne personne, au bon moment et sous la forme la plus appropriée.
- Mesurer la satisfaction des destinataires.
- Coopérer, instituer une culture de l'échange.

**Exercices** Mise en place d'un plan de diffusion de l'information.



Réf :	TIP
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 2-3 avril/22-23 juin 2015
Groupe 1	27-28 nov. 2014 29-30 janv./26-27 mars 2015
Groupe 2	27-28 nov. 2014 5-6 janv./30-31 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

La méthode pédagogique est active et participative. Elle alterne l'apport de connaissances et les exercices appliqués

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant aller à l'essentiel pour gagner du temps et favoriser des échanges professionnels plus efficaces et la prise de décision.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Travailler en open space exige de puiser dans ses ressources pour gérer ses relations avec les autres. Cette formation vous montrera comment améliorer votre bien-être et mieux appréhender les situations délicates dans ce type d'environnement.



Réf :	GOP
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./18-19 déc. 2014 2-3 mars 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 26-27 janv./19-20 mars 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 5-6 janv./30-31 mars 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
A partir de l'expérience de chaque participant, analyse et amélioration de son potentiel. Simulations. Débriefing.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne cherchant à optimiser son potentiel en open space.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Identifier les "détracteurs" de l'open space**

- Bruits environnementaux.
- Intimité, surveillance.
- Productivité. Communication.

**Travaux pratiques** Partage d'expériences.  
*Autodiagnostic : forces et faiblesses du système open space.*

**» Connaître ses besoins fondamentaux et reconnaître ceux des autres**

- Recherche et exploration de ses besoins fondamentaux : physiques, émotionnels et spirituels.
- Détecter ceux des autres ; la synchronisation.
- Les deux composants de l'humain : comportements/attitudes, motivations /valeurs.
- Différencier les jugements, les opinions, les sentiments et les faits.
- Chasser les idées reçues.

**Travaux pratiques** Test de positionnement. Exercices pour distinguer : jugements, opinions, sentiments, valeurs et faits.

**» Organiser et "faire vivre" son espace de travail**

- Aménager ses zones de travail.
- Organiser son espace où il fait bon travailler.
- S'adapter à son bureau nomade.
- Etre l'alchimiste de vos cinq sens.

**» Améliorer sa communication entre collègues**

- Les règles d'or de la communication verbale.

- Communiquer avec le non verbal, l'empathie, l'écoute active, l'assertivité, être flexible.
- Faire face aux contradicteurs, aux interruptions.
- Formuler un refus sans provoquer de tension.

**Travaux pratiques** Mises en situation : jeux de rôle filmés, analyse collective, ajustement.

**» Gérer les contraintes fortes**

- Utiliser son guide de survie en Open space. Le confort thermique. Le bruit en permanence. La pression de l'image.
- Moduler son emploi du temps.

**» Echanger pour anticiper et négocier les désaccords**

- Stratégies centrées sur le problème et les émotions.
- Les fonctionnements des filtres de la communication.
- Faire de son interlocuteur un allié.
- Les "tu" qui "tuent".
- Réagir face aux situations de désaccords.

**Travaux pratiques** Mises en situation : jeux de rôle filmés, analyse collective, ajustement.

**» Augmenter sa résistance au stress**

- Trouver des solutions de repli, prendre de la distance.
- Résister à ses pulsions.
- Un début de "lâcher prise".

**Travaux pratiques** Plan d'action personnel : formalisation des actions à mettre en œuvre.

Cette formation vous présentera les principes du télétravail, les droits et devoirs qui y sont liés. Elle vous permettra d'évaluer la compatibilité du télétravail avec votre métier et votre personnalité, et vous apportera des pistes de réflexion pour organiser votre temps et vos relations avec vos collègues et manager.



Réf :	TRL
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 13 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Pédagogie participative : alternance de pratique et de théorie, exercices en groupe et individuel, présentation d'outils de communication.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne envisageant de passer au moins une partie de son temps en télétravail.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Définir et appréhender le télétravail**

- Définir le cadre légal du télétravail.
- Distinguer les droits et les devoirs de chacun.
- Identifier les avantages du télétravail.
- Déterminer les principaux freins au télétravail.
- Prendre conscience des exigences du travail à distance.

**Réflexion collective** Echanges autour des bénéfices du télétravail.

**» Réaliser ses premiers pas en télétravail**

- Cerner les bénéfices du télétravail pour les salariés, l'entreprise, les managers et les clients.
- Repérer les outils du télétravailleur.
- Adapter sa gestion du temps, son organisation et sa communication à la situation.
- Gérer les besoins et les difficultés généralement rencontrés par les télétravailleurs.

**Travaux pratiques** Travail en équipe : élaboration du tableau des bénéfices du télétravail dans son entreprise pour tous les acteurs concernés.

**» Vivre le télétravail au fil du temps**

- Respecter son équilibre vie professionnelle / vie privée.
- Préserver l'ergonomie de son poste de travail : le préparer et l'aménager selon les règles.
- Gérer son temps sur le long terme : les usages chronophages, les horaires, les distracteurs.
- Entretien du sentiment d'appartenance.
- Répartir ses tâches et ses plannings entre le bureau et le domicile (poser des limites avec ses proches).

**Travaux pratiques** Travail personnel guidé : établissement d'une liste de tâches et missions à effectuer en télétravail.

**» Gérer la relation avec le manager et le reste de l'équipe**

- Définir le portrait-robot du manager idéal pour le management à distance.
- Choisir le mode de communication adapté aux situations : la messagerie, le téléphone, les visioconférences.
- Identifier les outils pour partager des documents, pour accéder à la formation.
- Gérer la sécurité des outils et des données (sauvegardes, virus, charte Internet...).
- Fluidifier la communication grâce aux techniques de l'écoute active.
- Définir des modalités de reportings pertinentes et efficaces.
- S'adapter au management par objectifs et négocier ses objectifs.

**Travaux pratiques** Travail sur les quatre caractères basés sur la typologie de Jung pour communiquer au mieux avec chacun.

Cette formation vous permettra d'augmenter vos capacités de lecture aussi bien en termes de rapidité que de compréhension. Les nombreux exercices composant ce stage vous permettront d'améliorer votre vitesse de lecture.

## » Identifier ses freins et s'entraîner à les dépasser

- Prendre conscience et évaluer sa tendance à la subvocalisation, à l'usage du doigt ou aux régressions.
- Éliminer "l'oralisation".
- Savoir utiliser efficacement le doigt.
- Lire sans retours en arrière.

**Exercices** Test d'évaluation : mesurer sa vitesse de lecture, son niveau de compréhension et sa capacité de mémorisation.

## » Améliorer son agilité visuelle

- Assurer les points de fixation de manière plus espacée.
  - Améliorer l'identification des mots et développer leur anticipation.
  - Renforcer sa capacité de lecture par la gymnastique oculaire : utiliser le métronome, le palming et le shifting.
- Exercices** Entraînement sur les points de fixation, sur l'identification et l'anticipation des mots. Entraînement à la relaxation musculaire.

## » Adopter un comportement de lecteur actif

- Recourir à la méthode du survol.
- Utiliser la lecture intégrale rapide pour favoriser la compréhension du texte.
- Pratiquer l'écramage pour conserver le sens global du message.
- Comprendre sans tout lire grâce à la lecture sélective.
- Adopter le balayage horizontal et vertical, le balayage diagonal.

- Définir une stratégie en fonction de son objectif de lecture.

**Exercices** Entraînement à lire et faire la synthèse : d'articles de presse, de documents complexes, de dossiers.

## » Développer sa concentration et sa mémoire

- Identifier les trois types de mémoire : kinesthésique, auditive et visuelle.
- Repérer les étapes du processus de mémorisation.
- Augmenter sa capacité à mémoriser les informations.

**Exercices** Entraînement à la concentration (techniques de visualisation) et à la mémorisation (techniques d'association, d'images, de sens...).

## » S'entraîner à augmenter son rythme de lecture

- Réaliser son plan d'entraînement pour lire vite en priorisant la compréhension du texte.
- Axer son plan d'entraînement sur le repérage des idées essentielles.
- Mettre en place des exercices de lecture centrés sur le développement de sa capacité de synthèse.

**Exercices** Bilan : test de vérification sur la vitesse, la compréhension et la mémoire d'un texte.



Réf :	LRP
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne cherchant à renforcer ses compétences de gestion des informations.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Lire, synthétiser et restituer avec efficacité

Techniques appliquées de lecture rapide issues des secteurs spécialisés et destinées à l'entreprise. Approche des types de documents et de leurs discours, méthodes de prise de notes, pilotage de la lecture autour des structures simples, des attentes, de la langue et des mots clefs. Synthèse et restitution.

## » Techniques de lecture rapide

- Distinguer les grands types de lecture rapide : survol, repérage, écramage, approfondissement, reformulation.
- Lectures par objectif.
- Subvocalisation, empan de lecture, points d'appui.
- Pratiquer les lectures diagonale, verticale, inversée, tabulaire, par les extrémités, par points.
- Extraire l'information de la titraile.
- Lire à partir des introduction, conclusion, partie et paragraphe.
- Gérer son temps de lecture.

**Travaux pratiques** Test d'évaluation. Entraînements à partir de tous types de documents.

## » Améliorer sa prise de notes

- Prendre des notes en lisant.
- Technique de prise de notes par mots clefs.
- Tableau à double entrée.
- Élaborer un plan adapté à la restitution de l'information à l'écrit et à l'oral.
- Connaître les types de plans efficaces.

**Travaux pratiques** Prise de notes à partir de documents fournis ou apportés par les participants.

## » Savoir lire en fonction des typologies

- La lecture des documentations longues.
- Lire selon les genres : administratif, rapports, revues, études, presse...
- Connaître les sens de lecture selon la mise en page.
- Construire des perspectives d'attente.

- Comprendre les enjeux d'un texte.
- La lecture des emails.
- Lecture papier et lectures numériques.

**Travaux pratiques** Repérages dans les textes. Supports papier et numérique. Diapositives.

## » Appuis linguistiques pour développer sa vitesse de lecture

- Les grands structurants : thèmes et propos, référents, points de vue.
- Le schéma de la communication.
- Différencier les attentes en fonction des discours : informatif, explicatif, argumentatif...
- Repérer les réseaux d'information.

**Travaux pratiques** Repérages dans les textes. Apports théoriques.

## » Lire et restituer de suite une lecture

- Prendre la parole ou écrire après 5 mn, 1/4 H, 1H de lecture.
  - Exploiter ses notes pour intervenir à l'oral.
  - Écrire des synthèses brèves.
  - Être organisé, bref, concis et convaincant.
- Travaux pratiques** Rédaction de notes de lecture diverses. Entraînement à l'oral : vigueur, fermeté et rapidité.



Réf :	LEC
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./18-19 déc. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015 4-5 juin 2015
Groupe 1	18-19 déc. 2014 23-24 fév./21-22 mai 2015
Groupe 2	11-12 déc. 2014 23-24 fév./4-5 mai 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Restitutions de lectures, analyses, synthèses, prises de notes.

### » PARTICIPANTS

Toute personne cherchant à développer ses compétences en lecture et traitement de l'information écrite.

### » PREREQUIS

Les participants peuvent apporter des documents écrits longs, de communication interne ou externe ainsi que des revues, catalogues...

# Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral

Traitement, techniques de prise de notes et synthèse spécifiques des informations. Développement des capacités analytique et synthétique (acquérir un " esprit de synthèse ") en vue d'une approche dominante des discours (réunion, face à face, entretien, exposé), des textes, des comptes rendus et des notes de synthèse.



Réf :	ECO
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./13-14 nov. 2014 11-12 déc. 2014 8-9 janv./9-10 fév. 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 16-17 mars/22-23 juin 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 16-17 mars/8-9 juin 2015
Groupe 3	6-7 nov. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Exercices de rédaction d'une note de synthèse, de prise de notes, exposés individuels filmés. Utilisation de la vidéo.

## PARTICIPANTS

Toute personne amenée à réaliser des synthèses à l'écrit comme à l'oral.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### En quoi consiste l'esprit de synthèse ?

- Evaluer son degré d'analyse et de synthèse à partir d'un questionnaire.
- Présentation des notions de cerveau droit-cerveau gauche.
- Organiser et hiérarchiser ses pensées : mettre en relation le contenu nécessaire par rapport à l'objectif à atteindre.
- Distinguer les données essentielles, secondaires et inutiles.
- Faire la différence entre les faits et les opinions et donner sa place à la notion d'argument.
- Adopter un langage et un style rapidement compréhensibles : faire des phrases simples, utiliser des mots concrets.

**Travaux pratiques** Diagnostiquer son mode privilégié de fonctionnement. Débriefing collectif.

### Repérer les informations essentielles de supports écrits

- Définir son objectif de lecture et de restitution.
- Savoir trouver une information précise et se faire une idée générale d'un sujet.
- Comment entreprendre un travail de recherche détaillée ?
- Maîtriser les techniques de survol et d'écrémage : utiliser le mode d'appréhension du texte par l'œil.
- Repérer l'objectif majeur du texte et de la note à rédiger.

- Hiérarchiser l'intérêt des textes à partir de leur type et de leur structure.
- Produire des notes de synthèse facilement utilisables : suivre un plan simple, donner un titre attrayant.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une note de synthèse après acquisition d'éléments de lecture active. Débriefing collectif.

### Traiter les informations orales

- Mettre en place une écoute sélective : savoir se distancier par rapport aux discours prononcés.
- Savoir capter et réutiliser les mots clés.
- Classer les informations fournies : élaborer un plan à partir de l'ordre du jour ou de l'introduction.
- Utiliser la technique des cartes heuristiques.
- Améliorer sa prise de notes.

**Travaux pratiques** Exercice de prise de notes en direct sur un sujet peu maîtrisé. Débriefing collectif.

### Réaliser un exposé oral synthétique

- Organiser ses idées en plan.
- Elaborer un argumentaire logique et convaincant.
- Lister les mots clés destinés à retenir l'attention des participants.
- Savoir rester orienté sur l'objectif de sa prise de parole.
- Répondre aux questions de manière brève et précise.

**Travaux pratiques** Exposés individuels filmés et analyse en groupe avec présentation d'outils directement utilisables sur le terrain.

# Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions

Les équipes multiplient aujourd'hui les réunions : une bonne technique de prise de note s'avère essentielle pour gagner du temps et rendre compte des échanges et des décisions prises. Cette formation vous apprendra à structurer vos notes et à faire des synthèses efficaces et fidèles.



Réf :	PNR
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./4-5 déc. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 12-13 mai 2015
Groupe 1	15-16 déc. 2014 26-27 mars/18-19 juin 2015
Groupe 2	1-2 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	8-9 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Mises en situation. Exercices illustrant les différentes étapes du processus d'élaboration de compte rendu. Construction de cartes heuristiques.

## PARTICIPANTS

Tout public.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Contexte général

- Qu'est-ce que la prise de notes ?
- Quels sont les rôles du compte rendu ?
- Importance de bien rédiger des comptes rendus : pour vos lecteurs, pour vous, pour votre entreprise.
- Prendre des notes et écrire le compte rendu associé : identification de votre processus actuel.
- Sensibilisation à une méthode.

**Travaux pratiques** Chacun identifie ce qu'il a à gagner à mieux rédiger des comptes rendus et réalise son plan de progression.

### Prendre des notes efficacement

- Identifier votre objectif : informer, expliquer, intéresser.
- Comprendre l'intérêt de vos lecteurs, identifier ce qu'il faut noter.
- Pratiquer l'écoute active et sélective.
- Filtrer l'information : messages essentiels et secondaires, éliminer le superflu.
- Cartes heuristiques en tant qu'outil principal pour la prise de note.
- Savoir abrégé : constituer son système d'abréviations. Utiliser des symboles et liens logiques entre les informations.

**Travaux pratiques** Simulation de réunions. Les participants prennent les notes associées et font une restitution au groupe. Une analyse collective montre ce qui a été bien réalisé et ce qu'il faut améliorer.

### Construire la structure du compte rendu

- Choisir un plan en fonction de vos objectifs : plan chronologique, thématique ou analytique.
- Opter pour un plan thématique à partir des différents points de l'ordre du jour.
- Pour chaque point, classer, organiser les notes à partir de l'objectif affiché.
- Organiser les paragraphes.
- Ecrire un brouillon.

**Travaux pratiques** Sur la base des informations recueillies dans l'exercice précédent, les participants réalisent le plan du compte rendu et font un premier brouillon.

### Présenter et rédiger le compte rendu

- Présenter le compte rendu (objet, ordre du jour, présents, etc.).
- Rédiger les titres et sous-titres.
- Rédiger avec des phrases courtes et claires.
- Rédiger en s'adaptant aux lecteurs (niveau soutenu, informel ou courant).
- Synthèse : revoir la cohérence, la concision et la clarté.
- Proposer une mise en forme conforme aux lecteurs.

**Travaux pratiques** Le brouillon élaboré est progressivement transformé en compte rendu final.

Ce stage très pratique vous permettra d'améliorer vos compétences en communication écrite afin d'être plus convaincant. Il vous montrera comment choisir les types de message les mieux adaptés, élaborer des plans pertinents et manier avec aisance les techniques de rédaction des documents quotidiens.

## » S'approprier les règles de base de la communication écrite en entreprise

- Expliquer le schéma de base de la communication.
- Identifier les spécificités de l'écrit.
- Construire sa communication écrite en se posant les questions appropriées.
- Déterminer son objectif de communication.
- Adapter sa communication écrite à ses lecteurs.
- S'adapter au cadre d'intervention.

**Exercices** Réflexion sur la communication écrite. Ecriture d'un texte de présentation de son entreprise. Détermination du format, style et objectif de communication dans diverses situations professionnelles.

## » Manier les écrits courts en entreprise

- Utiliser une structure adaptée pour ses courriers d'entreprise : lettre administrative, de réclamation, e-mail, ...
- Intégrer des formules de politesse sobres et courtoises.
- Construire des courriers électroniques percutants.
- Effectuer des relances appropriées.

**Exercices** Ecriture de lettres et de messages électroniques dans différentes situations professionnelles.

## » Donner du style à ses écrits professionnels

- Traduire ses idées et connaissances en langage clair et accessible.
- Utiliser des mots positifs.
- Adopter un style sobre et fluide.

- Eviter les fautes, lourdeurs et imprécisions.

**Exercices** Correction de textes. Utilisation de formules positives. Ecriture de titres.

## » Mieux maîtriser les écrits complexes

- Identifier les différents types d'écrits professionnels complexes : compte-rendu, note de synthèse, ...
- Construire des écrits complexes.
- Elaborer un plan.
- Organiser ses idées avec les cartes heuristiques.
- Construire des paragraphes équilibrés.
- Rédiger une introduction et une conclusion convaincante.
- Préparer une note de synthèse.

**Travaux pratiques** Utilisation des cartes heuristiques. Préparation d'un plan. Ecriture d'une note de synthèse.

## » Concevoir des projets convaincants

- Identifier son objectif de communication en se positionnant positivement.
- Définir les forces et les faiblesses pour construire son argumentaire.
- Différencier fait, sentiment et opinion.
- Utiliser un vocabulaire adapté et efficace.

**Exercices** Identification des points forts et points faibles d'un projet. Construction d'un argumentaire. Ecriture d'une notice publicitaire.



Réf :	CEP
Durée :	2 jours
Paris	29-30 oct./13-14 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./19-20 fév. 2015
Groupe 1	27-28 nov. 2014 12-13 fév./21-22 mai 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 9-10 fév./18-19 mai 2015
Groupe 3	6-7 nov. 2014 15-16 janv./26-27 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Entraînement à la rédaction. Débriefing collectif et conseils méthodologiques personnalisés. Construction d'une boîte à outils facilement utilisables.

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à toute personne amenée à rédiger des documents, courriers, rapports, comptes rendus ...

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Donner de l'impact à vos écrits professionnels

Pour asseoir sa crédibilité en tant qu'expert, il est indispensable de s'exprimer avec clarté et efficacité par écrit. Cette formation est destinée à ceux qui souhaitent acquérir les méthodes et les techniques pour produire rapidement des textes dans des situations professionnelles variées.

## » Vendre ses idées par écrit

- Déterminer sa stratégie de communication.
- Choisir l'argumentation adaptée : arguments logiques, contextuels, affectifs.
- Elaborer son argumentaire : hiérarchiser les arguments pour atteindre son objectif de persuasion.
- S'approprier les situations spécifiques.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un document professionnel destiné à convaincre un client ou un manager.

## » Faire vivre ses présentations PowerPoint

- Créer des messages attrayants : titres cadres et titres pleins, alléger les diapositives.
- Adapter sa présentation aux imprévus.
- Mettre en scène sa présentation : créer un document à double entrée.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une présentation PowerPoint avec mise en valeur des points clés.

## » Se mettre à la place du lecteur

- S'approprier les attentes et motivations des différentes catégories de lecteurs.
- Evaluer le niveau de connaissance du lecteur : spécialiste ? Généraliste ? Décideur ?
- Découvrir le contexte et définir son objectif.

## » Rédiger avec clarté et pédagogie

- Choisir le type d'écrit le mieux adapté : fiche de présentation, rapport, commentaire.
- Rendre la terminologie compréhensible : utiliser la

- comparaison, l'exemple, l'explication, l'analogie.
- Structurer ses idées à l'aide du plan approprié.
- Alléger les phrases.

## » Rendre ses écrits intéressants

- Créer des titres parlants.
- Varier les constructions syntaxiques.
- Opter pour une présentation susceptible de stimuler l'attention du lecteur.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un document complexe destiné à un public de décideurs non-spécialistes du sujet.

## » Structurer ses idées dans ses rapports

- Connaître les différents types de plans.
- Organiser son raisonnement avec les cartes heuristiques.
- Rédiger une introduction et une conclusion pertinentes.

## » Donner du style à son message

- Acquérir un style sobre et fluide : phrases courtes et explicites.
- Utiliser avantageusement la ponctuation.
- Créer des titres et sous-titres expressifs stimulants pour le lecteur.

## » Convaincre pour faire agir

- Elaborer son argumentaire.
- Repérer et intégrer des mots-clés.
- Etablir une stratégie pour relancer son lecteur.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un document à partir d'un plan réalisé avec une carte heuristique.



Réf :	CRI
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 19-20 janv./2-3 avril 2015 11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Entraînement à la rédaction. Debriefing collectif et conseils méthodologiques personnalisés. Construction d'une boîte à outils facilement utilisables.

### » PARTICIPANTS

Toute personne qui possède une bonne maîtrise de base de la rédaction professionnelle.

### » PREREQUIS

Connaissances de base des techniques de rédaction de documents simples (mails) et complexes (rapports, présentations). Expérience requise de la rédaction fréquente de tels documents.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Cette formation vous permettra de revoir le fonctionnement orthographique et grammatical du français pour rédiger plus vite, plus correctement et plus efficacement.



Réf :	AGO
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 19-20 fév./16-17 avril 2015 4-5 juin 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 5-6 mars/11-12 juin 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Groupe 3	6-7 nov. 2014 19-20 fév./9-10 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne qui souhaite améliorer ses capacités d'expression écrite.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Tour d'horizon des fondamentaux**

- Le nom. Repérage et étude des spécificités orthographiques. Maniement des sigles et acronymes.
  - Le verbe : le cœur de la phrase.
  - L'adjectif : épithète, attribut, en apposition.
  - Le déterminant : un outil pour renforcer son style.
  - L'adverbe : règles d'écriture, exceptions.
  - Les prépositions : s'assurer d'utiliser le bon mot.
  - Les conjonctions : utiliser judicieusement "que", "quoi", "mais", "donc"...
  - Préciser avec les compléments circonstanciels.
- Travaux pratiques** Rédiger un texte comportant de nombreux pièges d'orthographe.

**» Maîtriser l'orthographe d'usage**

- Les astuces pour bien écrire les mots usuels.
  - Le doublement de consonnes dans les verbes et les noms.
  - Le pluriel des noms simples et des mots composés (avec ou sans tirets), les pluriel irréguliers.
  - Accents, cédille : les méthodes mnémotechniques.
  - L'accord des adjectifs qualificatifs, des adjectifs de couleur.
  - L'accord et le pluriel des nombres.
- Travaux pratiques** Quiz sur l'orthographe d'usage avant de revoir les règles.

**» Revoir et préciser son utilisation du verbe**

- Accorder le sujet avec le verbe.
  - Enlever ses doutes sur l'emploi du participe passé.
  - Utiliser à bon escient les conjugaisons des principaux verbes et leurs caractéristiques.
  - Choisir le bon temps avec la frise chronologique du temps : temps du récit, nuances du présent et du futur...
  - Focus sur l'infinitif et les phrases pronominales.
- Exercices** Compléter des accords de participes passés. Trouver la bonne conjugaison des plusieurs verbes donnés.

**» Eviter les confusions et enrichir son vocabulaire**

- Eliminer les confusions d'expression : éviter les pléonasmes et les barbarismes.
  - Choisir entre les homophones courants : tout/tous, d'avantage/davantage, quelque/quel que.
  - Repérer les expressions qui font douter.
  - Etoffer son vocabulaire à l'aide de moyens simples.
- Exercices** Texte à compléter par le choix entre deux mots selon le contexte.

**» Optimiser sa communication écrite**

- Véhiculer un seul et unique message.
  - Le plan des lettres et des e-mails.
  - Simplifier ses phrases.
  - Varier son vocabulaire avec le recours aux synonymes.
  - Relire et le repérer des fautes dans les écrits.
- Travaux pratiques** Ecrire une réponse à un mail.

Cette formation vous permettra d'améliorer votre style rédactionnel. Vous apprendrez ainsi à rédiger plus vite et plus efficacement en choisissant les bons mots et les bonnes expressions. Vous apprendrez également à éviter les principaux pièges de la langue française.



Réf :	OGM
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Quiz et jeux pédagogiques, exercices de réécriture et d'amélioration de textes.

**» PARTICIPANTS**  
Rédacteurs occasionnels ou réguliers qui souhaitent améliorer leur style et leur expression écrite.

**» PREREQUIS**  
Avoir suivi la formation "Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux" (Réf. AGO) ou une formation équivalente.  
>> Testez vos connaissances : www.orsys.fr

**» Mettre fin à ses hésitations**

- Connaître les subtilités de la conjugaison et des temps.
  - Accorder les participes passés problématiques.
  - Appréhender les spécificités des noms simples et composés.
  - Passer les adjectifs d'un genre à l'autre.
  - Se débarrasser de ses doutes entre un complément d'objet direct ou indirect.
- Exercices** Réalisation d'un quiz sur les pièges de la langue française pour cerner précisément les difficultés des participants.

**» Mieux comprendre la formation des mots pour les utiliser correctement**

- Connaître les mots et leurs descendants.
  - Comprendre les préfixes et les suffixes.
  - Savoir écrire la fin des mots : -ciel ou -tiel, -eur ou -eure, -oir ou -oire, -é ou -ée, ...
  - Retrouver les sens cachés des mots.
  - Reconnaître les racines grecques et latines pour mieux comprendre la formation des mots et éviter les erreurs.
  - Découvrir les particularités des mots venus d'ailleurs : orthographe, genres, pluriels...
- Travaux pratiques** Exercices à trous, recherche étymologique pour trouver les mots justes.

**» Choisir les bons mots et expressions**

- Repérer ce qui s'écrit et ne s'écrit pas.
- Eviter les redondances, les euphémismes et périphrases.

- Reformuler pour éviter les confusions et rechercher des synonymes.
  - Eviter les mots passe-partout et préciser sa pensée.
  - Reconnaître les pièges de sens : homonymes et paronymes.
  - S'adjoindre les compétences des dictionnaires en ligne.
- Exercices** Texte à réécrire pour remplacer un langage familier par des expressions soutenues et préciser sa pensée.

**» Passer ses messages avec style**

- S'ouvrir à un nouveau vocabulaire.
  - Rechercher des nouvelles idées grâce à l'association.
  - Connaître et utiliser les expressions pour l'argumentation et donner son opinion.
  - Articuler les différentes idées avec les mots de liaisons exprimant l'union, la conséquence, la cause, la restriction...
- Travaux pratiques** Rédaction d'un texte libre individuellement. Présentation des textes en groupe et réflexion commune.

Savoir attirer l'attention du destinataire et lui donner envie de lire le message jusqu'au bout. Ce stage vous apprendra comment atteindre avec efficacité votre objectif en termes de communication. Vous verrez également comment gagner du temps dans la rédaction et dans la gestion de vos messages électroniques.

## » Définir son objectif de communication

- Apprendre à se mettre à la place du destinataire.
- Savoir déployer les moyens pour que le mail soit lu.
- Proposer un titre attrayant et définir un contenu synthétique.
- Quelle stratégie de communication mettre en place : mail seul ? mail et appel ?
- Quelle est l'intention du message : informer ? Faire agir ? Réclamer ? Remercier ?
- Quelle est la forme du message : téléphonique ? Mail et entretien ? Mail et réunion ?

**Exercices** Partage d'expériences. Difficultés rencontrées. Définition des objectifs sur des cas concrets.

## » Structurer ses messages

- Organiser ses idées en plan : chronologique, par catégories, scientifique, publicitaire.
- Apprendre à placer son sujet en perspective.
- Opter pour la bonne argumentation : factuelle, logique, affective. Hiérarchiser ses arguments.
- Savoir où placer l'objectif principal du mail. Placer son sujet en perspective.
- Poser le décor de manière synthétique mais explicite.
- Construire des paragraphes courts.

**Exercices** Définir des plans. Travailler sur les éléments des messages : sujet, objectif, structure, argumentaire.

## » Adopter un style pertinent

- Créer des titres clairs et percutants. Titres cadres et titres pleins. Structure syntaxique du titrage.

- Jusqu'où faire preuve de créativité ? Opter pour un style synthétique.
  - Placer son objectif en tête de phrase. Remplacer les locutions par des termes simples.
  - Privilégier les temps qui traduisent l'assertivité du rédacteur.
  - Choisir un vocabulaire précis et adapté à la cible. Quand choisir un verbe plutôt qu'un nom ?
  - Les termes à bannir de ses écrits professionnels. Elaborer un glossaire de mots-clés.
  - Savoir enchaîner les phrases. La place des mots de liaison. Utiliser les bons termes pour fluidifier la lecture.
  - Les idées véhiculées par les locutions et les adverbes.
- Exercices** Travail individuel et en sous-groupes sur la rédaction de messages.

## » Gérer sa messagerie

- Choisir judicieusement ses destinataires. Identifier le rôle de l'interlocuteur.
- Préciser ses attentes spécifiques.
- Utiliser la mise en copie avec parcimonie. Les dangers de la fonction "copie cachée".
- Les véritables raisons de la mise en copie.
- Préciser le titrage des messages reçus. Retirer les messages imprécis.
- Faire évoluer les titres au cours des échanges.
- Stocker efficacement ses mails. Créer des dossiers de classement. Oser supprimer des messages.

**Exercices** Mise en pratique des techniques d'optimisation de la messagerie et des communications par email.



Réf :	CAT
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 26-27 fév./16-17 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Tous les points abordés feront l'objet de mises en situation écrites à partir de l'environnement professionnel des participants.

## » PARTICIPANTS

Toute personne amenée à rédiger des mails au quotidien dans son activité professionnelle.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances de l'utilisation d'un logiciel messagerie.

# Présenter des informations techniques

Ce stage vous permettra de développer vos compétences dans la traduction d'éléments techniques à destination d'un public de non-spécialistes. Vous apprendrez à mettre la juste emphase sur les informations essentielles mais aussi à capter l'attention de vos interlocuteurs par des supports de présentation dynamiques.

## » Identifier les objectifs de communication

- Le schéma de la communication.
- Les spécificités de l'écrit.
- Les principaux enjeux de la communication d'informations techniques : présenter, promouvoir, persuader, négocier.

**Travaux pratiques** Réflexion en sous-groupes sur les finalités de la communication technique écrite.

## » Adapter sa communication à ses interlocuteurs

- L'émetteur : l'attitude à adopter. Le savoir-faire à maîtriser. Le contenu technique à transmettre ?
- Le récepteur : leurs typologies. Leurs fonctions et motivations. Leur niveau de connaissance. Comment communiquent-ils ?
- Le cadre d'intervention : quel type d'écrit choisir ? Quelle est mon échéance ?
- Quels sont les moyens dont je dispose ?
- L'objectif de communication et les intentions.

## » Sélectionner et structurer les informations pertinentes

- L'élaboration d'un plan et d'un argumentaire sur objectif.
- Le classement des informations techniques essentielles à communiquer à l'écrit.
- La construction de paragraphes équilibrés, le choix des bons termes de liaison.
- La rédaction d'une introduction et d'une conclusion convaincantes.

- L'adaptation du vocabulaire à la personne destinataire afin de mieux captiver son attention.
- Travaux pratiques** Les participants devront à partir d'un texte long et technique sélectionner les informations pertinentes et les traduire pour un public professionnel ciblé.

## » Concevoir des supports attractifs

- Les graphiques Excel : création, mise en forme des chiffres clés.
- Les graphiques et images Power Point : astuces visuelles. Utiliser des techniques pour "faire parler les chiffres".
- La sélection des chiffres significatifs : en mettre moins pour en dire plus.
- Les techniques d'extrapolation : traduire des chiffres en exemples et éléments concrets.
- Valoriser l'information "métier".
- Le recensement des principaux messages de l'information "métier".
- La sélection des informations pertinentes pour une communication claire et compréhensible.

**Travaux pratiques** Brainstorming sur les messages fondamentaux de l'information "métier" à faire passer. Construction d'une présentation écrite.



Réf :	RIT
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 22-23 janv./12-13 mars 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Cas pratiques suivi d'un debriefing collectif et de conseils méthodologiques personnalisés en fonction des exigences propres à chaque métier.

## » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à toute personne amenée à transmettre des informations techniques écrites, assistantes, secrétaires.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Le CV est l'outil indispensable pour la recherche d'emploi. Ce stage pratique vous aidera à choisir le type de CV qui convient le mieux à votre situation. Il vous donnera des conseils pour le rendre plus clair et plus convaincant, pour l'adapter à l'emploi que vous visez et pour faire en sorte qu'il se démarque.

**Exercices pratiques**

---

**Réf :** RCV

**Durée :** 2 jours

**Paris** 2-3 oct./18-19 déc. 2014  
2-3 avril/4-5 juin 2015

**Prix :** 1 320 € HT (prix 2014)

**Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545**

---

**EXERCICES**

Nombreux exemples de curriculum vitae. Création de son propre CV. Actualisation de CV existant.

---

**PARTICIPANTS**

Toute personne souhaitant se positionner sur le marché du travail.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre le rôle du CV**

- A quoi sert le curriculum vitae ? Quelles sont ses fonctions ?
- Quelles sont les attentes du recruteur ?
- L'impact des nouvelles technologies.
- Les différentes formes de CV. Identifier la forme adéquate.
- Le cadre légal : les informations indispensables et celles que l'on peut passer sous silence.
- Quelles sont les conséquences du mensonge ?

**Travaux pratiques** Présentation de CV. Echanges avec les participants sur leurs expériences.

**» Savoir construire un CV**

- Quelles sont les informations que l'on peut indiquer ?
- Les formats : chronologique, fonctionnel/thématique, mixte.
- Les rubriques, la structure.
- Le titre : l'accroche de votre candidature.
- La taille : un CV ni trop long, ni trop court.
- Le style rédactionnel : concis et synthétique.
- Les couleurs tendances.
- Doit-on utiliser les verbes conjugués ?

**Travaux pratiques** Rédaction de CV. Présentation de différents modèles.

**» Rédiger un CV personnalisé**

- Les informations à mentionner dans un CV.
- Identifier et mettre en avant ses compétences, connaissances et réussites.

- Mettre en avant son projet professionnel.
- Attirer l'attention du recruteur.
- Les informations à insérer dans le CV : une photographie, l'état civil
- Valoriser les formations. Eviter les événements qui datent.

**Travaux pratiques** Travail sur son CV en fonction de la situation personnelle des participants.

**» Actualiser un CV existant**

- Actualiser régulièrement son CV.
- Modifier les expériences en fonction de leur degré d'actualité.
- Adapter la forme en fonction des tendances.
- Tenir compte des besoins du marché.
- Améliorer les mots clés.
- Mettre en avant les réussites en fonction du poste visé.
- Modifier régulièrement son CV pour remonter dans les pages résultats.
- Respecter les codes couleurs.

**Travaux pratiques** Travail d'actualisation d'un CV.

**» Gérer les particularités**

- Le CV d'un jeune diplômé.
  - Le CV international.
  - Le CV vidéo, plus efficace ?
  - Le CV en ligne, bonne ou mauvaise idée ?
- Travaux pratiques** Présentation de différents types de CV. Travail sur des CV spécifiques. Echange sur les expériences des participants.

# Rédiger une lettre de motivation pour offre d'emploi ou candidature spontanée

Nous savons tous que les recruteurs sont très sollicités. Raison de plus pour se démarquer par une lettre de motivation bien rédigée et percutante. Ce stage vous apprendra à structurer votre lettre et à adapter votre discours au poste proposé et à l'entreprise qui recrute.

**Exercices pratiques**

---

**Réf :** RMO

**Durée :** 2 jours

**Paris** 6-7 oct./15-16 déc. 2014  
7-8 avril/8-9 juin 2015

**Prix :** 1 320 € HT (prix 2014)

**Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545**

---

**EXERCICES**

Entraînement à la rédaction d'une lettre de motivation. Le débriefing est collectif et donne lieu à des conseils méthodologiques personnalisés.

---

**PARTICIPANTS**

Personne en recherche d'emploi ayant à répondre à une offre d'emploi.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Présenter la lettre de motivation**

- Comprendre à quoi sert la lettre de motivation dans un dossier de candidature.
- Appréhender les attentes du recruteur.
- Personnaliser le courrier.
- Adapter son discours en fonction de l'entreprise : TPE, PME, grand groupe.

**Travaux pratiques** Echange sur les objectifs d'une lettre de motivation et les attentes des recruteurs.

**» Respecter les règles de la lettre de motivation**

- Rédiger la lettre : méthodologie.
- Les plans possibles : pourquoi vous m'intéressez, ce que je peux vous apporter, ce que nous pouvons faire ensemble.
- La forme et la longueur.
- L'introduction : ciseler votre "attaque".
- Une lettre structurée, plaisante et convaincante.
- Le vocabulaire à utiliser.
- Pratiquer un style direct et affirmatif.

**Travaux pratiques** Exercice d'entraînement à la rédaction d'une introduction.

**» Connaître l'entreprise qui recrute**

- Effectuer un travail de recherche en amont.
- Se renseigner sur la stratégie, les valeurs, les métiers...
- Connaître l'évolution du marché.
- Personnaliser sa lettre.
- Montrer que vous savez à qui vous écrivez.

- Adapter son discours en fonction de l'entreprise et du poste.

**» Présenter son expérience**

- Savoir identifier ses compétences et ses connaissances.
- Sélectionner les informations que l'on doit faire figurer.
- Savoir présenter son expérience : la lettre n'est pas un CV.
- Identifier et formaliser ses savoir-faire, ses compétences techniques, sa polyvalence et ses qualités.
- Penser à argumenter et pas seulement à se présenter.
- Présenter son projet et ses objectifs professionnels.
- Montrer que l'on est motivé et anticiper l'entretien d'embauche.

**Travaux pratiques** Entraînement à la rédaction d'une lettre de motivation.

**» Envoyer une candidature spontanée**

- Règle d'or : personnaliser la lettre.
- Pertinence d'une candidature spontanée.
- Chercher des informations sur l'entreprise, le secteur, le marché, l'organisation.
- Vérifier le nom et la fonction du destinataire par un appel téléphonique préalable.
- Comment relancer.
- Obtenir un rendez-vous.
- Envoyer par courrier postal ou par courrier.

**Travaux pratiques** Entraînement à la rédaction d'une candidature spontanée.

Cette formation vous apprendra à présenter au mieux votre parcours professionnel grâce à différentes simulations d'entretiens. Elle vous permettra d'être plus à l'aise dans les échanges avec votre interlocuteur et de renforcer ainsi la confiance que vous avez en vous.

## » Préparer son entretien : Avant

- Se renseigner sur le recruteur : fiche d'identité de l'entreprise et chiffres clés.
- Préparer sa présentation.
- Elaborer les questions que l'on souhaite poser à la fin de l'entretien.
- Réfléchir à sa tenue vestimentaire pour l'entretien.
- Calculer la durée du trajet et l'itinéraire.
- Se préparer mentalement : ancrage et visualisation.
- Préparer des arguments pour convaincre l'employeur.

**Travaux pratiques** Exercices sur la préparation de l'entretien. Expérimenter l'ancrage et la visualisation.

## » Réussir l'entretien d'embauche : Pendant

- Saluer son interlocuteur avec assurance et assertivité.
- Adopter une attitude professionnelle.
- Expliquer son objectif professionnel.
- Structurer la présentation de son parcours professionnel grâce à la technique de l'entonnoir.
- Etre "vrai" et sincère sans trop en faire.
- Savoir démontrer que ses qualités/compétences sont en adéquation avec le poste à pourvoir.
- L'importance du verbal et du non-verbal.
- Savoir se positionner en entretiens collectifs.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'entretien d'embauche filmées.

## » Maîtriser l'échange avec le recruteur : Pendant

- Comprendre la posture du recruteur.
- Savoir donner une bonne première impression.
- Connaître les différentes attitudes du recruteur pendant l'entretien.
- Anticiper les questions les plus fréquentes et y répondre avec pertinence.
- Pouvoir argumenter sur ses connaissances, compétences et expériences.
- Savoir répondre à la question sur les qualités et les défauts.
- Conclure l'entretien en laissant une bonne impression.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée sur la séquence de questions/réponses.

## » Anticiper et gérer les étapes qui suivent l'entretien : Après

- Les remerciements après l'entretien.
  - Les objectifs du message de remerciement.
  - Gérer les relances : comment, quand, à quelle fréquence ?
  - La forme et le fond du message de remerciement.
- Travaux pratiques** Exercice de rédaction d'un mail de remerciement après un entretien.



Réf :	UCH
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 7-8 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Simulations d'entretiens d'embauches filmées suivies de débriefing personnalisés. Travail sur le verbal et la posture.

### » PARTICIPANTS

Toute personne en phase de recherche d'emploi, qui souhaite s'entraîner à l'exercice de l'entretien d'embauche.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Chercher un emploi avec son réseau

Ce stage pratique vous permettra d'identifier ce que votre réseau peut vous apporter dans votre recherche d'emploi. Il vous montrera comment prendre contact avec vos relations, poursuivre vos démarches et trouver de nouvelles pistes pour renforcer votre réseau.

## » Connaître le fonctionnement d'un réseau

- Savoir identifier son réseau : quelles sont les personnes qui constituent mon réseau ?
- Identifier le réseau personnel et professionnel.
- Définir une stratégie de réseautage pour la recherche d'emploi.
- Favoriser les occasions de rencontres.
- Particularités des réseaux sociaux.
- La théorie des 6 degrés de séparation.
- Une efficacité statistiquement prouvée.

**Travaux pratiques** Exercices sur la méthode permettant de constituer la liste de son réseau.

## » Utiliser les aides que son réseau peut apporter

- Les différents types d'aides dans ma recherche d'emploi.
- Notion de liens forts et de liens faibles.
- Cibler les bons contacts.
- Préparer les entretiens réseau : quelles sont les informations que je souhaite obtenir ?
- Inversement, que pouvez-vous apporter à votre réseau ?
- La notion d'échange gagnant/gagnant.
- Les qualités d'un bon réseau.

**Travaux pratiques** Travail sur la réalisation d'un planning des actions à mettre en place.

## » Prendre contact avec ses relations

- Activer et prendre contact avec son réseau.
- Le déroulement d'un entretien réseau.
- Savoir élargir son réseau : les contacts de mes contacts.
- Comment suivre et réactiver mes démarches ?
- Optimiser mon action de réseautage.
- Planifier les actions de réseautage à court et moyen terme.
- L'entretien réseau : une vraie démarche de journaliste.
- Prévoir un budget pour les diverses actions de réseautage.

**Travaux pratiques** Entraînement à la prise de contact et l'entretien réseau.

## » Entretenir son réseau

- La dimension psychologique : l'état d'esprit réseau.
- Cultiver cet esprit réseau.
- La dimension méthodique du réseau : la démarche réseau.
- Gagner en confiance en soi.
- Savoir étoffer son carnet d'adresses régulièrement.
- Apprendre à roder son discours.
- Faire profiter ses contacts et ses interlocuteurs de son expérience.
- Entretenir ses contacts aussi sur les réseaux sociaux tels que LinkedIn et Viadeo.

**Travaux pratiques** Manipulation de l'outil informatique pour surfer sur les réseaux sociaux LinkedIn et Viadeo.



Réf :	LOR
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 20 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Cet atelier vous permettra de réfléchir à la notion de réseau. Vous pourrez constituer la liste de votre réseau.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant activer son réseau dans un cadre professionnel.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Permettre aux collaborateurs, aux cadres, aux managers d'une entreprise d'aborder plus facilement les changements auxquels ils sont régulièrement confrontés, en comprenant leurs résistances et en apprenant à les transformer en leviers de progrès et d'efficacité.



Réf :	BAN
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./24-25 nov. 2014 15-16 déc. 2014 12-13 janv./16-17 fév. 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic, mises en situation comportementales, exercices de réflexion individuelle et collective.

**PARTICIPANTS**  
Tous collaborateurs confrontés à un changement et souhaitant développer leurs capacités d'adaptabilité.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Identifier les causes du changement

- Définir le changement dans l'entreprise et l'impact sur l'activité.
- Les facteurs suscitant un changement : technologie, stratégie, culture...
- Les degrés de changement : le réglage, la réforme, la restructuration, la refondation.

**Travaux pratiques** *Reflexion individuelle sur les causes du changement dans son entreprise.*

» Comprendre les impacts du changement sur l'efficacité professionnelle

- Le changement : volontaire ou subi.
- Les représentations du changement : entre volonté, résistance et acceptation.
- Le stress inhérent à tout changement.
- Les comportements possibles.
- Les facteurs de résistances au changement.

**Travaux pratiques** *Pointer ses expériences de changement et leurs impacts.*

» Connaître les étapes de l'adaptation au changement

- Les étapes du changement.
- Etablir les coûts et les bénéfices du changement.
- Utiliser le changement comme facteur de progrès.
- Les conséquences d'une inadaptation.
- La courbe du deuil : savoir faire le deuil du passé.

**Exercices** *Autodiagnostic : identification de son cheminement personnel dans les étapes du changement.*

» Lever les obstacles à l'adaptation au changement

- Identifier et vaincre les freins cognitifs et comportementaux qui empêchent l'adaptation.
- Apprendre le lâcher-prise.
- Passer de la routine à la remise en question constructive. Faire preuve d'audace et stimuler sa créativité.

• S'accorder des droits à l'erreur, à douter, à ne pas tout contrôler.

- Traduire ses pensées et ses émotions en comportements.
- Passer des perceptions inadaptées à des perceptions réalistes.
- Développer des pensées spontanées. Connaître les principales distorsions cognitives.
- La grille de confrontation des croyances.

**Exercices** *Analyser et rationaliser ses pensées et croyances limitantes face aux changements.*

» Concrétiser l'adaptation au changement

- Se motiver à l'adaptation : anticiper les récompenses.
- Se fixer des défis et objectifs de progrès.
- Se procurer les ressources nécessaires à l'adaptation.
- Se fixer des délais d'évolution.
- Evaluer ses résultats.

**Exercices** *Elaboration d'un plan d'action individuel détaillé pour développer son adaptabilité.*



Ce stage vous permettra de créer et saisir des opportunités professionnelles. Grâce à une démarche guidée, vous identifierez vos ressources et apprendrez à les mettre en œuvre pour évoluer. Vous travaillerez à l'amélioration de votre image professionnelle et établirez le plan d'action de votre développement.



Réf :	BPE
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./18-19 déc. 2014 2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Identification et réflexion autour de votre progression professionnelle et des ressources à mettre en œuvre pour y parvenir.

**PARTICIPANTS**  
Collaborateurs en poste ou souhaitant donner une nouvelle évolution à leur vie professionnelle.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Bien se situer professionnellement

- Identifier les différents axes de progression.
- Comprendre ce qu'est une opportunité professionnelle.
- Cerner la notion de santé émotionnelle au travail.
- Voir en tout changement un facteur de progrès.

» Savoir identifier et utiliser ses ressources

- Connaître ses points d'appuis et les utiliser comme ressources internes.
- S'appuyer sur ses "compétences transversales".
- Transformer ses points faibles en levier de progrès.
- Traquer et combattre efficacement "l'ennemi intime".
- Identifier et utiliser les ressources externes à l'individu.

**Travaux pratiques** *Autodiagnostic : identifier vos points d'appuis. Utiliser le recadrage.*

» Savoir préparer son avenir afin d'être prêt à saisir les opportunités

- Comprendre la nécessité d'un plan de développement.
- Raisonner en termes de "projet".
- Identifier et calibrer son plan d'action.
- Découvrir sa propre "écologie".

**Travaux pratiques** *Exercice de réflexion individuelle : établir votre projet de développement professionnel et définir votre propre écologie.*

» Savoir s'affirmer dans l'entreprise

- Eviter les frustrations en apprenant à dire "non".
- Savoir faire part de ses émotions négatives.
- Se faire entendre sans agressivité et avec assertivité.

- Se positionner dans la perspective de son plan d'évolution. Créer la confiance.

**Travaux pratiques** *Exercices filmés et mises en situation pour apprendre à s'affirmer en entreprise. Débriefing collectif sur les comportements mis en œuvre.*

» Savoir développer son réseau interne et externe

- Etre et rester crédible à son poste actuel pour évoluer.
- Créer et développer une relation positive.
- Construire et alimenter efficacement son réseau.
- Comprendre et utiliser les différents canaux de communication interpersonnelle.
- Identifier sa propre valeur ajoutée.
- Réussir en mobilisant son réseau.

**Travaux pratiques** *Réflexion sur l'utilisation de son réseau interne pour contribuer à son évolution.*

» Entrer en action pour évoluer dans l'entreprise

- Mettre en œuvre un plan d'action.
- Utiliser une technique pour planifier son action.
- Se fixer des objectifs SMART.
- Savoir ce que l'on peut attendre du coaching professionnel pour réussir.
- Apprendre à limiter les effets néfastes du stress.

**Travaux pratiques** *Mise en place d'un plan d'action destiné à accélérer son évolution professionnelle.*

Cette formation vous montrera comment faire un point complet sur vos compétences et construire votre projet professionnel d'une manière concrète, efficace et dynamique.

## » La démarche compétences

- Connaître les différentes compétences.
- Cerner tous les enjeux de la démarche compétence.
- Appréhender les différents outils de gestion des compétences.
- Faire le lien avec les différents métiers.
- Identifier les compétences techniques et comportementales d'un métier.
- Faire la différence entre la compétence et le potentiel.

**Travaux pratiques** *Elaborer un outil de gestion de projet sur les enjeux de la démarche compétences.*

## » Focus sur ses propres compétences

- Réaliser l'état des lieux sur l'ensemble de ses compétences.
- Connaître ses compétences transférables.
- Distinguer ses compétences préférées.
- Détecter ses compétences à développer.
- Définir un projet professionnel, avoir une vision de son avenir professionnel.
- Identifier les compétences nécessaires à la mise en place de ce projet.
- Rechercher les informations manquantes : veille, réseau...

**Travaux pratiques** *Planning prévisionnel des grandes étapes de développement des compétences.*

## » Construire son projet professionnel

- Déterminer les freins au changement, les peurs et les habitudes.
- Préserver l'équilibre entre vie personnelle et professionnelle.
- Se préparer au changement.
- Prendre en compte le rôle de son entourage dans cette démarche.
- Définir tous ses atouts.
- Rechercher le plaisir dans le travail.
- Connaître la démarche VAE.
- Les leviers de la formation professionnelle.

**Travaux pratiques** *A quoi peut ressembler mon projet professionnel ?*

## » Lancer son projet professionnel

- Expliquer son projet en interne.
- Communiquer sur son projet en général.
- Repérer les professionnels qui peuvent accompagner ce projet.
- Etre force de proposition, proposer plutôt que demander.
- Préparer son bilan d'étape professionnel ou son entretien de mobilité, les arguments.
- Savoir quelle communication adopter.
- S'intégrer à une nouvelle équipe.
- Renforcer et développer ses compétences.

**Travaux pratiques** *Jeu de rôle sur l'entretien de mobilité. Débriefing en groupe.*



Réf :	BIP
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 19-20 janv./9-10 mars 2015 11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas, bilan des compétences actuelles et de celles qui sont à développer dans le cadre d'un projet professionnel.

### » PARTICIPANTS

Salariés désireux de faire un point sur leurs compétences, seniors souhaitant anticiper leur seconde partie de carrière, collaborateur des Ressources Humaines, tuteurs amenés à gérer les compétences.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Préparer son projet VAE

La Validation des Acquis par l'Expérience (VAE) permet de faire reconnaître ses compétences, de les valoriser et de sécuriser son évolution professionnelle. Très concret et basé sur de nombreux exercices, ce stage permet de se préparer et de se donner les moyens de réussir sa VAE.

## » La démarche VAE

- Les conditions d'accès et le financement de la démarche.
- La VAE dans les réformes de la formation professionnelle, dans le cadre du DIF, du CIF et du plan de formation.
- L'intérêt de la démarche pour l'entreprise et le salarié.

## » Faire le choix d'un diplôme et identifier les acteurs

- Trouver le bon diplôme, titre ou certificat professionnel visé.
  - Les certifications accessibles et les critères de recevabilité.
  - Que faire en cas de rejet ?
  - Le rôle des différents acteurs : les Points Relais Conseil, l'organisme certificateur, le jury de validation.
- Travaux pratiques** *Trouver une méthode efficace pour faire le bon choix.*

## » Maintenir sa motivation

- Définir son projet professionnel et évaluer sa faisabilité.
- Déterminer ses motivations.
- Intégrer les contraintes de la démarche.
- Comprendre les attentes du jury.
- Les règles d'or.

## » Analyser son parcours professionnel

- Décrire ses activités : professionnelles, autres.
  - Les différents types de compétences.
  - Les compétences et l'employabilité.
- Travaux pratiques** *Lister et détailler les missions.*

## » Les différentes étapes de la conduite du projet

- La demande auprès de l'organisme valideur.
  - Le dépôt de dossier : livret 1.
  - La préparation de l'évaluation : livret 2.
  - L'examen du dossier et l'évaluation de l'expérience.
  - La validation totale, partielle ou nulle...
- Travaux pratiques** *Livret 2 : réflexion personnelle et rédaction.*

## » La préparer et constituer son dossier

- Mode d'emploi du dossier.
  - Récapitulatif du parcours, justificatifs, demande de validation et lettre de motivation.
  - Le questionnaire et l'extraprofessionnel.
- Travaux pratiques** *Travail sur un dossier de recevabilité.*

## » Identifier les épreuves de validation à l'oral

- Les différentes épreuves de validation envisageables.
  - Présenter son environnement de travail.
  - Décrire ses expériences vécues et ses missions.
  - Présenter ses compétences.
- Travaux pratiques** *Présenter une mission, un projet, répondre aux questions du jury.*



Réf :	VAE
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mises en situation réalistes et confrontation de pratiques, acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

### » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse à toute personne qui s'interroge sur la nécessité de faire une VAE mais aussi à tous ceux qui souhaitent préparer une VAE.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Permettre à chaque participant de faire le point sur ses compétences en toute confidentialité. Identifier ses réelles motivations. Connaître ses forces motrices et ses craintes face au changement. Se projeter dans l'avenir en définissant un projet professionnel "réalisable".



Réf :	MOI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de cas. Travaux pratiques de rédaction d'une compétence déclinée. Chaque participant détermine les grandes rubriques de son référentiel.

**PARTICIPANTS**  
Tout salarié qui souhaite faire le point sur ses compétences.

**PREREQUIS**  
Etre en situation de changement professionnel.

» Se préparer à changer de poste, de profession

- Se mettre dans une dynamique de changement.
- Connaître ses forces motrices et ses freins.
- Pourquoi et comment changer ?
- Evaluer ses intérêts et ses sacrifices au changement.
- Se doter de techniques et de grilles pour mieux appréhender le changement.

**Exercices** Autodiagnostic.

» Mieux connaître ses compétences

- Faire le point sur ses réalisations professionnelles et extraprofessionnelles. Lister chaque compétence.
- Comprendre les tâches qui vous motivent et dessiner le poste qui vous convient le mieux.
- Identifier les connaissances nécessaires, les savoir-faire à maîtriser et les qualités relationnelles.
- Mesurer les écarts et proposer un plan d'actions.

**Exercices** Elaborer son portefeuille compétences et motivations. Mesurer les écarts.

» Faire sa veille métier

- Savoir repérer les métiers qui vous attirent.
- Prendre connaissance des métiers de demain.
- Identifier les compétences requises pour réaliser son projet.

**Etude de cas** Réaliser une veille métier en sous-groupes.

» Définir sa future fonction

- Dessiner son projet professionnel.
- Comblent les écarts entre les compétences requises et les compétences actuelles.
- Décider des actions de formation indispensables.
- Se doter d'objectifs pour la période d'intégration et les valider avec sa direction.

**Exercices** Elaboration de son projet professionnel et planning prévisionnel.

» Présenter son projet professionnel et réussir ses entretiens de mobilité

- Préparer son entretien de mobilité.
- Connaître les étapes d'un entretien de mobilité.
- Savoir "vendre" son projet professionnel en interne.
- Adopter les bons comportements.
- S'intégrer dans une nouvelle équipe.

**Exercices** Entraînement à la présentation de son projet professionnel. Tour de table et debrief du consultant-coach.

» Plan Personnel d'Action de Progrès

- Autoanalyse/diagnostic de chaque participant.
- Mise en évidence de vos talents personnels et de vos points de progrès.
- Plan de développement personnel incluant : objectifs, étapes, délais, acteurs impliqués, obstacles, résultats attendus.

Ce stage vous permettra de bien vous préparer à la situation d'entretien : présentation, cohérence du parcours personnel, anticipation des questions, connaissance de l'entreprise, du contexte et du poste proposé. Vous apprendrez par ailleurs à maîtriser les étapes d'un entretien de recrutement pour mieux anticiper.



Réf :	POR
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 12-13 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Séquences de découverte, partages d'expérience, cas pratiques, mises en situation filmées et débriefées.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne amenée à présenter son parcours professionnel, à passer un entretien de recrutement.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Se préparer à l'entretien de recrutement

- Mener une démarche récurrente de veille métier et marché.
- Revoir son CV dans la perspective de l'entretien.
- Clarifier ses points forts au regard du poste à pourvoir.
- Se projeter en situation de réussite grâce à la visualisation positive.
- Préparer sa présentation vestimentaire et comportementale.
- Appliquer les techniques de préparation mentale efficace.

**Exercices** Identification et organisation des rubriques du CV. Exercices de mise en application pratique des techniques de préparation mentale.

» S'entraîner à la situation d'entretien (étape 1)

- Soigner son arrivée dans l'entreprise et l'entrée en relation avec le recruteur.
- Développer une posture d'écoute pour répondre aux attentes du recruteur.
- Montrer sa motivation et son enthousiasme : équilibre entre sérieux et spontanéité.
- Dérouler le fil de son parcours professionnel avec clarté et efficacité.
- Présenter les transitions entre chaque étape de son parcours.
- Mettre en avant ses compétences pour le poste.
- Valoriser ses réussites en décrivant les conditions et les enjeux.
- Analyser ses échecs avec recul, humilité et pertinence.

**Exercices** Simulations individuelles avec vidéo et à partir de CV fictifs. Débriefing collectif.

» Optimiser sa gestion du trac

- Travailler les méthodes simples de gestion du trac.
- Travailler ses attitudes, sa voix, son émotivité pour gagner en aisance.
- Maîtriser les techniques d'écoute active et de reformulation.
- Préparer les questions potentiellement pièges.
- Identifier ses points faibles et apprendre à les maîtriser.
- Distinguer ses points forts pour en tirer parti et gagner en confiance.

**Exercices** Exercices collectifs de postures et attitudes. Coaching vocal. Exercices individuels de reformulation.

» S'entraîner à la situation d'entretien (étape 2)

- Répondre aux questions du recruteur avec assertivité.
- Aborder sereinement les questions sensibles.
- Faire partager ses passions et intérêts.
- Finir sur une bonne note.
- Suivre le parcours de sa candidature en manifestant de l'intérêt.
- Apprendre à capitaliser sur la rencontre même en cas d'échec.

**Exercices** Recherche de conclusion à l'entretien. Mises en situations et débriefing collectif.

Comprendre les régimes de retraites et les différentes pensions. Etablir une reconstitution de carrière. Réfléchir à la fiscalité. Apprendre à établir de nouveaux liens avec l'entreprise, en famille, réfléchir à de nouvelles règles de vie, construire des projets d'activités, prévoir d'entretenir sa santé et sa mémoire.

## » Connaître ses droits et calculer ses revenus

- Comprendre la problématique des retraites, les réformes et l'actualité des retraites.
- Constituer son dossier de reconstitution de carrière. S'informer sur ses droits.

• Appréhender les différentes pensions de retraite, retraite de base, retraite complémentaire et surcomplémentaire.

- Gérer ses revenus, son patrimoine, anticiper la transmission, les donations, la fiscalité.

**Exercices** Calculs de pensions. Calculs de transmission de patrimoine (préparée ou non anticipée).

## » Faire face aux changements dus au passage à la retraite

- Le lien avec l'entreprise : créer des relations positives avec son successeur, participer à la mémoire de l'entreprise.
- Repérer les changements, les accepter et les positiver.
- Réapprendre à vivre à deux et faire face aux sollicitations familiales : parents âgés, enfants, petits-enfants.
- Mettre en place de nouvelles règles de vie.
- Savoir se préserver du temps pour soi.
- Vivre positivement la période de transition à la découverte de ses nouvelles règles de vie.
- Réfléchir aux risques de la retraite (isolement, dépression, sédentarité...) et s'en prémunir.

## » Agir pour construire sa retraite active

- Concevoir un projet à moyen et long terme.
- Réaliser un bilan de ses qualités et centres d'intérêt.
- Trouver de nouvelles activités pour rebondir.
- Effectuer des choix d'activités pour soi.
- Préparer et anticiper ses projets.
- Posséder les adresses utiles : facultés, associations, fédérations de sport, activités culturelles et de loisirs.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un test individuel : suis-je prêt pour cette nouvelle vie ? Débriefing et échanges.

## » Optimiser son capital santé

- Entretenir et dynamiser sa mémoire.
- Avoir une alimentation saine et équilibrée.
- Préserver son sommeil.
- Gérer le stress et ses conséquences.
- Utiliser le suivi médical.
- Se construire une vie équilibrée et sereine.



Réf :	PRT
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 5-6 fév./23-24 avril 2014 18-19 juin 2015
Groupe 1	19-20 mars/11-12 juin 2015
Groupe 2	26-27 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne proche de la cessation d'activité professionnelle.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Point de vue

### ...> Je voudrais bien mais je n'ai pas le temps ! Quelques trucs et astuces ...



Anne-Marie Derouault

« Si tu connaissais le Temps aussi bien que moi [...], tu ne parlerais pas de le perdre. Le Temps est un être vivant. » Lewis Carroll

Voici quelques problématiques fréquentes et des solutions simples et efficaces à mettre en œuvre :

#### La gestion des interruptions

Il est important de ne pas se laisser interrompre facilement ; en effet il faut plus de temps pour effectuer une tâche si on la fait en plusieurs temps que si on la fait en une fois : on estime que la déperdition de temps peut aller jusqu'à 30% quand on est interrompu ; le cerveau a besoin de temps pour changer de sujet, dans un sens, puis dans l'autre lorsque l'on revient à la tâche originelle. Toutefois, varier les activités est stimulant et planifier son agenda de façon à ne pas le rendre monotone est essentiel. Ainsi, il est conseillé de ne pas regrouper toutes les tâches « rébarbatives » en même temps ; il est utile aussi de respecter ses biorythmes....

Anne-Marie Derouault, consultante, coach et formatrice Orsys, a travaillé durant plusieurs années à des postes clés de la communication et du management en entreprise. Elle est aujourd'hui spécialisée dans le développement personnel et le leadership.

Lisez la suite sur notre blog - [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr) ...>



Cette formation vous permettra de redéfinir vos priorités professionnelles et personnelles en vue de valoriser et de transmettre votre expérience. Vous serez ainsi prêt à organiser votre départ en optimisant cette période de transition.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : NOE

Durée : 2 jours

Paris 15-16 déc. 2014  
2-3 avril/1-2 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Pédagogie active et participative : exemples concrets, démonstration et partage d'expérience, jeux de rôle, quiz.

---

**PARTICIPANTS**

Toute personne souhaitant donner un second souffle à sa carrière.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Prendre conscience de ses atouts et les valoriser**

- Identifier ses ressources personnelles : expertise, compétences, réseaux.
  - Combattre ses doutes et ses croyances sur les seniors.
  - Réfléchir à l'évolution de ses motivations et de ses valeurs liées au travail.
  - Bâtir une stratégie de marketing personnel : développer sa visibilité.
  - Faire le point sur ses activités actuelles et futures.
- Travaux pratiques** Grilles d'analyse de ses ressources personnelles, motivations et valeurs au travail. Identifier ses besoins et définir ses projets.

**» Coopérer en bonne intelligence avec les autres générations**

- Comprendre les comportements des différentes générations : Y, X, senior.
  - Etablir les bases de relations harmonieuses avec les trois générations.
  - Savoir communiquer et coopérer quelle que soit la génération.
- Travaux pratiques** Réflexion collective autour des attentes et besoins des différentes générations.

**» Optimiser son énergie et gagner en harmonie**

- Connaître ses sources d'énergie et les facteurs atténuant sa vitalité.
- Soigner son capital intellectuel : concentration, mémorisation.

- Gérer son capital santé : alimentation, activités culturelles et sportives.
- Structurer son temps : optimiser son organisation personnelle.

**Travaux pratiques** Test sur ses sources d'énergie et sur ses pratiques en matière d'hygiène de vie.

**» Pratiquer le knowledge management et transmettre son expérience**

- Connaître les différentes façons de transmettre son savoir.
  - Recenser le rôle et les missions des différents acteurs : formateurs, tuteurs, coaches, mentors.
  - Structurer le savoir à transmettre : le parcours et les méthodes pédagogiques.
  - S'approprier les outils du management collaboratif.
- Travaux pratiques** En groupe, chaque participant transmet un savoir-faire personnel.

**» Etre acteur de son départ éventuel**

- Anticiper son départ et préparer un plan d'actions : étapes, objectifs.
  - Gérer la transition : tourner la page, identifier ses ressorts et ses résistances au changement.
  - Prendre un nouveau départ vers un nouvel équilibre : relations, activités.
- Travaux pratiques** Définir son projet personnel et construire son plan d'actions.

## Seniors, l'essentiel avant la cessation d'activité

Une journée pour faire le point sur l'actualité des retraites. Régimes, pensions, calcul des montants, informations sur les régimes complémentaires et rôle des GPPS. Reconstitution du dossier de carrière. Calcul de l'Estimation Indicative Globale (EIG), établissement du Relevé Individuel de Situation (RIS).

**» Connaître les nouveaux droits des salariés en matière de retraite**

- La problématique des retraites, les réformes et l'actualité des retraites, les perspectives d'évolution.
- S'informer sur ses droits.
- Les différentes modalités de départ.
- Gérer ses revenus, son patrimoine, anticiper la transmission, les donations, la fiscalité.
- La protection de la famille.

**» S'orienter dans les démarches administratives**

- Etablir son dossier de reconstitution de carrière.
  - Les aspects pratiques, les démarches à accomplir.
  - Qu'est-ce que le RIS et l'EIG ? Quand et comment les recevoir ?
  - Services et prestations proposés par les GPPS (groupes paritaires de protection sociale).
- Exercices** Echanges/discussion sur les situations particulières.

**» Comprendre le système de calcul de retraite de base**

- Le fonctionnement du régime de retraite de base.
- Comprendre les bases du calcul (taux plein, taux réduit, durée d'assurance).
- Les limites des versements (pensions minimale et maximale).
- Connaître les différentes variantes au calcul de base (majorations de la durée d'assurance, majorations spécifiques...).

**» Appréhender le régime des caisses complémentaires**

- Les retraites complémentaires, surcomplémentaires (ARCCO, AGIRC...).
  - Comprendre les principes de calcul.
  - Obtenir sa retraite complémentaire sans minoration.
  - Les majorations de l'allocation.
- Exercices** Calculs de pensions. Calculs de transmission de patrimoine (préparée ou non anticipée).

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : SNI

Durée : 1 jour

Paris 6 oct./15 déc. 2014  
7 avril/29 juin 2015

Prix : 970 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**PARTICIPANTS**

Toute personne proche de la cessation d'activité professionnelle.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

# développement de son Potentiel

Exprimer pleinement sa personnalité en respectant celle des autres, avoir confiance en soi et s'estimer, gérer positivement son stress et ses émotions sont autant de facteurs qui influent sur la qualité de votre vie professionnelle, votre créativité et vos performances. Fruits d'une longue expérience en ce domaine, les cours Orsys vous aideront à développer vos potentiels et à vous épanouir dans votre environnement professionnel.

## » Assertivité, confiance en soi »

Etre acteur de son développement **F**

2 j - ADD - p.161

Best

Assertivité : oser s'affirmer - Niveau 1 **F**

2 j - ASO - p.180

Assertivité : renforcer la confiance en soi - Niveau 2

2 j - ASP - p.181

Estime de soi **F**

2 j - ESO - p.181

Best

Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre

2 j - THP - p.182

Développer sa voix pour mieux s'affirmer **Nouveau**

2 j - VOR - p.203

## » Gestion du stress et des émotions »

Best

Gérer son stress, niveau 1 **F**

2 j - GST - p.183

Gérer son stress, niveau 2 **F**

2 j - GTS - p.183

Techniques corporelles et énergétiques pour prévenir et gérer le stress

2 j - TOE - cf@

Best

Maîtriser ses émotions pour être plus efficace **F**

2 j - TOI - p.184

Best

Savoir lâcher prise et prendre du recul **F**

2 j - LAC - p.184

Réactiver sa motivation dans les périodes difficiles

2 j - RMI - p.185

Préserver son capital santé en milieu professionnel

2 j - CAS - p.185

Gérer son trac dans la prise de parole

2 j - ERA - p.202

## » Aisance professionnelle »

Développer son aisance professionnelle **F**

2 j - AIS - p.186

Développer votre flexibilité comportementale **F**

2 j - FLE - p.186

Mieux utiliser vos ressources internes

2 j - URI - p.187

Définir et atteindre un objectif

2 j - BJE - p.187

Prendre une décision et savoir la vendre

2 j - DEI - p.161

Optimiser son énergie pour gagner en sérénité et efficacité

2 j - ENE - p.188

S'épanouir au travail

2 j - RTR - p.188

Ecoute active pour mieux communiquer **F**

2 j - EQU - p.193

Best

Développer des relations non hiérarchiques constructives

2 j - DHC - p.196

Bien s'adapter au changement

2 j - BAN - p.174

## » Créativité, Mind Mapping »

Développer votre créativité

2 j - CRA - p.189

Optimiser sa capacité à résoudre les problèmes **F**

2 j - RPR - p.189

Best

Carte mentale, les fondamentaux

3 j - MIP - p.190

Carte mentale, niveau avancé

2 j - MMA - p.190

Dynamiser les réunions avec la carte mentale

2 j - MMT - cf@

Savoir improviser

2 j - IRO - p.206

Stimuler votre créativité à l'écrit

2 j - STI - cf@

Apprendre à développer estime et confiance en soi pour s'affirmer (être "assertif") dans des relations harmonieuses, sans empiéter sur le Territoire de l'autre. Analyser ses comportements instinctifs, gérer les critiques, appréhender les conflits par l'analyse transactionnelle et savoir dire non (méthode DESC).

### Faire le point sur ses qualités et ses limites comportementales

- Définition de l'assertivité : affirmation de soi et des opinions dans le respect de celles de ses interlocuteurs.
- Manifestations de l'assertivité dans les relations humaines.
- Enjeux et bénéfices de l'assertivité dans les contextes personnels et professionnels.
- Mieux connaître son style relationnel par l'autodiagnostic d'assertivité : qualités, défauts, réussites, échecs...
- Mieux appréhender son ressenti par rapport à sa propre image : image perçue et image projetée.
- Comprendre ses zones de confort, de risque et de panique.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic relationnel et identification de ses propres freins à l'affirmation de soi. Auto-analyse et débriefing collectif.

### Identifier son système de réactions spontanées en cas de non-assertivité

- La passivité ou comment fuir la situation (comportements caractéristiques, justifications et conséquences).
- L'agressivité ou comment passer en force (manifestations et conséquences sur soi et sur les autres).
- La manipulation ou comment ne pas faire face à l'autre (comportements caractéristiques, justifications et conséquences).
- Passer de la passivité, l'agressivité ou la manipulation, à l'assertivité.

**Travaux pratiques** Echanges, partage et retours d'expériences sur les différentes réactions spontanées non-assertives (tendance à la fuite, agressivité et manipulation).

### Développer et renforcer sa confiance en soi

- Connaître les " positions de vie " de l'analyse transactionnelle.
  - Se connaître pour accepter les autres et être en harmonie.
  - S'affirmer avec respect, et se respecter soi-même. Nourrir l'estime de soi.
  - Neutraliser l'impact des pensées négatives, les transformer en pensées positives, apprendre à maîtriser ses émotions.
  - Mettre en œuvre les clés pratiques qui renforcent son attitude assertive : actions, vocabulaire de l'assertivité...
- Travaux pratiques** Exercices, mises en situations et jeux de rôles pour renforcer sa confiance en soi et développer son assertivité.

### Savoir gérer les critiques

- Distinguer les faits, les opinions et les sentiments.
- Recevoir les critiques justifiées de manière distanciée : reformuler, se focaliser sur les faits...
- Refuser les critiques injustifiées avec fermeté : appliquer les techniques de l'écredon et du disque rayé.
- Réagir à la critique : la neutraliser, approfondir, reconnaître ses erreurs...
- Formuler des critiques constructives sur les actions et non sur les personnes : méthode D.E.S.C.

**Mise en situation** Jeux de rôles et mises en situation pour s'entraîner à formuler et recevoir des critiques de façon assertive.

### Apprendre à dire non

- Savoir dire " non " : les bénéfices, les avantages et les enjeux.
- Formuler un refus clair (grâce à la méthode D.E.S.C.).
- Expliquer sans se justifier : donner des explications légitimes, ne pas s'excuser...
- Proposer, si nécessaire, une solution de rechange : la négociation et la recherche d'une position " gagnant-gagnant ".

**Mise en situation** Mises en situation et jeux de rôles autour du " non ". Entraînement à l'utilisation de la méthode D.E.S.C.

### Désamorcer les situations conflictuelles

- Connaître et comprendre les différents types de conflits : d'intérêt, d'idées, de personnes, de valeurs...
- Savoir se positionner dans une situation de conflit, adopter la bonne posture.
- Gérer son stress en direct face à l'agression verbale : définir le stress et le réduire, faire baisser la tension.
- Exprimer son ressenti : la médiatisation des émotions.
- Identifier et lever les zones de blocage : écoute active et reformulation.
- Remplacer l'escalade par la mise en place de relations " adulte-adulte " : canaliser l'agressivité de l'autre.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles et simulations de situations conflictuelles. Débriefing collectif.

### Mettre en place un plan d'actions adapté

- Faire un bilan des acquis du stage.
- Identifier ses atouts et axes de progrès.
- Se fixer des objectifs d'amélioration : objectifs S.M.A.R.T.
- Définir un plan d'actions et élaborer son planning de suivi et de réalisation.

**Travaux pratiques** Etablissement d'un contrat personnel de succès avec axes de progrès, objectifs à atteindre, plan d'actions et planning de réalisation.

Réf :	ASO
Durée :	2 jours
Paris	29-30 oct./20-21 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./26-27 fév. 2015
Groupe 1	16-17 oct./4-5 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Groupe 2	4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014 8-9 janv./5-6 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### EXERCICES

Autodiagnostic, tests. Mises en situation active. Jeux de rôles. Echange d'expérience. Débrief personnalisé.

#### PARTICIPANTS

Toute personne désireuse de développer l'affirmation de soi dans sa communication.

#### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### pour aller plus loin

- Assertivité : renforcer la confiance en soi - Niveau 2 p. 181
- Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre p. 182
- Maîtriser ses émotions pour être plus efficace p. 184

Cette formation s'adresse à toute personne qui maîtrise déjà les techniques d'affirmation de soi et qui souhaite les approfondir. Renforcer la confiance en soi et savoir faire face à des situations ou des personnalités difficiles ; oser affirmer sa valeur ajoutée ; acquérir des outils concrets et individualisés.

## » Etat des lieux sur son assertivité et sa confiance en soi

- Apports sur la construction de la confiance en soi et de l'affirmation de soi.
- Présentation approfondie des cinq dimensions ressources.
- 1 : le rationnel (intellectuel). 2 : l'affectif (relation à l'autre).
- 3 : le social (relation aux autres au travail). 4 : le physique (ressources corporelles).
- 5 : le sens (réalisation de ses valeurs dans le travail).
- Identification de ses points forts en matière d'assertivité et de confiance en soi à partir de ces cinq dimensions.
- Identification de ses axes de progrès à partir de ces cinq dimensions.
- Choix et partage avec le groupe par chaque participant d'un ou de deux points importants à travailler durant le stage.

**Travaux pratiques** Test sur son degré d'assertivité.

Travail en binôme et expression libre de chacun en tour de table.

## » Mises en situation et études de cas concrets individualisés

- Approfondissement en grand groupe des cas concrets individualisés.
- Travail "sur mesure" à partir d'une étude de cas, d'un jeu de rôle ou d'un exercice approprié.

- Succession des travaux "sur mesure" pour chaque stagiaire.
- Apports théoriques complémentaires de l'animateur et synthèse des acquis des participants.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles, études de cas concrets ou exercices appropriés aux points travaillés.

## » Fierté et audace d'être soi

- Apprendre à se dépasser et accepter d'être vu par les autres dans son authenticité et dans sa force.
- Préparer son défi personnel : assumer un talent face au groupe, se confronter à une difficulté, oser l'inhabituel.
- Présenter devant un groupe "bienveillant et encourageant" son "défi".
- Débriefing collectivement (groupe, animateur et stagiaire) sur le "défi" réalisé.

**Travaux pratiques** Préparation et présentation successive des "défis".

## » Plan d'action

- Identifier et fixer des objectifs correspondant aux cinq dimensions (Rationnelle, Affective, Sociale, Physique, Sens).
- Présenter son objectif de progrès au groupe qui donne des conseils et enrichit les projets.

**Travaux pratiques** Travail en binôme et enrichissement en grand groupe.



Réf :	ASP
Durée :	2 jours
Paris	27-28 oct./1-2 déc. 2014 5-6 fév./29-30 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Test et états des lieux sur son degré d'assertivité. Mise en jeu d'une situation illustrant un point fort ou un axe d'amélioration.

## » PARTICIPANTS

Tout public ayant suivi le stage ASO et tout public souhaitant se perfectionner dans le développement de soi et l'affirmation de soi.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances de base et volonté de s'engager dans un travail de connaissance de soi.

# Estime de soi



Cette formation vous aidera à définir votre attitude, vos décisions et vos actions à partir d'un sentiment positif de vous-même. Elle vous donnera les moyens pratiques d'entretenir cette estime de soi, lors de situations délicates ou difficiles, et d'accéder à une meilleure qualité de vie.

## » Définir l'estime de soi

- Les sources de l'estime et de la confiance en soi.
- La valeur personnelle extrinsèque et intrinsèque.
- Le maintien d'une valeur personnelle positive.
- Les stimuli externes et internes.
- Les conséquences du niveau d'estime de soi.
- L'estime de soi et le rôle de nos émotions.

**Travaux pratiques** Questionnaire d'évaluation "Estime de soi et confiance en soi".

## » Analyser ses réussites et ses échecs

- S'accepter soi-même et se respecter sans se juger.
- Affirmer sa personnalité et mettre ses atouts en valeur.
- Considérer réussites et échecs comme des feed-back.
- Surmonter ses blocages personnels.
- Se libérer de l'influence de son propre passé.

**Travaux pratiques** Identifier et analyser les aspects de sa personnalité (attitudes, comportements).

## » Développer l'estime de soi

- La construction de l'image de soi.
- Les conséquences de notre estime.
- Savoir se motiver.
- Atteindre ses objectifs personnels et professionnels.
- Se responsabiliser face à ses expériences.
- Les croyances nuisibles à l'estime de soi.
- Limiter son anxiété et son insécurité.

**Travaux pratiques** Identifier ses facteurs de motivation et de responsabilisation pour atteindre ses objectifs.

## » Identifier les émotions associées à l'estime de soi

- Susciter des émotions dynamisantes.
- Gérer ses émotions désagréables : anxiété, peur, découragement...
- Canaliser ses pensées spontanées nuisibles.
- Gérer les situations et les comportements anxiogènes.
- Confronter ses croyances négatives et irréalistes.

**Travaux pratiques** Identifier et combattre ses pensées spontanées et ses comportements nuisibles à l'estime de soi.

## » Oser et s'affirmer

- L'écoute active.
- L'assertivité.
- Combattre les tendances à la fuite.
- Emettre des critiques constructives.
- Savoir dire "non".
- Appliquer la méthode D.E.S.C.

**Travaux pratiques** S'entraîner à la communication assertive, à émettre des critiques et y répondre efficacement.

## » Concevoir un plan d'action personnalisé

- Concevoir des objectifs de progrès cognitifs et comportementaux d'estime de soi.
- Elaborer un plan d'action individuel d'estime de soi.

**Travaux pratiques** Concevoir son plan d'action individuel de développement de l'estime de soi.



Réf :	ESO
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 9-10 fév./2-3 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Tests, exercices, mises en situation sur cas et élaboration d'un Plan d'action individuel.

## » PARTICIPANTS

Les personnes qui souhaitent travailler sur leur potentiel d'estime et trouver les points d'appui pour acquérir la confiance en soi.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Se sentir plus à l'aise, plus en confiance et avoir une plus grande aisance verbale et corporelle dans des situations professionnelles comme la conduite ou la participation à un entretien ou à une réunion, une présentation orale en interne ou en externe ou toute autre situation relationnelle.



Réf :	THP
Durée :	2 jours
Paris	29-30 oct./27-28 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./26-27 fév. 2015
Groupe 1	18-19 déc. 2014 5-6 fév./6-7 mai 2015
Groupe 2	4-5 déc. 2014 19-20 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	11-12 déc. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Par un biais ludique et créatif, les exercices sollicitent à la fois l'intellect, les émotions, le corps et la voix pour agir sur la confiance en soi.

**PARTICIPANTS**  
Tout public.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Développer sa présence et son charisme**

- Respirer efficacement.
- Développer sa conscience corporelle.
- Acquérir un bon ancrage au sol.
- Se présenter positivement.

**Exercices** Exercices techniques sur la respiration, l'ancrage, le maintien, le regard. Présentation de soi.

**» Etre convaincant et savoir se faire entendre**

- Prendre la parole avec autorité et engagement.
- Identifier et faire passer un message clé.
- Développer sa force de conviction.
- Maîtriser les règles de base de la rhétorique : avoir un objectif, s'adapter à l'auditoire, structurer son discours.

**Exercices** Défendre un point de vue. Trois minutes pour convaincre. Raconter une fable avec ses propres mots.

**» Développer sa fluidité verbale**

- Maîtriser les mécanismes de l'éloquence pour s'exprimer librement.
- Développer son sens de l'improvisation et sa créativité.
- Etre à l'écoute pour améliorer sa répartie.
- Savoir susciter des interactions avec ses interlocuteurs.

**Exercices** Exercices d'improvisation théâtrale. Entraînement sur les règles de base de l'éloquence.

**» Gagner en confiance en soi et en aisance**

- Identifier ses qualités personnelles.
- Adopter une posture relationnelle efficace.

- Savoir se synchroniser avec les autres.
- Oser partager son opinion.

**Exercices** Exercice du "miroir". Les positions de vie.

**» Développer son aisance corporelle**

- Acquérir une meilleure expression corporelle.
- Développer sa communication non verbale.
- Harmoniser sa communication verbale et sa gestuelle.
- Oser être créatif et accepter d'être regardé(e).

**Exercices** Jeu des statues ou "théâtre image" : travail sur la créativité en groupe. Exercices de dynamisation et d'expression corporelle.

**» Savoir gérer son trac**

- Maîtriser sa respiration pour mieux gérer ses émotions.
- Dépasser son trac grâce à la visualisation positive.
- Utiliser le regard et la distance d'interaction pour trouver sa zone de confort.
- Focaliser son attention sur son message et ses interlocuteurs.

**Mise en situation** Exercices de prise de parole face au groupe sur une thématique choisie.

**» Etablir un bilan individuel**

- Comprendre ses préférences de communication.
- Intégrer la façon dont on est perçu par les autres.
- Définir ses atouts et ses axes de progrès.

**Echanges** Elaborer des objectifs individuels de progrès.

## Périodes de professionnalisation des cursus adaptés aux besoins des salariés



Le but de ces périodes de professionnalisation est de faire évoluer les compétences dans les métiers de la branche afin d'obtenir une qualification reconnue et ainsi de favoriser le maintien dans l'emploi des salariés en CDI rencontrant des difficultés. Ces formations peuvent bénéficier de financements de la part de l'OPCA auquel l'entreprise a cotisé.



**//<LES BENEFICIAIRES>/**

Les salariés (en CDI) bénéficiant d'au moins **20 ans d'activité professionnelle**, ou âgés d'**au moins 45 ans**, ceux qui n'ont **pas eu de formation depuis au moins 5 ans**, ou dotés d'une **qualification insuffisante**, les bénéficiaires de l'obligation d'emploi des **handicapés**, ou bien encore salariés de **retour d'expatriation** ou de **congés maternité ou parental**. Ces périodes permettent d'adapter un parcours de formation au cas spécifique du salarié. Ce parcours alterne actions de formation et activité professionnelle et se déroule en principe pendant le temps de travail avec un maintien par l'employeur de la rémunération du salarié.

Pour tout savoir sur les périodes de professionnalisation, consultez le site de l'OPCA de branche (les adresses sont disponibles sur le site [www.centre-inffo.fr/Organismes-nationaux-de-branche](http://www.centre-inffo.fr/Organismes-nationaux-de-branche))

Nos consultants formation sont à votre disposition pour définir les parcours adaptés à vos périodes de professionnalisation, n'hésitez pas à les contacter : tél 01 49 07 73 73, [info@orsys.fr](mailto:info@orsys.fr)

# Gérer son stress, niveau 1



Ce stage vous apprendra à réagir aux problèmes, aux émotions et aux autres facteurs de stress qui surviennent dans votre vie professionnelle. Des études de cas, des mises en situation vous permettront de mieux appréhender votre stress afin de le réguler et de l'utiliser d'une manière constructive.

## » Evaluer les niveaux et facteurs de stress

- Définition, réaction et symptôme du stress (corporels, émotionnels, intellectuels et comportemental).
- Comprendre les réactions face au stress : les trois cerveaux.
- Les trois niveaux de stress : alarme, résistance, épuisement.
- Identifier ses propres facteurs de stress personnel et professionnel.
- Connaître les étapes du changement et le stress associé.

**Exercices** Brainstorming. Autodiagnostic sur le niveau de stress. Identification des agents stressants au travail.

## » Connaître les techniques de gestion du stress

- Approche cognitive : croyances "limitantes", injonctions et permissions.
- Approche émotionnelle : empathie, ancrage positif, visualisation et respect des besoins fondamentaux.
- Approche corporelle : respiration, relaxation, étirements et pratiques corporelles.
- Approche comportementale : pilotes internes "spontanés" et gestion des conflits.
- Approche des jeux relationnels avec le triangle de Karpman : persécuteur, sauveur et victime. Apprendre à s'en sortir.

**Exercices** Mises en pratique de techniques de respiration et de relaxation. Jeux de rôles sur la gestion des conflits.

## » Augmenter sa résistance au stress : développer une stratégie efficace

- Les positions de vie : apprendre à s'accorder de la valeur.
- Augmenter l'estime, l'affirmation et la maîtrise de soi par une définition de ses valeurs, qualités et compétences.
- La communication verbale et non verbale au service de son assertivité.
- Comprendre et repositionner ses comportements sous stress (attaque, fuite, repli, soumission et dominance).
- Identification des appuis à la résolution de problèmes. Se préparer à la confrontation.
- Améliorer son organisation professionnelle et personnelle pour une meilleure gestion des priorités.
- Définir votre organisation anti-stress.

**Exercices** Mises en situation de confrontation pour s'entraîner à en sortir positivement. Autodiagnostic. Débriefing collectif.



Réf :	GST
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./20-21 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./19-20 fév. 2015
Groupe 1	16-17 oct./18-19 déc. 2014 2-3 fév./27-28 avril 2015
Groupe 2	9-10 oct./11-12 déc. 2014 16-17 fév./7-8 avril 2015
Groupe 3	2-3 oct./4-5 déc. 2014 2-3 fév./27-28 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Ce cours, très interactif, s'appuie sur de nombreux exercices pratiques et jeux de rôles filmés avec restitution et analyse individualisée.

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Gérer son stress, niveau 2



Ce stage vous permettra d'évaluer votre sensibilité au stress face aux différentes sources de pression, pour le transformer en énergie positive. Vous vous entraînerez à canaliser votre stress par l'intelligence émotionnelle et à le réduire en adoptant un comportement assertif.

## » Définir les mécanismes de pression et de stress

- Définitions de la pression et du stress.
- Ne pas confondre symptômes, causes et conséquences.
- Les stratégies d'adaptation.
- La notion de Coping.

**Exercices** Analyse de situations (films) et réalisation d'une cartographie des facteurs de pression.

## » Evaluer son stress

- Prendre conscience des effets induits par la pression.
- Réactions psychiques, psychologiques et attitudes.
- Identifier ses stressseurs.
- Repérer ses signaux d'alerte.
- Sortir de sa "zone de confort".
- Comprendre ses résistances aux changements.

**Exercices** Autodiagnostic : évaluer son stress.

## » Canaliser son stress par l'intelligence émotionnelle

- Comprendre les "peurs" émotionnelles.
- Maîtriser ses automatismes de pensées stressantes.
- Contrôler le processus de maîtrise de soi.
- Modifier ses habitudes émotionnelles.
- Analyser les comportements clés en situation déstabilisante.
- Désamorcer nos émotions.
- Gérer le stress d'origine émotive.
- Canaliser son stress.

**Exercices** Test d'autoévaluation des processus émotionnels.

## » Transformer son stress en énergie positive

- Acquérir des techniques de relaxation physique et mentale : respiration, gestuelle, visualisation positive.
- Etablir une communication antistress.
- Améliorer son écoute pour éviter l'escalade du stress.

**Exercices** Exercices pratiques pour s'entraîner aux techniques de relaxation physiques et mentales.

## » L'assertivité pour réduire la pression

- Les cinq dimensions ressources.
- Mieux connaître son style relationnel.
- Ressenti par rapport à sa propre image.
- Zones de confort, de risque, de panique.

**Exercices** Autodiagnostic d'assertivité. Identification de ses propres freins à l'affirmation de soi.

## » Réduire l'impact du stress sur soi

- Assertivité et adaptabilité. Ni hérissos ni paillasons.
- Se respecter soi-même et respecter les autres.
- Neutraliser l'impact des pensées négatives.
- Les clés pratiques qui renforcent son attitude assertive.

**Exercices** Mises en situation d'un problème vécu.

## » Concevoir un plan d'actions personnalisé

- Définir et identifier les actions à mettre en œuvre pour modérer son propre stress.
- Transformer son stress en énergie positive.

**Exercices** Bâtir son propre plan d'actions puis l'ancrer dans une stratégie opérationnelle.



Réf :	GTS
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Jeux de rôle et échanges de pratiques.

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Il est conseillé de suivre au préalable le cours "Gérer son stress, niv. 1" (réf GST).  
» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Cette formation vous permettra d'acquérir les outils et méthodes nécessaires afin de conserver le contrôle de vos émotions en tout temps et en toutes circonstances. Elle vous donnera les moyens pratiques pour demeurer pleinement efficace lors de situations émotives ou délicates.

**df** Exercices pratiques **Best**

Réf :	TOI
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Groupe 1	18-19 déc. 2014 26-27 mars/18-19 juin 2015
Groupe 2	4-5 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	11-12 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Tests, exercices, mises en situation sur cas et plan d'action individuel, s'entraîner aux techniques de gestion des émotions.

**PARTICIPANTS**  
Tout public.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Les émotions et leurs impacts

- Les théories cognitives des émotions.
- Les stimuli externes et internes.
- Les conséquences agréables et néfastes des états émotifs : sur soi et sur les autres.
- Les éléments stressants et les émotions.
- Sympathie, empathie et antipathie.
- Les émotions déterminent l'action ou l'inaction.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un inventaire personnel de ses états émotifs et de leurs impacts.

### » Comment identifier ses émotions et leurs conséquences ?

- La dynamique Événement-Pensée-Emotion-Comportement.
- Nos pensées sont à la source de toutes nos émotions.
- Les émotions dynamisantes : joie, plaisir, calme, sérénité, satisfaction, motivation.
- Les émotions désagréables : anxiété, peur, tristesse, regret, hostilité, culpabilité, dépression, découragement.
- Le stress émotif adapté (utile) et inadapté (nuisible).
- Les effets des émotions sur nos relations et communications.
- Les conséquences constructives et néfastes.
- Les pensées spontanées.

**Travaux pratiques** Test d'autoévaluation des émotions et bilan.

### » Comment gérer ses émotions ?

- Gérer le stress d'origine émotive.
  - Canaliser son stress au travers du choix de ses réactions.
  - Faire face positivement aux pressions.
  - Être assertif plutôt que fuir, être passif ou agresser.
  - Se motiver positivement par l'abandon de nos pensées négatives et irréalistes.
  - Conserver une attitude rationnelle et des perceptions réalistes.
  - Traiter les situations selon les niveaux émotifs.
  - Désamorcer nos émotions et celles des autres.
- Travaux pratiques** Mises en situations sur l'assertivité et le désamorçage d'attitudes agressives.

### » S'exercer à la maîtrise de ses émotions

- Les outils pratiques de la maîtrise de ses émotions.
  - La confrontation des pensées causant les émotions néfastes.
  - Les questions spécifiques de confrontation.
  - La technique de relaxation : positions et approche.
- Travaux pratiques** Exercice de confrontation des pensées spontanées et des distorsions cognitives. Exercice d'application d'une technique de relaxation.

### » Dégager un plan d'action personnalisé

- Se fixer et concevoir des objectifs de progrès cognitifs et comportementaux.
- Travaux pratiques** Rédaction d'un Plan d'action individuel de gestion des émotions.

Cette formation vous aidera à prendre du recul et à mieux canaliser votre énergie face aux événements et aux personnes qui vous entourent. Grâce à une pédagogie active, vous apprendrez à utiliser les clés pertinentes du lâcher prise pour gagner en sérénité dans votre vie personnelle et professionnelle.

**df** Exercices pratiques **Best**

Réf :	LAC
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./20-21 nov. 2014 15-16 déc. 2015 26-27 mars/25-26 juin 2015
Groupe 1	24-25 nov. 2014 2-3 fév./27-28 avril 2015
Groupe 2	27-28 nov. 2014 22-23 janv./19-20 mars 2015
Groupe 3	9-10 fév./6-7 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Echanges. Mises en situation basées sur l'expérience et propositions d'axes de progression.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne désirant gérer autrement son énergie et améliorer son bien-être.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Définition du lâcher prise

- Définition du lâcher prise : ses principes, ses origines.
- Identifier le bénéfice du développement personnel.
- Le changement, le contrôle.
- Libérons-nous du temps : le passé, le présent et le futur.
- L'état présent.

**Exercices** Questionnaires sur la notion du temps, réflexions personnelles.

### » Les conséquences du lâcher prise

- Pourquoi lâcher prise dans son environnement professionnel et personnel ?
- Santé, mental, bien-être.
- Écoutons notre corps : "le corps est le temple de l'esprit".
- L'importance de changer ses attentes.

**Exercices** Autodiagnostic, le "FOG" américain. Travail sur ses propres représentations de la peur, des obligations et de la culpabilité.

### » Ajuster ses attitudes et ses comportements

- Avant de "lâcher", encore faut-il savoir ce que vous "tenez".
- Faire taire son mental.
- Se débarrasser des pensées négatives.
- Elargir son regard sur les autres et les événements.
- Cerner ses zones de crispation.
- Les indicateurs : colère, culpabilité, émotions, envies, déceptions, peurs et anxiété.

**Exercices** Echanges interpersonnels : identifier et résister à ses pensées automatiques. Débriefing collectif.

### » Recentrer l'essentiel et garder le cap

- Les obstacles : les résistances, les forces contraires.
- Détail de quelques techniques.
- Lever les résistances par l'humour et la créativité.
- L'art de la simplicité. Qu'éliminer, que garder ?
- N'accepter que ce qui satisfait vos sens.
- L'analyse pratique personnelle et professionnelle (APP).

**Exercices** Exercices, mises en situation sur cas des participants. Analyse pratique individuelle et collective.

### » Programmer son plan d'action

- Axe de progression : combien de temps ?
  - Objectifs et moyens : la visualisation, le topolanguage.
  - Le lâcher prise dans son agenda.
- Exercices** Topolanguage individuel de problèmes délicats à partir d'une expérience vécue. Plan d'action individuel. Formalisation des actions à mettre en œuvre.

# Réactiver sa motivation dans les périodes difficiles



Ce stage est destiné à vous aider à retrouver votre dynamique professionnelle et votre intérêt pour vos missions. Il vous permettra d'identifier vos ressources et de détecter vos freins. Vous reprendrez confiance et deviendrez un acteur de votre réussite.

## » Mutation paradigmatique et motivation

- Les quatre ruptures du modèle socio-économique mondial.
- Les conséquences sur la motivation au travail.

**Réflexion collective** Selon vous, quelles sont les conséquences directes de cette mutation sur votre environnement de travail ?

## » Accueillir et repérer les signes de sa démotivation

- Faire le point sur ce qui vous démotive : faits, comportements observables.
- Changer de regard : prendre du recul, relativiser, accepter.
- De l'importance de sa responsabilité vis-à-vis de ses résultats : prendre sa part et l'assumer.

**Exercices** Autodiagnostic de la situation. Analyse individualisée. Feedback du formateur.

## » Comprendre les ressorts de la motivation

- Découvrir les accélérateurs. Motivation extrinsèque et intrinsèque.
- Théorie de Maslow. Valeurs.

**Exercices** Autodiagnostic des capacités personnelles, des motivations et des freins. Analyse individualisée.

## » Définir son objectif à atteindre

- Déterminer son objectif SMART.
- Lister les ressources au service de son objectif.
- Définir les bénéfices de sa réussite.
- Visualiser son objectif atteint.

**Exercices** Exercices individuels d'application. Travaux en binôme. Restitution en groupe et feedback. Visualisation collective.

## » Mettre en place une stratégie gagnante

- Définir les objectifs-étapes.
- Éliminer l'ennemi à abattre : les pensées négatives et les croyances limitantes.

**Exercices** Exercice individuel d'application. Travail en binôme : trouver la principale croyance limitante et l'éliminer. Feedback du formateur.

## » Se préparer à l'entraînement du vainqueur

- Se lancer un défi de trente jours pour changer.
- Définir son environnement stimulant.
- Identifier et s'appuyer sur ses mentors.

**Exercices** Exercice individuel d'application. Feedback du formateur. Travail en binôme : présenter son mentor ressource.

## » Agir !

- Reconnaître ses progrès et se récompenser.
- Choisir son partenaire et son objet fétiche d'engagement.
- Concevoir son plan d'action individualisé.

**Exercices** Exercices d'application. Travaux en binôme. Restitution au groupe.

**Rédaction d'un Plan d'action de retour à sa motivation.** Partages.



Réf :	RMI
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 9-10 mars/1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Approche individualisée et synergie créative : autodiagnostic, exercices d'application, travaux en binômes, feedback du formateur.

## » PARTICIPANTS

Tout salarié ou manager ayant perdu la motivation dans son travail.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Préserver son capital santé en milieu professionnel



Face aux multiples contraintes professionnelles, il est important de conserver son équilibre personnel. Ce stage vous aidera à mieux connaître vos ressources, à améliorer votre hygiène de vie et à prévenir les risques physiques et psychiques, autant d'éléments pour agir avec sérénité et efficacité.

## » Clarification de la notion de santé

- Définition de l'OMS : la santé n'est pas l'absence de maladie.
- La notion de bien-être.
- Identifier ses besoins. Repérer ses modes de fonctionnement à risques.

**Réflexion collective** Echange collectif sur les comportements pouvant être nuisibles à son équilibre personnel.

## » Améliorer ses comportements alimentaires

- Adopter de bonnes habitudes.
- Équilibrer son alimentation.
- Le rôle des vitamines dans la défense de l'organisme.
- Garder la dimension du plaisir. Les addictions.

**Etude de cas** Composition de menus en fonction des besoins et des contraintes de chacun.

## » Connaître ses rythmes biologiques et le mécanisme du sommeil

- Rythmes biologiques et temps de travail.
- Détecter les signes de fatigue.
- Amis et ennemis du sommeil, les règles à respecter.

**Exercices** Exercices relaxants et régénérateurs.

## » Améliorer ses postures au travail

- Développer sa perception kinesthésique.
- Les bonnes postures. Améliorer sa position assise.
- Éliminer les tensions pour réduire la fatigue.
- L'impact des nouvelles technologies.

**Exercices** Détecter les tensions et les éliminer.

## » Prévenir les troubles musculo-squelettiques

- Identifier les signes les plus courants.
- Agir avec moins d'effort et plus d'efficacité.
- Prévenir les troubles visuels.

**Exercices** Assouplissement des articulations.

## » Gérer le stress

- Comprendre le stress et ses impacts sur la santé.
- Identifier les facteurs de stress et son profil.
- Savoir dire non.

**Exercices** Exercices d'ancrage, de mobilité et de respiration. Jeux de rôles pour apprendre à dire non de manière efficace.

## » Approviser mes émotions

- Reconnaître mes émotions et leur donner du sens.
- Exprimer les émotions de manière appropriée.

**Jeu de rôle** Identifier des situations où les émotions génèrent du stress. Les canaliser et les exprimer de manière appropriée.

## » Adopter une attitude positive et confiante

- L'impact des pensées positives.
- Comment cultiver les pensées positives.
- Renforcer la confiance en soi.

**Exercices** Exercices issus du training d'acteur pour renforcer la confiance en soi.



Réf :	CAS
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Autodiagnostic. Exercices corporels. Mises en situation active. Jeux de rôle. Échanges d'expériences.

## » PARTICIPANTS

Toute personne désirant être acteur de sa propre prévention et acquérir des automatismes de bien-être physique, émotionnel et psychique.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Vous apprendrez à vous engager avec conviction, à parler de votre activité avec clarté, à écouter autrement, à vivre en réseaux, à développer une approche coopérative des relations en entreprise en conciliant efficacité professionnelle et individualités.



Réf :	AIS
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 5-6 mars/12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### EXERCICES

Mises en situation ludiques ou filmées, échanges favorisant l'implication des participants. Présentation de méthodes et d'outils.

### PARTICIPANTS

Toute personne intervenant en relations hiérarchiques ou transverses, souhaitant réconcilier intérêts économiques, exercice de l'autorité et valeurs humaines.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » Développer son intelligence relationnelle

- Se faire comprendre.
- Aller au devant des besoins de ses interlocuteurs.
- S'ajuster à leur mode de fonctionnement.
- Savoir apaiser les tensions.
- Répondre aux non-dits.

**Travaux pratiques** Réflexion sur les composantes de l'aisance professionnelle.

#### » S'engager avec conviction

- Définir clairement ses objectifs et enjeux.
- Passer de l'intuition à l'idée. Parler pour être entendu et compris.
- Expliquer avec clarté et emphase son activité, son rôle et son objectif...
- Développer consistance et cohérence.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée.

Présentation de sa mission ou d'un projet en trois minutes.

#### » Ecouter autrement

- Schéma de base de la communication : message, émetteur, récepteur, inférences.
- Distinguer l'écoute subie de l'écoute active.
- La communication verbale et non-verbale.
- Concept et phases de l'écoute active.
- Les attitudes à adopter lors d'une écoute utile.
- Etre accessible.
- Intégrer l'autre dans l'échange.
- Garder la maîtrise de soi face au stress et aux imprévus.

**Travaux pratiques** Séquences d'entraînement en binômes, sur l'écoute active.

#### » Gagner en efficacité

- Anticiper pour ne pas subir.
- Gagner en sérénité : clés et outils d'organisation.
- Communiquer positivement et constructivement.
- Aller droit au but avec tact.
- S'autoriser à dire et à agir.
- Réduire incertitudes, quiproquos et malentendus.
- Aller au-devant de l'information.

**Travaux pratiques** Exercice ludique de mise en évidence des clés d'efficacité.

#### » Esprit d'ouverture

- Coopération et compétition.
  - Risques et enjeux.
  - La socio-dynamique des acteurs en entreprise.
  - Adapter son comportement aux personnes et situations.
  - Faire une rapide cartographie de son réseau.
  - Développer et entretenir son réseau interne.
- Travaux pratiques** Mise en situation collective et travaux de réflexion en sous-groupes sur l'approche coopérative et la façon d'adapter son comportement face aux situations. Débriefing du groupe et de l'animateur.

Le monde professionnel, toujours en évolution, demande aux managers et aux collaborateurs de plus en plus de flexibilité. Il leur est indispensable de développer leurs capacités d'écoute et d'observation, de prendre en compte les changements, de s'adapter aux nouveaux buts tout en conservant leur capacité d'initiative.



Réf :	FLE
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./18-19 déc. 2014 16-17 mars 2015
Groupe 1	16-17 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015

Groupe 2	9-10 oct./4-5 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	2-3 oct./4-5 déc. 2014

Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
--------	--

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### EXERCICES

Autodiagnostic, tests. Mise en situation active. Jeux de rôles. Echange d'expérience. Debrief personnalisé.

### PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse à des managers et collaborateurs.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » L'acceptation du changement

- Comprendre les influences des changements.
- Accepter le cycle de maintenance.
- Mettre en place la spirale d'évolution.
- Accepter les changements.
- Identifier les comportements non efficaces mis en place lors de changement.
- Maîtriser le stress induit par le changement.

**Travaux pratiques** Test d'auto-positionnement et analyse des résultats. Mises en situation sur cas filmé "entretien évolution projet". Analyse des séances en groupe.

#### » La gestion de son évolution

- Gérer le processus d'évolution personnelle.
- Identifier les phases de l'évolution. Identification, adaptation, analyse, construction.
- Favoriser son processus d'évolution.
- Reconnaître ses freins aux développements.
- Lever les freins aux développements.
- Combattre les habitudes et développer votre souplesse.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur cas filmé "entretien repositionnement projet". Analyse des séances en groupe.

#### » La flexibilité relationnelle : être à l'écoute

- Développer son sens de l'écoute et de l'observation.
- Identifier les filtres naturels de l'écoute et leurs conséquences.
- Reconnaître les "états du moi" dans les échanges.

- Adopter les bons "états du moi" en fonction de votre interlocuteur.
- Positionner ses comportements et ceux de l'interlocuteur.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur cas filmé "entretien recadrage professionnel". Analyse des séances en groupe.

#### » La flexibilité relationnelle : adapter ses comportements

- Identifier et accepter les valeurs et critères de votre interlocuteur.
- Calibrer ses comportements sur son interlocuteur pour assurer l'objectif.
- Reformuler et recadrer le message.
- Mettre en place les facteurs constitutifs de la confiance.
- Définir un scénario de réussite.
- Redéfinir les objectifs réalisables et quantifiables.
- Développer votre motivation au changement et celle de votre interlocuteur.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur cas filmé. Analyse des séances en groupe.

Cette formation vous permettra de mieux connaître vos réactions comportementales, d'identifier vos points d'appui "facilitants" et de réguler ainsi vos comportements bloquants afin d'optimiser l'utilisation de vos ressources internes dans votre vie professionnelle.

## » Se connaître et identifier ses axes d'appui et ses axes de progrès

- Comprendre les composantes comportementales.
- Identifier le positionnement de ses dominances cérébraux.
- Optimiser ses ressources naturelles.
- Analyser et moduler ses ressources "bloquantes".

**Travaux pratiques** Positionnement et analyse des caractéristiques individuelles. Identification des points d'appuis et des axes individuels de développement.

## » Comprendre et modifier ses processus réactionnels

- Comprendre son cycle de maintenance face aux événements.
- Gérer ses réactions face aux changements.
- Minimiser ses comportements de défense.
- Identifier ses comportements de "survie".
- Faire évoluer ses comportements pour optimiser sa "croissance".

**Travaux pratiques** Mises en situation : surmonter une situation délicate. Debriefing collectif.

## » Identifier ses motivateurs à l'action

- Identifier ses préférences cérébrales.
- Reconnaître ses freins et ses facilitateurs aux changements.
- Optimiser son processus de "recherche d'équilibre".

**Travaux pratiques** Mises en situation : revivre une situation complexe. Debriefing collectif.

## » Développer une vision positive

- Apprendre à passer de la "survie" à la "croissance" en évitant les jeux psychologiques.
- Développer votre analyse systémique des événements.
- Gérer ses réactions émotionnelles et rationnelles.
- Contrôler ses réactions dites "primaires".
- Positiver ses réactions dites "secondaires".

**Travaux pratiques** Mises en situation : redéfinir son analyse et ses répercussions. Debriefing collectif.

## » Gérer ses comportements évolutifs

- Identifier ses habitudes réactionnelles pour les "reprogrammer".
- Comprendre le fonctionnement des traces neuronales.
- Apprendre à se reprogrammer à la réussite.
- Optimiser son processus d'évolution.

**Travaux pratiques** Mises en situation : définir son contrat d'évolution. Debriefing collectif.

## » Développer ses ressources internes

- Définir ses axes d'évolution.
- Concrétiser les décisions en actions pragmatiques.
- Contrôler les actions et leurs résultats.
- Ancrer les nouveaux comportements adaptés.

**Travaux pratiques** Mises en situation : se repositionner face à un événement. Debriefing collectif.



Réf :	URI
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./4-5 déc. 2014 12-13 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Nombreux exercices et jeux de rôles filmés avec analyse individualisée.

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à tous les individus qui souhaitent développer leurs ressources internes : managers, collaborateurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Définir et atteindre un objectif

Cette formation vous présente une démarche concrète en vue de définir et d'atteindre des objectifs. Elle vous montrera comment développer une visualisation positive et mettre en place les plans d'action qui vous conduiront à la réussite.

## » Définir un objectif

- Clarifier un objectif à atteindre ou un problème à résoudre grâce la méthode S.C.O.R.E.
- Comprendre un état présent et un état désiré.
- Cibler le bon objectif.
- Savoir prioriser les objectifs.
- Valider qu'un objectif est atteignable avec les outils S.M.A.R.T. et P.R.E.M.

**Travaux pratiques** Définir et cibler un objectif.

## » Identifier les craintes et mettre en place des solutions

- Analyser la notion d'échec.
- Reconnaître les croyances limitantes.
- Anticiper les obstacles et les situations difficiles.
- Lever les freins pour un meilleur lâcher prise.
- Transformer les contraintes en opportunités.

**Travaux pratiques** Clarifier ses croyances limitantes et les transformer en ressources.

## » Reconnaître et développer les ressources indispensables

- Définir les valeurs correspondantes à un objectif.
- Accroître les ressources aidantes.
- Etudier le fonctionnement de la pensée et son interaction sur le mental.
- S'approprier des présupposés éléments déclencheur de réussite.

**Travaux pratiques** Mobiliser ses propres ressources, en faire des outils permettant la mise en place d'un objectif.

## » Concevoir un plan d'action pour atteindre l'objectif

- Déclencher les méta-programmes, outils de PNL indispensables à la réussite d'un objectif.
- Développer sa créativité.
- Concevoir un brainstorming pour structurer le plan d'action.

**Travaux pratiques** Etre capable de bâtir son plan d'action par rapport à son objectif.

## » Etablir et accroître une attitude de réussite

- Savoir utiliser et maîtriser le langage constructif.
- Appliquer la méthode T.O.T.E.
- Entreprendre la visualisation positive, outil de préparation mentale.
- Acquérir un état interne positif et mettre en place une force intérieure.

**Travaux pratiques** Comprendre et mettre en place des outils de préparation mentale permettant de développer un comportement de réussite.

## » Analyser un résultat

- Mesurer et analyser un résultat.
- Etre capable de débloquent une situation.
- Cultiver la détente et la vigilance.

**Travaux pratiques** Apprendre à analyser un résultat et en tirer un enseignement pour le transformer.



Réf :	BJE
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 16-17 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Les ateliers individuels permettront à chaque participant de mettre en place un objectif personnel, autodiagnostic pour les croyances limitantes.

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à toute personne voulant évoluer personnellement, professionnellement mais ne sachant comment cerner un objectif ni comment se donner tous les moyens nécessaires pour y parvenir.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# P pratique Optimiser son énergie pour gagner en sérénité et efficacité

Pour faire face aux pressions et changements de tout type, il est utile de savoir s'adapter avec souplesse et justesse. Ce stage propose de travailler sur un facteur essentiel : mieux gérer vos énergies et entretenir un équilibre physique et psychique afin de prévenir et réduire les effets néfastes du stress.



Réf :	ENE
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 9-10 fév./21-22 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Cette formation s'appuie sur des échanges et réflexions collectives, des mises en situation, des analyses individuelles et des exercices ludiques.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne désirant s'adapter plus justement aux situations tout en préservant son bien-être.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## » Développer l'écoute de soi pour mieux comprendre le phénomène du stress

- Identifier les signaux d'alarme du stress.
- Comprendre le mécanisme du stress et ses effets.
- Identifier les facteurs de stress.
- Evaluer les impacts du stress sur soi.
- Développer son écoute.

**Exercices** Bilan individuel, questionnaire.

## » Cultiver des pensées et des actions sources d'énergie

- Neutraliser les pensées négatives.
- Identifier ses résistances, ses croyances.
- Elargir son point de vue.
- Renouveler sa motivation.
- Oser changer.
- Apprendre à se dynamiser ou à se décontracter.

**Exercices** Applications à des cas concrets. Analyses personnalisées. Exercices de dynamisation physique et mentale.

## » Développer la confiance et l'affirmation de soi

- Renforcer la confiance en soi.
- Maîtriser son impulsivité, éviter la fuite, la passivité ou la manipulation.
- Clarifier ses besoins, ses valeurs personnelles.
- Respecter ses limites.
- Apprendre à dire "non" sans se culpabiliser.

**Exercices** Exercices corporels de mise en confiance permettant le lâcher prise et l'expression de soi.

## » Savoir gérer ses émotions

- Mieux comprendre et identifier ses émotions.
- Apprivoiser et canaliser l'énergie de ses émotions.
- Repérer les pièges émotionnels.
- Améliorer sa manière de s'exprimer et de communiquer.

**Exercices** Ancrage, jeux d'expression, jeux de rôle.

## » Transformer le stress en énergie positive

- Le rôle majeur de la respiration.
- Savoir se relaxer rapidement.
- La visualisation.
- Les mouvements régénérateurs.
- Acquérir des automatismes de bien-être.

**Exercices** Respiration, mouvements régénérateurs, auto-massages.

## » Etablir un plan d'action individuel

- Définir ses objectifs de progrès individuel.

**Exercices** Formalisation écrite de son plan d'action.

# P pratique S'épanouir au travail

A partir de multiples mises en situation, ce stage permettra à chaque participant de comprendre son mode de fonctionnement personnel et sa motivation au travail afin de développer une attitude lui permettant de s'y épanouir.



Réf :	RTR
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 9-10 fév./9-10 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Réflexion individuelle. Echanges interactifs, retours de vécu personnel. Jeux de rôles suivis de débriefing collectif.

**PARTICIPANTS**  
Tout salarié souhaitant mieux appréhender son environnement professionnel, inscrit dans une démarche d'évolution de carrière ou de changement.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## » Définir son projet professionnel

- Qu'est-ce que le travail ?
- Comprendre son mode de fonctionnement au travail.
- Réaliser un bilan professionnel sur ses réussites et ses échecs.
- Définir sa hiérarchie des valeurs et priorités.
- Clarifier ses motivations et aspirations.

**Exercices** Réflexion individuelle et en groupe : identifier son vécu relationnel au travail, vis-à-vis de ses collaborateurs et se hiérarchie. Echanges.

## » Trouver le juste équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle

- Identifier ses contraintes professionnelles et personnelles.
- Mesurer les conséquences du stress généré par ce déséquilibre de vie.
- Analyser les solutions envisageables : avantages ; inconvénients et conséquences.
- Elaborer un projet intégrant les deux dimensions d'épanouissement.
- Rechercher une cohérence et un sens.

**Exercices** Définir les facteurs favorables à un bien-être personnel et professionnel. Echanges. Construire une carte mentale sur ses deux sources d'épanouissement. Brainstorming sur les solutions envisageables.

## » Comprendre et adapter son profil relationnel à son objectif

- Prendre conscience de ce qui fait son originalité et composer avec les autres.
  - Comprendre ses conflits intérieurs : frustrations, conflit de valeurs.
  - Optimiser sa communication, développer un comportement assertif.
  - Vendre ses idées, reformuler, être clair sur ses objectifs, savoir dire "non".
  - Savoir être à l'écoute du feed-back de l'autre.
  - Se remettre en cause continuellement pour rester cohérent avec ses aspirations de vie.
  - S'exprimer, participer, être force de proposition.
- Mise en situation** Comprendre ses attitudes et modes de fonctionnement autour d'un projet commun. Autodiagnostic sur son niveau d'assertivité.

## » Elaborer son Plan d'action de progrès

- Se donner des critères de mesure et points de vigilance.
  - Aménager des solutions et connaître ses seuils de tolérance.
  - Définir les engagements sur le premier pas à poser.
- Exercices** Chaque stagiaire établit une liste des points importants pour se réaliser sur les différents sujets présentés. Pistes de réflexion pour dessiner son évolution.

Réfléchir aux types de créativité et processus d'innovation. Développer des outils ludiques, des procédés de représentation des idées (carte mentale, Eureka) et des solutions (vote par notation). Savoir diriger une séance de brainstorming. Réinvestir des méthodes créatives dans la résolution de problème.

## » La créativité : comment ça marche ?

- Les différents types de créativité.
- Les différentes phases du processus créatif.
- Test d'auto-évaluation : quel est votre profil créatif ?
- Identifier ses freins. Savoir rebondir.
- Repérer les domaines dans lesquels vous êtes aisément créatif.

**Travaux pratiques** Explorer ses ressources créatives personnelles.

## » Le " parcours créatif " ou looping

- S'échauffer : un préalable indispensable.
- Poser le problème : percevoir puis analyser.
- Produire des idées : imaginer.
- Confronter les idées : trouver des solutions.
- Evaluer les solutions : trier et sélectionner.
- Mettre en œuvre les solutions : innover.

## » La boîte à outils des techniques créatives

- Le Brainstorming et le " Brainposting ".
- Les cartes Eureka, le " Far away ".
- Le tableau double entrée.
- La carte mentale. Schéma heuristique.
- Le concassage. Les matrices de découvertes.
- Les techniques aléatoires, analogiques, projectives.
- Le rêve éveillé. Le "TONI", les "3 vœux", etc.

**Travaux pratiques** Expérimentation des différentes techniques et jeux créatifs.

## » Evaluer et trier les idées produites

- La méthode du "coup de cœur".
- La méthode des critères. L'avocat de l'ange.
- Le vote à points, le vote pondéré.

**Travaux pratiques** Deux méthodes pour évaluer les solutions.

## » Pratiquer la créativité au quotidien

- Savoir animer une séance créative : le tour de main, éviter les pièges, respecter les étapes nécessaires.
- Faire preuve de créativité dans sa vie.
- Faciliter l'émergence de la créativité : l'écoute, l'expression, la non-évaluation.

## » Repérer et comprendre un problème

- Caractériser la complexité du problème. Identifier le problème-source. Recueillir et retranscrire les faits.
- Les démarches participatives et explicatives.
- Décider du mode de traitement du problème.

## » Résoudre le problème

- Les méthodes : le cadre du "comme si", la méthode des "états désirés" les questions impertinentes.
- Les groupes de travail : animation via outils 4 P, 5 S, analyse de la valeur, matrices, jeux de rôles...
- Les groupes de problem-solving.
- La méthode des " catastrophes les mieux assumées ".
- Se réinvestir rapidement après un problème difficile.

**Travaux pratiques** Expérimentation des méthodes.



Réf :	CRA
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 5-6 janv./2-3 mars 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 23-24 fév./6-7 mai 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014 12-13 janv./2-3 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Ateliers de production, évaluation des idées. Autoévaluation, exercices ludiques de créativité et de résolution de problèmes.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant développer sa créativité et sa capacité à résoudre les problèmes pour répondre efficacement aux défis professionnels et personnels.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Optimiser sa capacité à résoudre les problèmes



Réfléchir aux différentes formes de raisonnement (analytique, synthétique), mettre en œuvre des méthodes de recherche d'idées (brainstorming, association, analogie). Dynamiser la créativité au sein d'une équipe. Savoir construire les 4 phases d'une résolution de problème (exprimer, analyser, résoudre et vérifier).

## » Connaître son style de pensée

- Prendre conscience de son propre style de pensée.
- La typologie des styles de pensée.
- Diagnostiquer ses modes de pensée préférentiels.
- Cerveau droit, cerveau gauche.
- Identifier leur intérêt et leurs limites.
- Mesurer l'impact et les limites de son propre style de pensée.

**Exercices** Test ; diagnostic de son mode de pensée préférentiel.

## » Dynamiser les forces créatives d'une équipe pour résoudre les problèmes

- Savoir travailler et utiliser les différences de style.
- Mieux comprendre les autres.
- Savoir tirer parti des différents styles créatifs.
- Les adapter au type de problématique posée.

**Exercices** Ateliers de réflexion, mises en situation.

## » Des méthodes à appliquer

- Le brainstorming.
- Méthode analogique.
- Matrice des découvertes.
- Méthodes associatives.

## » Favoriser la résolution de problème par l'équilibre des types de pensée

- Constituer et composer son équipe en fonction du problème à résoudre.
- La phase expression : prendre conscience du problème. Mobiliser la phase de créativité.
- La phase expression : appliquer des méthodes de production d'idées. Favoriser l'expression. Recueil des perceptions.
- La phase analyse : définir le problème. Partage des différentes perceptions du problème.
- La phase analyse : compréhension commune du problème.
- La phase résolution : inventaire des solutions et opinions. Appliquer des méthodes d'évaluation d'idées.
- La phase résolution : vérifier la pertinence et la logique de chaque solution. Mettre en application.
- La phase de vérification : vérifier l'adéquation des solutions retenues au problème posé, et leur acceptabilité.

**Exercices** Jeux en groupe, des ateliers de réflexion, des jeux de rôles, des mises en pratique sur des situations types rencontrées par les participants.



Réf :	RPR
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./4-5 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 26-27 janv./30-31 mars 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à toute personne qui souhaite utiliser l'analyse critique et la créativité dans leur processus de prise de décision. Faire une analyse de soi et connaître son style de pensée.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Le Mind Mapping®, aussi appelé carte heuristique ou carte mentale, structure visuellement les idées et les informations. Il favorise la mémorisation, l'implication des collaborateurs, la rapidité de prise de décision. Cette formation intègre l'utilisation du logiciel Free Mind.



Réf :	MIP
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./3-5 nov. 2014 1-3 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	17-19 nov. 2014 26-28 janv./30 mars-1 avril 2015
Groupe 2	12-14 nov. 2014 12-14 janv./2-4 mars 2015
Groupe 3	3-5 nov. 2014 19-21 janv./16-18 mars 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic, jeux de rôles, construction de cartes mentales sur PC avec Free Mind.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne désirant optimiser son organisation.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Les fondements de la carte mentale

- Les principes essentiels du fonctionnement cérébral.
- Exploiter l'ensemble du cerveau.
- La synergie entre le cortex droit et le cortex gauche.
- L'attitude mentale face à l'apprentissage.

**Exercices** Test de positionnement.

### » Construire des cartes mentales efficaces et stimulantes

- Exploiter tout le potentiel de son cerveau : créativité, mémoire, structure, lecture, action.
- Intégrer les techniques d'élaboration de la carte mentale.
- Préparer l'organisation de travail.

**Exercices** Elaboration de cartes mentales en training individuel. Exploitation et analyse de ces cartes.

### » Utiliser la carte mentale pour augmenter votre productivité

- Structurer son intervention en étant précis et concis.
- Gérer vos priorités avec la carte mentale.
- Animer des réunions avec la carte mentale.
- Prendre la parole avec impact grâce à la carte mentale.
- Rester disponible pour écouter et intervenir.
- Prendre des notes efficaces grâce à la carte mentale.
- Gérer une décision avec la carte mentale.
- Mobiliser sa mémoire sans effort.

**Exercices** Exploitation des cartes en réunion ou en présentation à plusieurs sur le même document. Jeux de rôle basés sur des cas professionnels. Analyse en collectif.

### » Découverte de logiciels pour réaliser ses cartes mentales

- Les différents logiciels.
- Identification de différents types de cartes avec un logiciel.
- Leurs avantages et leurs inconvénients.
- Découverte interactive du logiciel Free Mind et de son interface.

### » Le Mind Mapping® informatique

- Construction d'une carte mentale avec le logiciel gratuit Free Mind.
- Notion de thème central et de thème flottant, ajout de branches.
- Réorganisation de la carte.
- Ajout de notes et de liens hypertextes.
- Structures des cartes. Choisir une structure en fonction du projet.
- Identifier les différentes structures disponibles. Modifier la structure d'une branche de la carte.
- Mise en forme de la carte. Police, taille, couleur des points. Insertion d'images.
- Numérotation des branches. Marqueurs. Fond de carte.

**Exercices** Elaboration de cartes mentales sur PC avec logiciel Free Mind. Exploitation et analyse des cartes.

Après avoir acquis les bases de la carte mentale, Mind Mapping®, il est ensuite nécessaire de s'y entraîner. Ce stage vous permettra de clarifier vos acquis et d'expérimenter de nouveaux éléments techniques. Des exercices vous aideront à vaincre vos difficultés, et à augmenter votre productivité et votre communication.



Réf :	MMA
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./4-5 déc. 2014 2-3 fév./21-22 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance d'apports théoriques et d'exercices. Mise en situation, analyse et ajustement. Application de cartes mentales en individuel et collectif.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne désirant optimiser son efficacité avec la carte mentale dans un contexte professionnel.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base sur les fondamentaux des cartes mentales (familiarisation avec les cartes mentales). Possibilité d'amener ses réalisations de cartes mentales pour les exploiter.

### » Les fondamentaux du Mind Mapping®

- Les fondamentaux.
- Les lois et la technique du Mind Mapping®.
- La pensée visuelle performante.
- S'approprier la carte mentale : identifier les difficultés.
- Combiner les cartes conceptuelles et les cartes mentales.

**Travaux pratiques** Entraînement de prise de notes à partir d'un texte, à partir d'un discours. Exploitation, analyse et ajustement. Entraînement visuel : Simple, Qualité, Vision, Individualité.

### » La valeur ajoutée des nouvelles formes de prises de notes

- Les effets bénéfiques : l'aspect cognitif.
- La loi du moindre effort.
- La puissance du topolangage et du Sketchnoting : quelle complémentarité ?
- Texte versus carte.
- Prendre des notes à partir de discours. Discours à la carte : avant, pendant, après.
- Mots-clés, charnières, connecteurs, blocs autonomes.
- La prise de note collective : coproduction. Bénéfices. Interaction : facilitateur et groupe.

**Travaux pratiques** Prises de notes en cartes mentales à partir d'un texte, d'un discours, puis restitution à l'oral.

### » Communiquer avec efficacité grâce à la carte mentale

- L'essor de la communication.
- Identifier les points déterminants de l'efficacité.
- Regarder à voix haute.
- Utiliser la rapidité au service de l'efficacité.

**Travaux pratiques** Mise en situation pour ancrer les nouvelles connaissances et compétences. Cartes Prise de notes en réunion, en entretien et téléphonique.

### » Utiliser la carte mentale dans les situations de collaboration

- La diversité.
- Libérer le potentiel de créativité de son équipe.
- Au-delà de la résolution de problème : la prise de décision.

**Travaux pratiques** Réalisation de cartes élaborées en sous-groupes : présentation sur une stratégie, un projet, une ré/organisation. Exploitation, analyse et ajustement.

# Communication et Relationnel

## » Communication et aisance relationnelle »

- Best** Optimiser votre communication **F** **G**  
3 j - COM - p.192
- Entrer en contact avec aisance **F**  
2 j - ECS - p.193
- Ecoute active pour mieux communiquer **F** **G**  
2 j - EQU - p.193
- Best** Maîtriser les conflits **F**  
2 j - GDF - p.194
- Développer une communication authentique et constructive (CAC)  
2 j - VIO - p.194
- Best** Développer des relations positives au travail **F**  
2 j - DRP - p.195
- Questionner efficacement pour atteindre ses objectifs  
2 j - ECT - p.195
- Best** Développer des relations non hiérarchiques constructives  
2 j - DHC - p.196
- Communiquer efficacement avec sa hiérarchie  
2 j - OPI - p.196

Savoir écouter, communiquer, convaincre, prendre la parole en public, anticiper des conflits, sont autant de compétences qui s'avèrent très utiles en entreprise. Pour répondre à ces problématiques, Orsys a conçu des cours basés sur une pédagogie active : jeux de rôles, mises en situation, plan d'action individualisé, partage d'expériences ...

## » Expression orale, prise de parole »

- Best** Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre  
2 j - THP - p.182
- Best** Prendre la parole, les éléments essentiels **F**  
2 j - PAP - p.200
- Best** Prendre la parole et réussir ses interventions en public **F**  
2 j - PUB - p.201
- Prendre la parole dans un groupe  
3 j - XPG - p.201
- Gérer son trac dans la prise de parole  
2 j - ERA - p.202
- Convaincre son auditoire avec le storytelling  
2 j - ORY - p.202
- Best** Développer sa voix pour mieux communiquer, niveau 1  
2 j - VOX - p.203
- Développer sa voix pour mieux s'affirmer **Nouveau**  
2 j - VOR - p.203

## » Argumentation et négociation »

- Best** Argumenter et convaincre, niveau 1 **F** **G**  
2 j - AGC - p.204
- Argumenter et convaincre, niveau 2  
2 j - AGP - p.204
- Best** Négocier avec efficacité, niveau 1 **F**  
2 j - NEO - p.205
- Négocier avec efficacité, niveau 2  
2 j - NEP - p.205
- Savoir improviser  
2 j - IRO - p.206

## » Conduite de réunion »

- Best** Conduire efficacement une réunion **F**  
2 j - CRE - p.89
- Conduire une réunion difficile  
2 j - REU - p.89
- Dynamiser les réunions avec la carte mentale  
2 j - MMT - cf@
- Réussir ses entretiens et réunions à distance  
**Nouveau**  
2 j - UNI - p.90
- Best** Réussir une présentation efficace **F**  
2 j - PRE - p.206

## » Outils : Process Com®, MBTI, ennéagramme... »

- Best** MBTI, mieux se comprendre et mieux comprendre les autres  
2 j - MBT - p.107
- Best** Process Com®, initiation  
3 j - PCE - p.108
- Process Com®, perfectionnement  
2 j - PCA - p.109
- Initiation à la PNL  
2 j - PNL - p.109
- Améliorer ses relations, l'analyse transactionnelle  
3 j - NAT - p.197
- L'ennéagramme pour mieux communiquer  
2 j - ENN - p.197

## » Autres aspects de communication interpersonnelle »

- Sensibilisation au handicap  
1 j - TPH - p.198
- Réussir dans ses relations interculturelles **F**  
2 j - RUI - cf@
- Gérer sa e-réputation et sa marque personnelle  
2 j - BRA - p.199
- Optimiser votre communication via les réseaux sociaux  
2 j - SOP - p.199

Combien de fois lors d'une prise de parole professionnelle, dans vos relations avec les autres, avez-vous senti un décalage entre vos mots et votre intention ? Ce stage vous permettra de vous perfectionner dans l'art de communiquer : adapter vos mots au profil de l'interlocuteur, développer votre assertivité et votre empathie, mobiliser votre équipe, donner de l'énergie à vos idées, renforcer votre force de conviction, vous exprimer avec aisance et contourner les situations de blocage.

### Connaître les principes de base de la communication

- Schéma et règles de base de la communication : émetteur, message, récepteur, interférences.
- Dire n'est pas communiquer. Les éléments clés d'une communication efficace.
- Les positions de vie : instaurer un contrat gagnant-gagnant avec soi-même et les autres.
- Comprendre sa propre vision du monde : "la carte n'est pas le territoire".
- Les obstacles cognitifs.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un questionnaire avec analyse des résultats.

### Mieux se connaître pour bien communiquer

- Autodiagnostic sur sa forme d'intelligence. Son intelligence émotionnelle.
- Evaluer son degré d'affirmation de soi, d'estime de soi, sa force de persuasion et sa résistance au stress.
- Faire le point sur ses propres atouts et ses axes d'amélioration en termes de communication verbale et non verbale.

**Travaux pratiques** Auto-évaluation : comprendre son profil personnel de communicant. Détermination de son degré d'affirmation au moyen d'un questionnaire. Retours d'expériences.

### Développer un comportement assertif

- Définir son rôle et préciser sa mission dans son environnement : légitimité, crédibilité ; reconnaissance.
- Apprendre à critiquer de manière constructive.
- Accepter d'être critiqué.
- Remplacer les comportements de fuite, d'agressivité ou de manipulation par l'affirmation de soi.
- Savoir faire une demande délicate, formuler un refus grâce à la méthode DESC.
- Distinguer faits, opinions, sentiments.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées : répondre avec assertivité. Débriefing collectif.

### Etre à l'écoute de son interlocuteur par la communication non verbale

- Signification des gestes que l'on croit inconscients : autocontact, hétérocontact, positionnement optimal des mains.
- Prise d'espace et déplacements : savoir habiter son cercle magique.
- Posture : une position stable pour la respiration, la fluidité d'expression et l'assurance.
- Expressions du visage. Regard. Voix.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées pour identifier l'importance de la communication non verbale. Débriefing individualisé.

### Prendre la parole avec aisance

- Identifier les différents types d'intervention : la conférence, l'exposé, le débat, la réunion...
- La maîtrise de soi.
- Calmer le jeu : check-list à mettre en place pour évaluer la maîtrise du corps, du langage, des idées et de l'émotion.
- Utiliser les outils de projection mentale.
- Dominer sa respiration.

- Projeter sa voix et la moduler.
- Bien démarrer et structurer son discours.
- Choisir ses mots percutants et argumenter.

**Travaux pratiques** Exercices sur l'intensité vocale et le choix des bons mots.

### Vendre ses idées

- Evaluer la situation et clarifier les objectifs à atteindre.
- Ecouter son interlocuteur activement, questionner sur ce qu'il dit, explorer, reformuler pour vérifier sa compréhension.
- Trouver des arguments pour convaincre.
- Organiser ses idées de manière claire et structurée.
- Lever les résistances, comprendre les zones de blocage.
- Distinguer compromis et consensus.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées : vendre ses idées suivies d'une analyse personnalisée.

### Choisir le meilleur canal de communication

- Déterminer le type de message le plus adapté à la situation.
- S'interroger sur le récepteur et ses attentes.
- Définir les spécificités de la communication écrite par rapport au téléphone et au face à face.
- Etre conscient des limites de la communication par courrier électronique.

**Travaux pratiques** Atelier collectif : astuces pour mieux gérer sa communication téléphonique et par mail.

### Savoir gérer les situations délicates

- Comprendre les causes et les mécanismes des conflits.
- Repérer les différents types de conflits : le malentendu, le conflit d'intérêts, le conflit de valeurs...
- Positionner la situation dans l'échelle des conflits.
- Prendre conscience des comportements non verbaux.
- Trouver des moyens pour retourner dans une zone constructive.
- Faire face au conflit existant.
- Comprendre les émotions humaines. Se situer et situer son interlocuteur.
- Remplacer les messages "tu" par les messages "je".
- Débloquer la situation en influençant positivement votre interlocuteur.
- Utiliser l'outil DESC.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées : débloquer un conflit relationnel. Débriefing collectif.



Réf :	COM
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./12-14 nov. 2014 15-17 déc. 2014 12-14 janv./16-18 fév. 2015
Groupe 1	24-26 nov. 2014 9-11 fév./11-13 mai 2015
Groupe 2	12-14 nov. 2014 2-4 fév./27-29 avril 2015
Groupe 3	17-19 nov. 2014 23-25 fév./4-6 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### EXERCICES

Nombreux exercices et jeux de rôles filmés avec analyse individualisée. Mises en situations comportementales.

#### PARTICIPANTS

Toute personne qui souhaite développer ses compétences de communication en situation professionnelle.

#### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### pour aller plus loin

- ▶ Ecoute active pour mieux communiquer p. 193
- ▶ Maîtriser les conflits p. 194
- ▶ Prendre la parole et réussir ses interventions en public p. 201

Ce stage vous présentera les outils de communication essentiels pour réussir votre prise de contact avec autrui. Vous travaillerez sur vos comportements verbaux comme non verbaux et apprendrez à vous synchroniser sur le langage de votre interlocuteur.

## » Comprendre les différents modes de fonctionnement des individus

- Identifier les enjeux de la communication.
- Savoir communiquer.
- Comprendre les enjeux d'une entrée en relation réussie et le poids de la première impression.
- Connaître son interlocuteur.
- Comprendre comment l'on est perçu par autrui.

**Exercices** *La première impression. Atelier de réflexion collective. Présentation croisée : chacun se présente à son voisin, qui présente ensuite à l'ensemble du groupe ce qu'il a retenu.*

## » Mieux se connaître pour mieux connaître l'autre

- Identifier son mode de communication.
- Prendre conscience de son niveau d'anxiété.
- Connaître les messages contraignants.
- Comprendre la notion d'intelligence émotionnelle.

**Exercices** *Autodiagnostic pour mieux se connaître : style de communication, messages contraignant, anxiété générale, niveau d'intelligence émotionnelle.*

## » Identifier les différents vecteurs de la communication

- Analyser les différents modes de communication.
- Adopter un ton et un rythme de voix adaptés.
- Comprendre sa communication non verbale.
- Ouvrir son "territoire" à autrui : comportements associés.
- Utiliser des expressions positives.

- Décrypter la communication non verbale.
- Eviter les gestes parasites.
- Savoir maîtriser son corps.

**Exercices** *Présentation orale : parler d'une passion ou d'un sujet que l'on connaît bien.*

## » Entrer efficacement en relation

- Reconnaître les différentes situations de communication.
- Savoir maîtriser son émotivité.
- Détecter les situations propices.
- Adopter une attitude d'ouverture.
- Entrer en contact : les premiers mots à utiliser.
- Savoir se présenter avec impact.
- Maîtriser la première minute de l'échange.

**Exercices** *Préparer une présentation de soi-même et de son parcours professionnel devant le groupe.*

## » Adapter sa communication

- Détecter les registres de communication.
- S'adapter à l'autre.
- Ecouter pour être écouté.
- Pratiquer l'écoute active.
- Faire preuve d'assertivité.

**Jeu de rôle** *Conduire des entretiens professionnels, deux à deux. Débriefing collectif.*



Réf :	ECS
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 2-3 avril/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Pédagogie active ; autodiagnostic, exercices de communication, jeux de rôles suivis de débriefing collectif, échanges interactifs.

## » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant gagner en efficacité dans ses relations interpersonnelles.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Ecoute active pour mieux communiquer



L'écoute active permet d'accroître son efficacité relationnelle en toutes circonstances et plus particulièrement dans les situations de communication professionnelle à fort enjeu, en face à face ou en groupe.

## » Comprendre les bases de l'écoute active

- Identifier les trois niveaux de l'écoute active.
- Connaître les cinq éléments clés pour améliorer sa posture d'écouter.
- Comprendre les enjeux et limites de l'écoute active.
- Evaluer son style et sa capacité d'écoute.
- Identifier les six attitudes d'écoute.

**Exercices** *Autodiagnostic de ses qualités d'écoute. Restitution et retours d'expériences.*

## » L'écoute de soi pour mieux se positionner dans un rapport gagnant-gagnant

- Comprendre la notion de besoin.
- Faire la différence entre besoin et demande.
- Pratiquer l'écoute de soi par la technique de l'auto-empathie.
- Savoir formuler une demande.

**Exercices** *S'entraîner à la technique de l'auto-empathie. Débriefing en groupe sur les comportements mis en œuvre.*

## » L'écoute de l'autre pour créer la confiance

- Mettre en place les règles de base dans la relation.
- Observer et s'adapter à son interlocuteur (verbal et non-verbal).
- Se synchroniser avec son interlocuteur.
- Choisir les canaux de communication adaptés.
- Accepter la contradiction, accueillir les émotions de son interlocuteur.
- Rester disponible pour l'autre.

**Exercices** *S'entraîner à la synchronisation. Débriefing.*

## » S'approprier les outils de l'écoute active

- Développer la congruence entre son verbal et non-verbal.
- Intégrer les différentes techniques de reformulation.
- Donner des signes de reconnaissance et un feedback appropriés.
- Utiliser efficacement le silence.
- Concilier écoute et prise de notes.

**Exercices** *Jeux de rôle : mise en pratique de l'écoute active. Débriefing collectif.*

## » De l'écoute active à l'efficacité relationnelle

- Se définir un objectif clair.
- Maîtriser les étapes de l'entretien.
- Questionner et influencer avec intégrité.
- Savoir conclure l'entretien.

**Exercices** *Jeux de rôle : simulations de situations professionnelles d'écoute. Débriefing collectif.*



Réf :	EQU
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 23-24 fév./13-14 avril 2015 8-9 juin 2015
Groupe 1	11-12 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Groupe 2	2-3 oct./4-5 déc. 2014 16-17 fév./29-30 avril 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014 9-10 fév./21-22 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Mises en situation, entraînements filmés. Analyse collective suivie d'échanges participatifs.

## » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant développer sa capacité d'écoute pour faciliter les échanges professionnels.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Les participants apprendront à rester attentifs et fermes face aux comportements agressifs. Ils sauront analyser les conflits passés afin d'éviter leur répétition et agir clairement pour atteindre un objectif commun.

**dif** Vidéo **Best**

Réf :	GDF
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./20-21 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./19-20 fév. 2015
Groupe 1	4-5 déc. 2014 23-24 fév./27-28 avril 2015
Groupe 2	4-5 déc. 2014 30-31 mars/15-16 juin 2015
Groupe 3	11-12 déc. 2014 26-27 fév./2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en situations, jeux de rôles.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant prévenir et résoudre les conflits au travail.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Les différents types de conflits

- Les niveaux de conflit : de la divergence à l'affrontement.
  - Les différents types de conflits : intrapersonnel, interpersonnel, intragroupe, intergroupe, organisationnel.
- Réflexion collective** Partage d'expériences et échanges de pratiques.

### » Prévenir et désamorcer le conflit

- Détecter les indices préconflituels, les signaux d'alarme verbaux et non verbaux. Repérer le malaise.
  - Déceler l'attente due, le besoin de reconnaissance.
  - Accueillir les demandes et les revendications.
- Mise en situation** Mises en situation filmées. Débriefing collectif.

### » Gérer le conflit

- Comprendre le conflit : identifier les causes et déterminer les conséquences du conflit. Cerner les enjeux réels.
  - Impliquer : évaluer le niveau et le degré d'implication de l'interlocuteur, se positionner "à chaud".
  - Impliquer sans personnaliser, clarifier et crédibiliser l'objectif.
  - Echanger : communiquer, gérer le stress, dédramatiser, surmonter les effets de l'agression.
  - Echanger : débloquer la situation, reprendre l'initiative...
- Mise en situation** Mises en situation filmées. Débriefing collectif.

### » Résoudre le conflit

- Repérer les intérêts en présence. Redimensionner le "problème". Différencier négociable et non négociable.
  - Définir la marge de manœuvre, déterminer les options praticables.
  - Arbitrer, élaborer des procédures de concertation.
  - Avoir du recul, contenir pour traiter, formuler, répondre, résoudre. Gérer le temps de crise.
  - Changer le conflit destructeur en confrontation productive.
  - Traiter le contradictoire systématique, le conflictuel, le leader sauvage, le provocateur, le manipulateur.
  - Le DESC pour gérer le conflit avec le collègue, le collaborateur, le hiérarchique, le client.
- Travaux pratiques** Mises en situation filmées avec exercices autour du triangle dramatique.

### » L'après-conflit

- Revenir "à froid" sur les causes et le déroulement du conflit. En tirer informations et idées pour progresser.
  - Consolider l'acquis par une pratique partagée.
  - Se prémunir des éventuelles répétitions du conflit par intégration de l'expérience acquise.
- Exercices** Plans d'actions individualisés.

# Développer une communication authentique et constructive (CAC) pratique de la communication non violente

Ce stage vous aidera à améliorer votre relation avec vous-même et avec les autres. Il vous permettra d'approfondir toutes les facettes de votre relationnel et vous apprendra à résoudre les conflits et à travailler en groupe de manière efficace et constructive.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	V10
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 9-10 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Ce stage s'adresse à tout manager qui souhaite rester positif en toute circonstance.

**PREREQUIS**  
Être déjà sensibilisé aux techniques de communication.

### » Rappel des notions fondamentales de la communication

- Dire n'est pas communiquer.
  - Les éléments clés d'une communication efficace.
  - Les mécanismes de la communication.
  - Mieux se connaître pour bien communiquer.
  - Les obstacles cognitifs.
- Exercices** Réflexion en sous-groupes, partages d'expériences.

### » La communication authentique et constructive (CAC)

- Le concept et les grands principes.
  - La panoplie des sentiments.
  - Développer la confiance et le respect mutuels.
  - Combiner un langage, une façon de penser, un savoir-faire en communication et des moyens d'influence.
  - Un outil précieux de prévention.
  - Le processus OSER.
- Mise en situation** Divers jeux de rôle et autres mises en situation sur des cas concrets.

### » La démarche ORVIEC de la CAC

- 1) Observer la situation. La décrire en termes d'observation partageable.
- 2) Reformuler les remarques ou les critiques.
- 3) Verbaliser ses sentiments et ses attitudes. Les exprimer de manière claire.
- 4) Identifier et exprimer ses besoins. En clarifier les différents éléments.

- 5) Faire une demande claire. S'assurer qu'elle est réalisable, concrète, précise et formulée positivement.
  - 6) Conclure de manière positive et conviviale.
- Exercices** Exercices individuels. Jeux de rôle.

### » Les outils d'aide à la CAC

- Les positions de vie. La boussole du langage.
  - La maîtrise des faits, opinions, sentiments : FOS.
  - Les comportements "persécuteur, victime, sauveur" : SVP.
  - La programmation neuro-linguistique : PNL.
  - Le message "JE".
  - L'écoute active.
  - Les besoins fondamentaux. Les attitudes de Porter.
- Mise en situation** Exercices individuels et collectifs.

### » Les applications de la CAC

- Formuler une critique.
  - Anticiper, désamorcer, gérer un conflit.
  - Manager une équipe.
  - Créer une dynamique de groupe.
  - Générer de la motivation, de la cohésion.
- Exercices** Jeux de rôle. Partage d'expériences.

### » Etablir un plan d'action personnel

- Définir ses objectifs d'amélioration.
- Définir et formaliser les actions à mettre en œuvre.
- Poser des jalons en termes de temps et s'engager sur des délais.

Améliorer la qualité des échanges est un point essentiel pour élaborer une véritable coopération fondée sur la confiance, la motivation, la réactivité et l'esprit d'équipe. Cette formation vous permettra de construire et de maintenir une collaboration efficace avec les autres.

## » Apprendre à se positionner dans l'équipe

- Définir les défis à relever par l'équipe.
- Place du groupe dans son environnement. Objectifs et échéances.
- Compétences et expériences à partager. Diagnostic relationnel.
- Identifier son propre rôle dans le groupe. Position officielle et résultats attendus. Image de marque.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic relationnel.

## » Etablir des relations interpersonnelles productives

- Faire le point sur les différents aspects de sa personnalité.
- Au moyen d'un test complet d'analyse transactionnelle, savoir dans quelle situation on adopte telle ou telle attitude.
- Attitude normative, nourricière, rationnelle, spontanée ou soumise.
- Mettre en place un système de transactions performant.
- Repérer l'état relationnel de l'interlocuteur. S'adapter au système de perception des autres.
- Aider les membres de l'équipe à accéder à son propre système relationnel.
- Prendre l'habitude de verbaliser sa satisfaction.
- Elaborer un contrat de relations gagnant-gagnant.

**Travaux pratiques** Test de l'égogramme puis jeux de rôles.

## » S'adapter aux personnalités difficiles

- Les différentes catégories de gens difficiles.
- Leur mode de perception de l'autre.
- Risques encourus de part et d'autre.
- Faire de son interlocuteur un allié. Trouver des solutions de repli, prendre de la distance.
- Faire valoir ses droits et les faire respecter.
- Comment éviter le conflit ? Comment en sortir ?

**Travaux pratiques** Jeu pour diagnostiquer les profils et apprendre à les gérer.

## » Résoudre les situations conflictuelles

- Comprendre les mécanismes des conflits.
- Identifier les différents types de conflits.
- Repérer les comportements passifs, agressifs ou manipulateurs.
- Prendre en compte la dimension émotionnelle
- Savoir gérer les émotions de ses interlocuteurs.
- Améliorer sa maîtrise émotionnelle.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles. Restitution collective.

## » S'affirmer pour mieux désamorcer les conflits

- Gérer les demandes abusives.
- Formuler un refus sans provoquer de tension.
- Faire des critiques constructives.
- Répondre aux critiques.

**Travaux pratiques** Prise de parole pour mettre en application les techniques d'assertivité.



Réf : DRP

Durée : 2 jours

Paris 23-24 oct./18-19 déc. 2014  
2-3 avril/8-9 juin 2015

Groupe 1 11-12 déc. 2014  
12-13 mars/11-12 juin 2015

Groupe 2 9-10 oct./4-5 déc. 2014  
23-24 fév./7-8 avril 2015

Groupe 3 19-20 mars/18-19 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Autodiagnostic, tests. Mises en situation actives. Jeux de rôles. Echange d'expérience. Debrief personnalisé.

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à toutes les personnes amenées à travailler en équipe fonctionnelle ou en projet.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Questionner efficacement pour atteindre ses objectifs

Savoir bien questionner permet d'instaurer un échange interactif en vue d'avancer ensemble et de concrétiser un accord. Ce stage vous permettra d'identifier les types de questionnements et d'apprendre à faire parler vos interlocuteurs pour centrer vos relations sur les objectifs que vous vous êtes fixés.

## » Pourquoi utiliser le questionnement

- Comprendre l'utilité du questionnement.
- Le questionnement comme un outil essentiel du processus de communication.
- Adopter une attitude d'écoute pour mieux questionner.
- Se rappeler les six points clés de la communication interpersonnelle.
- Décoder les différents niveaux de message.
- Le métalangage.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic de sa pratique de questionnement.

## » Utiliser les techniques de questionnement à plusieurs niveaux

- Savoir différencier question et affirmation.
- Se préparer à questionner et à recevoir les réponses.
- Questionner pour ouvrir et entretenir le dialogue.
- Obtenir une information précise en posant les bonnes questions au bon moment.
- Gérer les questions délicates qui impactent la qualité de la relation.

**Travaux pratiques** S'entraîner aux techniques de questionnement à plusieurs niveaux.

## » Savoir questionner le métalangage de son interlocuteur

- Découvrir le métamodèle, outil de questionnement du métalangage.

- Savoir questionner les spécificités du langage : faits précis, présupposés, jugements, distorsions et généralités.
- Formuler des questions constructives pour soi et l'autre.
- Savoir traiter les objections et rebondir.

**Travaux pratiques** S'entraîner à traiter les objections avec le métamodèle.

## » L'art du questionnement au service de l'efficacité relationnelle

- Mettre en adéquation son questionnement et son objectif.
- Garder le contrôle du dialogue dans le respect de son interlocuteur.
- Questionner pour progresser, convaincre et décider.
- Savoir répondre en pratiquant la communication assertive.

**Travaux pratiques** Simulations de situations de dialogues professionnels à forts enjeux.

## » Conclure le dialogue

- Identifier les éléments clés pour réussir sa conclusion.
- Présentation de différentes techniques de conclusion.
- Garder le contrôle jusqu'à la fin du dialogue.
- S'assurer de la cohérence du verbal et du non-verbal.

**Travaux pratiques** S'entraîner à conclure des entretiens avec les différentes techniques proposées.



Réf : ECT

Durée : 2 jours

Paris 27-28 oct./17-18 nov. 2014  
15-16 déc. 2014  
22-23 janv./19-20 fév. 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant développer sa capacité à interagir efficacement avec son interlocuteur en toute situation de communication professionnelle (entretien commercial, RH, recrutement...).

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Etre un acteur constructif dans les relations transverses. Contribuer à la réussite des projets en réseau. Se situer et être force de proposition et de contribution hors hiérarchie. Comprendre rapidement les enjeux relationnels et s'intégrer au mode non hiérarchique des autres collaborateurs.



Réf :	DHC
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 18-19 juin 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 5-6 fév./25-26 juin 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 19-20 fév./4-5 juin 2015
Groupe 3	6-7 nov. 2014 12-13 fév./11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices, autodiagnostic, mises en situation et jeux de rôle.

**PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur, manager, assistant devant participer à la réalisation de projets ou travailler en transverse.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Communiquer de façon constructive**

- Emetteur/récepteur : se centrer en tant que responsable de la qualité de la communication.
  - Faire le point sur son mode de communication.
  - Les attitudes de la communication d'influence.
  - Convaincre par des techniques d'argumentation.
  - Utiliser les outils : écoute active, reformulation, questionnement, parler positif, présent et futur.
- Exercices** Exercices sur l'écoute, les différents types de questions, le parler positif. Débriefing collectif.

**» Définir et être porteur de ses objectifs**

- Clarifier les messages et les objectifs à atteindre.
  - Savoir formuler un objectif SMART.
  - Etablir un plan d'action.
  - Se préparer à transmettre et à partager ses objectifs.
  - Anticiper les freins à la réalisation des objectifs.
- Exercices** Réflexions en commun et exercices sur la clarification des objectifs.

**» Mieux se connaître pour être plus efficace**

- Prendre conscience de ses points forts.
  - Faire le point sur son schéma relationnel.
  - Maîtriser son impact et son image de marque.
  - Développer la confiance en soi pour inspirer confiance.
  - Cultiver la pensée positive.
  - Gérer les signes de considération.
- Exercices** Autodiagnostic. Test sur la connaissance de soi.

**» Développer la confiance relationnelle**

- Comprendre les attitudes à éviter dans les relations non hiérarchiques.
  - Reconnaître les comportements passif, agressif et manipulateur.
  - Adopter des attitudes authentiques.
  - Prendre une place constructive au cœur des enjeux.
- Exercices** Jeux de rôles autour du soutien des objectifs.

**» Chercher l'équilibre gagnant**

- La posture gagnant-gagnant. L'art du juste équilibre.
  - Différencier intention et manifestation.
  - Les positions de vie.
  - S'affirmer avec assertivité.
- Exercices** Tests de positionnement sur les positions de vie et sur l'assertivité.

**» Etre force de proposition en toutes situations**

- Construire des relations gagnantes même dans les situations conflictuelles. Savoir dire non.
  - Savoir différencier confrontation et conflit.
  - Traiter les objections efficacement.
  - Utiliser à bon escient la technique du disque rayé.
  - Apprivoiser les émotions par la communication non violente.
- Exercices** Simulations sur la base des problématiques rencontrées par les participants.



# Communiquer efficacement avec sa hiérarchie

Le collaborateur, qu'il soit expert ou manager de proximité, doit constituer un binôme équilibré et homogène avec son manager. Ce stage vous permettra de réfléchir sur vos pratiques comportementales et d'adapter votre communication à la personnalité de votre manager.



Réf :	OPI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercice de réflexion individuelle, autodiagnostic, mises en situation comportementales filmées avec débriefing collectif. Echanges interactifs.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant optimiser sa communication avec son manager.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Bien se connaître pour mieux communiquer**

- Evaluer son degré d'affirmation avec son manager.
  - Favoriser l'assertivité et réduire les postures de passivité, d'agressivité et de manipulation.
  - Faire le point sur ses propres atouts.
  - Faire le point sur ses axes d'amélioration en communication verbale et non-verbale : voix, ton, gestes, postures.
- Exercices** Détermination de son propre degré d'affirmation au moyen d'un questionnaire.

**» Mieux connaître son manager**

- Découvrir le style de personnalité dominant de son manager par les couleurs.
  - Connaître les leviers de motivation de son N+ : défi, rationalité, nouveauté, opinion.
  - Comprendre pourquoi son manager passe en stress : positionnement, situations, enjeux personnels.
  - Décrypter le ressenti de son manager par l'analyse de sa communication : mots-clés, attitude non-verbale.
- Exercices** Analyse du langage non-verbal et évaluation des types de personnalité par un diagnostic de son type dominant et de celui de son manager.

**» Prendre la parole en réunion d'équipe**

- Gérer son trac et maîtriser son propre stress.
- Oser s'imposer pour prendre la parole à bon escient.
- Savoir rebondir sur l'intervention précédente, se positionner pour entamer sa prise de parole.
- Réussir le démarrage de son discours : mettre de la

conviction, utiliser les mots qui font mouche.

**Exercices** Mises en situation filmées de chaque participant à tour de rôle avec identification des points forts et des axes d'amélioration spécifiques.

**» Vendre ses idées**

- Se fixer un objectif clair, concret et adapté.
  - Déterminer le bon moment pour faire une proposition.
  - Organiser ses idées et hiérarchiser ses arguments.
  - Elaborer un plan, savoir à quels concepts son manager sera le plus réceptif.
  - Formuler des demandes d'amélioration accompagnées d'un plan d'action.
- Exercices** Cas filmés pour découvrir la meilleure structure d'énoncé, des arguments utilisables puis débriefing personnalisé.

**» Faire face aux situations délicates**

- Repérer les différents types de désaccord : malentendu, conflit sur les intérêts, problèmes personnels.
  - Savoir dire non aux demandes excessives et faire des contrepropositions.
  - Accepter d'être critiqué : distinguer la personne et la fonction.
  - S'approprier la dimension émotionnelle spécifique des échanges collaborateur/manager.
- Exercices** Jeux de rôles filmés à partir de situations professionnelles vécues suivis d'une analyse individualisée. Présentation de techniques de gestion des conflits.

Cette formation, basée sur les outils de l'analyse transactionnelle, vous permettra de mieux vous connaître dans la relation à l'autre, d'établir des relations positives dans la communication interpersonnelle, de prévenir les jeux psychologiques pour éviter les conflits.

## » Intégrer les apprentissages de l'analyse transactionnelle

- Les bases de l'analyse transactionnelle.
- Le concept de scénario de vie.

**Exercices** Les scénarios de vie suivis d'échanges collectifs.

## » Repérer sa manière de communiquer avec les autres

- Les dominantes de la personnalité : le modèle des "états du moi".
- Les moyens de développer ses états du moi positifs.
- Le repérage des états du moi de l'interlocuteur.
- Les positions de vie conditionnant les comportements.

**Exercices** Autodiagnostic : "l'égogramme", les positions de vie. Jeux de rôles : entraînement à la communication "adulte".

## » Construire des relations positives

- Les transactions au service d'une meilleure communication.
- Les signes de reconnaissance : définition et origines.
- L'échange des signes de reconnaissance en entreprise.
- La structuration du temps pour optimiser son temps relationnel.

**Exercices** Jeux de rôle filmés de découverte des transactions. Entraînement individuel à la formulation de signes de reconnaissance.

## » Identifier et modifier ses mécanismes de résistance au changement

- Les douze injonctions et leurs permissions.
- Les messages contraignants : avantages, inconvénients, antidotes.
- Les sentiments parasites et la collection de timbres.
- Le tableau des méconnaissances.

**Exercices** Autodiagnostic : les messages contraignants. Découverte des sentiments parasites et des méconnaissances.

## » Désamorcer les tensions menant au conflit

- Les jeux psychologiques : définition et causes.
- Le cas particulier du triangle dramatique.
- Les méthodes pour sortir des jeux psychologiques.

**Exercices** Cas pratique : le triangle des tensions.

## » Se donner les moyens de réussir

- Le changement : une attitude responsable.
- Les critères de l'autonomie.
- Le "contrat" : des objectifs réalistes et acceptables pour soi et les autres.

**Exercices** Etablissement d'un contrat individuel de changement.



Réf :	NAT
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 2-4 fév./26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Autodiagnostic, jeux de rôles suivis de débriefing collectif, cas pratiques.

### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes souhaitant utiliser les apprentissages de l'analyse transactionnelle pour mieux se connaître et optimiser leurs relations de travail.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# L'ennéagramme pour mieux communiquer

La connaissance de l'ennéagramme va vous permettre de repérer vos propres moteurs d'action ainsi que ceux qui animent vos interlocuteurs. Vous apprendrez ainsi à écouter l'autre, à développer une communication flexible et adaptée aux situations d'incompréhension au travail.

## » Découvrir son mode de fonctionnement

- Repérer ses modes de pensée.
- Identifier ses moteurs, repérer ses talents.
- Répertoire ses comportements positifs et attitudes limitantes dans la relation.
- Ecouter ses croyances et ses émotions.
- Identifier ses fonctionnements managériaux.

**Exercices** Entraînement à l'écoute pour repérer les fonctionnements de chacun. Partage d'expériences.

## » Comprendre les dix moteurs à l'action

- Découvrir ses propres moteurs et sa dominante.
- Evaluer son degré de certitude et d'ouverture : cadre interne ou externe.
- Identifier ses leviers de motivation.
- Prendre conscience de son positionnement dans le temps.
- Repérer les moteurs coincés. Appréhender les risques pour soi et les autres.

**Jeu de rôle** En trio : fonctionner avec un moteur inhabituel. Débriefing collectif.

## » Découvrir l'ennéagramme comme outil structurant

- Comprendre l'éthique du modèle.
- Découvrir les quatre facettes de sa personnalité.
- Connaître les bases des personnes, leurs contacts, leurs directions.
- Identifier les comportements sous stress de chacune des facettes.

- Manager en connaissant les valeurs qui s'opposent. Prendre des décisions à partir des moteurs et des facettes.
- Découvrir à travers le moteur temps la gestion des objectifs. Savoir utiliser les directions.

**Exercices** En binôme : identifier les moteurs de son interlocuteur. Adapter sa communication.

## » Ecouter pour repérer la base de la personne

- Savoir questionner et écouter les moteurs.
  - Positionner la personne dans sa base.
  - Identifier les blocages liés aux croyances.
  - Développer une communication flexible et tolérante.
- Jeu de rôle** En trio : exprimer son point de vue, savoir écouter le point de vue de l'autre.

## » Communiquer en fonction des bases

- Argumenter et convaincre.
- Communiquer en respectant les valeurs fortes de l'autre.
- Tenir compte de son feedback pour améliorer sa communication.
- Trouver des points de rencontre dans des situations de tension ou conflit.

**Exercices** En binôme, donner et recevoir un feedback avec un interlocuteur de base différente.



Réf :	ENN
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges participatifs, retours d'expériences, jeux de rôles, exercices en binômes suivis d'un débriefing en groupe.

### » PARTICIPANTS

Managers, dirigeants, cadres, professionnels des Ressources Humaines, tout personne désireuse de perfectionner les ressorts de sa communication.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

L'objectif de ce stage est de sensibiliser les salariés aux différentes situations de handicap dans une équipe comme dans le monde professionnel en général. Ils verront notamment comment réagir et se comporter de manière adaptée.



Réf :	TPH
Durée :	1 jour
Paris	1 déc. 2014 2 fév./11 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
 Cette formation est participative et interactive, entrecoupée de jeux, vidéos, quiz, mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
 Tout collaborateur souhaitant connaître les attitudes et postures adaptées à leurs collègues en situation de handicap.

**PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**Historique et approche du handicap**

- Les situations de handicap.
  - Les lois qui définissent la notion de travailleur handicapé.
  - Les déficiences : savoir les identifier.
  - Savoir comment obtenir une reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé.
  - Ces stéréotypes qui nous empêchent d'adopter une posture simple et naturelle.
- Echanges** Faire le point sur sa propre approche du handicap. Discussion-débat.

**Les politiques d'insertion : qui, quand, comment ?**

- Focus sur les structures et les instances liées au handicap en France.
  - Politiques vis-à-vis du handicap au sein de l'entreprise.
  - Evolutions de l'entreprise vis-à-vis des travailleurs en situation de handicap.
  - Rôle et implication du médecin du travail dans l'entreprise.
  - Rôle et actions des missions handicap et du service RH.
  - Différences de statuts entre un travailleur reconnu handicapé et une personne en situation de handicap.
- Démonstration** Connaître l'organisation et l'accueil des personnes en situation de handicap au sein de la société et de l'entreprise.

**Postures et comportements**

- Gérer un salarié porteur d'un handicap visible et/ou invisible : les différentes postures requises.
  - Comportements à adopter et à éviter.
  - Démystifier en équipe le handicap.
  - Prise de recul face à des situations stressantes.
- Réflexion collective** Adopter une approche facilitée avec ses collègues en situation de handicap. Vidéos humoristiques et quiz permettant de démystifier les situations.

**Pratiques clés et mises en situation**

- Première mise en situation : j'accueille un collègue en situation de handicap qui vient d'être recruté.
  - Deuxième mise en situation : j'apprends le cancer d'un de mes collègues qui travaille régulièrement avec moi.
  - Troisième mise en situation : je me sens harcelé par un collègue en situation de handicap.
- Mise en situation** Les mises en situation permettent des échanges et une compréhension facilitée des situations relationnelles.

**Plan personnel de progrès**

- Définition de ses objectifs personnels.
  - Points de progrès à développer par stagiaire (travail en binôme).
- Exercices** En binômes, définir les objectifs du plan de progrès.

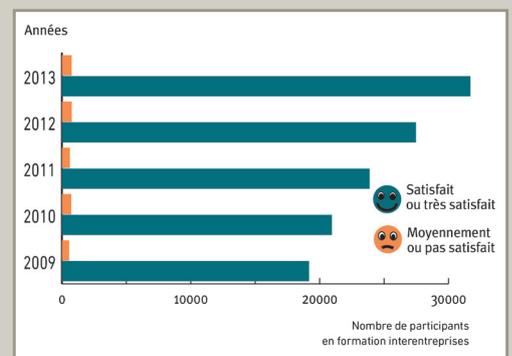


A l'issue de nos formations, **97,4 %** de nos clients se déclarent «satisfaits» ou «très satisfaits» de la prestation globale fournie par Orsys.

## Orsys, la garantie de satisfaction

Créativité, innovation, écoute, réflexion, rigueur... Au cœur de la vision que nous nous faisons de notre métier, toutes ces valeurs sont réunies pour vous apporter le meilleur de ce qui existe en termes d'approche méthodologique et de qualité de service.

- Un nombre limité à 12 participants par session pour les stages
- Un poste par stagiaire
- Déjeuners et pauses café offerts
- Sélection rigoureuse des experts-formateurs
- Des centres de formation près de chez vous et proches de toutes commodités.



taux de satisfaction en interentreprises sur 5 ans

Les participants insatisfaits sont systématiquement contactés par le consultant. Il analyse la situation et propose les actions correctives adaptées.

La montée en puissance des réseaux sociaux et du Web participatif ont placé rapidement l'individu au centre des usages du Web. Cette formation vous apprendra à construire et promouvoir votre identité numérique et votre e-réputation, dans le respect des règles de communication des outils du Web 2.0.

## » Pourquoi chercher à valoriser son e-réputation ?

- L'e-réputation, c'est quoi ?
- L'identité numérique.
- L'évolution des comportements avec les réseaux sociaux.

**Exercices** Effectuer une première approche du principe de veille et de mesure de son e-réputation.

## » Un nouveau mode de communication

- Les nouveaux comportements des recruteurs.
- Les grands usages des réseaux sociaux.
- Exemples d'audiences et d'impacts.

## » Promouvoir sa marque personnelle

- Transposition des techniques de marque entreprise.
- La théorie de Milgram, l'amorce des réseaux sociaux.
- Les grands principes du Personal Branding.

**Exercices** Définir l'objectif et les éléments clés de l'image que l'on souhaite diffuser.

## » Construire sa marque personnelle

- Etat des lieux : cartographie de son identité numérique et harmonisation des profils.
- Le SWOT pour définir sa stratégie, ses objectifs, sa valeur ajoutée et les étapes de mise en œuvre.
- Le storytelling.

**Exercices** Préparer son 'Elevator Pitch', outil de présentation.

## » Méthodologie

- Cartographie de la démarche de Personal Branding.
- Identifier les supports adaptés aux objectifs et comprendre leur usage.
- Construire son réseau et ses références sur Internet.
- Sortir du lot : créer son blog, sa(ses) communauté(s), participer aux médias sociaux.

**Exercices** Identifier les supports adaptés à son objectif personnel dans une stratégie à court, moyen et long terme.

## » Les règles de communication, codes et usages sur les réseaux sociaux

- Les règles de prudence.
- Le fond et la forme : gérer ses publications, diffuser des contenus spécifiques et adaptés aux médias.
- Comment engager la conversation et répondre ?
- Comment rédiger sur les réseaux sociaux ?

**Exercices** Définir une ligne éditoriale et une fréquence de publication pour ses communications.

## » Optimiser son temps

- Programmer et automatiser ses publications. Les outils.
- Comment mesurer l'impact de ses actions ?

## » Veiller sur son e-réputation

- Les outils d'observation gratuits : Google et les autres.
- Les outils de veille spécifiques à Twitter et Facebook.
- Créer ses alertes et tableaux de bord de veille.

**Exercices** Créer un tableau de bord de veille.



Réf :	BRA
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 8-9 janv./23-24 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices pratiques individuels, approche interactive, échanges entre participants.

### » PARTICIPANTS

Cadres en situation de mobilité professionnelle, experts, consultants, profession libérales, entrepreneurs, cadres dirigeants, hauts potentiels.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Optimiser votre communication via les réseaux sociaux

Souvent utilisés pour faire des rencontres ou retrouver d'anciennes connaissances, les réseaux sociaux connaissent un engouement auprès d'un public très varié. Ce stage vous apprendra à utiliser les réseaux existants dans le but d'optimiser votre communication professionnelle.

## » Présence en ligne et e-réputation

- Diagnostic de sa présence en ligne.
- Définition de l'e-réputation.
- Prendre conscience de l'image renvoyée.

**Travaux pratiques** Recherche sur le Net et analyse de sa présence et de son image.

## » Promouvoir sa marque personnelle avec le Personal Branding

- Transposition des techniques de Marque Entreprise.
- La théorie de Milgram, l'amorce des réseaux sociaux.
- Les grands principes du Personal Branding.

**Travaux pratiques** Définir les éléments clés de l'image que l'on souhaite diffuser ainsi que son objectif.

## » Identification des types de réseaux

- Les réseaux symétriques et asymétriques.
- Ouverts ou fermés.
- Généralistes et professionnels.

**Travaux pratiques** Recherche sur le Net à partir des traces laissées. Exercice de recherche des informations personnelles et professionnelles présentes sur le Net.

## » Facebook

- Facebook, outil professionnel ou grand public ?
- Comment utiliser Facebook comme outil de communication ? Les profils personnels.
- Différences entre profils, pages et asymétrie.
- Gestion d'une page thématique.
- Bonnes et mauvaises pratiques.

**Travaux pratiques** S'inscrire et publier des messages privés sur son mur, rechercher des contacts ou pages d'intérêts, publier des documents et statuts...

## » Twitter

- Fonctionnement : messages privés, recherche...
- Comment identifier les contacts potentiels ?

**Travaux pratiques** Création d'un compte Twitter, recherche de personnes à suivre, premiers tweets.

## » LinkedIn et Viadeo

- Présentation et inscriptions sur LinkedIn et Viadeo.
- Fiches personnelles et contacts.
- Groupes et discussions.

**Travaux pratiques** Améliorer ses fiches, recherche de contacts, de groupes, partage de contenu...

## » Communautés et règles de communication, codes et usages

- Les principales fonctionnalités des communautés.
- Savoir modérer sa communauté.
- Savoir rédiger des contenus spécifiques et adaptés à chaque réseau.
- Engager la conversation et répondre.

**Travaux pratiques** Adapter sa communication.



Réf :	SOP
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 2-3 fév./7-8 avril 2015 8-9 juin 2015
Groupe 1 16-17 oct./11-12 déc. 2014	
Groupe 2 23-24 oct./18-19 déc. 2014	
Groupe 3 9-10 oct./11-12 déc. 2014	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Ce stage repose sur l'étude ou la création des profils des stagiaires ainsi que sur leurs diverses interactions.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant améliorer sa communication professionnelle via les réseaux.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Que l'on soit amené à réaliser des exposés magistraux, à débattre ou à mener des réunions, des éléments essentiels de communication se doivent d'être maîtrisés. Vous apprendrez à optimiser votre expression verbale et non verbale pour préparer et animer votre intervention avec aisance.

### Identifier les différents types d'intervention

- Les spécificités de l'allocation et de la conférence, les styles d'animation correspondants et les attitudes adaptées.
- Les particularités de la prise de parole pour l'exposé et le débat.
- Les différents types de réunions : d'équipe, d'information, de prise de décision, de créativité...
- Créer la bonne argumentation : les éléments pour persuader et convaincre.
- Créer le bon plan en fonction de l'objectif et du public : organiser ses idées et structurer son propos.

**Exercices** *Réflexions collectives, échanges et exercices pratiques sur les techniques de communication adaptées à chaque type d'intervention (exposé, débat, réunion...).*

### Connaître les règles de base de la communication

- La théorie de la communication : l'émetteur, le message, le récepteur, les interférences, les filtres...
- Les différents objectifs de la communication : informer, convaincre, faire agir, influencer...
- Analyse des points forts et des axes de progrès des participants dans leurs comportements face au groupe.
- Les schémas de la communication unilatérale et interactive : comprendre la réaction d'un public.
- Comprendre l'effet émetteur isolé face à des récepteurs groupés, communiquer avec 100% de ses auditeurs.
- Connaître les canaux sensoriels pour mieux communiquer : visuel, auditif et kinesthésique.

**Réflexion collective** *Echanges et retours d'expérience sur différentes situations de communication dans le milieu professionnel.*

### Réussir sa prise de parole : le verbal

- Structurer le discours : plan, classement, association d'idées...
- Déroulement de la prise de parole : introduction, développement et conclusion.
- Choisir ses mots : s'adapter au langage de l'auditoire, faire simple et court, utiliser le silence à bon escient...
- Connaître les mots et expressions à favoriser et ceux à éviter.
- Argumenter et défendre ses idées : les arguments déductifs, les arguments analogiques...

**Travaux pratiques** *Préparation du lancement d'une prise de parole avec l'accroche et l'introduction.*

### Maîtriser le langage du corps

- L'importance de la communication non verbale et para-verbale, la notion de congruence.
- La gestuelle : avoir des gestes d'ouverture, vivants et détendus, être expressif.
- Prise d'espace et déplacements : apprendre à habiter son périmètre d'intimité avec calme et assurance.
- Les appuis et la posture : savoir se poser, effectuer une bonne "prise de terre", les techniques d'ancrage.
- Les expressions du visage : comment se montrer détendu, ouvert, expressif et souriant à bon escient ?
- Le regard : montrer ses émotions positives, s'approprier son champ de vision, regarder le public.

**Exercices** *Exemples d'utilisation des gestes lors d'une prise de parole.*

### Gérer son trac pour prendre la parole

- Définition et compréhension du trac : les conditionnements et pressions.
- Les alertes automatiques : comprendre et décoder les manifestations physiques du trac.
- Comprendre ses propres attitudes : fuite passive, attaque agressive, manipulation ou assertivité...
- Avoir un comportement assertif : l'affirmation de soi, la confiance, l'attitude constructive...
- La maîtrise de soi : faire du trac un allié.
- Savoir "calmer le jeu" : contrôler son trac.
- Les techniques de respiration : pratiquer la respiration abdominale, apprendre à stocker et utiliser plus d'air.
- Les réglages de la voix : volume, hauteur, timbre, intonation, débit, articulation, rythme...

**Exercices** *Mises en situation avec application des techniques et méthodes vues précédemment sur la gestion du trac, la respiration, le réglage de sa voix...*

### Interagir avec l'auditoire

- Les attitudes de Porter : jugement, enquête, interprétation, aide et soutien, conseil, compréhension et empathie.
- Savoir se placer en situation d'écoute : écoute active et reformulation.
- Comprendre la dynamique et combattre l'effet de groupe, savoir gérer les différents interlocuteurs.
- Connaître les bonnes attitudes à adopter face aux questions difficiles.
- Savoir traiter les questions agressives.
- Faire face à la critique et à la polémique.

**Travaux pratiques** *Mises en situation avec application des techniques et méthodes vues précédemment sur la réalisation d'exposés professionnels.*



Réf :	PAP
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./20-21 nov. 2014 11-12 déc. 2014 15-16 janv./9-10 fév. 2015
Groupe 1	2-3 oct./4-5 déc. 2014 23-24 fév./27-28 avril 2015
Groupe 2	18-19 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Groupe 3	9-10 oct./4-5 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Une approche active et impliquante pour chaque participant, de nombreux exercices et travaux de groupe : jeux de rôles filmés avec restitution et analyse individualisée.

### PARTICIPANTS

Toute personne amenée à prendre la parole en public dans un contexte professionnel.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### pour aller plus loin

- Prendre la parole et réussir ses interventions en public p. 201
- Prendre la parole dans un groupe p. 201
- Argumenter et convaincre, niveau 1 p. 204

Se préparer à prendre la parole : mise en confiance, travail de la voix, respiration. Structurer son discours : prise de notes, élaboration des supports. Gestion et décodage de la communication non verbale. Savoir improviser, parler sans notes, captiver, interagir avec son public et présenter un intervenant.

## » Rappels des techniques de base

- La maîtrise de soi. Définition de trac.
- L'importance de la respiration.
- Savoir moduler sa voix. Le langage du corps.

**Exemple** Exemples d'utilisation des techniques de base.

## » Comment vaincre le trac ?

- Analyse des difficultés d'expression.
- Confiance en soi, avoir une image constructive.
- Ne pas se laisser envahir par le trac. Les bonnes techniques à utiliser.

**Travaux pratiques** Mise en situation.

## » Optimiser sa communication non verbale

- L'effet " balai " : laisser parler son corps.
- Les gestes trahissent nos pensées.
- La gestuelle et son décodage (orateur et participants).
- Les postures à adopter, à éviter. Gérer l'espace, bouger.

**Exemple** Exemples d'utilisation des gestes lors d'une intervention.

## » Apprendre à coordonner l'ensemble des techniques

- La préparation mentale.
- Appliquer les techniques de manière naturelle.
- Harmoniser la communication verbale et les mouvements du corps.

**Exemple** Exemples de mise en œuvre.

## » Préparer son intervention

- Utiliser son stress positivement.
- Connaître son auditoire. Prendre ses marques, repérages.
- Se préparer mentalement, les miracles de la projection mentale positive. Préparer ses notes.
- S'entraîner à faire des interventions sans notes.
- Préparation des supports, utilisation de la technique.

## » Improviser, prendre la parole à l'improviste

- Que faire en cas d'interventions imprévues.
- Les bons réflexes à avoir. Garder son calme.
- L'importance de la respiration.

**Exercices** Exercices de groupe pour s'habituer à prendre la parole à l'improviste.

## » Captiver son auditoire

- Le secret des grands orateurs. Etre un bon auditeur pour être un bon orateur.
- Bien commencer son intervention. Règles de relations humaines adaptées à la prise de parole.
- Ecouter, regarder le public, utiliser les réactions.
- Répondre aux questions agressives, manager les perturbateurs.
- Formule pour entraîner, faire adhérer à ses idées.

## » Savoir présenter un invité, un intervenant

- Méthode S.I.C (Sujet, Intérêt, Conférencier).
- Imiter les animateurs.



Réf :	PUB
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./24-25 nov. 2014 15-16 déc. 2014 12-13 janv./16-17 fév. 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 19-20 janv./30-31 mars 2015
Groupe 2	6-7 nov. 2014 5-6 janv./23-24 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Participation active des stagiaires qui prennent la parole devant le groupe. Jeux de rôles filmés.

## » PARTICIPANTS

Toute personne désirant perfectionner sa prise de parole devant un auditoire, entretien préparé ou improvisé.

## » PREREQUIS

Connaissances de base en techniques de communication orale.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Prendre la parole dans un groupe

Ce stage vous donnera les moyens techniques pour faciliter la prise de parole et la rendre efficace, au sein de votre équipe. En identifiant vos éléments bloquants, vous gagnerez en assurance pour enrichir votre communication et vos relations au travail.

## » Mieux se connaître et s'affirmer

- L'affirmation de soi.
- Les différentes attitudes relationnelles (fuite, attaque...).
- L'assertivité : ni hérisson, ni paillason.
- Les canaux sensoriels de communication : VAKO.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic sur l'affirmation de soi.

## » Réussir à oser dire et savoir dire

- Renforcer sa confiance en soi et en autrui.
- Optimiser son image.
- Ancrer ses points forts, développer sa capacité à changer.
- S'investir davantage dans un groupe.
- Gagner en spontanéité.
- Faire passer un message délicat. Oser dire "non".
- Faire face à l'agressivité, au mécontentement.
- Faire face aux objections.

**Travaux pratiques** S'entraîner à adopter une communication assertive, à répondre efficacement aux critiques et à oser dire non.

## » Contourner les freins à la communication

- Eviter les jugements et les accusations.
- Instaurer de la proximité vis à vis de son interlocuteur.
- Contrôle de ce qui se dit : réguler.
- Garder son self-control.
- Faire face à l'agressivité avec les attitudes ressources.

**Travaux pratiques** S'entraîner à canaliser l'agressivité de son interlocuteur et à surmonter une situation difficile.

## » S'exprimer en groupe

- Connaître les styles d'animation.
- Pratiquer l'écoute active.
- Identifier les phases de structuration des groupes.
- S'exprimer dans un groupe : mettre en forme ce que l'on désire énoncer.
- Repérer les types de participants (bavard, timide, déviant...) et les attitudes à adopter.
- Savoir répondre aux objections et contradictions.
- Savoir instaurer des stratégies de comportement face au conflit.

**Travaux pratiques** Questionnaire sur les styles d'animation. Des entraînements par des improvisations, des jeux de rôle, individuels ou collectifs.

## » Maîtriser sa communication verbale et non verbale

- La voix : intensité, intonation, débit.
- L'articulation et le rythme, les silences.
- La gestuelle : gestes vivants, positifs, négatifs, amples...
- La posture et les appuis.
- Le visage, les mimiques et le regard. La respiration.

**Travaux pratiques** Exercices de communication et d'expression pour augmenter son aisance.



Réf :	XPG
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 26-28 janv./30 mars-1 avril 2015 26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tous ceux qui souhaitent réduire leur appréhension lors de la prise de parole face à plusieurs personnes et ceux qui souhaitent augmenter leur habileté sociale.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Le trac est une inquiétude, une peur que l'on ressent avant de subir une épreuve. L'apprivoiser consiste à reconnaître et accepter ses émotions, ses qualités et ses marges de progression. Ce stage vous apportera les techniques pour donner le meilleur de vous-même et surmonter votre trac.

**Exercices pratiques**

**diff**

Réf : ERA  
 Durée : 2 jours  
 Paris 27-28 nov. 2014  
 23-24 fév./27-28 avril 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
 Training corporel et comportemental par l'apprentissage des techniques de relaxation, de respiration et de visualisation. Jeux de rôle, simulations.

**PARTICIPANTS**  
 Toute personne souhaitant mieux maîtriser son trac face à un public.

**PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

» Qu'est-ce que le trac ?

- Définition.
- Identifier le trac et ses facteurs déclenchants.
- Reconnaître ses manifestations physiques, mentales et comportementales.

**Exercices** Autodiagnostic. Lister les antidotes. Echanges.

» Maîtriser ses émotions

- Adopter une posture dynamique.
- Renforcer ses appuis, son ancrage.
- Se relaxer, respirer, lâcher prise.

**Exercices** Exercice de relaxation et de respiration. renforcer ces appuis, trouver son axe et jouer sur les postures.

» La préparation mentale

- Utiliser les techniques de visualisation positives.
- Ancrer ses états ressources.
- Recadrer ses croyances.

**Exercices** Réalisation d'un ancrage. Visualisation.

» Développer la confiance en soi

- Reconnaître et mesurer l'impact de ses "petites voix".
- Accepter ses émotions. Le droit d'avoir peur, le droit à l'erreur.
- Repérer ses messages contraignants.

**Jeu de rôle** Test sur les "petites voix". Jeu de rôle.

» Préparer son intervention

- Définir ses objectifs, ses messages clés.
- Faire un plan.
- Savoir improviser.

**Exercices** Le plan commun. Jeu de rôle : improvisation collective.

» Le trac face à un auditoire

- Accepter de jouer son rôle face à un auditoire.
- Développer son expression vocale et corporelle.
- Renforcer sa capacité à théâtraliser.
- Se mettre en scène.

**Mise en situation** Technique vocale. Jeux sur l'intention et le caractère. Simulation : tenir son rôle d'orateur.

» Elaborer des nouveaux comportements

- Prendre conscience, analyser et modifier notre vision des événements.
- Recadrer l'événement dans cette nouvelle perspective.
- Oser se dépasser, se montrer.
- Elaborer sa propre stratégie de réussite.

**Mise en situation** Changer de point de vue. Se mettre en scène.

Cette formation vous présentera les apports du Storytelling et ses usages possibles en entreprise. Elle vous montrera comment élaborer une communication qui suscite l'intérêt et l'émotion.

**Exercices pratiques**

**diff**

Réf : ORY  
 Durée : 2 jours  
 Paris 2-3 oct./18-19 déc. 2014  
 12-13 fév./28-29 mai 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
 Séquences de découverte, apports de connaissances, cas pratiques, mises en situation, partages d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
 Dirigeants, responsables, etc. Toute personne régulièrement amenée à prendre la parole en public avec la nécessité de convaincre.

**PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

» Découvrir le storytelling et ses usages possibles dans l'entreprise

- Découvrir les principes et l'histoire du storytelling.
- Connaître les différents usages du storytelling (politique, marketing, communication).
- Identifier les exemples de communicants utilisant le storytelling.
- Comprendre les apports fondamentaux du storytelling (donner du sens, partager de l'émotion).

**Travaux pratiques** Etude d'exemples célèbres de storytelling.

» Préparer sa présentation avec le storytelling

- Comprendre la complémentarité des deux dimensions d'une présentation réussie : la dimension rationnelle et émotionnelle.
- Sélectionner l'information pour éviter l'exhaustivité.
- Accepter de prendre un risque en présentant son propos selon un angle de vue défini.
- Apprendre à cerner son auditoire et identifier les éléments pour le convaincre.
- Choisir le ton de sa présentation.

**Travaux pratiques** A partir d'exemples fournis par les participants ou le formateur, exercices d'identification de messages clés, d'angles de vue, de type d'auditoire.

» Concevoir sa présentation avec le storytelling

- Apprendre à rédiger le pitch de sa présentation.
- Découvrir, ou redécouvrir, le schéma narratif, concept à la base de toute histoire.
- Adapter le schéma narratif à l'usage professionnel pour construire le plan de sa présentation.
- Identifier les personnages principaux de sa présentation et leurs caractéristiques.

**Travaux pratiques** A partir d'exemples fournis par les participants ou le formateur, exercices de rédaction de pitch, de plan d'intervention, d'identification des personnages.

» Présenter son histoire à un auditoire en suscitant de l'émotion

- Comprendre l'impact de la communication para-verbale et non-verbale.
- Mettre en valeur son récit avec sa voix : tonalité, rythme, débit, articulation, volume, mélodie.
- Conférer davantage de poids sémantique à son propos en insérant pauses et silences.
- Impliquer physiquement son auditoire : gestes, postures, sourires, regards, déplacements.
- Créer un lien avec l'auditoire : transmettre ses émotions pour convaincre.

**Travaux pratiques** Mises en situation de présentation.

# Développer sa voix pour mieux communiquer, niveau 1



La voix est un outil puissant de communication. Si votre voix s'altère, est monocorde, si votre ton ne soutient pas votre discours, c'est autant de barrières que vous dressez entre vous et les autres. En travaillant votre voix, vous serez plus convaincant, plus authentique et plus à même de défendre vos opinions.

## » Communiquer

- Schéma et règles de base de la communication.
- Les facteurs déterminants de la communication.

## » Découvrir et apprivoiser sa voix

- Découvrir comment fonctionne sa voix.
- Identifier les paramètres de la voix.
- Repérer les caractéristiques de la voix.
- Analyser ses zones d'effort et de confort.
- Apprivoiser sa voix, son empreinte vocale.
- Réaliser son diagnostic vocal personnalisé.

**Travaux pratiques** Enregistrement audio : exercice d'articulation pour un message d'un répondeur téléphonique.

## » Prendre conscience de sa respiration et de ses résonances

- Libérer ses tensions.
- Respirations abdominale et costale.
- Comprendre l'importance du souffle.
- Adopter une posture naturelle et confortable.
- Se préparer à une intervention orale.

**Travaux pratiques** Exercices de relaxation et de respiration. Travail sur le renforcement de ses appuis.

## » Apprivoiser le trac

- Définir et comprendre le trac.
- Maîtriser le trac : les règles et techniques de base.
- Repérer les messages contraignants et positifs.
- Utiliser la visualisation pour réduire le trac.

- Se relaxer et remobiliser son énergie.
- Pratiquer l'ancrage.

**Travaux pratiques** Exercice d'ancrage. Test sur les petites voix.

## » Acquérir les techniques vocales qui font un bon orateur

- Découvrir l'ampleur de sa voix.
- Enrichir son timbre.
- Projeter sa voix.
- Affiner sa diction.
- S'engager dynamiquement dans une phrase.

**Travaux pratiques** Découverte de sa tessiture, exercices en voix parlée et chantée.

## » Jouer avec sa voix

- S'exprimer pleinement à travers sa voix.
- Développer son expressivité.
- Savoir moduler sa voix.
- Mesurer l'impact de sa prise de parole.

**Travaux pratiques** Jeux sur l'intention et le caractère. Mises en situation sur un thème choisi.

## » Synchroniser la voix avec le regard et les gestes

- Synchroniser sa communication non verbale avec sa voix.
- Respecter son tempérament.
- Travailler son "entrée en scène".

**Travaux pratiques** Enregistrement vidéo : mises en situation lors d'une prise de parole en réunion.



Réf :	VOX
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 2-3 fév. /11-12 mai 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 2-3 fév./4-5 mai 2015
Groupe 3	13-14 nov. 2014 19-20 janv./26-27 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Jeux, exercices vocaux et mises en situation. Expérimentation et acquisition de techniques vocales et corporelles.

### » PARTICIPANTS

Tous ceux qui veulent développer leur voix.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Développer sa voix pour mieux s'affirmer

nouveau



Ce stage vous apprendra à tirer le meilleur parti de votre voix afin de mieux vous exprimer et vous affirmer. En travaillant votre voix, vous verrez comment susciter l'écoute, agir sur autrui, améliorer votre présence et votre prestance, ou encore faire passer un message clair et précis tout en gérant vos émotions.

## » Augmenter son impact, susciter l'écoute

- Technique vocale au service de l'expression.
- Projeter sa voix pour se faire entendre.
- Préciser son articulation.
- Développer la tonicité et l'endurance vocale.
- Utiliser sa voix pour avoir une action sur autrui.
- S'affirmer au travers de sa voix.

**Exercices** Training vocal corporel et respiratoire.

## » Développer sa présence

- Mobiliser son énergie. Adopter une posture ouverte.
- Augmenter le volume de sa voix. Moduler son débit.
- Aérer et rythmer son discours.
- Mettre en scène son récit.
- Avoir un objectif : affirmer, informer, convaincre...

**Jeu de rôle** Lecture neutre puis expressive. Prendre la parole avec un objectif. Jeu " la convoitise des trois sacs " .

## » Exprimer clairement un message

- Trouver sa verticalité. Orienter son regard pour impliquer son interlocuteur ou son auditoire.
- Se relaxer rapidement en situation.
- Développer sa capacité à recueillir le Feedback.
- Comprendre son interlocuteur, son auditoire.
- Trouver son propre tempo, son rythme.
- Développer sa théâtralité.

**Mise en situation** Relaxation dynamique. Interprétation d'une saynète. Jeu masqué "la rencontre".

## » Développer son assertivité

- Optimiser sa communication non verbale.
- Expérimenter au travers de sa voix les comportements passifs, agressifs, affirmatifs.
- Exprimer ses sentiments.
- Evacuer les pudeurs inutiles, inhibantes.
- Identifier ses pensées automatiques.
- Déstabiliser ses croyances.
- Argumenter, méthode SOSRA.
- Faire une demande (DESC).

**Travaux pratiques** Grille d'aide à l'observation des comportements.

## » Gérer ses émotions, moteur de conviction

- Reconnaître ses émotions, les accepter, les canaliser.
- Utiliser sa respiration.
- Jouer avec la gamme des sentiments.
- Développer l'écoute de soi, l'écoute interne.
- Harmoniser le geste et le sentiment.
- Visualiser son objectif atteint.
- Gérer son trac.

**Exercices** Respiration alternée, relaxation, visualisation.

## » Aimer sa voix

- Peut-on changer sa voix ?
- Faire le lien entre la voix parlée et la voix chantée.
- Découvrir sa tessiture. Interpréter un texte.
- Interpréter une chanson. Improviser.

**Mise en situation** Technique vocale. Interprétation d'une chanson. Improvisation vocale.

# Argumenter et convaincre, niveau 1

## faire adhérer son auditoire



Cette formation permettra aux participants de maîtriser les techniques d'argumentation et les savoir-être en vue de vendre leurs idées et de convaincre leurs interlocuteurs.



Réf :	AGC
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./12-13 nov. 2014 8-9 déc. 2014 5-6 janv./2-3 fév. 2015
Groupe 1	18-19 déc. 2014 2-3 mars/9-10 juin 2015
Groupe 2	11-12 déc. 2014 23-24 fév./27-28 avril 2015
Groupe 3	11-12 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Tests d'autoévaluation, apports théoriques avec échange d'expériences, mise en pratique sur jeux de rôles filmés.

**PARTICIPANTS**  
Tous les cadres amenés à travailler en équipe fonctionnelle ou en projet.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### Principes généraux de la communication

- Identifier les bases de la communication et les obstacles.
- Les facteurs de l'argumentation.
- Les bases de la communication persuasive.
- Les facteurs humains et leurs interactions.

**Travaux pratiques** Test d'autopositionnement et analyse des résultats.

### Les techniques pour argumenter

- Utiliser l'argumentation factuelle.
- Structurer les explications. Renforcer les démonstrations. Favoriser les déductions.
- Appuyer votre pouvoir de persuasion par l'argumentation comportementale.
- Apprendre à adapter l'argumentaire à son interlocuteur.
- Bâtir la confiance pour favoriser la persuasion.
- Adopter les comportements assurant l'écoute et la compréhension.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur cas filmé : découvrir des arguments utilisables, analyse des séances en groupe.

### Les techniques pour convaincre

- Savoir questionner son interlocuteur.
- Ecouter et rebondir sur les remarques.
- Anticiper les objections et les questions.
- Défendre ses idées avec conviction.
- Savoir faire des concessions.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée : utiliser des arguments pour convaincre, analyse des séances en groupe.

### Les éléments d'adhésion de son auditoire

- Comprendre les réactions de défense et de stress de son interlocuteur.
- Adopter un comportement assertif.
- Situer les freins aux développements. Identifier les comportements "en repli" en fonction des types de personnalité.
- Reconnaître la "survie" de son interlocuteur.
- Accompagner son interlocuteur pour passer en "croissance".
- Répondre aux attentes et besoins de son interlocuteur en adaptant ses comportements et son langage.
- Utiliser les mots justes pour éviter les blocages.
- Se synchroniser avec son interlocuteur.

**Travaux pratiques** Mises en situation "entretien avec une situation délicate ou conflictuelle", analyse des séances en groupe.

# Argumenter et convaincre, niveau 2

204

Communication et Relationnel

Cette formation destinée aux personnes déjà familiarisées avec les techniques de communication de base, met l'accent sur la connaissance de l'autre et de soi-même. Elle approfondit les techniques de communication verbale et non verbale indispensables pour réussir à convaincre ses interlocuteurs.



Réf :	AGP
Durée :	2 jours
Paris	27-28 oct./15-16 déc. 2014 9-10 fév./2-3 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Tests d'autoévaluation, échanges d'expériences et bonnes pratiques, nombreuses mises en situation filmées avec débriefing personnalisé.

**PARTICIPANTS**  
Ce stage s'adresse à tous les managers et dirigeants amenés à argumenter pour convaincre leurs équipes et autres interlocuteurs (clients, équipes transverses...).

**PREREQUIS**  
Avoir suivi la formation AGC ou une formation équivalente.

### Définir l'argumentation

- Argumenter, convaincre et influencer sans manipuler.
- Les raisons et les limites de l'argumentation.

**Réflexion collective** Atelier sur les finalités d'argumenter, convaincre et influencer.

### Connaître son interlocuteur

- Les enjeux de la relation.
- Clarifier les messages et objectifs à atteindre.
- Identifier les modes de communication Parent Adulte Enfant.

**Travaux pratiques** Test pour identifier ses styles de communication privilégiés.

### Utiliser les paramètres d'influence

- Les processus et outils de communication.
- Adopter des postures positives pour créer la confiance relationnelle.
- S'appuyer sur les six attitudes d'écoute spontanées.
- Identifier les signaux qui trahissent les attitudes positives et défensives.
- Influencer en suscitant des émotions et en provoquant de l'intérêt.

**Mise en situation** Mises en situation filmées sur les techniques d'écoute active. Décoder le non-verbal.

### Comprendre l'impact des perceptions réciproques sur la relation

- Utiliser les positions de vie.
- Comprendre et utiliser le rapport à l'autorité.

- Identifier les freins liés aux croyances limitantes.
- Etre assertif en situation de prise de décision.

**Travaux pratiques** Test sur les positions de vie. Test sur l'assertivité.

### Communiquer efficacement pour convaincre

- Adopter des attitudes de respect et de sincérité.
- Utiliser le langage positif d'influence, proposer des solutions.
- Structurer son discours d'argumentation par la logique déductive.
- Prendre en compte les motivations psychologiques de l'interlocuteur.

**Mise en situation** Mises en situation filmées sur les techniques d'argumentation.

### Intervenir sur les normes sociales

- Comprendre les modèles de référence.
- Modifier les règles internes et externes à la situation.
- Les identités positives valorisantes.
- Les identités négatives dévalorisantes.

**Réflexion collective** Atelier de réflexion sur ces normes sociales.

### Utiliser les mécanismes de motivation

- Rappel sur les principes de base de la motivation.
- Rechercher les motivations pour établir une stratégie d'influence.

**Réflexion collective** Atelier de réflexion sur les fondamentaux de la motivation.

# Négocier avec efficacité, niveau 1

## se positionner, argumenter



Ce stage s'adresse à tous ceux qui souhaitent développer la dimension relationnelle dans les négociations et mieux cerner leur style personnel. Il leur permettra d'analyser les rapports de force en présence et le fonctionnement de leur interlocuteur en vue d'adapter leur comportement et leur argumentation.

### » Identifier les enjeux de la négociation

- Apprendre à se situer dans toutes les situations.
- Devenir un véritable négociateur.
- Identifier les différences entre vendre, négocier et résoudre un conflit.
- Utiliser les différents types de négociation.

### » Maîtriser la psychologie de la négociation

- Faire face aux tentatives de déstabilisation.
- Connaître les techniques de marchandage.
- Maîtriser les transactions psychologiques.
- Utiliser le non-verbal et les attitudes clés.

**Mise en situation** Communiquer et prendre l'ascendant sur son interlocuteur.

### » Savoir analyser les rapports de force

- Les variables et le champ de la négociation.
- Qu'est-ce qui fonde les rapports de force ?
- Exemple d'une grille d'analyse des rapports de force.

**Réflexion collective** Echange et retours d'expérience sur les rapports de force lors d'une négociation.

### » Savoir construire sa stratégie

- Le choix d'une stratégie : gagnant-gagnant, donnant-donnant, conciliation, affrontement ou évitement.
- La règle des trois objectifs. Savoir toujours garder une alternative. La proactivité et l'anticipation.

**Travaux pratiques** Construction d'un scénario pour atteindre des objectifs.

### » Se préparer à négocier

- Construire une check-list des questions à se poser.
- Tester votre style personnel de négociation.

**Travaux pratiques** Préparation et validation d'un mémento de négociation.

### » Identifier la mission du négociateur

- Manager les acteurs de la négociation.
- Utiliser la socio-dynamique.
- Pratiquer la négociation horizontale et verticale.

**Travaux pratiques** Identification des vecteurs et des acteurs de son environnement direct.

### » Savoir argumenter pour influencer la négociation

- Connaître ses points différenciateurs.
- Structurer son argumentation.
- Utiliser le registre émotionnel. Le feed-back.
- Reconnaître et répondre aux objections de son interlocuteur.

**Mise en situation** Mise en situations filmées et débriefing sur l'argumentation lors d'une négociation.

### » Savoir conclure efficacement une négociation

- Repérer les moments et les signes pour conclure.
- Obtenir l'accord, son suivi et l'éventuelle renégociation.
- Après : "relire" la négociation et faire un bilan.

**Mise en situation** Jeux de rôles et mises en situation filmées. Débriefing sur la conclusion d'une négociation.



Réf :	NEO
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./13-14 nov. 2014 11-12 déc. 2014 15-16 janv./19-20 fév. 2015
Groupe 1	2-3 oct./18-19 déc. 2014 16-17 fév./20-21 avril 2015
Groupe 2	16-17 oct./18-19 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	7-8 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tous ceux qui souhaitent développer leur potentiel de négociateur et leur capacité à gérer plus efficacement les situations.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Négocier avec efficacité, niveau 2



Développer une approche stratégique de la négociation. Optimiser le résultat dans un environnement complexe. Se préparer efficacement aux négociations en équipe. Apprendre à confronter des points de vue divergents en restant constructif et à progresser en maturité émotionnelle dans les situations difficiles.

### » Distinguer les deux stratégies de négociation

- Comprendre les deux stratégies de négociation.
- Maîtriser les différents leviers et cerner les risques.
- Cibler les critères de choix.

**Travaux pratiques** Cas concrets. Déterminer la stratégie la plus adaptée sur la base de différents exemples.

### » Mettre en œuvre la stratégie directe

- Le canevas de mise en œuvre.
- Les comportements associés.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées (une même situation sera jouée deux fois pour illustrer les deux stratégies). S'entraîner à la pratique de la stratégie d'engagement.

### » Mettre en œuvre la stratégie indirecte

- Le canevas de mise en œuvre.
- Les comportements associés.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées. S'entraîner à la pratique de la stratégie de contrôle.

### » Négocier en équipe

- Les spécificités de la négociation en équipe.
- La répartition des rôles.

**Travaux pratiques** Mises en situation collectives. S'entraîner à la pratique de la négociation en équipe.

### » Traiter les objections de façon constructive

- Les repères méthodologiques.
- La technique ACRA.

**Travaux pratiques** Mises en situation collectives. S'entraîner à traiter les objections de façon constructive.

### » Désamorcer les situations conflictuelles

- Connaître son profil de résolution de conflit.
- De la tension au conflit.
- Ce qui persuade, ce qui dissuade.
- Canevas de négociation en situation de fortes tensions.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic. Mieux se connaître pour progresser en maturité émotionnelle.

### » Faire face aux comportements difficiles

- Contourner les tactiques d'obstruction (polémique, passage en force).
- Démasquer la manipulation.
- Désamorcer l'agressivité.
- Contrecarrer la disqualification.

**Travaux pratiques** Travaux en sous-groupe et échanges. Identifier des pistes d'action pour confronter les comportements de blocage et gérer les situations "délicates" listées par les participants.



Réf :	NEP
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 5-6 fév./23-24 avril 2015 22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mises en situation filmées et échanges favorisant une forte implication des participants et permettant de se voir fonctionner.

### » PARTICIPANTS

Toute personne désireuse de développer son savoir-faire en matière de négociation, intervenant en relations hiérarchiques, commerciales ou transverses.

### » PREREQUIS

Expérience requise en négociation. Bonnes connaissances des fondamentaux (cf. stage NEO ou formation équivalente).

Ce stage vous montrera comment renforcer l'impact de vos présentations par des supports et des animations efficaces et bien organisées. Il vous montrera aussi comment tirer le meilleur parti de PowerPoint, l'outil indispensable à la préparation de vos réunions.

Réf :	PRE	
Durée :	2 jours	
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015	
Groupe 1	30-31 oct./18-19 déc. 2014 2-3 fév./7-8 avril 2015	
Groupe 2	16-17 oct./11-12 déc. 2014 2-3 fév./27-28 avril 2015	
Groupe 3	9-10 oct./11-12 déc. 2014 5-6 mars/18-19 juin 2015	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)	
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545		

### » PARTICIPANTS

Toute personne qui conçoit et réalise des présentations orales avec des supports visuels.

### » PREREQUIS

Avoir une connaissance minimum des fonctionnalités de PowerPoint.

#### » Préparer sa présentation

- Définir l'objectif et le public visé, le but à atteindre.
- Contextes : présentation de résultats, d'un produit, de l'entreprise...
- Contextes : l'animation de portes ouvertes, la formation, la stimulation...
- Construire son scénario.
- Structurer les informations.
- Les supports de présentation.

**Exercices** A partir d'un texte, identification des messages principaux et construction du squelette de la présentation PowerPoint.

#### » Rédiger des messages clairs et efficaces

- Structurer les informations.
- Construire son plan.
- Rendre les messages clairs.
- Choisir des mots justes, courts, dynamiques.

#### » Savoir présenter ses diapositives

- Aérer son texte.
- Utiliser les fonctions incontournables de PowerPoint.
- Equilibrer les différents éléments de la diapositive : titre, mots-clés, schémas.
- La mise en page, le format, la ponctuation, la typographie à adopter.
- Les écueils à éviter.

#### » Illustrer et valoriser les messages essentiels

- Utiliser et valoriser sa charte graphique.
  - Dynamiser la présentation : élaborer un "scénario".
  - Mettre en image ses résultats, arguments et idées.
  - Illustrer par un schéma, une image, une vidéo, un son, un graphique, des courbes...
  - Vérifier l'adéquation entre messages et illustrations.
- Exercices** Chaque participant conçoit ses messages, met en page et dynamise sa présentation PowerPoint.

#### » Se préparer à l'oral

- Gérer son stress et son trac en public.
  - Quelques astuces pour être plus performant.
- Exercices** Exercices de relaxation, de respiration et réalisation d'ancrages.

#### » Piloter sa présentation orale avec aisance

- Structurer sa présentation orale et sa prise de parole.
  - Rester maître de sa présentation : les erreurs à éviter.
  - Développer sa force de conviction : choisir des mots forts, rester positif.
  - Susciter l'écoute et la réflexion.
- Exercices** Mise en situation sur la présentation réalisée.

#### » Adapter sa présentation aux contraintes

- Savoir gérer le temps et les imprévus.
  - Savoir s'adapter aux auditoires différents.
- Exercices** Traitement personnalisé des problèmes rencontrés par les participants. Révélation des astuces et secrets des orateurs.



# Savoir improviser

Comment être à l'aise et réagir avec efficacité dans toute situation de communication ? Le participant développera sa confiance en soi et son charisme et apprendra à s'adapter aux réactions d'un groupe. Il sera capable, grâce à des techniques de communication adaptées, de convaincre par une parfaite maîtrise de soi.

Réf :	IRO
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 23-24 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à toute personne qui souhaite renforcer son aisance dans la relation à autrui.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » La communication : le verbal et le non verbal

- La relaxation, la voix et l'échauffement. Identification de ses tics verbaux.
- L'occupation de l'espace et la gestuelle. Détection des comportements parasites.
- La confiance en soi : accroître l'estime de soi.
- La crédibilité par l'acceptation du ridicule.
- L'impact de son comportement : oser, être authentique.
- Ses blocages et ses peurs : les évaluer, les dépasser.

**Exercices** Mises en pratique individuelles et en sous-groupes.

#### » Improviser et s'adapter aux réactions du public

- Accueillir et accepter l'inconnu dans toute situation.
- L'observation du groupe pour l'impliquer et prendre des risques.
- L'imagination : humour et spontanéité pour réagir aux situations déstabilisantes.
- La concentration et l'écoute : maîtriser les silences.
- Travailler "son personnage".
- Les dangers de l'improvisation et les remèdes.

**Exercices** Mises en pratique individuelles et en sous-groupes.

#### » Improviser : entraînement

- Être dans l'explication.
- Sortir de la justification.
- Ce qu'il convient d'éviter : les huit conseils.

**Mise en situation** Exercices ludiques et analyse en groupe.

#### » Répondre efficacement aux objections

- Les différents types d'objections.
- Les 5 attitudes négatives : la critique, le scepticisme, l'objection, le malentendu, l'indifférence.
- L'attitude positive : l'acceptation.
- Réagir à une objection : un comportement en 3 temps.
- Répondre aux objections : des méthodes.
- Transformer une objection en une condition.
- Identification du fondement de l'objection en 5 points.
- Savoir exprimer un refus.

**Exercices** Travail sur des cas pratiques en individuel et en sous-groupes.

#### » Traiter les objections : entraînement

- Créer un contexte favorable à la communication.
  - Ne pas susciter les objections.
  - Les points clés pour éviter les objections.
- Mise en situation** Exercices ludiques et analyse en groupe.

#### » Conclusion

- Le participant établira son plan d'action personnel.
- Définition des objectifs.
- Les actions à mettre en œuvre et les délais.

# Perfectionnement à l'anglais

207

TOEIC

remise  
à niveau

approfondissement

entretiens

missions

prise  
de parole

à l'étranger

# Perfectionnement à l'anglais

Nos formations à l'anglais sont basées sur la méthode d'immersion totale Turbojet English® visant à lever les freins à l'expression orale. Pour renforcer encore cette méthode, Orsys a sélectionné la solution e-learning Tell Me More®, qui compte déjà 8 millions d'utilisateurs dans le monde et propose pour chaque stagiaire un parcours spécifique à suivre après la session présentielle.

## » Remise à niveau »

**Remise à niveau en Anglais** B  
3 j - ENR - p.209

**Remise à niveau en Anglais - semaine intensive** B  
5 j - ENA - p.209

## » Anglais oral »

**Mieux comprendre et prononcer avec Voice Management** B  
2 j - ENV - p.212

**Prise de parole en public en Anglais** B  
2 j - ENU - p.212

## » Perfectionnement »

**Anglais pour les professionnels - semaine intensive** B  
5 j - ENF - p.210

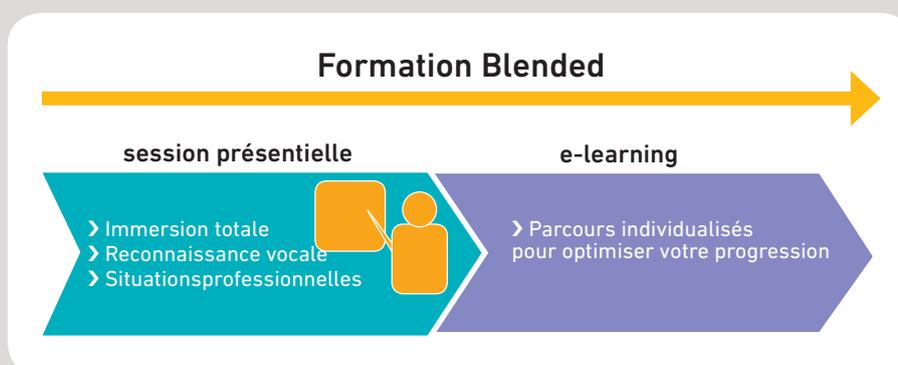
**Préparation au TOEIC®** B  
5 j - ENC - p.210

**Entretien et perfectionnement en Anglais** B  
2 j - ENP - p.211

**Préparation de missions à l'étranger** B  
2 j - ENM - p.211

## le blended learning pour maîtriser l'anglais

Des formations très opérationnelles destinées aux professionnels pour des progrès rapides en anglais.



- 1) Immersion totale sous forme de session présentielle (de 2 à 5 jours)
- 2) Exercices d'approfondissement en e-learning sur 1 an

Grâce à sa méthode innovante, ce stage vous permettra d'améliorer très rapidement votre niveau d'anglais. Vous gagnerez en confiance et serez plus à l'aise à l'écrit et à l'oral, dans la vie courante et professionnelle. Vous enrichirez également votre vocabulaire et améliorerez votre grammaire.

## »» Vocabulaire

- Les expressions indispensables pour la conversation courante.
- Les expressions utiles pour se présenter, décrire son parcours professionnel et personnel.
- Les termes techniques et le vocabulaire de son secteur d'activité.
- Les expressions idiomatiques, les faux-amis.

## »» Grammaire

- Approche simplifiée de la grammaire pour assimiler rapidement les principales règles.
- Les principales règles de grammaire et leurs exceptions.
- Les principales règles de conjugaison : l'échelle des temps, les mots-clés et leurs liens avec les principaux temps.
- Les noms, les pronoms, les adjectifs...
- Les "mots-clés" : conjonctions, prépositions, adverbes...

**Exercices** Exercices écrits et oraux de validation des principales règles de grammaire et de conjugaison.

## »» Compréhension orale

- Reconnaissance du vocabulaire courant.
  - Compréhension du vocabulaire et des principales expressions de son secteur d'activité professionnelle.
  - Compréhension des accents anglais et américains.
- Exercices** Projections d'extraits de films et d'émissions télévisées et exercices de compréhension d'interlocuteurs de langue maternelle anglaise.

## »» Expression orale

- Les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
  - Se présenter, parler de soi, de ses qualités et de son parcours professionnel.
  - Présenter un produit, son entreprise ou un projet.
- Exercices** Jeux de rôles sur des sujets professionnels, débats et discussions sur des films projetés en séance.

## »» Expression écrite

- Rédiger une note, un mail ou un courrier.
  - Les écrits spécifiques liés à son activité et à son domaine professionnel.
  - Les mots-clés, expressions courantes et principales formules de politesse.
- Exercices** Exercices d'écriture et de rédaction.

## »» Prononciation

- Améliorer son accent.
  - Travailler l'intonation et le débit de sa voix.
  - Accentuer les mots et donner du rythme à ses phrases.
  - Savoir placer sa voix.
- Exercices** Exercices spécifiques de prononciation.



Réf :	ENR
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 19-21 janv./30 mars-1 avril 2015 1-3 juin 2015

Groupe 1 17-19 nov. 2014  
16-18 fév./26-28 mai 2015

Groupe 2 17-19 nov. 2014  
9-11 fév./18-20 mai 2015

Groupe 3 3-5 nov. 2014  
23-25 fév./11-13 mai 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## »» EXERCICES

Méthode TurboJet English® : immersion totale, prise de parole rapide, suppression des freins à l'oral comme à l'écrit.

## »» PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant se remettre très rapidement à niveau.

## »» PREREQUIS

Connaissances grammaticales de base, compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.  
»» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Remise à niveau en Anglais - semaine intensive

Ce stage intensif vous permettra d'améliorer rapidement votre niveau d'anglais. Vous gagnerez en confiance et serez plus à l'aise à l'écrit et à l'oral, dans la vie courante comme dans votre vie professionnelle. Vous apprendrez notamment à vous présenter et à communiquer de manière fluide et spontanée.

## »» Vocabulaire

- Les indispensables à la conversation courante.
- Les expressions utiles pour se présenter, décrire son parcours professionnel et personnel.
- Les termes techniques et vocabulaire de son secteur d'activité.
- Les expressions idiomatiques.

## »» Grammaire

- Approche simplifiée de la grammaire pour assimiler rapidement les principales règles.
- Les principales règles de grammaire et leurs exceptions.
- Les principales règles de conjugaison : l'échelle des temps, les mots-clés et leurs liens avec les principaux temps.
- Les noms, les pronoms et les adjectifs.
- Les "mots-clés" : les conjonctions, les prépositions, les adverbes...

**Exercices** Exercices pratiques écrits et oraux de validation des principales règles de grammaire et de conjugaison.

## »» Compréhension orale

- Reconnaissance du vocabulaire courant.
- Reconnaissance et compréhension du vocabulaire et des principales expressions de son secteur d'activité professionnelle.
- Compréhension des accents anglais et américains.

**Exercices** Projections d'extraits de films et d'émissions télévisées et exercices de compréhension d'interlocuteurs de langue maternelle anglaise.

## »» Expression orale

- Les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
  - Se présenter, parler de soi, de ses qualités et de son parcours professionnel.
  - Présenter un produit, son entreprise ou un projet.
  - Animer une réunion ou un débat, faire un exposé, prononcer un discours.
  - Développer une argumentation.
- Exercices** Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels, débats et discussions.

## »» Expression écrite

- Rédiger une note, un mail ou un courrier.
  - Les écrits spécifiques liés à son activité et à son domaine professionnel.
  - Les mots-clés, expressions courantes et principales formules de politesse.
- Exercices** Exercices d'écriture et de rédaction.

## »» Prononciation

- Améliorer son accent.
- Travailler l'intonation et le débit de sa voix.
- Savoir accentuer les mots et donner du rythme à ses phrases.
- Savoir placer sa voix.



Réf :	ENA
Durée :	5 jours
Paris	24-28 nov. 2014 9-13 fév./13-17 avril 2015 29 juin-3 juil. 2015

Prix : 2 430 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## »» EXERCICES

Méthode TurboJet English® : immersion totale, prise de parole rapide, suppression des freins à l'oral comme à l'écrit.

## »» PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant se remettre très rapidement à niveau, à l'écrit et à l'oral.

## »» PREREQUIS

Niveau scolaire : connaissance des structures grammaticales de base, formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.  
»» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Ce stage intensif vous permettra d'améliorer très rapidement votre niveau d'anglais professionnel. Vous gagnerez en confiance et serez parfaitement à l'aise pour converser et débattre de différents sujets dans votre domaine d'activité.



Réf :	ENF
Durée :	5 jours
Paris	24-28 nov. 2014 30 mars-3 avril/1-5 juin 2015
Prix :	2 430 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Méthode TurboJet English® : immersion totale, prise de parole rapide, suppression des freins à l'oral comme à l'écrit.

## PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant se perfectionner à l'écrit comme à l'oral dans un contexte professionnel.

## PREREQUIS

Niveau "opérationnel" : formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

### Se remettre à niveau

- Rappels de grammaire : les principales règles, la conjugaison et l'utilisation des principaux temps.
- Connaître les expressions idiomatiques, reconnaître les faux-amis.
- Les expressions indispensables pour la conversation courante.
- Les principales expressions de son secteur d'activité professionnelle.

**Exercices** Mesure du niveau à l'écrit et à l'oral, détermination d'objectifs individuels. Exercices écrits et oraux de validation des principales règles de grammaire, de conjugaison et de prononciation.

### Prendre la parole en anglais

- Les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
- Les termes techniques et le vocabulaire de son secteur d'activité.
- Les expressions utiles pour se présenter, décrire son parcours professionnel et personnel.
- Prononcer un discours.
- Présenter un produit, son entreprise ou un projet.
- Techniques permettant de parler longuement de façon naturelle et sans effort.

**Exercices** Jeux de rôles et mises en situation : simulations de prises de parole, de présentations commerciales...

### Débattre et discuter en anglais

- Animer une réunion ou un débat.
- Préparer une négociation.
- Développer une argumentation.
- Simuler un entretien d'embauche.
- Résoudre un problème au téléphone.

**Exercices** Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels, débats et discussions, simulations d'animations de réunions...

### Renforcer ses compétences à l'écrit

- Les écrits spécifiques liés à son activité et à son domaine professionnel.
- Les mots-clés, expressions courantes et principales formules de politesse.
- Rédiger une note, un mail ou un courrier.
- Rédiger un CV et une lettre de motivation.

**Exercices** Exercices d'écriture et de rédaction de différents types d'écrits professionnels : mails, courriers, documents de présentations commerciales...

### Découverte des modules d'approfondissement e-Learning

- Prise en main de l'interface de e-Learning et des modules d'approfondissement de Tell Me More.
- Découverte des parcours de progression e-Learning personnalisés.

Ce stage intensif vous permettra de vous préparer efficacement au TOEIC® et d'y obtenir le meilleur score possible. Il vous montrera comment établir une stratégie de passage de l'examen, en fonction de vos forces et faiblesses, et à vous entraîner de façon optimale.



Réf :	ENC
Durée :	5 jours
Paris	13-17 oct./8-12 déc. 2014 30 mars-3 avril/22-26 juin 2015
Prix :	2 430 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Remise à niveau, stratégie de gestion du temps, exercices pratiques.

## PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant se préparer efficacement au TOEIC®.

## PREREQUIS

Niveau scolaire : connaissance des structures grammaticales de base, formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

### Présentation détaillée de l'examen

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

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

### Préparation de la partie compréhension

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

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

### Préparation de la partie compréhension écrite

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

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

### Révision générale

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

**Exercices** Test complet en temps réel, correction complète et détaillée.

### Découverte des modules d'approfondissement e-Learning

- Prise en main de l'interface de e-Learning et des modules d'approfondissement de Tell Me More.
- Découverte des parcours de progression e-Learning personnalisés.

Ce stage intensif vous permettra de renforcer vos acquis en anglais, de progresser et gagner en confiance et fluidité pour être à l'aise à l'oral dans la plupart des situations professionnelles. Vous améliorerez votre compréhension, votre prononciation et serez capable de vous exprimer clairement sur des sujets variés.

## » Consolidier ses acquis

- Rappels de grammaire : les principales règles, la conjugaison et l'utilisation des principaux temps...
- Vocabulaire : les expressions indispensables pour la conversation courante, le vocabulaire de son secteur d'activité.

**Travaux pratiques** *Mesure du niveau à l'oral, détermination d'objectifs individuels. Exercices pratiques oraux de validation des principales règles de grammaire et de conjugaison.*

## » Améliorer sa compréhension orale

- Reconnaissance et compréhension du vocabulaire courant.
- Reconnaissance et compréhension du vocabulaire et des principales expressions de son secteur d'activité professionnelle.
- Compréhension des accents anglais et américains.

**Travaux pratiques** *Projections d'extraits de films et d'émissions télévisées.*

## » Prendre la parole en anglais

- Les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
- Les expressions utiles pour se présenter, décrire son parcours professionnel et personnel.
- Présenter un produit, son entreprise ou un projet.
- Techniques permettant de parler longuement de façon naturelle sans effort et de développer une argumentation.

**Travaux pratiques** *Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels, débats et discussions sur des films projetés en séance.*

## » Débattre et discuter en anglais

- Animer une réunion ou un débat.
- Développer une argumentation.
- Résoudre un problème au téléphone.
- Techniques pour pouvoir traiter une difficulté linguistique, des complications ou un événement imprévu.

**Travaux pratiques** *Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels, débats et discussions sur des films projetés en séance.*

## » Améliorer sa prononciation

- Améliorer son accent.
- Travailler l'intonation et le débit de sa voix.
- Accentuer les mots et donner du rythme à sa voix.
- Savoir placer sa voix.

**Travaux pratiques** *Exercices spécifiques de prononciation.*

## » Découvrir les modules d'approfondissement e-Learning

- Prise en main de l'interface de e-Learning et des modules d'approfondissement de Tell Me More.
- Découverte des parcours de progression e-Learning personnalisés.



Réf : ENP

Durée : 2 jours

Paris 2-3 oct./18-19 déc. 2014  
26-27 mars/25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Méthode TurboJet English® : immersion totale, prise de parole rapide, suppression des freins à l'oral comme à l'écrit.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant consolider ses bases et se perfectionner.

### » PREREQUIS

Niveau "opérationnel" : formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Préparation de missions à l'étranger

Ce stage intensif vous permettra de préparer une mission à l'étranger nécessitant la maîtrise de l'anglais (collaboration, implantation de filiale, commercialisation de nouveaux produits...). Vous progresserez rapidement et gagnerez en confiance pour être à l'aise avec vos interlocuteurs.

## » Préparer sa mission à l'étranger

- Les expressions indispensables pour la conversation courante.
- Le vocabulaire et les expressions des affaires internationales.
- Les termes techniques et le vocabulaire de son secteur d'activité.
- Conseils pour la recherche de partenaires et de distributeurs à l'étranger.
- Conseils pour la préparation, la planification et le pilotage de missions à l'étranger.

## » Prendre la parole en anglais

- Les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
- Les termes techniques et le vocabulaire de son secteur d'activité.
- Prononcer un discours.
- Se présenter, parler de soi, de ses qualités et de son parcours professionnel.
- Présenter son entreprise, un produit ou son catalogue.
- Présenter son projet.

**Travaux pratiques** *Jeux de rôles et mises en situation : simulation de prises de parole, de présentations commerciales...*

## » Débattre et discuter en anglais

- Préparer et animer une réunion.
- Préparer et prendre part à une négociation commerciale.
- Développer une argumentation.
- Demander des informations, renseigner un interlocuteur et résoudre un problème au téléphone.

**Travaux pratiques** *Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels, débats et discussions, simulation d'animations de réunions...*

## » Renforcer ses compétences à l'écrit

- Les écrits spécifiques liés à son activité et à son domaine professionnel.
- Les mots-clés, expressions courantes et principales formules de politesse.
- Rédiger une note, un mail ou un courrier.
- Structurer et rédiger un document commercial.

**Travaux pratiques** *Exercices d'écriture et de rédaction de différents types d'écrits professionnels : mails, courriers, documents de présentation commerciale...*

## » Découvrir les modules d'approfondissement e-Learning

- Prise en main de l'interface de e-Learning et des modules d'approfondissement de Tell Me More.
- Découverte des parcours de progression e-Learning personnalisés.



Réf : ENM

Durée : 2 jours

Paris 9-10 oct./11-12 déc. 2014  
12-13 mars/15-16 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Méthode TurboJet English® : immersion totale, prise de parole rapide. Mises en situations basées sur les besoins et objectifs des participants.

### » PARTICIPANTS

Toute personne devant effectuer une mission à l'étranger en anglais et souhaitant se perfectionner à l'écrit comme à l'oral.

### » PREREQUIS

Niveau "opérationnel" : formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# P pratique Mieux comprendre et prononcer avec Voice Management



Grâce à sa méthode originale et innovante de reconnaissance des sons et de pose de la voix, ce stage vous permettra d'améliorer très rapidement votre compréhension orale et votre prononciation de l'anglais. Vous gagnerez en confiance et serez plus à l'aise dans votre communication en anglais.



Réf :	ENV
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./18-19 déc. 2014 26-27 fév./29-30 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Utilisation de la méthode Voice Management® et de l'Equalizer®.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant se perfectionner en prononciation et en compréhension orale.

**PREREQUIS**  
Niveau "opérationnel" : formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

## » Mieux comprendre l'anglais

- Détermination du profil des stagiaires avec l'Equalizer®. Compréhension "avant/après" et mesure des progrès accomplis.
- Ecoute et reconnaissance du rythme, de l'intonation et des suites de phonèmes...
- Ecoute, reconnaissance et compréhension du vocabulaire courant.
- Reconnaissance et compréhension du vocabulaire et des principales expressions de son secteur d'activité professionnelle.
- Découverte et appréhension des principaux accents anglais et américains.

**Travaux pratiques** Utilisation de l'Equalizer®. Projections d'extraits de films et d'émissions télévisées.

## » Améliorer sa prononciation

- Evaluation de chaque participant, enregistrements audio "avant/après" et mesures des progrès accomplis.
- Appréhender la structuration de la prononciation et développer des automatismes de prononciation.
- Travail sur le placement et la pose de la voix.
- Exercices sur le rythme, l'intonation et le débit de la voix.
- Exercices spécifiques pour améliorer son accent.

**Travaux pratiques** Utilisation de l'Equalizer® et de la méthode Voice Management®. Exercices spécifiques de répétition de séquences et d'amélioration progressive de la prononciation.

## » S'exprimer plus facilement

- Appréhender et mieux comprendre la structuration de l'anglais oral.
- Assimiler les différentes phases de construction d'une séquence en anglais.
- Connaître les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
- Progression dans l'expression : passer de phrases simples à des textes plus complexes.

**Travaux pratiques** Utilisation de la méthode Voice Management®. Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels ou de la vie courante, débats et discussions.

## » Découverte des modules d'approfondissement e-Learning

- Prise en main de l'interface de e-Learning et des modules d'approfondissement de Tell Me More.
- Découverte des parcours de progression e-Learning personnalisés.

# P pratique Prise de parole en public en Anglais



Ce stage intensif vous permettra d'améliorer rapidement votre niveau d'anglais à l'oral. Vous gagnerez en confiance et pourrez prendre la parole en public avec aisance et facilité. Vous serez capable de réaliser des présentations ou des exposés dans votre domaine et pourrez répondre aux questions sans appréhension.



Réf :	ENU
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 26-27 fév. 2015 23-24 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Utilisation de la méthode Voice Management® et de l'Equalizer®.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne devant réaliser des présentations en anglais.

**PREREQUIS**  
Niveau "opérationnel" : formulation et compréhension de phrases simples à l'écrit et à l'oral.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

## » Se remettre à niveau

- Rappels de grammaire : les principales règles, la conjugaison et l'utilisation des principaux temps...
- Connaître les expressions idiomatiques, reconnaître les faux-amis...
- Les expressions indispensables pour la conversation courante.
- Les principales expressions de son secteur d'activité professionnelle.

**Travaux pratiques** Mesure du niveau, détermination d'objectifs individuels. Exercices pratiques écrits et oraux de validation des principales règles de grammaire et de conjugaison. Exercices de prononciation.

## » Prendre la parole en anglais

- Les expressions utiles à la prise de parole facile et rapide.
- Les expressions utiles pour se présenter, décrire son parcours professionnel et personnel.
- Techniques permettant de parler longuement de façon naturelle sans effort et de développer une argumentation.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles et mises en situation. Entraînement à partir d'exposés déjà rédigés.

## » Faire une présentation en anglais

- Prononcer un discours.
- Animer une réunion ou un débat.
- Développer une argumentation.
- Savoir répondre aux questions.

- Prise en main d'outils permettant d'élaborer simplement des exposés et de structurer ses interventions.

**Travaux pratiques** Rédaction et mise en forme d'une présentation. Jeux de rôles et mises en situation sur des sujets professionnels, débats et discussions.

## » Améliorer sa prononciation

- Evaluation de chaque participant, enregistrement audio "avant/après" et mesure des progrès accomplis.
- Structuration de la prononciation, développement d'automatismes de prononciation.
- Travail de placement et de pose de la voix.
- Exercices sur le rythme, l'intonation et les suites de phonèmes.
- Progression dans l'expression, depuis des phrases simples jusqu'à des textes plus complexes.

**Travaux pratiques** Exercices spécifiques de prononciation.

## » Découverte des modules d'approfondissement e-Learning

- Prise en main de l'interface de e-Learning et des modules d'approfondissement de Tell Me More.
- Découverte des parcours de progression e-learning personnalisés.

# r essources h umaines

» Politique et gestion RH p. 215

» Dialogue social et risques professionnels p. 231

» Recrutement et compétences p. 245

» Formation p. 256

213

formation

Épargne salariale

GPEC

compétences

Personnel

IRP

discrimination

paie

CHSCT

contrat de travail

# Nos experts en Ressources Humaines

» **Nathalie OLIVIER** » est depuis 2004 consultante et formatrice RH indépendante. Ses domaines de compétence sont le conseil, la formation en droit social, le recrutement, la gestion de personnel, la GPEC, la mise en conformité, la charte Internet... Elle est titulaire d'une maîtrise Ressources Humaines à l'I.G.S. et auteure d'un guide sur les obligations légales des employeurs dans les PME paru chez Dunod et du *Kit RH pour PME* édité chez Eyrolles.



Diplômé du DESS GRH, » **Pierre-Hugues CACHELEUX** » a consacré sa carrière à la gestion et au développement des ressources humaines dans le secteur bancaire français en tant que Responsable RH, affûtant ainsi une expertise au service du développement des compétences et performances : formation, recrutement, management des carrières, GPEC, gestion des mobilités, pilotage des effectifs, etc. Il a ensuite créé deux structures : un cabinet de conseil et formation spécialisé dans la gestion des ressources humaines et un autre pour le développement personnel et relationnel.



Coach certifiée, spécialiste de l'Affirmation de soi et du Leadership, » **Stéphanie ROËLS** » a été formée à différentes approches de développement personnel par les meilleurs experts français et internationaux (Maître-Praticien en PNL, Coach, Process Com®, Analyse transactionnelle et systémique...). Psychologue du travail, elle a été responsable France de la Société Internationale des Coaches PNL et supervise aujourd'hui la pratique de coaches débutants. Elle appuie sa pratique sur une solide expérience des RH acquise dans de grands groupes.



Economiste de formation et titulaire d'un Master II Management et Développement des Ressources Humaines, » **Lise MATTIO** » accompagne de grandes entreprises (PSA, Vivendi, La Poste, EDF...) dans leurs problématiques liées au management et aux ressources humaines. Elle enseigne depuis 2006 à Paris VIII la GPEC et la gestion de la rémunération, et depuis 2007 au sein de l'IGS, l'Institut de Gestion Sociale. Elle est coauteure de *100 questions sur la VAE* et *100 questions sur l'employabilité et la flexsécurité* aux éditions AFNOR.



L'activité actuelle de consultante et formatrice RH de » **Marie-Françoise HOSDAIN** » s'appuie sur une expérience très opérationnelle de plus de 20 ans acquise en cabinet conseil et en entreprise où elle a pu exercer des responsabilités de management et de pilotage de projets RH opérationnels. Ce parcours lui a permis d'acquérir une bonne connaissance des problématiques et attentes des managers et des salariés, notamment en matière de recrutement, formation et gestion des compétences.



Consultant expert de la formation, formateur de formateurs et en développement individuel, » **Philippe ARGOGUES** » est entré dans le monde de la formation en 1988 chez Sun Microsystem où il a animé des formations techniques, traduit et créé des supports de formation. Puis il devient responsable pédagogique. Il peaufine son expérience chez Microsoft et crée la Partner Academy Microsoft avec un cursus complet de formations. Il est à présent formateur pour son propre compte, expert de l'ingénierie de la formation et de l'analyse des besoins...



# Politique et gestion administrative rh

L'organisation efficace d'une entreprise implique une gestion rigoureuse et active des ressources humaines, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel. Aux aspects humains s'ajoute l'ensemble des aspects administratifs de la gestion du personnel : les éléments juridiques, les obligations sociales, le contrat de travail, la paie, etc. Conçus et animés par des experts, les cours Orsys traitent ces sujets d'une manière concrète, intégrant les dernières évolutions de la législation.

## »» Stratégie et pilotage »

- Best** L'essentiel de la fonction RH  
2 j - LRH - p.218
- L'essentiel de la GRH pour les PME/PMI  
3 j - GRH - p.218
- DRH, être acteur et améliorer l'impact de sa fonction** **F**  
3 j - DRH - p.219
- DRH, gérer et motiver dans un contexte incertain**  
2 j - RHD - p.219
- Gestion sociale, les tableaux de bord  
2 j - GSO - p.220
- Projet SIRH : enjeux et organisation **Nouveau**  
2 j - SIH - p.220
- Conduire avec efficacité les principaux entretiens RH **F**  
2 j - RIH - p.221
- Mettre en place une communication interne RH efficace  
2 j - CRH - p.221
- Gérer l'utilisation des réseaux sociaux dans l'entreprise  
2 j - ROE - p.222
- Best** Assistant(e) RH, le métier  
2 j - ARH - p.492

## »» Gestion administrative du personnel »

- Best** Gestion administrative du personnel  
3 j - GAL - p.223
- Maîtriser les dispositions en matière de durée du travail**  
1 j - DUV - p.223
- Maîtriser les obligations en matière de congés payés**  
1 j - NOC - p.224
- Travail à temps partiel, les nouvelles règles** **Nouveau**  
1 j - RAP - p.224
- Forfaits jours, mise en place et fonctionnement** **Nouveau**  
1 j - FOJ - p.225
- Gérer l'inaptitude du salarié**  
1 j - NAS - p.226
- Favoriser la réintégration des salariés après un arrêt longue durée** **Nouveau**  
1 j - VIL - p.226
- Sanctionner dans les formes un comportement fautif**  
1 j - FAU - p.227
- Gérer efficacement un dossier prud'homal**  
1 j - DHO - p.227

215

# Politique et gestion administrative **rh**

## » Gestion de la paie et des déclarations sociales »

Best

**Bien gérer ses déclarations sociales**  
2 j - PRD - p.222

Best

**Pratique de la paie, niveau 1**  
3 j - PAI - p.228

**Pratique de la paie, niveau 2**  
3 j - PCS - p.229

**Pratique de la paie, niveau 3**  
2 j - PRP - p.229

**CIEL Paye, prise en main Nouveau**  
2 j - AYE - p.230

**CIEL Paye, perfectionnement Nouveau**  
2 j - AYP - p.230

## » Actualité juridique RH, droit du travail »

**L'actualité juridique RH**

1 j - AJR - p.283

**Législation du travail pour les RH**

2 j - LTR - p.284

**Maîtriser les principaux risques en droit du travail**

2 j - MPD - p.284

**Contrat de travail pour les RH**

2 j - TRV - p.285

**Gérer la rupture de contrat de travail**

2 j - RUP - p.285

**La responsabilité pénale du manager**

2 j - PEN - p.286

## » Cycle Certifiant

**RESPONSABLE RH »**

12 j. - KHR - p.217

» composition du cycle

DRH 3j, p.219/RIH 2j, p.221/TRV 2j, p.285/GSO 2j, p.220/PSO 2j, p.233

» journée de certification

KIX

CP  
ffp



# Cycle certifiant Responsable ressources humaines certificat professionnel FFP



Acteur majeur dans la gestion du capital humain de l'entreprise, votre responsabilité est d'assurer le développement, la mise en oeuvre et la gestion dynamique des Ressources Humaines. Interlocuteur privilégié des décideurs, du management de proximité et des salariés, vous occupez une place centrale dans l'entreprise. Ce cycle vous permettra de bien identifier les enjeux stratégiques de la fonction et de perfectionner vos compétences juridiques en droit du travail. Vous apprendrez à maîtriser les astuces pour réussir vos négociations sociales et piloter efficacement les indicateurs RH.

## DRH, acteur du développement

### »»» Le DRH de demain, son rôle

- Les principales missions et enjeux du DRH.
- La perception des RH par les salariés.
- Les valeurs de l'entreprise accompagnées par la DRH.
- Les impacts sur les emplois et les compétences.
- Communiquer en interne et à l'externe sur la politique RH.

### »»» Le DRH, négociateur avec son équipe

- Diagnostiquer son propre système RH.
- Impliquer son équipe dans la stratégie RH.

### »»» Le DRH, développeur de compétences

- Négocier un accord GPEC.
- Faire évoluer les référentiels compétences.
- Managers de proximité : relais des RH.

### »»» Le DRH, accompagnateur du changement

- Les enjeux de la conduite du changement pour le DRH.
- Accompagner le changement en interne.

### »»» Le DRH, promoteur d'une paix sociale

- Renover les négociations sociales.
- Améliorer le climat social.

## Conduire un entretien RH

### »»» La situation d'entretien

- Les différentes formes d'entretien.
- Les règles d'or de l'entretien individuel.

### »»» Les étapes clés d'un processus efficace

- Préparer son entretien.
- Accueillir et cadrer l'entretien.
- Conclure l'entretien.
- Prendre des notes efficacement.
- Les techniques de questionnement.

### »»» Optimiser les conditions de la communication

- Instaurer un climat de confiance.
- Maîtriser les techniques d'écoute active.

## Le contrat de travail

### »»» Se repérer dans la législation

- Se repérer dans le Code du travail.
- Se conformer à la convention collective.
- Le règlement intérieur et les usages dans l'entreprise.

### »»» Identifier les étapes clés liées à l'embauche

- Les règles à respecter. Les obligations respectives.
- Les phases de recrutement.

### »»» Caractéristiques des différents contrats de travail

- Le contrat de travail à durée indéterminée.
- L'utilisation de contrats plus flexibles.
- Typologie des clauses à insérer.
- La période d'essai, la durée du travail.

### »»» Maîtriser la vie du contrat de travail

- Causes et conséquences des modifications de contrat.
- La suspension du contrat de travail.

### »»» Les outils du manager

- Les liens juridiques de subordination.
- L'organisation du temps de travail. Les congés.

## »»» Communiquer

- Participer au recrutement.
- Evaluer ses collaborateurs.
- Délégués du personnel, comité d'entreprise, CHSCT.
- Connaître leurs moyens d'action.

## Les outils de pilotage de la fonction RH

### »»» Recenser les informations

- Les informations du bilan social.
- La législation et la taille de l'entreprise.
- Qualifier les données. Objectifs. Usages. Types de destinataires. Rédiger une communication adaptée.

### »»» Les objectifs des tableaux de bord RH

- Les finalités du tableau de bord. La gestion et le suivi des activités RH. L'évaluation des risques.
- Les critères de pertinence de tous les indicateurs.

### »»» Construire ses tableaux de bord

- Méthodologie de construction des tableaux de bord.
- L'utilisation et l'interprétation des chiffres.

### »»» Optimiser ses tableaux de bord

- Rendre ses tableaux de bord attractifs.
- Les tableaux de bord et la qualité.

### »»» La relation sociale

- Qui sont les acteurs internes de cette relation sociale ?
- La loi et les acteurs externes.

## Réussir ses négociations avec les partenaires sociaux

### »»» La négociation sociale

- Comprendre les enjeux de la négociation sociale. Maîtriser les arguments, les enjeux et les intérêts.
- Les phases de la négociation. Accords : de la préparation à la conclusion. Les concertations préalables.

### »»» Les outils pour mener une négociation efficace

- Comment se positionner ? Savoir adapter son attitude et son élocution. Décoder les revendications.
- La relation avec les partenaires sociaux. Animer des réunions de DP. Préparer et conduire les réunions de CE.

## Gérer les conflits

- Les blocages et l'anticipation.
- Les actions à mener en cas de conflit.



Réf : KHR

Durée : 12 jours

#### Composition du cycle :

réf DRH, 3j, cf p. 219

réf RIH, 2j, cf p. 221

réf TRV, 2j, cf p. 285

réf GSO 2j, cf p. 220

réf PSO, 2j, cf p. 233

Examen

réf KIX

6 oct/19 déc. 2014

3 avril 2015

Les dates de début du cycle sont

indiquées sur le planning, les sessions

sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 4 980 € HT (prix 2014)

option full incluse

soit environ 30% de remise incluse

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

#### »» PARTICIPANTS

Toute personne désirant évoluer vers un

poste de responsable RH.

#### »» PREREQUIS

Expérience significative dans un poste

RH et connaissances de base en droit

social.

Cette formation vous présentera une synthèse des connaissances indispensables en gestion des Ressources Humaines. Elle vous permettra de mesurer les conséquences de votre politique sociale et vous apprendra à travailler avec tous les partenaires, internes et externes.

		
Réf :	LRH	
Durée :	2 jours	
Paris	13-14 nov. 2014 15-16 janv. /5-6 mars 2015 21-22 mai 2015	
Groupe 1	12-13 mars/6-7 mai 2015	
Groupe 2	19-20 mars/12-13 mai 2015	
Groupe 3	26-27 mars/28-29 mai 2015	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)	
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545		

**EXERCICES**  
Travaux pratiques sur la gestion des embauches, des absences. Applications sur le Document Unique des Risques Professionnels.

**PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur en charge des dossiers du personnel, chefs d'entreprises de TPE et PME.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Organiser et gérer ses embauches**

- Panorama des missions de la gestion sociale : environnement juridique et réformes en cours, suivre sa gestion sociale.
- Sécuriser ses embauches : le droit du recrutement, la non-discrimination, la promesse d'embauche, le travail dissimulé.
- Gérer les embauches : la gestion administrative du personnel, le suivi de la période d'essai, le dossier du personnel.

**Travaux pratiques** Répondre à un quiz sur la gestion des embauches.

**Se mettre à jour sur ses obligations légales**

- Réaliser un audit de son organisation : analyser et définir ses priorités en fonction des risques envisagés.
- Comprendre le rôle de sa convention collective.
- Disposer des affichages et des registres obligatoires, du règlement intérieur.
- Connaître et intégrer les obligations en termes de formation.
- Concevoir et suivre le Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels : définition et intérêt, les acteurs.

**Travaux pratiques** Définir les unités de travail du Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels.

**Gérer la durée du temps de travail, les différentes absences et les congés**

- Evaluer la durée maximale du temps de travail.
- Prendre en compte le repos obligatoire.
- Connaître et appliquer les règles sur les forfaits jours et les forfaits heures.
- Suivre scrupuleusement le temps de travail.
- Gérer les différents types d'absence : les congés payés, les absences personnelles, familiales ou pour maladie.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une étude de cas : que faire dans le cas d'une inaptitude ?

**Dialoguer avec les partenaires internes et externes à l'organisation**

- Communiquer auprès de partenaires internes : impliquer managers, délégués du personnel, membres du CE, membres du CHSCT.
- Communiquer auprès de partenaires externes : l'inspection du travail, la médecine du travail, les prud'hommes, les OPCA.

**Travaux pratiques** Jeu en équipe sur la communication autour de la sécurité.

Une bonne connaissance de la gestion des ressources humaines est un enjeu majeur pour les PME. Durant cette formation, les stagiaires verront les incontournables du droit social, les bases du recrutement, et les éléments essentiels d'une politique de rémunération et de formation performante.

	
Réf :	GRH
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./8-10 déc. 2014 9-11 mars/8-10 juin 2015
Groupe 1	9-11 mars/11-13 mai 2015
Groupe 2	16-18 mars/26-28 mai 2015
Groupe 3	23-25 mars/26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Témoignages issus de nombreuses expériences avec des TPE et PME, retours d'expérience et bonnes pratiques.

**PARTICIPANTS**  
Dirigeants, responsables RH, DAF en charge des RH, et managers de PME.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Se mettre à jour sur ses obligations légales**

- Panorama des missions de la gestion sociale.
- L'environnement juridique et les réformes en cours.
- L'importance de suivre sa gestion sociale.

**La sécurité et le Document Unique des Risques Professionnels (DURP)**

- Les affichages et registres, le règlement intérieur.
- Définition et intérêt du DURP.
- Les acteurs associés.
- Quels sont les risques ?
- Concevoir et mettre à jour son DURP.

**Exercices** Travail sur l'organisation générale et définition des Unités de Travail de son DURP.

**Gérer le temps de travail, les congés et les absences**

- Gérer la durée du temps de travail, les absences et les congés.
- Les congés payés. Modèles de tableaux de bord.
- Les absences personnelles, familiales, pour maladie.

**Exercices** Travail collectif sur la rémunération.

**Dialoguer avec les partenaires sociaux**

- Les délégués du personnel, les membres du CE.
- Les membres du CHSCT.
- L'inspection du travail et la médecine du travail.
- Les prud'hommes et les OPCA.

**Etude de cas** Que faire dans le cas d'une inaptitude ?

**Recruter et intégrer un collaborateur**

- L'importance du recrutement. Attirer les talents.
- Respecter le droit du recrutement. Intégrer la diversité.
- Mener des entretiens de départ. Intégrer un nouveau collaborateur.
- Plan d'action à organiser : les outils, les personnes impliquées, le timing...

**Exercices** Création d'une grille des compétences.

**La politique de rémunération**

- Les obligations légales en termes de rémunération.
- Les périphériques de la rémunération.
- Comprendre la politique salariale de son entreprise.
- Donner une augmentation collective et individuelle.

**Exercices** Travail collectif sur la rémunération et les axes d'amélioration possibles.

**La formation professionnelle et la motivation**

- Les différents leviers de la formation professionnelle. Le DIF, tableaux de bord.
- L'obligation d'adaptation au poste de travail. Préparer et mener un entretien professionnel.
- Utiliser le Passeport Orientation Formation. Les entretiens de mi- et fin de carrière. La motivation.
- Gérer un conflit. Prévenir les risques psychosociaux.
- Analyser le climat social. Les motivations de chacun.

**Exercices** Autodiagnostic sur ses motivations.

Cette formation vous permettra d'identifier les enjeux stratégiques de la fonction et de comprendre ses évolutions. Vous apprendrez à mener une véritable politique RH, trouver et prendre votre place dans l'échiquier de l'entreprise, accompagner les changements et faire face à la complexité de ce poste.

## » Le DRH de demain, son rôle

- Les principales missions et enjeux du DRH.
- La perception des RH par les salariés.

**Travaux pratiques** *Check-up sur les obligations d'un DRH.*

## » La politique RH

- Créer une véritable politique RH prospective.
- Les valeurs de l'entreprise accompagnées par la DRH.
- Les impacts sur les emplois et les compétences.
- Intégrer les seniors et la génération Y.
- Prendre en compte le développement durable.

**Travaux pratiques** *Cartographie d'une organisation citoyenne.*

## » Le marketing RH

- L'interaction avec la stratégie de l'entreprise.
- Les apports du DRH dans un comité de direction.
- Communiquer en interne et à l'externe sur la politique RH.

**Travaux pratiques** *Interview presse pour exposer sa nouvelle politique RH.*

## » Le DRH négociateur avec son équipe

- Sonder la création de valeur de la fonction RH.
- Diagnostiquer son propre système RH.
- Impliquer son équipe dans la stratégie RH.

**Travaux pratiques** *Les grandes étapes d'une gestion de projet qui intègre les collaborateurs et les consultants RH.*

## » Le DRH développeur de compétences

- Négocier un accord GPEC.
- Faire évoluer les référentiels compétences.
- Managers de proximité : relais des RH.
- Compétences, potentiels, hauts potentiels et talents.

**Travaux pratiques** *Définir les compétences essentielles des managers.*

## » Le DRH : accompagnateur du changement

- Les enjeux de la conduite du changement pour le DRH.
- Impacts du changement dans le management.
- Phases stratégique et opérationnelle du changement.
- Accompagner le changement en interne.
- Gérer les résistances au changement.
- Faire évoluer les comportements et habitudes.

**Travaux pratiques** *Analyse d'une situation de changement.*

## » Le DRH : promoteur d'une paix sociale

- Renover les négociations sociales. Comprendre les enjeux des relations sociales. Communiquer avec les acteurs sociaux.
- Mesurer le climat social de l'entreprise.
- Améliorer le climat social. Mettre en place des actions conviviales.
- Créer une enquête de satisfaction interne.

**Travaux pratiques** *Autodiagnostic sur la négociation sociale. Jeu en équipe : mettre en œuvre des actions conviviales.*

---

Réf : DRH

Durée : 3 jours

Paris 12-14 nov. 2014  
9-11 fév./26-28 mai 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)  
2 130 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Tout collaborateur déjà en poste ou évoluant vers un poste de responsable des Ressources Humaines ou de directeur des Ressources Humaines.

---

**» PREREQUIS**

Expérience en GRH souhaitable.

# DRH, gérer et motiver dans un contexte incertain

Dans un contexte économique incertain, le risque de voir le pessimisme et la démotivation s'installer au sein des équipes est élevé. Vous apprendrez à identifier les leviers d'implication possibles, à gérer les périodes de transition pour préparer vos équipes au changement en les impliquant dans ce processus.

## » Prendre soin de tous les clients internes

- Faire un point sur son rôle, ses missions, ses enjeux.
- Reconnaître les différents clients internes.
- Construire un partenariat DRH et un réseau d'échanges.
- Renforcer des relations de confiance. Rassurer au sein de son service.
- Définir ses priorités. Mettre en place un plan d'actions.

**Exercices** *Jeu collectif sur les bénéfices du management participatif et du travail collaboratif pour la direction des RH. Planning prévisionnel des grandes étapes.*

- Revoir fiches de poste et référentiels de compétences.
- Organiser les différentes actions de formation.
- Instruire un dialogue social avec les IRP.
- Développer une politique d'amélioration des conditions de travail.
- Gérer un plan de sauvegarde de l'emploi, les licenciements, la grève, le lock out.

**Exercices** *Analyse individuelle des facteurs liés aux conditions de travail de son entreprise. Réflexion commune sur les actions à mener pour réduire les risques liés à ces facteurs.*

## » Anticiper et reconnaître un contexte incertain

- Examiner la stratégie de l'entreprise.
- Reconnaître les différents visages d'une crise.
- Étudier l'évolution de sa politique de rémunération.
- Gérer la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences.
- Comprendre et analyser l'évolution des risques psychosociaux.
- Mettre en place des outils pour mesurer et analyser le climat social.
- Détecter un conflit d'idée, de valeurs ou de personne.

**Exercices** *Utilisation d'un outil de gestion de projet : en déterminer les enjeux et en organiser les grandes lignes pour le rendre réalisable.*

## » Accompagner le changement

- Analyser le changement : positif ou négatif ? Comment se traduit-il ?
  - La gestion dynamique du changement : qu'attendent les collaborateurs ?
  - Mettre en place une stratégie RH : les outils de communication interne.
  - Argumenter pour négocier avec les différents clients internes.
  - L'impact financier des changements.
  - Se préparer à répondre à des questions sur l'avenir.
- Exercices** *Jeu collectif sur les bénéfices du changement et sur la communication à mettre en place.*

## » Les actions à mener à court, moyen et long terme

- Veiller à l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle des collaborateurs.

---

Réf : RHD

Durée : 2 jours

Paris 17-18 nov. 2014  
9-10 fév./11-12 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» EXERCICES**

Jeu sur les bénéfices du management participatif et du travail collaboratif. Jeu collectif sur les bénéfices du changement.

---

**» PARTICIPANTS**

Dirigeants, directeurs des Ressources Humaines, responsables des Ressources Humaines et responsables de la communication interne soucieux d'entretenir un climat propice à l'implication de tous.

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra de maîtriser les outils indispensables à l'élaboration de tableaux de bord évolutifs et à forte valeur ajoutée. Vous serez en mesure de procéder à une analyse pertinente des données recueillies et ferez de ces bilans des outils stratégiques.

**Exercices pratiques**

**Réf :** GSO

**Durée :** 2 jours

**Paris** 6-7 oct./1-2 déc. 2014  
23-24 mars/25-26 juin 2015

**Groupe 1** 2-3 avril/18-19 juin 2015

**Groupe 2** 16-17 avril/11-12 juin 2015

**Groupe 3** 9-10 avril/4-5 juin 2015

**Prix :** 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Tout collaborateur en charge des tableaux de bord ou du bilan social par exemple. Gestionnaires RH et contrôleurs de gestion sociale, dirigeants de PME et DRH.

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Recenser les informations**

- Les informations du bilan social.
- Exploiter les données existantes (bilan social, rapport unique...).
- Organiser la collecte des informations.
- Les indicateurs du bilan social.
- Les limites du bilan social pour le pilotage social et les autres sources de données.
- Qualifier les données. Adapter ses tableaux de bord en fonction des objectifs, usages et types de destinataires.
- Rédiger une communication adaptée.

**Exercices** Analyser et interpréter les données formation existant dans votre entreprise (bilan social, rapport de situations comparées, système d'information RH).

**» Les objectifs des tableaux de bord**

- La gestion et le suivi des activités RH (recrutement, formation, climat social).
- L'évaluation des risques.
- Faire évoluer les pratiques professionnelles.
- Les critères de pertinence de tous les indicateurs.
- Qualifier les données.
- Savoir distinguer indicateurs d'efficacité et indicateurs d'efficacité, d'activité ou de résultat.
- Suivre les indicateurs clés.
- Les ratios, leur contrôle.

**Exercices** Définir des indicateurs pertinents de pilotage pour son périmètre.

**» Construire ses tableaux de bord**

- Méthodologie de construction des tableaux de bord.
- Clarifier la demande des destinataires.
- Adapter le contenu, la fréquence des tableaux de bord.
- Etalonner l'information (références internes, externes).
- Savoir faire évoluer ses tableaux de bord.
- Rétroplanning et rythme de production.

**Exercices** Travail en groupe pour mettre en cohérence les tableaux de bord existants.

**» L'utilisation et l'interprétation des chiffres**

- Connaître les principaux ratios.
- Utiliser les outils statistiques appropriés.
- Utiliser les données pour faire de la prospective.

**Exercices** Définition de différents ratios et interprétation.

**» Optimiser ses tableaux de bord**

- Rendre ses tableaux de bord attractifs.
- Savoir utiliser les différents graphiques.
- L'importance du fond et de la forme.

**Exercices** Optimiser la communication des tableaux de bord en s'entraînant à réaliser des présentations percutantes.



Un projet SIRH (Système d'Information de gestion des Ressources Humaines) est toujours délicat et les enjeux pour l'entreprise multiples. Cette formation vous propose les clés pour conduire votre projet SIRH, anticiper les freins, les risques, et accompagner le changement à chaque étape du projet.

**» Les enjeux actuels d'une DRH**

- La cohésion et l'engagement.
- L'organisation et le développement des talents.
- La sécurisation juridique et l'optimisation sociale.
- L'anticipation des effectifs, des métiers et des compétences.
- L'acculturation au numérique.

**Réflexion collective** Brainstorming sur la transposition de ces enjeux vers le SIRH.

**» Qu'est-ce que le SIRH ?**

- Les principaux modules d'un SIRH : de la paie au développement des talents.
- Le SIRH à l'heure du Cloud Computing.
- Le SIRH à l'heure de l'entreprise étendue.
- Le responsable SIRH, un équilibriste entre DRH, DSI et éditeur.

**Etude de cas** Analyse d'architectures SIRH dans différentes entreprises.

**» Les enjeux du SIRH et l'analyse d'opportunité**

- Enjeux stratégiques et gouvernance du SIRH.
- Enjeux de performance du capital humain.
- Enjeux managériaux et organisationnels.
- Enjeux de pilotage, de Big Data et de référentiels de données.
- Enjeux de dématérialisation des documents et des processus RH.
- Enjeux financiers et de rationalisation du SI.

**Etude de cas** Etude d'opportunité SIRH.

**» Le marché du SIRH**

- Tour d'horizon du marché et des principales solutions.
- Les tendances actuelles et les observatoires SIRH.
- Evaluer les coûts directs et indirects d'un projet SIRH.
- Evaluer le ROI d'un projet SIRH.

**Etude de cas** Chiffrage d'un projet SIRH et évaluation de son ROI.

**» Gouvernance d'un projet SIRH**

- Organisation du projet SIRH, composition des instances et termes de référence.
- Les indicateurs clés.
- Le profil du chef de projet SIRH.
- Pilotage du projet SIRH.
- Présentation des étapes de la démarche projet SIRH : de l'opportunité à la stabilisation.

**Réflexion collective** Brainstorming et co-construction des étapes d'un projet SIRH.

**» Projet SIRH et conduite du changement**

- Les particularités d'un projet SIRH : visibilité, légalité, transversalité.
- Impacts sur l'organisation : processus et pratiques, organisation et management.
- Les principaux risques : risques sociaux, risques sur les données, risques juridiques (CNIL), risques d'image.

**Travaux pratiques** Initialisation d'un plan de changement dans le cadre d'un projet SIRH.

**Exercices pratiques**

**Réf :** SIH

**Durée :** 2 jours

**Paris** 18-19 déc. 2014  
16-17 avril/11-12 juin 2015

**Prix :** 1 880 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

RRH, DRH, responsables de service, DSI.

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra d'identifier les principes applicables à tous les types d'entretiens, d'en structurer chaque étape en vue de les conduire efficacement et d'acquérir des techniques de questionnement propices à un recueil d'informations pertinentes.

## » Comprendre la situation de l'entretien

- Les règles d'or de l'entretien individuel.
- L'impact de nos filtres personnels et représentations.
- Distinguer les différents types d'entretiens RH.

**Exercices** Animation interactive sur les règles d'or de l'entretien.

## » Maîtriser les étapes clés de l'entretien

- Préparer son entretien : matériellement, se mettre personnellement en condition d'entretien.
- Accueillir et cadrer l'entretien : faire comprendre la démarche et les règles de fonctionnement.
- Prendre des notes efficacement.
- Conclure l'entretien : répondre aux questions et informer avec clarté.

**Exercices** Simulations d'entretiens en sous-groupes suivies d'un débriefing collectif.

## » Acquérir des techniques d'entretien applicables à tout type d'entretien

- Cadrer les échanges à l'aide des techniques de questionnement.
- Accéder rapidement à une information fiable.
- Optimiser le temps imparti à l'entretien.
- Instaurer un climat de confiance et un échange de qualité grâce aux techniques d'écoute active.

**Travaux pratiques** Entraînement en binômes aux techniques de questionnement et d'écoute d'active. Analyse collective. Simulations d'entretiens.

## » Conduire tout type d'entretien d'orientation

- Acquérir une méthodologie applicable aux entretiens : gestion de carrière, inaptitude, reclassement, professionnel, etc.
- S'approprier la méthodologie et la structure de l'entretien de mobilité interne.
- Définir les objectifs spécifiques de l'entretien.
- Cerner le rôle et le périmètre d'actions du conseiller RH vis-à-vis du collaborateur et de son manager.

**Exercices** Cartographie en sous-groupes du rôle et des missions du conseiller d'orientation. Présentation et échanges.

## » Conduire un entretien de recrutement

- Maîtriser les étapes clés d'un processus de recrutement fiable et efficace.
- Connaître les questions clés de l'entretien d'évaluation.
- Se doter d'un guide d'entretien et se l'approprier.
- Evaluer l'adéquation du candidat au profil recherché.

**Travaux pratiques** Appropriation d'un guide d'entretien et simulations d'entretien. Débrief et échanges.



Réf :	RIH
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 26-27 janv./2-3 mars 2015 18-19 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Simulations d'entretiens sur les techniques d'écoute active, sessions interactives sur les règles d'or de l'entretien.

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur RH ou managers amenés à conduire des entretiens avec des collaborateurs ou des candidats, quelle que soit la situation d'entretien : recrutement, mobilité interne, évaluation...

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Mettre en place une communication interne RH efficace

Maîtriser toutes les clés pour mettre en place une communication interne efficace. Repenser sa communication interne et mettre en place un plan d'action cohérent. Optimiser ses outils de communication écrite, orale...

## » Les missions de la communication interne

- Identifier les enjeux de la communication interne.
- Transformer l'information en communication.
- Concevoir une stratégie optimale en fonction de son budget.
- Diagnostiquer les besoins et définir les axes de communication.
- Les bienfaits pour le marché interne et externe (attentes et conséquences).

**Travaux pratiques** Déterminer les enjeux de cette démarche.

## » Construire un plan de communication interne

- Définir ses priorités en fonction des cibles.
- Identifier les sources, les circuits, les délais.
- Lister les outils existants : leur pertinence et leur redondance.
- Distinguer les problématiques d'organisation, de management et de communication.
- Identifier les informations à forte valeur ajoutée.
- Se poser les bonnes questions : qu'attendent les clients internes ? Quel moyen est le plus adapté ?
- Concevoir le ton et le style de sa future communication.

**Travaux pratiques** Planning prévisionnel des grandes étapes avec les participants.

## » Mettre en place des outils de communication interne qui ont du sens

- Définir les outils de communication écrite.
- Choisir sa communication orale.
- Utiliser les nouvelles technologies.
- Les autres moyens pertinents pour communiquer.
- Animer un réseau interne : les règles, l'intérêt de ce fonctionnement, développer le travail et les outils collaboratifs.

**Travaux pratiques** Le livret d'accueil. Analyse à partir de cas concrets.

## » Les actions à mener

- Communiquer auprès des managers, premier relais de communication : impliquer et développer le sentiment d'appartenance.
- Recueillir les attentes des collaborateurs et définir une stratégie spécifique à chaque population.
- Se préparer à communiquer en période de crise.
- Développer l'employabilité et la mobilité interne : communiquer sur la politique de formation.
- Expliquer sa politique de rémunération.
- Faire vivre sa communication sur le long terme.

**Travaux pratiques** Jeu en équipe sur la communication de crise.



Réf :	CRH
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Études de cas. Travaux pratiques de gestion de projet et de planification. Chacun définit les grandes rubriques de son plan de communication.

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur en lien direct avec la communication interne, des ressources humaines. Responsables, managers et chefs de projet.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Présentation des principaux réseaux sociaux, analyse des objectifs éditoriaux et des contextes de communication (notamment chaîne partenariale et marketing). Modes de gestion des usages en entreprise, législation sur la liberté d'expression, sécurisation des données, modalités de communication de la génération Y.



Réf :	ROE
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 12-13 fév. / 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Echanges, réflexions collectives, jeux de rôles et partages d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Responsables Ressources Humaines, responsables communication, managers d'équipes.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Comprendre les réseaux sociaux**

- Définition d'un "réseau social" : histoire, public, chiffres, théorie des six degrés de séparation.
- Les différences entre un site communautaire et un réseau social : notions de profils, partage et participation.
- Typologie des réseaux sociaux : usages récréatifs, professionnels, mixtes.
- Les réseaux sociaux incontournables : Facebook, Twitter, Google +, Viadeo, LinkedIn.

**Travaux pratiques** Présentation des principaux réseaux sociaux, échanges et retours d'expériences.

**Utiliser les réseaux sociaux**

- Outil de détente : un nouvel espace de convivialité au travail, un open space virtuel et mondial.
- Outil de reconnaissance : l'appartenance à des réseaux, groupes et fan pages.
- Instrument de visibilité interne et externe : e-réputation, veille, employabilité, recherche d'opportunités...
- Outil de travail : réseautage, recherche de partenaires, de fournisseurs.
- Outil marketing pour l'entreprise : visibilité, fidélisation, communication.

**Travaux pratiques** Echanges et réflexions sur les usages des réseaux : stratégies de visibilité sur Facebook et sur les réseaux sociaux professionnels.

**Savoir tirer parti des réseaux sociaux**

- Le point de vue légal : loi et jurisprudence sur l'usage d'Internet en milieu professionnel.
- Contrôler le discours ou laisser la liberté d'expression des salariés : avantages/inconvénients, bénéfiques/risques.
- Partage ou sécurisation des données : différences entre sphère publique et privée, sécurité informatique...
- Perte ou gain de productivité : la nouvelle nature du travail avec les NTIC, la génération Y.
- Création d'ambiance ou d'outil de surveillance : la "déconflictualisation", les dérapages potentiels.

**Exercices** Jeux de rôle sur chacun des enjeux et Best Practices en la matière. Exercice de rédaction d'une charte de l'utilisation des réseaux sociaux dans son entreprise.



Comprendre l'importance des déclarations sociales et du respect des dates de dépôt afin de se prémunir de tout risque de contentieux. Maîtriser le fonctionnement des différents bordereaux sociaux et leurs déclarations.



Réf :	PRD
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 29-30 janv. / 5-6 mars 2015 21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance d'exercices d'application et d'études de cas. Partages d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Ce stage s'adresse aux membres des services paie, comptables uniques de PME, chefs d'entreprise souhaitant produire ou assurer la supervision des différentes déclarations sociales.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Déterminer les charges sociales sur les salaires**

- Les types de cotisations.
- La cotisation de sécurité sociale, la contribution solidarité autonomie, la cotisation FNAL.
- Le versement transport.
- L'AGS et l'assurance chômage.
- La retraite des cadres et des non-cadres, l'APEC.
- Le forfait social.
- La taxe d'apprentissage et la contribution au développement de l'apprentissage.
- La participation à la formation, la construction.

**Travaux pratiques** Déterminer le salaire brut, les organismes sociaux et les dates de déclarations.

**Le régime social et fiscal de certains éléments du salaire**

- Les indemnités de rupture.
- Les avantages en nature.
- Le remboursement de frais.

**Travaux pratiques** Déterminer les bases de cotisations.

**Déterminer les bases de cotisation**

- Les assiettes de cotisations et GMP.
- La détermination des plafonds.

**Travaux pratiques** Déterminer l'assiette de cotisation.

**Les allègements de charges**

- La loi TEPA et les bénéficiaires de l'ACCRE.
- Les publics particuliers : apprentis, salariés en zone ZRR.

- La réduction Fillon.

**Travaux pratiques** Déterminer le montant de la réduction Fillon.

**Déclarations sociales**

- Les exigences légales : date d'exigibilité.
- Les établissement des déclarations sociales : DUCS et DUCS EDI.

**Déclarations annuelles**

- La DADS-U.
- Les modes de déclaration (TDS, DADS-U). Les délais de dépôt.
- Les rémunérations limitées au plafond.
- Les abattements pour frais professionnels.
- L'étude des bases spéciales (contrats aidés).
- La retenue de l'impôt à la source.
- La CSG et RDS.
- Les autres déclarations : les handicapés, la taxe d'apprentissage et sur les salaires.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une DADS.

**Procédure de contrôle URSSAF**

- Anticiper : le rescrit social.
- Le déroulement du contrôle.
- Les documents à présenter.
- Les recours.

**Travaux pratiques** Simulation d'un contrôle social.

Ce stage vous permettra d'acquérir les connaissances, les outils et les différentes formalités liés à la gestion du personnel. Les aspects juridiques seront approfondis, permettant ainsi de renforcer le rôle du service du personnel dans l'entreprise.

## » Donner des réponses justes et fiables

- Lister les sources de documentation indispensables.
- Les différentes sources du droit.
- Identifier les sites Internet utiles.

## » Embauche et documents à établir

- Le recrutement. Les formalités d'embauche.
- Suivre les périodes d'essai, leurs reconductions.
- Technique de rémunération et gestion de la paie.
- Les obligations concernant les visites médicales.

## » Rédaction de contrat

- Les principaux contrats.
- Eléments légaux : mentions minimales obligatoires.
- La modification du contrat de travail.

**Travaux pratiques** Identifier les salariés en période d'essai, reconduction de période. Vérifier la validité des mentions obligatoires sur un contrat.

## » Gestion des absences

- Les RTT. Gestion des temps de travail. Planning RTT.
- Les congés payés. Planning des congés payés.
- Formalité et autres absences. Renseigner le salarié sur ses droits.

**Travaux pratiques** Apporter les modifications nécessaires au planning des salariés pour y faire figurer différentes absences (congés payés, RTT).

## » Gestion administrative de la formation

- Le plan de formation et son calendrier.
- Gestion du DIF, de la VAE...
- Impact de la réforme de la formation professionnelle.

**Travaux pratiques** Vérifier les droits à la formation sur différents salariés.

## » Départ de l'entreprise

- Rupture du contrat. Démission, licenciement, rupture conventionnelle.
- Solde de tout compte. Documents obligatoires. Suivre un contentieux prud'homal.
- Départ à la retraite. Ouverture des dossiers d'inscription des actifs.

**Travaux pratiques** Compléter le dossier de départ d'un salarié dans le cas d'une démission ou d'un départ à la retraite.

## » Représentation et gestion des effectifs

- Du personnel. Connaître les rôles et missions des DP, CE, CHSCT...
- Les seuils en droit social, la durée des mandats.
- Suivi administratif. Des délégués du personnel. Du CE, du CHSCT.
- Ratios. Démographie, mobilité, turn-over.

**Travaux pratiques** Déterminer les échéances du CE et CHSCT, le nombre de représentants nécessaire dans une entreprise. Interpréter la tendance du turn-over.



Réf :	GAL
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./8-10 déc. 2014 23-25 fév./13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse aux assistant(e)s de service Ressources Humaines ou tout autre assistant(e) ayant en charge la gestion du personnel.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Maîtriser les dispositions en matière de durée du travail

Ce stage vous présentera les dispositions impératives régissant la durée du travail, les heures supplémentaires, les forfaits. Il vous montrera comment les prendre en compte et les appliquer au mieux en fonction des spécificités de votre entreprise.

## » Les règles d'ordre public

- Les durées maximales journalière et hebdomadaire.
- Les temps de repos journalier et hebdomadaire.
- Les pauses obligatoires.
- L'interdiction de faire travailler un salarié plus de six jours de suite.
- Les spécificités du travail de nuit : définition, conditions et contreparties obligatoires.
- Les sanctions applicables en la matière.

**Echanges** Les pratiques des stagiaires et les difficultés qu'ils rencontrent au regard de leur activité.

## » La notion de travail effectif

- Le temps travaillé.
- Le temps assimilé à du travail effectif par la loi ou la convention collective.
- Le temps rémunéré mais non considéré comme du travail effectif.
- Les outils de contrôle du temps de travail.

**Travaux pratiques** Décompte du temps de travail effectif à partir d'exemples précis et réponses aux situations présentées par les participants.

## » Le décompte et le traitement des heures supplémentaires

- La notion d'heure supplémentaire.
- Le décompte des heures supplémentaires.
- La contrepartie obligatoire pour heures supplémentaires : rémunération majorée ou repos compensateur de remplacement.

- La preuve des heures supplémentaires : les éléments à apporter par le salarié et par l'employeur.
- Le contingent d'heures supplémentaires : les conséquences du dépassement.

**Etude de cas** Cas pratique de synthèse sur les trois thèmes étudiés.

## » L'instauration d'un forfait

- Les forfaits en heures : hebdomadaires, mensuels ou annuels.
- Le forfait jours : l'importance de respecter les règles légales, conventionnelles et jurisprudentielles.
- Le point sur la jurisprudence de la cour de cassation en la matière.

**Travaux pratiques** Rédaction de clauses instaurant un forfait en heures ou en jours.

## » L'aménagement du temps de travail

- Utiliser les dispositifs conventionnels.
- Organiser la durée du travail sur quatre semaines en application de la loi de 2008.
- La gestion des jours de Réduction du Temps de Travail : prise et rachat des RTT non pris.



Réf :	DUV
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 13 mars/5 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Formation basée sur l'échange entre les participants et le formateur à partir de situations pratiques vécues dans les entreprises.

### » PARTICIPANTS

Responsables Ressources humaines, assistants(es) Ressources humaines, comptables et plus généralement tout collaborateur en charge de la gestion du personnel.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en droit social.

Cette formation vous apportera les connaissances essentielles concernant les obligations des entreprises en matière de congés payés, notamment au regard des nouvelles dispositions. Elle vous permettra également d'identifier les droits et obligations de l'entreprise face aux congés spécifiques de ses salariés.



Réf :	NOC
Durée :	1 jour
Paris	8 déc. 2014 30 mars/8 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
A partir des questions et situations présentées par les stagiaires.

**PARTICIPANTS**  
Responsables Ressources Humaines, assistant(e)s Ressources Humaines, comptables et plus généralement toute personne en charge de la gestion du personnel.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en droit social.

**» Les congés payés**

- L'acquisition des congés payés : sur quelle période ? À quelles conditions ? L'incidence des absences du salarié.
- La prise des congés payés : la période légale de prise des congés, le décompte des congés en jours ouvrés ou ouvrables.
- La rémunération des congés payés : maintien du salaire ou règle du dixième. La vérification en fin de période.
- L'indemnisation des congés non pris en cas de départ de l'entreprise : le calcul des droits du salarié.

**Travaux pratiques** Calcul du droit à congés payés à partir de différentes situations.

**» Les congés liés à la parentalité**

- Le congé maternité : la situation de la salariée pendant le congé. Les obligations de l'entreprise au retour du congé.
- Le congé paternité : le respect de règles précises pour la prise et l'indemnisation du congé.
- Le congé parental : conditions pour en bénéficier, situation du salarié en cours de congé.
- Le congé parental : les droits et obligations du salarié et de l'entreprise au retour du congé.

**Echanges** Le retour du (de la) salarié(e) après un congé maternité ou parental.

**» Les congés liés à la vie familiale**

- Les congés événements familiaux : les dispositions légales et conventionnelles.
- Les congés pour accompagner un proche en fin de vie, assister un enfant malade ou atteint d'un handicap.

**Exemple** Le salarié ne remplit pas les conditions pour bénéficier du congé ou ne fournit pas de justificatif.

**» Les congés pour réaliser un projet**

- Le projet professionnel : congé création d'entreprise, congé formation. Les conditions pour en bénéficier.
- Le projet professionnel : la situation du salarié pendant le congé.
- Le projet professionnel : les droits et obligations de l'entreprise et du salarié à la fin du congé.
- Le projet personnel : congé sabbatique, congé sans solde, solidarité internationale. Leurs conditions.
- Le projet personnel : la situation du salarié pendant le congé.
- Le projet personnel : les droits et obligations du salarié et de l'employeur au retour du congé.

**Travaux pratiques** Cas pratique de synthèse.



Cette formation vous permettra, sur une journée, de mettre à jour vos connaissances afin de maîtriser les dispositions légales de la loi du 14 juin 2013. Vous pourrez ainsi anticiper l'entrée en vigueur des nouvelles obligations pour le personnel en place et rédiger en conformité vos contrats et avenants.



Réf :	RAP
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 20 mars/29 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Responsables ressources humaines, assistants RH, dirigeants de PME, de filiales, de Business Unit...

**PREREQUIS**  
Connaître la législation antérieure à la réforme du temps partiel de 2013.

**» Rappel du cadre juridique entourant la mise en place du temps partiel**

- Mise en place à l'initiative de l'employeur : consultation des élus ou information de l'Inspecteur du travail.
- Mise en place à la demande du salarié : les cas qui s'imposent à l'employeur, ceux qu'il peut refuser.
- Les clauses spécifiques du contrat de travail : durée et répartition de la durée du travail, heures complémentaires...
- La gestion du salarié à temps partiel : principe d'égalité de traitement et règles spécifiques.

**Réflexion collective** Vérifier la conformité des contrats aux textes et à la jurisprudence. Identifier les contraintes du temps partiel.

**» Obligation d'une durée minimale de 24 heures de travail par semaine**

- L'objectif de la loi du 14 juin 2013.
- Le contenu de l'obligation et les modalités de calcul de la durée du travail.
- Dérogation légale concernant les salariés de moins de 26 ans poursuivant leurs études.
- Les dérogations à la demande du salarié : critères et conditions.
- Les dérogations conventionnelles : seule une convention ou un accord de branche étendu peut déroger à la durée minimale.
- Conditions de mise en œuvre des dérogations : horaires regroupés.

**Exemple** Décliner dans le cadre d'une discussion les différentes dérogations possibles et leur mise en œuvre.

**» Conditions d'application des nouvelles obligations aux contrats en cours**

- Les conditions de mise en conformité des contrats en cours.
- Mise en œuvre et vie des contrats sur la période transitoire du 1er juillet 2014 au 1er janvier 2016.
- Obligation de négocier dans les branches professionnelles.

**Echanges** Réfléchir en groupe aux modalités de mise en conformité des contrats en cours.

**» Les autres modifications légales**

- La rémunération des heures complémentaires.
  - Les compléments d'heures.
- Exemple** Les différentes possibilités d'augmenter temporairement la durée du travail des salariés à temps partiel, sans atteindre 35 heures.

Cette formation vous permettra de mettre en place ou de vérifier la conformité des forfaits jours existant dans l'entreprise, de sécuriser vos pratiques et d'organiser un suivi adapté des salariés.

## » La nécessité de s'appuyer sur un accord de branche étendu ou d'entreprise

- Vérifier la conformité de l'accord de branche au regard de la jurisprudence de la Cour de Cassation.
- Compléter l'accord de branche par un accord d'entreprise : dans quels cas ?
- Négocier un accord d'entreprise : quels interlocuteurs ? Quel contenu ?
- Cadre de consultation du CE.
- Les salariés concernés par le forfait jours : les conditions définies par la loi.

**Réflexion collective** Analyser les forfaits existant dans l'entreprise pour en mesurer la validité.

## » L'obligation de recueillir l'accord de chaque salarié concerné

- Accord à l'embauche par la rédaction d'une clause spécifique.
- Accord en cours de contrat par la signature d'un avenant.
- Les mentions à faire impérativement figurer à l'avenant.
- Les conséquences du refus du salarié à signer l'avenant.

**Etude de cas** Le salarié refuse de signer l'avenant. Que peut faire l'employeur ? Quel régime appliquer au salarié ?

## » Le suivi des salariés au forfait jours

- La cohérence entre le forfait jours et les contraintes imposées aux salariés concernés.
- L'entretien annuel et la mesure de l'impact du forfait jours pour le salarié.
- La compatibilité entre la charge de travail et le nombre de jours du forfait.
- La compatibilité entre vie familiale et vie professionnelle.
- L'obligation du suivi des jours travaillés et non travaillés.

- La possibilité de renoncer à certains jours de RTT.
- L'incidence des absences du salarié sur le forfait.
- La fixation du forfait jours pour les salariés entrant ou sortant en cours de période de référence.

**Réflexion collective** Assurer la cohérence du contrat à la réalité des faits.

## » Les conséquences de la remise en cause du forfait jours

- Les conséquences de la contestation de la validité du forfait : le décompte en heures.
- Les conditions d'obtention du paiement des heures supplémentaires par le salarié.
- Les conséquences de la contestation de la compatibilité de la charge de travail avec le forfait jours.
- Conditions d'indemnisation du salarié.

**Exemple** Etude d'exemples de remise en cause de forfaits jours.



Exercices pratiques

Réf :	F0J
Durée :	1 jour
Paris	28 nov. 2014 6 mars/12 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

A partir de l'analyse de ses pratiques en entreprise, analyser et valider son projet de forfait jours.

### » PARTICIPANTS

RRH, dirigeants de PME.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances des règles régissant la durée du temps de travail.

## Ressources Humaines

### Conseils et actualités RH toute l'année



Nathalie Olivier  
Consultante Orsys  
Expert RH



ORSYS TV sur YouTube  
Visualisez la vidéo  
**L'essentiel de la fonction RH**

viadeo

Rejoignez notre  
groupe de discussion  
**L'Actualité des RH**

Animé par Nathalie Olivier

Près de 90 formations dédiées aux métiers RH

- » Politique et gestion RH
- » Formation
- » Recrutement
- » Gestion des compétences/carières
- » Dialogue social/risques professionnels
- » Développement personnel

Ce stage vous permettra d'assurer l'application de la procédure d'inaptitude dans toutes ses composantes notamment le reclassement. Il vous montrera comment maîtriser les aspects relationnels avec la médecine du travail, mettre en place la procédure adéquate selon que l'inaptitude est d'origine professionnelle ou non.



Réf :	NAS
Durée :	1 jour
Paris	11 déc. 2014 20 mars/12 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Déroulé complet des procédures applicables à partir de cas pratiques représentant les différentes situations.

**PARTICIPANTS**  
Directeurs des Ressources Humaines, responsables Ressources Humaines, dirigeants de PME, assistantes de direction, comptables, plus généralement toute personne ayant en charge la gestion du personnel.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en droit social.

» **La reconnaissance de l'inaptitude par le médecin du travail**

- La procédure normale : deux visites médicales espacées de quinze jours.
- La procédure d'urgence : une seule visite mais des conditions strictes posées par la loi.
- L'avis d'aptitude avec réserves peut parfois valoir avis d'inaptitude.
- L'obligation de vigilance du chef d'entreprise face au contenu de l'avis d'inaptitude.
- Les recours possibles de l'employeur et du salarié en cas de désaccord avec le médecin du travail.

**Echanges** Réagir face à un avis d'inaptitude incompréhensible, incomplet, ou ne tenant pas compte des contraintes de l'entreprise.

» **L'obligation de reclassement**

- La recherche de reclassement dans l'entreprise ou au sein du groupe.
- L'étude de poste avec le médecin du travail.
- Les conditions légales et jurisprudentielles à respecter dans la phase de reclassement.
- La formalisation de la proposition de reclassement.
- Les conséquences de la décision du salarié.
- La situation du salarié pendant la période de reclassement.
- L'obligation de reprendre le versement du salaire si le salarié n'est ni reclassé ni licencié dans le délai d'un mois.

**Echanges** Comment bien respecter l'obligation de reclassement ?

» **Le respect de procédures spécifiques**

- Suite à un accident du travail ou une maladie professionnelle : des obligations renforcées et une procédure simplifiée.
- Les spécificités liées à la nature du contrat : le salarié est en CDD.

**Travaux pratiques** Déroulement de la procédure dans toutes ses phases.

» **L'impossibilité d'engager une rupture conventionnelle**

- Le consentement du salarié est présumé vicié.
- Le risque pris par l'entreprise en cas d'irrespect de la règle.

**Echanges** Retours d'expériences.

» **Le solde de tout compte du salarié licencié pour inaptitude**

- Suite à un accident du travail ou une maladie professionnelle : des droits renforcés.
- Suite à un accident ou une maladie sans lien avec l'activité professionnelle.

**Exemple** Les incidences du refus du salarié sur le montant de l'indemnité de licenciement en cas d'inaptitude suite à un accident du travail ou une maladie professionnelle.



Comment organiser la reprise du travail après une longue absence et accompagner le salarié lors de son retour dans l'entreprise ? Cette formation vous montrera les actions et mesures à mettre en œuvre afin d'assurer une reprise d'activité satisfaisante pour tous.



Réf :	VIL
Durée :	1 jour
Paris	21 nov. 2014 10 avril/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Les échanges avec les participants permettront de confronter les expériences et les pratiques.

**PARTICIPANTS**  
Responsable des Ressources humaines, assistant(e) RH, comptable de PME, dirigeant d'entreprise.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Reprise de travail suite à une absence pour raison médicale**

- L'importance de la visite de reprise.
- Les relations avec la médecine du travail : échanges antérieurs à la visite, étude de poste...
- Les demandes d'explications en cas d'avis incomplet.
- L'adaptation du poste de travail ou la recherche de reclassement dans l'entreprise ou au sein du groupe.
- La consultation des DP à la suite d'un arrêt pour accident du travail ou maladie professionnelle.

**Etude de cas** Etude pratique des situations les plus courantes. Comment éviter les principaux écueils et savoir réagir en toute situation ?

» **Reprise de travail suite à un congé maternité ou parental**

- La visite de reprise au retour de congé maternité.
- L'organisation d'un entretien avec la(les) salarié(e) à son retour.
- L'examen de la nécessité d'adapter la(les) salarié(e) à son poste ou de planifier une formation.
- Le retour au poste initial ou à un poste similaire : loi, convention collective et applications jurisprudentielles.
- Retour de maternité et salaires : droit aux augmentations individuelles ou collectives.

**Etude de cas** Mesurer les obligations de l'entreprise pour assurer dans les meilleures conditions le retour de la(du) salarié(e).

» **Reprise de travail au terme d'une formation**

- Le retour de CIF.
- Le retour au poste initial ou à un emploi similaire.
- Les nouvelles obligations en cas de formation de développement des compétences par accord de l'employeur et du salarié.

**Exemple** Identifier les éventuels écueils à éviter.

» **Reprise de travail après un congé sabbatique ou une création d'entreprise**

- Le retour du salarié est automatique et de droit.
- Le retour à son poste ou un poste identique.
- L'entretien professionnel avec l'employeur.
- La mise en œuvre de formations d'adaptation si nécessaire.

**Echanges** Connaître les droits et obligations des deux parties pour permettre une reprise dans les meilleures conditions.

# Sanctionner dans les formes un comportement fautif



Ce stage vous permettra d'appréhender les situations concernant une faute commise dans le cadre professionnel. Il vous montrera comment qualifier les faits, choisir la sanction adaptée et l'appliquer dans les délais appropriés, dans le respect des dispositions légales et conventionnelles.

## » L'existence d'une faute imputable au salarié

- La faute doit constituer une violation des obligations découlant du contrat ou des relations de travail.
- Elle peut intervenir lors de l'exécution du travail. Il faut alors la différencier de l'insuffisance professionnelle.
- Faute et comportement. Faute et vie personnelle ou privée.
- Faute et liberté d'expression. Faute et insubordination.
- Faute et aptitude physique. Faute et modification des conditions de travail.
- Qualification de la faute : simple, grave ou lourde.
- Conséquences de la qualification sur le contrat et les droits du salarié.

**Travaux pratiques** Analyse et qualification des faits à partir de situations exposées ou présentées par les participants.

## » Le choix de la sanction

- Vérifier la convention collective et le règlement intérieur : phase préalable indispensable.
- Choisir une sanction proportionnée aux faits commis et en fonction de l'historique de l'auteur.
- Appliquer le principe : une faute, une sanction.
- Respecter l'interdiction des sanctions pécuniaires ou discriminatoires.

**Travaux pratiques** Les stagiaires auront à choisir une sanction au regard des faits présentés et des textes applicables dans leur entreprise.

## » Le respect de la procédure disciplinaire

- Agir dans les délais : distinguer et calculer correctement les différents délais existants.
- Appliquer les dispositions légales et conventionnelles pour le déroulement de la procédure.
- Prendre des précautions particulières en cas de licenciement. La nécessité de motiver correctement la sanction.
- Utiliser la mise à pied conservatoire : dans quels cas ? Quelle procédure respecter ? Quels sont les écueils à éviter ?

**Mise en situation** Déroulement complet d'une procédure. Débriefing collectif.

## » Le contrôle judiciaire

- Les pouvoirs du juge prud'homal en la matière.
- Les possibilités de l'entreprise en cas d'annulation de la sanction.

**Echanges** L'importance de mesurer et d'anticiper le risque prud'homal.



Réf :	FAU
Durée :	1 jour
Paris	15 déc. 2014 23 mars/15 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

L'acquisition des connaissances se fait au travers de plusieurs cas pratiques par thème avec synthèse à la fin de chaque atelier.

## » PARTICIPANTS

Directeurs des Ressources Humaines, responsables Ressources Humaines, assistants(es) RH ou de direction, dirigeants de PME.

## » PREREQUIS

Connaissances de base en droit social.

# Gérer efficacement un dossier prud'homal



Ce stage vous permettra d'appréhender les règles générales de fonctionnement du conseil des Prud'hommes. Il vous montrera comment monter un dossier prud'homal, développer une argumentation construite, solide, et utiliser les voies de recours possibles.

## » Le conseil des Prud'hommes

- Les différentes compositions : bureau de conciliation, bureau de jugement, référés.
- La répartition des affaires par section.
- Les domaines de compétences du conseil des Prud'hommes : compétences d'attribution et territoriale.

**Exemple** Illustrations à partir de cas réels.

## » La procédure devant le Conseil des Prud'hommes

- La saisine du conseil des Prud'hommes par le salarié ou l'employeur.
- Les incidents de procédure : incompétence, irrecevabilité, renvoi, caducité, radiation.
- La phase de conciliation : déroulement et analyse des différentes possibilités laissées aux parties. Le barème légal.
- La communication de pièces : qui communique quoi et quand ? Les incidences de l'irrespect du délai de communication.
- La phase devant le bureau de jugement : le principe du contradictoire et de l'oralité.
- La désignation d'un conseiller rapporteur : rôle et déroulement de l'instruction.
- L'expertise devant le conseil des Prud'hommes.
- L'audience de départage : dans quels cas ? Selon quelles procédures ?

**Echanges** Echanges avec les stagiaires à partir de leurs expériences ou des situations qu'ils sont amenés à gérer.

## » La préparation du dossier prud'homal

- La collecte des pièces.
- Les modes de preuves : validité du témoignage écrit, les relevés GPS, la vidéosurveillance, le constat d'huissier...
- La construction de l'argumentaire : il doit être conforme aux preuves que l'on est en mesure de produire.

**Réflexion collective** L'importance de bien gérer le dossier en amont et de ne pas utiliser de moyens illégaux ou irrecevables.

## » Le jugement et les voies de recours

- L'exécution du jugement.
- La présentation des voies de recours : l'appel, l'opposition. Le recours en cassation.
- Interjeter appel d'un jugement : faisabilité et opportunité.
- Former un pourvoi en cassation : une voie de recours très encadrée.

**Réflexion collective** Réflexion sur l'opportunité de faire appel au-delà de la possibilité offerte par la loi.



Réf :	DHO
Durée :	1 jour
Paris	18 déc. 2014 23 mars/15 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Formation interactive basée sur les échanges avec les stagiaires à partir de leurs expériences ou de leurs questionnements.

## » PARTICIPANTS

Directeurs des Ressources Humaines, responsables Ressources Humaines, dirigeants de PME, assistants(es) RH ou de direction et plus généralement toute personne ayant en charge la gestion du personnel.

## » PREREQUIS

Connaissances de base en droit social.

Mentions obligatoires et facultatives, forme juridique et connaissances essentielles du droit du Travail pour l'établissement des bulletins de paie. Sous Excel, calcul des temps de travail et des absences, des cotisations sociales. Emission du solde de tout compte, remise des certificats et attestations de départ.

### Le bulletin de paie : présentation

- Connaître forme et structure du bulletin : salaire brut, cotisations sociales et fiscales, net fiscal, social, à payer.
  - Appréhender les bases juridiques du bulletin de paie.
  - Distinguer les mentions obligatoires, interdites et facultatives.
  - Identifier les obligations de l'employeur : les modes de paiement, etc.
- Travaux pratiques** Déterminer le salaire brut, imposable, ainsi que le net à payer.

### Les différents éléments de rémunération

- Appliquer les formalités d'embauche : déclaration unique d'embauche, déclaration caisse de retraite et complémentaire.
  - Connaître durée légale et conventionnelle : nombre d'heures par semaine, par mois, selon les conventions, les 35 heures.
  - Comprendre les éléments de la fixation du salaire : le nombre d'heures mensuelles et le salaire de base, le SMIC.
  - Evaluer les salaires complémentaires : primes (mensuelles, périodiques ou annuelles), gratifications, bonus.
- Travaux pratiques** Déterminer le salaire brut, imposable ainsi que le net à payer. Calcul d'un salaire de base.

### Les cotisations sociales

- Connaître les organismes collecteurs et leurs spécificités : URSSAF, organismes de retraite complémentaire AGIRC, ARRCO.
  - Déterminer les bases des cotisations : le plafond de la sécurité sociale, les tranches de cotisation.
  - Comprendre la proratisation du plafond de la sécurité sociale : les salariés à temps partiel, les entrées et sorties.
  - Différencier les cotisations sociales et leur taux : CSG, CRDS, le forfait social, la garantie minimum de point.
  - Distinguer les règles et spécificités à appliquer aux cadres.
  - Calculer les exonérations de charges sur les bas salaires : la loi "Fillon" et ses conditions d'application.
- Travaux pratiques** Identifier les cotisations sociales sur un bulletin de paie.

### La dernière paie et le solde de tout compte

- Distinguer les différentes ruptures de contrat (licenciement, démission, fin de contrat à durée déterminée, retraite).
- Distinguer le droit à l'indemnité et le calcul de l'indemnité de licenciement en elle-même.
- Comprendre les règles régissant le calcul des indemnités légales de licenciement : ancienneté à prendre en compte...
- Calculer les indemnités dues : indemnité compensatrice de congés payés, de licenciement, de fin de CDD, de retraite.
- Connaître les cas d'exonération d'indemnité de fin de contrat : contrat saisonnier, "d'usage", de formation, de tutorat.
- Fournir les documents de départ : certificat de travail, reçu pour solde de tout compte, attestation Pôle Emploi.

### Elaboration d'une fiche de paie

- Construction sous Excel d'une paie.
- Travaux pratiques** Produire ses premiers bulletins de paie à l'aide d'une matrice type sous Excel.

### Temps de travail et bulletin de paie

- Gérer les heures supplémentaires (contingent : bornes des heures supplémentaires autorisées et majoration).
  - Discerner heures assimilées ou non à du temps de travail effectif : bilan de compétences, astreintes à domicile, CIF.
  - Mettre en pratique la proratisation du salaire lors d'entrée ou sortie en cours de mois.
  - Appliquer les repos compensateurs de remplacement.
  - Comprendre le recours aux heures complémentaires et leur paiement.
  - Connaître les règles régissant les heures de nuit.
  - Estimer l'allocation de formation hors temps de travail.
- Travaux pratiques** Calcul des heures supplémentaires et des repos compensateurs. L'allocation de formation hors temps de travail.

### Comptabiliser les absences

- Distinguer les différentes règles régissant les droits à congés payés.
  - Appliquer la rémunération des congés payés (suivant les deux modèles de calcul : maintien de salaire et dixième).
  - Comptabiliser la valorisation des absences en fonction de la valeur du jour calendaire, ouvrable ou ouvré.
  - Calculer les pertes de salaires occasionnées par les arrêts de travail : maladie, maternité, accident du travail.
  - Connaître la méthode de calcul de l'indemnisation journalière versée par la sécurité sociale.
  - Cerner le mécanisme de la subrogation.
  - Comprendre la garantie du net fixée par les conventions collectives.
- Travaux pratiques** Déterminer la rémunération du salarié absent pour maladie, calcul de l'indemnité journalière, congé payé, retenue pour absence.



Réf :	PAI
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 2-4 fév. / 13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Groupe 1	9-11 fév./7-9 avril 2015 15-17 juin 2015
Groupe 2	23-25 fév./22-24 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Exercices d'application et études de cas réels visant à rendre le stagiaire opérationnel. Réalisation de paies simples à temps plein et partiel.

### PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse aux membres des services "paie", comptables uniques de PME, chefs d'entreprise souhaitant produire un bulletin de paie ou en assurer la supervision.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### pour aller plus loin

- Bien gérer ses déclarations sociales p. 222
- Pratique de la paie, niveau 2 p. 229

Calculs approfondis en fonction des catégories salariales des éléments de rémunération, avantages, gestion des frais et forfaits. Elaboration des montants détaillés des contributions de sécurité sociale, calcul et régulation des cotisations retraites. Approfondissements sur les régimes complémentaires.

## » La rémunération du temps de travail

- Salariés non cadres (temps de travail effectif, temps partiel, limite de la durée du temps de travail).
- Salariés cadres (cadre dirigeant, intégré, autonome).
- Identifier les heures supplémentaires éligibles à la loi TEPA.

**Exercices** Déterminer les heures supplémentaires. Identifier la base de travail d'un salarié cadre, non cadre.

## » Les avantages en nature et les frais professionnels

- Les avantages en nature soumis ou non aux cotisations.
- Les avantages en nature et bulletin de paie : comment les réintégrer dans le salaire brut ?
- Les frais professionnels dans la paie.
- Les forfaits : nourriture, logement, indemnités kilométriques, grand déplacement en France, à l'étranger.
- Traiter les avantages en nature des dirigeants.

**Exercices** Déterminer les avantages en nature sur une fiche de paie.

## » Les cotisations et les plafonds de référence de la sécurité sociale

- Les composantes de l'assiette.
- Les plafonds de la sécurité sociale : les tranches, les bases.
- La proratisation des plafonds de la sécurité sociale en mensuel.
- L'allègement de la loi Fillon.

**Exercices** Effectuer un bulletin de paie en fonction des différents plafonds.

## » Les cotisations destinées aux régimes de retraite complémentaire

- Les régimes de retraites cadres et non cadres : AGIRC, ARRCO.
- La garantie minimale de points.

**Exercices** Prise en compte dans le bulletin de paie des cotisations destinées aux régimes de retraite complémentaire.

## » La DADS-U

- Définition et points essentiels.
- Identifier les éléments de la DADS-U.

## » Régularisation progressive des bases de cotisation

- La régularisation progressive.
- La régularisation mensuelle des bases de cotisation.
- La régularisation annuelle.



Réf :	PCS
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 16-18 fév./13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices d'application et études de cas réels visant à rendre le stagiaire opérationnel le plus rapidement possible.

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse aux membres des services Paie, comptables uniques de PME, chefs d'entreprise souhaitant produire un bulletin de paie ou en assurer la supervision.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de la paie ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Pratique de la paie, niveau 1" (réf. PAI).

# Pratique de la paie, niveau 3

## expertise de la paie

Cette formation vous permettra d'aller plus loin dans la pratique de la paie. Elle vous montrera comment faire face aux obligations sociales complexes, résoudre les difficultés et appréhender efficacement les cas particuliers de traitement de la paie (cotisations, contrats, arrêts de travail, retraite...).

## » Les retenues sur salaire : éviter les retenues illicites

- Avance et acompte.
- Saisie-arrêt (avis tiers détenteur...).
- Gestion des pensions alimentaires.
- Quotité saisissable et incidence des personnes à charge.

**Exercices** Construction de bulletins avec saisie-arrêt.

## » Les arrêts de travail

- Maladie, maternité et accident du travail : la gestion des indemnités journalières.
- Le complément de salaire au "net" et au "brut".
- Calcul des IJSS et mécanisme de la subrogation.
- Calcul de la Garantie au net.
- Indemnités de prévoyance (régime social).
- Temps partiel thérapeutique.
- Les impacts de la contre-visite médicale employeur.

**Exercices** Elaboration d'un bulletin avec indemnités journalières, maladie, maternité et complément de salaire.

## » Les spécificités des contrats particuliers

- Le contrat d'apprentissage.
- Le contrat de professionnalisation.
- Les stagiaires d'école.

**Exercices** Identification du contrat le plus adéquat pour un profil donné et établissement de son premier bulletin de paie.

## » Le calcul des cotisations sociales

- Régularisation, fiabilisation et optimisation de l'assiette des cotisations plafonnées.
- La base CSG-CRDS : abattement, régularisation et exonération.
- La Garantie Minimale de Point (GMP) : principes et salariés concernés.

- La gestion et le calcul des sommes isolées.
- Le calcul de la réduction Fillon.
- Les spécificités des paies de cadres.
- Le calcul de réintégrations sociales et fiscales des cotisations retraites et prévoyance.

**Exercices** Optimisation des allègements Fillon.

## » Le calcul de la dernière paie et rupture du contrat de travail

- Le calcul de la précarité d'emploi des CDD.
- L'indemnité compensatrice de congés payés.
- L'indemnité de départ, la transaction et leurs limites.
- La rupture conventionnelle.
- Le licenciement pour inaptitude.

**Exercices** Quiz sur la paie en cas de rupture du contrat.

## » La paie en cas de départ en retraite

- Taux d'appel et taux contractuel.
- Calcul de la pension de reversion de la Sécurité Sociale et de la retraite complémentaire.
- Le cumul de la pension de retraite et d'un revenu d'activité.

**Exercices** Construction de bulletins pratiques.



Réf :	PRP
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques. Pédagogie participative et ludique.

### » PARTICIPANTS

Responsables et gestionnaires de paie en entreprise ou cabinet, expérimentés.

### » PREREQUIS

Avoir suivi le stage PAI "Pratique de la paie, niveau 1" et/ou le stage PCS "Pratique de la paie, niveau 2" ou connaissances équivalentes.

Cette formation très pratique vous permettra d'effectuer les principales opérations de gestion de la paie avec le logiciel CIEL Paye Evolution pour Windows. Vous apprendrez à paramétrer les différents éléments de base et à réaliser et éditer un bulletin de paie.



Réf :	AYE
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 2-3 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et exercices pratiques de saisie et de gestion de la paie sur le logiciel CIEL Paye Evolution.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs d'un service RH en charge de la paie et amenés à utiliser le logiciel CIEL Paye (Windows).

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en gestion de la paie.

**» Découvrir le logiciel CIEL Paye Evolution**

- Connaître les principales fonctionnalités du logiciel.
- Découvrir l'écran d'accueil et les différentes interfaces : menus, boîtes de dialogue et barres d'outils.
- Connaître les principaux raccourcis clavier.

**Démonstration** *Prise en main et découverte du logiciel.*

**» Créer et paramétrer le dossier de l'entreprise**

- Créer le dossier de l'entreprise.
- Paramétrer le dossier de l'entreprise.
- Intégrer les constantes et les variables.
- Renseigner les différentes rubriques.
- Définir un profil.
- Savoir utiliser un modèle.
- Sauvegarder les paramétrages du dossier.

**Travaux pratiques** *Création et paramétrage du dossier d'une entreprise. Intégration des constantes et des variables. Définition d'un profil. Sauvegarde du dossier.*

**» Enregistrer les éléments de base**

- Enregistrer les éléments relatifs aux établissements, banques, conventions collectives...
- Créer les différents éléments pour les bulletins de paie : tables, plafonds, variables...
- Créer les constantes globales : cotisations salariales et patronales.

**Travaux pratiques** *Saisie et enregistrement des éléments constitutifs de la paie.*

**» Créer une fiche salarié**

- Renseigner les informations administratives.
- Renseigner les périodes d'activités : entrées, sorties, congés...

**Travaux pratiques** *Saisie d'une fiche salarié.*

**» Réaliser une paie d'un salarié non-cadre**

- Créer le premier bulletin de paie d'un salarié non-cadre.
- Intégrer les éléments relatifs aux congés payés, absences et heures supplémentaires.
- Imprimer le bulletin de paie.
- Vérifier et valider le bulletin de paie.
- Modifier un bulletin de paie.

**Travaux pratiques** *Création et édition d'un bulletin de paie d'un salarié non-cadre.*

**» Gérer les clôtures**

- Clôturer et purger les bulletins.
- Editer le document préparatoire à la Déclaration Annuelle des Données Sociales.
- Imprimer les états mensuels.
- Comptabiliser et transférer sur CIEL comptabilité.

**Travaux pratiques** *Édition d'états mensuels.*

**» Sauvegarder un dossier**

- L'importance de la sauvegarde dans le logiciel CIEL.
- Procéder à la sauvegarde d'un dossier.
- Restaurer un dossier.

**Travaux pratiques** *Sauvegarde, restauration d'un dossier.*



Cette formation très pratique vous permettra de maîtriser les fonctionnalités avancées du logiciel CIEL Paye Evolution pour Windows. Vous apprendrez notamment à réaliser un bulletin de paie pour un salarié cadre, à effectuer des paramétrages avancés et également à gérer les virements.



Réf :	AYP
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 9-10 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et exercices pratiques de saisie et de gestion de la paie sur le logiciel CIEL Paye Evolution.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs d'un service RH en charge de la paie et utilisant le logiciel CIEL Paye.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en gestion de la paie et du logiciel CIEL Paye Evolution (Windows) ou avoir suivi le cours "CIEL Paye, prise en main" réf. AYE.

**» Connaître les fonctions avancées de CIEL Paye**

- Accéder aux paramétrages avancés.
- Renseigner ses préférences.
- Personnaliser l'écran et l'affichage : éditer les colonnes affichées.
- Paramétrer les autorisations des différents utilisateurs.

**Travaux pratiques** *Personnalisation des différents écrans du logiciel et paramétrages avancés.*

**» Réaliser une paie d'un salarié cadre**

- Créer un profil pour un salarié cadre.
- Paramétrer le logiciel avec les informations spécifiques aux cadres (cotisations, variables...).
- Créer le premier bulletin de paie d'un salarié cadre.
- Intégrer les éléments relatifs aux congés payés, RTT, absences, heures supplémentaires et complémentaires.
- Imprimer le bulletin de paie.
- Vérifier et valider le bulletin de paie.
- Modifier un bulletin de paie.

**Travaux pratiques** *Création et édition d'un bulletin de paie d'un salarié cadre.*

**» Maîtriser les fonctionnalités avancées de CIEL Paye**

- Etablir les bulletins de paie par recopie.
- Utiliser la fonction paie à l'envers pour calculer un brut à partir d'un net.
- Gérer les Indemnités Journalières de Sécurité Sociale (IJSS).

- Gérer les spécificités des paies des salariés à temps partiel.
- Gérer les spécificités du Droit Individuel à la Formation (DIF).
- Dupliquer un profil, dupliquer un salarié.
- Préparer et télétransmettre la DADS-U à la norme N4DS.

**Travaux pratiques** *Gestion de cas spécifiques (salariés à temps partiel, IJSS...). Duplication de profils salariés et établissement de bulletins de paie par recopie. Télétransmission d'une DADS-U.*

**» Gérer les virements**

- Gérer le virement des salaires.
- Gérer le virement des acomptes.

**Travaux pratiques** *Virement de salaires et d'acomptes des salariés.*

**» Connaître les particularités de gestion de certains secteurs d'activités**

- Connaître les spécificités relatives au BTP.
- Connaître les spécificités relatives au HCR (Hôtellerie, Café, Restauration).
- Les spécificités des autres secteurs d'activités.

**Démonstration** *Paramétrage et création d'un profil pour la paie d'un salarié du BTP.*

# dialogue social et risques professionnels

D'un « système » de relations sociales plutôt statique il y a encore une vingtaine d'années, se dessine aujourd'hui un système de relations qui tend vers plus de flexibilité, basé notamment sur la négociation. Que vous soyez RH ou représentant du personnel, les cours Orsys vous permettent de suivre cette évolution et de vous préparer à toutes les problématiques auxquelles vous pouvez être confronté.

## » IRP : fonctionnement et dialogue social »

- Best** Le fonctionnement des IRP  
3 j - IRP - p.232
- Best** Réussir ses négociations avec les partenaires sociaux **F**  
2 j - PSO - p.233
- Organiser des élections professionnelles  
1 j - LPO - p.233

## » OHSAS 18001 : santé et sécurité au travail »

- OHSAS 18001, Foundation, certification  
2 j - OHS - p.238
- OHSAS 18001, Lead Auditor, certification  
5 j - OHA - p.239
- OHSAS 18001, Lead Implementer, certification  
5 j - OHI - p.239

## » CE, DP »

- Devenir délégué du personnel **Nouveau**  
1 j - DLP - p.234
- Devenir membre du Comité d'Entreprise **Nouveau**  
1 j - MEE - p.234
- Gérer vos relations avec les membres du Comité d'Entreprise  
2 j - MCE - p.235
- Gérer vos relations avec les délégués du personnel  
2 j - DEP - p.235
- Comité d'entreprise : ce qui change avec la loi de sécurisation professionnelle **Nouveau**  
1 j - SEF - p.236

## » Risques professionnels, climat social »

- Best** Le document unique, évaluer les risques professionnels  
2 j - RPU - p.238
- Evaluer le climat social de son entreprise et ses pratiques RH  
2 j - UDS - p.240
- Réduire le stress et l'absentéisme  
2 j - CLM - p.240
- Prévenir les risques psychosociaux  
2 j - PSY - p.241
- Mettre en œuvre une politique handicap dans l'entreprise **Nouveau**  
1 j - HAD - p.241
- Prévenir la discrimination **Nouveau**  
1 j - PDI - p.242
- Prévenir le harcèlement **Nouveau**  
1 j - HRC - p.242
- Prévenir les Troubles Musculo-Squelettiques **Nouveau**  
1 j - TMS - p.243

## » CHSCT »

- Best** Membres du CHSCT, entreprises de - de 300 salariés  
3 j - CHS - p.237
- Membres du CHSCT, entreprises de + de 300 salariés  
3 j - CHT - cf@
- Membres du CHSCT : perfectionnement **Nouveau**  
2 j - SCT - p.237

## » Accident du travail, ergonomie au poste de travail »

- Gérer les accidents du travail et les maladies professionnelles  
2 j - ATM - p.243
- Prévenir les Troubles Musculo-Squelettiques **Nouveau**  
1 j - TMS - p.243
- L'ergonomie au poste de travail dans le tertiaire  
1 j - PTT - p.244
- L'ergonomie du poste de travail industriel  
1 j - PTI - p.244

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.

Connaître la réglementation des mandats électifs et les modes de désignation des IRP. Mener la négociation annuelle obligatoire. Connaître le rôle et les attributions des délégués du personnel, du CE, du CHSCT, la législation afférente à la représentation du personnel et les modes de relation réglementaires.

### Comprendre la mise en place des différentes instances

- Distinguer les différents types de mandat permettant d'assurer la représentation du personnel dans l'entreprise.
- Appréhender l'impact de la notion d'effectif au regard des instances.
- Connaître les modalités des élections professionnelles et des désignations des instances.
- Comprendre les conséquences des nouveautés de la loi d'août 2008.

**Travaux pratiques** Partages d'expériences et échanges.

### Délimiter le périmètre des délégués syndicaux

- Cerner le rôle et les prérogatives des délégués syndicaux.
- Appréhender la négociation annuelle obligatoire : les thèmes à aborder, son déroulement, les procédures à respecter, ...
- Connaître les autres types de négociations : les thèmes des négociations, les conditions, les procédures, ...
- Comprendre le rôle et le périmètre d'action de la section syndicale dans l'entreprise.

**Travaux pratiques** Atelier individuel : état des lieux des dernières négociations avec les délégués syndicaux. Partage en plénière. Précisions et éléments complémentaires apportés par l'intervenant.

### Cerner la mission des délégués du personnel

- Discerner le rôle et les prérogatives des délégués du personnel.
- Distinguer leurs attributions spécifiques : réclamations, action auprès de l'inspection du travail, droit d'alerte...
- Connaître leurs attributions supplétives en l'absence de comité d'entreprise, de CHSCT ou de délégué syndical.
- Préparer et animer les réunions avec cette instance : types de réunions, périodicité, formalités, points d'attention...

**Travaux pratiques** Autodiagnostic sur le déroulement des réunions avec les délégués du personnel. Retour d'expériences collectif.

### Connaître les actions du Comité d'Entreprise

- Discerner le rôle et les attributions des membres du comité d'entreprise.
- Comprendre le droit d'alerte et les autres attributions spécifiques du CE : économique, pouvoir de décision...
- Appréhender son monopole des activités sociales et culturelles : définition des activités, gestion, moyens financiers...
- Appliquer les procédures obligatoires d'information et de consultation : les documents à fournir, les modalités...
- Suivre l'activité de l'instance : rôle du secrétaire et modalités d'action.
- Préparer et animer les réunions du CE : périodicité, ordre du jour, déroulement des séances, vote, procès-verbaux...

**Travaux pratiques** Réflexion individuelle sur les activités du CE de son entreprise. Echanges en plénière avec apports complémentaires de l'intervenant.

### Veiller au fonctionnement régulier du CHSCT

- Discerner le rôle et les attributions des membres du CHSCT.
- Comprendre le droit d'alerte et les autres attributions spécifiques du CHSCT : notamment les actions de prévention.
- Appliquer les procédures obligatoires d'information et de consultation : les documents à fournir, les modalités...
- Préparer et animer les réunions du CHSCT : périodicité, ordre du jour, déroulement, délibérations, procès-verbaux...

**Travaux pratiques** Réflexion individuelle : actions à mettre en œuvre avec le CHSCT. Plan d'actions adapté à chaque contexte d'entreprise.

### Maîtriser les droits et obligations des représentants du personnel

- Identifier les heures de délégation propres à chaque instance. Connaître les conditions de la liberté de déplacement.
- Cerner les modalités et limites à la prise de contact avec les salariés.
- Gérer l'utilisation des tracts et affiches : mode de diffusion, contenu, accord spécifique s'y rapportant.
- Administrer les budgets propres aux différentes instances : règles et spécificités.
- Fournir les locaux et matériels nécessaires à l'activité des instances en respectant le cadre légal.
- Connaître et faire observer les obligations des représentants du personnel.

**Travaux pratiques** Bilan personnel sur la communication des représentants du personnel. Echanges collectifs.

### Gérer la relation avec les représentants du personnel

- Réagir face à la demande d'un représentant d'une des instances.
- Manager un collaborateur ayant un mandat : points de vigilance.
- Eviter le délit d'entrave et la discrimination syndicale.
- Appliquer la procédure spéciale de licenciement des salariés protégés.

**Travaux pratiques** Retours d'expériences entre les participants. Analyse et feedback de l'intervenant.



Réf :	IRP
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./15-17 déc. 2014 2-4 fév./13-15 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Groupe 1	2-4 fév./27-29 avril 2015 8-10 juin 2015
Groupe 2	23-25 fév./27-29 avril 2015 22-24 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Dirigeants, directeurs des Ressources Humaines, responsables Ressources Humaines et cadres en relation avec les Instances Représentatives du Personnel.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » pour aller plus loin »

- Réussir ses négociations avec les partenaires sociaux p. 233
- Gérer vos relations avec les membres du Comité d'Entreprise p. 235
- Gérer vos relations avec les délégués du personnel p. 235

Etablir des liens et maîtriser les différentes étapes de négociation et de concertation avec l'ensemble des partenaires sociaux. Décoder les enjeux et prérogatives, les règles de représentativité, la législation encadrant les acteurs institutionnels. Apprendre à mener un discours stratégique et à gérer les conflits.

## » La relation sociale : la loi et les acteurs

- Délégués du personnel, délégués syndicaux, membres du Comité d'Entreprise, du CHSCT, Délégation Unique du Personnel.
- Repérer le lien entre les acteurs sociaux.
- Etablir un diagnostic de ses relations sociales.
- Rôle du manager avec les représentants du personnel.
- Les acteurs externes : le rôle des syndicats, élection et désignation.
- Les nouvelles règles de représentativité.
- Les droits et devoirs des acteurs institutionnels.

**Travaux pratiques** Répondre à un quiz sur le rôle des IRP

## » La négociation sociale : comprendre les enjeux et les différentes phases

- Les clés de la négociation stratégique.
- Equilibre entre rentabilité et conditions de travail.
- Maîtriser les arguments, les enjeux et les intérêts.
- Les enjeux de ces négociations pour l'entreprise.
- Les outils opérationnels : règlement intérieur du CE, charte sociale...
- Accords : de la préparation à la conclusion.
- Préparer sa négociation, définir son but (salaires, organisation, formation), mener les concertations préalables.
- Diagnostiquer les rapports de force. Concevoir son plan de secours.

**Travaux pratiques** Définir les grandes étapes de la négociation sociale.

## » Les outils pour mener une négociation efficace

- Savoir adapter son attitude et son élocution.
- Connaître les clés de la négociation stratégique.
- Développer son ouverture à autrui avec l'écoute active : décoder les messages et les revendications.
- Avoir une bonne connaissance de soi et des autres.
- La relation avec les partenaires sociaux : les enjeux personnels et institutionnels des IRP.
- L'équilibre des rapports pour un bénéfice mutuel.
- Faire valider chaque point acquis.
- Animer des réunions de DP, préparer et conduire les réunions de CE.

**Travaux pratiques** Jeu de rôle filmé : négociation avec un DP.

## » Gérer les conflits

- Anticiper les tensions sociales, veille sociale.
- Situations de blocage, grève, lock-out : identifier les causes de blocage.
- Prendre les précautions de première urgence lorsque le conflit éclate.
- Les actions à mener en cas de conflit.
- Mettre en œuvre une cellule de crise.
- Négocier, savoir sortir des conflits.

**Travaux pratiques** Jeu en équipe sur la communication de crise.



Réf :	PSO
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 9-10 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Etudes de cas. Quiz et jeux de rôle filmés.

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne en charge de préparer, de conduire ou d'assister à des négociations sociales, DRH, RRH, responsables des relations sociales, directeurs d'établissement, chefs d'entreprise de PME.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

# Organiser des élections professionnelles

Ce séminaire vous permettra de connaître la réglementation applicable en matière d'élections professionnelles et de maîtriser les étapes de leur organisation. Vous apprendrez à négocier le protocole d'accord préélectoral, contrôler le déroulement des élections et prévenir un contentieux électoral.

## » La législation applicable aux élections professionnelles

- Les règles applicables au calcul de l'effectif de l'entreprise.
- La périodicité de l'organisation des élections professionnelles.
- La détermination du cadre pour l'organisation de chacune des élections.

## » L'électorat et l'éligibilité

- Les conditions légales pour avoir la qualité d'électeur.
- Les conditions requises pour se porter candidat aux élections.

## » L'élaboration du protocole d'accord préélectoral

- L'objet du protocole d'accord préélectoral.
- Les modalités d'invitation des organisations syndicales.
- La négociation du protocole d'accord préélectoral.
- Les conditions d'adoption.
- La durée de validité.
- La publicité.
- Les conséquences de l'absence de protocole d'accord préélectoral.

## » La préparation des élections professionnelles

- Le déclenchement des élections.
- La législation relative au vote électronique.
- Le nombre de représentants du personnel à élire.
- La composition des collèges électoraux et la répartition du personnel entre ces collèges.

- La répartition des sièges à pourvoir entre les catégories de personnel.
- Les litiges relatifs à la répartition du personnel et des sièges entre les collèges électoraux.
- L'élaboration des listes électorales.
- L'établissement des listes de candidatures.

## » L'organisation matérielle des élections professionnelles

- La mise en place et le rôle du bureau de vote.
- Les bulletins de vote, urnes, isolements et listes d'émargement.
- Le vote par correspondance.

## » Le déroulement des élections

- Le scrutin de liste à deux tours.
- La clôture du scrutin et le dépouillement des votes.
- L'attribution des sièges et la désignation des élus.
- La proclamation des résultats.
- La rédaction d'un procès-verbal.

## » Le contentieux électoral

- Les litiges relevant du tribunal d'instance.
- Les litiges relevant de la compétence de l'administration.
- Prévenir le contentieux électoral : les démarches à suivre et les précautions à prendre.



Réf :	LPO
Durée :	1 jour
Paris	28 nov. 2014 23 janv./27 mars 2015 26 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Etude de cas sur le calcul des effectifs. Quiz et questionnaire sur l'organisation des élections.

**» PARTICIPANTS**  
Responsables des relations sociales, RRH, gestionnaires et assistants RH, collaborateurs chargés d'organiser des élections professionnelles.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

Les attributions du Comité d'Entreprise (CE) ne se limitent pas aux actions d'ordre culturel et de loisirs. Ce stage vous présentera l'ensemble de ses missions et vous apportera les compétences nécessaires à l'exercice de cette fonction.



Réf :	MEE
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 10 avril/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Quiz sur les élections et l'organisation du CE. Rédaction de délibérations du CE.

**PARTICIPANTS**  
Membres titulaires et suppléants nouvellement élus du comité d'entreprise, du comité d'établissement ou de la délégation unique.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Comprendre la mise en place et l'organisation du comité d'entreprise**

- Connaître les seuils d'effectifs et la périodicité des élections.
- Contrôler le calendrier et la liste électorale.
- Appréhender la négociation du protocole préélectoral.
- Définir la composition du bureau de vote.
- Comprendre la désignation des membres du bureau.
- Identifier les attributions et missions de chaque acteur du CE.
- Suivre la rédaction du règlement intérieur.

**Exercices** Quiz sur les élections et l'organisation du comité d'entreprise.

**Exercer le mandat de membre du comité d'entreprise**

- Appréhender la création de commissions.
- Gérer les relations avec les autres institutions représentatives du personnel.
- Anticiper la durée du mandat.
- Participer aux réunions (préparatoires, ordinaires et extraordinaires).
- Identifier l'ordre du jour et s'y préparer.
- Cerner l'organisation du vote.
- Prendre part à la rédaction et l'adoption du procès-verbal de réunion.
- Utiliser les formations pour mieux exercer son mandat.

**Travaux pratiques** Rédaction de délibérations du comité d'entreprise. Définition des objectifs et missions des autres institutions représentatives du personnel.

**Maîtriser les droits et obligations du comité d'entreprise**

- Utiliser les heures de délégation.
- Cerner le périmètre d'application de la liberté de déplacement.
- Mettre en place la communication avec les salariés.
- Gérer le local et le matériel.
- Utiliser les moyens financiers du CE.
- Gérer les budgets et la reddition des comptes.
- Identifier les obligations du CE.
- Comprendre la protection des membres du CE.

**Etude de cas** Calcul du montant du budget des activités sociales et culturelles.

**Maîtriser les attributions du comité d'entreprise**

- Cerner les limites de son rôle dans l'assistance des salariés.
- Transmettre les informations périodiques obligatoires.
- Etre consulté et rendre un avis.
- Déterminer les cas de recours à un expert-comptable et à un expert libre.
- Discerner les attributions économiques et financières.
- Identifier les attributions sociales et culturelles.
- Comprendre les attributions des rôles en santé au travail.



Les délégués du personnel sont un des maillons essentiels de la communication entre les salariés et la direction. Leur rôle peut aller de la proposition à la réclamation en passant par la médiation. Cette formation vous apportera les connaissances essentielles pour mener à bien les missions liées à votre mandat.



Réf :	DLP
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 20 mars/29 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Délégués du personnel.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Rôle et missions des Délégués du Personnel**

- Connaître les missions de l'instance.
- Identifier les domaines d'intervention.
- Comprendre les liens avec les autres instances (CE, CHSCT, DUP).
- Appréhender les responsabilités complémentaires.
- Identifier les autres attributions des délégués du personnel.
- Connaître les consultations obligatoires de la part de l'employeur auprès des délégués du personnel.
- Distinguer les réclamations des revendications.
- Connaître l'organisation du code du travail et les articles concernant le mandat de délégués du personnel.

**Réflexion collective** Réflexion collective sous forme de jeu pour connaître précisément les attentes des participants.

**Les moyens mis à disposition pour exercer le mandat de délégué du personnel**

- Connaître les moyens de communication et pouvoir communiquer avec les salariés.
- Connaître les règles concernant les heures de délégation.
- Identifier les moyens d'information et les droits des délégués du personnel.
- Connaître les informations et documents devant être communiqués aux Délégués du Personnel par l'employeur.

**Travaux pratiques** Travail et échange en groupe, technique de recherche des lois.

**Les réunions des Délégués du Personnel**

- Connaître les modalités des réunions.
- Savoir préparer les réunions afin d'être efficace.
- Savoir transmettre les questions.
- Obtenir les réponses aux questions posées en réunion et avoir accès au registre de réponses.
- Connaître les motifs de réunions exceptionnelles.

**Travaux pratiques** Analyse des comptes rendus de réunions des Délégués du Personnel. Débrief en commun.

**La protection des Délégués du Personnel**

- Connaître le champ d'application.
- Comprendre la procédure spéciale de licenciement.
- Connaître les règles concernant la modification d'un élément essentiel du contrat de travail.
- Connaître les recours possibles.

**Travaux pratiques** Analyse des cas apportés par les participants et des cas réels apportés par le formateur.

Maîtriser le rôle et le fonctionnement du comité d'entreprise afin de préserver le dialogue social dans l'entreprise. Connaître les devoirs et les obligations de l'employeur envers les membres du comité d'entreprise afin d'éviter tout délit d'entrave.

## » Comprendre la mise en place du CE

- Les caractéristiques des différents types de mandat.
- La notion d'effectif au regard des instances.
- Les élections professionnelles et les désignations.
- Les apports de la loi d'août 2008 portant sur la rénovation de la démocratie sociale.

## » Connaître l'organisation du CE

- Le bureau, les titulaires et les suppléants.
- La représentation du CE.
- La personnalité juridique du CE.

**Exercices** Quiz sur le rôle des membres du CE.

## » Veiller au fonctionnement régulier du comité d'entreprise

- La préparation et l'animation des réunions.
- Les réunions ordinaires et extraordinaires.
- Le suivi de l'activité de l'instance.
- Le règlement intérieur du CE.
- La représentation du CE au conseil d'administration et aux assemblées générales.

**Exercices** Création d'un planning annuel des ordres du jour du comité d'entreprise.

## » Maîtriser les attributions économiques du CE

- Les procédures obligatoires d'information.
- Les procédures obligatoires d'information-consultation.
- Le recours à l'expert du comité.
- Le CE et les situations de crise.
- Le droit d'alerte et les autres attributions spécifiques.

## » Maîtriser les attributions sociales du CE

- Le monopole des activités sociales et culturelles.
- Définition des activités sociales et culturelles.
- Les bénéficiaires des activités sociales et culturelles.
- Les activités les plus courantes.

## » Comprendre les relations du CE avec les tiers

- L'inspection du travail. La CNIL.
- L'Urssaf. Le fisc.

## » Maîtriser les droits et les obligations des membres du CE

- Les heures de délégation.
- La liberté de déplacement. Les tracts et affiches.
- La communication avec les salariés.
- Les locaux et les matériels.
- Les budgets de fonctionnement et des actions culturelles et sociales.
- Les obligations des membres du CE.

## » Gérer la relation avec les membres du CE

- Savoir réagir face à la demande d'un membre du CE.
- Manager un collaborateur ayant un mandat d'élu au CE.
- Manager les équipes face aux membres du CE.
- Eviter le délit d'entrave et la discrimination syndicale.
- Appliquer la procédure spéciale de licenciement des salariés protégés.

**Exercices** Etude de cas concrets en sous-groupes.



Réf :	MCE
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév. / 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas. Quiz sur le rôle des membres du comité d'entreprise. Travaux pratiques sur un planning annuel des ordres du jour du CE.

### » PARTICIPANTS

La formation s'adresse aux dirigeants, directeurs des Ressources Humaines, responsables Ressources Humaines et aux cadres en relation avec des membres du CE.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Gérer vos relations avec les délégués du personnel

Connaître le cadre légiférant la représentation du personnel. Suivre le calendrier des réunions et consultations du personnel. En tant qu'employeur, savoir où se situent les droits et devoirs des délégués, afin d'éviter tout délit d'entrave. Cas particulier du collaborateur ayant un mandat de délégué.

## » Comprendre la mise en place des délégués du personnel

- Les caractéristiques des différents types de mandat.
- La notion d'effectif au regard des instances.
- Les élections professionnelles et les désignations.
- Les nouveautés de la loi d'août 2008 portant sur la rénovation de la démocratie sociale.

## » Veiller au fonctionnement régulier des réunions de DP

- La préparation et l'animation des réunions.
- Les réunions restreintes et les réunions exceptionnelles.
- Les consultations réservées aux délégués du personnel.
- Le suivi de l'activité de l'instance.

## » Maîtriser les attributions spécifiques des délégués du personnel

- La représentation du personnel.
- La présentation des réclamations individuelles ou collectives.
- L'intervention auprès de l'Inspection du Travail.
- L'assistance aux salariés lors d'entretiens avec l'employeur.
- Les suggestions sur l'organisation générale de l'entreprise.

## » Maîtriser les droits et les obligations des délégués du personnel

- Les heures de délégation.
- La liberté de déplacement.
- La communication avec les salariés.
- Les tracts et affiches.
- Les locaux et les matériels.
- Les budgets.
- Les obligations des délégués du personnel.

## » Gérer la relation avec les délégués du personnel

- Savoir réagir face à la demande d'un délégué du personnel.
- Manager un collaborateur ayant un mandat de DP.
- Manager les équipes face aux délégués du personnel.
- Eviter le délit d'entrave et la discrimination syndicale.
- Appliquer la procédure spéciale de licenciement des salariés protégés.
- Gérer une situation de droit d'alerte.



Réf :	DEP
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 15-16 janv. / 19-20 mars 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas. Quiz sur le rôle des délégués du personnel. Travaux pratiques sur le procès verbal de la réunion des délégués du personnel.

### » PARTICIPANTS

La formation s'adresse aux dirigeants, directeurs des Ressources Humaines, responsables Ressources Humaines et aux cadres en relation avec des membres du CE.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra d'intégrer les nouvelles dispositions concernant l'information et la consultation des élus. Vous apprendrez à créer et à alimenter correctement la nouvelle base de données, organiser les consultations obligatoires ainsi qu'à établir un calendrier de communications et de consultations du CE.



Réf :	SEF
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 3 avril/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Travail avec les participants à partir de leurs pratiques actuelles pour la mise en œuvre des nouvelles obligations.

**PARTICIPANTS**  
RRH, présidents de CE, élus du comité d'entreprise.

**PREREQUIS**  
Bonnes connaissances du fonctionnement du CE.

**» La nouvelle consultation sur les orientations stratégiques**

- Une consultation annuelle obligatoire.
- Les informations à mettre à disposition des élus dans la base de données.
- L'organisation de la consultation : préparation, déroulement, avis des élus.
- L'objectif de cette nouvelle consultation au regard des obligations déjà existantes.

**Réflexion collective** L'organisation de la mise en œuvre de cette nouvelle obligation dans l'entreprise.

**» La mise en œuvre de la base de données**

- Quelles informations concernant les orientations stratégiques ?
- Modalités et délais à respecter selon l'effectif de la structure : + ou - 300 salariés.
- Quelle forme adopter : support papier ou informatique ?

**» L'alimentation de la base de données**

- L'alimentation de la base de données avant le 31 décembre 2016.
- L'intégration des informations concernant l'ensemble des consultations obligatoires.
- La mise à jour de la base de données.

**Réflexion collective** Réflexion sur la création et l'alimentation de la base de données.

**» Les nouvelles modalités régissant la consultation des élus**

- Les délais à respecter par l'entreprise pour mener à bien les différentes consultations.
- Le délai fixé aux élus pour donner leur avis.
- Les conséquences de l'absence d'avis par les élus.
- Conditions de saisine en cas d'insuffisance d'informations ou de non-respect de ses obligations par l'employeur.

**Etude de cas** Exemple d'une consultation avec mise en œuvre d'un calendrier.

**» Le recours aux experts**

- Les délais à respecter en cas de consultation successive du CHSCT et du CE.
- Le déroulement d'une consultation avec désignation d'un expert par le CE.
- La particularité du recours à l'expert en cas de consultation sur les orientations stratégiques.
- Les implications financières pour le CE.

**Exemple** Exemple avec calendrier de cas de recours à l'expert.

**» Synthèse des différentes informations par consultations**

- Présentation des obligations selon la taille de l'entreprise : + ou - 300 salariés.

**Conditions de réalisation** Tableau récapitulatif.



Interviews - Plans d'accès - Programmes de formations - Séminaires - Tutoriels...

Retrouvez toutes nos vidéos sur [youtube.com/ORSYSformation](http://youtube.com/ORSYSformation)



Connaître le fonctionnement et le rôle d'un CHSCT. S'initier aux méthodes et outils d'analyse de risques des postes de travail. Connaître les principes de la construction d'une action de prévention et d'amélioration des conditions de travail.

## » L'organisation du CHSCT

- Rôle et attributions.
- Les membres, leur désignation.
- Les missions des membres du CHSCT.
- Leur mandat.
- Le cadre juridique de leurs actions.
- Le fonctionnement.
- Les réunions.
- Rôles et objectifs.
- Les moyens financiers.
- La protection.
- La communication.
- Les documents et registres réglementaires.

**Travaux pratiques** Quiz, rédaction d'une clause du règlement intérieur du CHSCT sur le rôle du secrétaire.

- Les catégories de risques.
- Améliorer les conditions de travail par la prévention.

**Travaux pratiques** Identifier dans différentes situations, une faute inexcusable reconnue ou non reconnue.

## » Les actions du CHSCT sur le terrain

- Les inspections pour identifier et évaluer.
- Les enquêtes après un accident : objectifs, déroulement, rapport.
- La procédure d'alerte en cas de danger.
- Le droit de retrait.
- Le CHSCT et les entreprises extérieures.

## » Les enjeux de la sécurité

- Les maladies professionnelles : définition.
- Les maladies professionnelles : obligation de l'employeur.
- Les maladies professionnelles : procédure de reconnaissance.
- Les maladies professionnelles : recours.
- Les accidents du travail : définition.
- Les accidents du travail : facteurs et mécanismes.
- Les accidents du travail : conséquences et responsabilités.
- Identification et évaluation des risques au poste de travail.
- Le document unique.



Réf :	CHS
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 9-11 fév./11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques, exercices pratiques. Mise en situation. Travaux individuels, en sous-groupes.

### » PARTICIPANTS

Tout membre des CHSCT ou CHS d'entreprise de moins de 300 salariés.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Membres du CHSCT : perfectionnement

nouveau

Ce stage, très pratique, vous permettra d'approfondir vos connaissances sur les rôles et les missions du CHSCT. Vous apprendrez les aspects juridiques liés à des contextes spécifiques de réorganisation, à la prévention du risque routier et à la pénibilité.

## » Le CHSCT et les entreprises extérieures

- Connaître l'obligation de sécurité de résultat de l'employeur vis-à-vis des salariés de sociétés extérieures.
- Comprendre le rôle du CHSCT pour les salariés des entreprises extérieures.
- Appréhender les obligations de l'employeur.

**Travaux pratiques** Travail en groupe sur les textes législatifs et réglementaires. Techniques de recherche de lois.

## » Réglementation sur certains thèmes spécifiques

- Connaître la réglementation sur le risque routier et savoir le prévenir.
- Savoir réagir en cas d'addictions.
- Connaître la réglementation concernant la pénibilité au travail, le diagnostic "Pénibilité".
- Distinguer les différents risques liés à l'amiante.

**Travaux pratiques** Discussion autour de situations présentant de tels cas : élaboration d'actions de prévention et étude des articles du Code du travail.

## » L'impact des réorganisations

- Cerner l'impact de la mise en place d'un nouveau système d'information ou de nouvelles technologies sur l'organisation.
- Connaître les points de vigilance et la réglementation dans les déménagements et l'aménagement de postes de travail.
- Donner un avis motivé par rapport aux compressions d'effectif, aux restructurations.
- Comprendre l'intervention du CHSCT dans le plan de sauvegarde de l'emploi, impact de la loi de janvier 2013.

**Travaux pratiques** Etudes de cas réels d'entreprise, réflexions collectives.

## » Les risques psychosociaux

- Définir et différencier les risques psychosociaux.
- Comprendre les enjeux pour l'entreprise : enjeux juridiques, économiques et sociaux.
- Identifier les facteurs de risques psychosociaux.
- Connaître les différents modèles explicatifs du stress.
- Distinguer les questionnaires utilisés pour détecter et évaluer les risques psychosociaux.
- Déterminer les principes de mise en place d'un plan de prévention.

**Travaux pratiques** Travail de groupe sur des cas d'entreprise : réalisation de diagnostics et propositions d'actions de prévention.



Réf :	SCT
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 16-17 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Membres du CHSCT.

### » PREREQUIS

Connaissances de base sur le CHSCT ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Membres du CHSCT, entreprises de + de 300 salariés" (réf. CHT).

Ce stage vous aidera dans l'élaboration du Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels, obligatoire en entreprise. Vous maîtriserez la méthodologie pour identifier les risques professionnels associés aux diverses activités, vous serez ainsi capable de construire et mener votre plan d'action.



Réf :	RPU
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 26-27 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mise en pratique en sous-groupes d'études de cas concrets, partage et consolidation du concept lors des restitutions.

**PARTICIPANTS**  
Gérant d'entreprise, directeur, Responsable des Ressources Humaines, chargé de mission en sécurité.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Pourquoi évaluer les risques professionnels ?**

- Définir la notion de risques professionnels.
- Connaître le cadre réglementaire.
- La loi du 31 décembre 1991 n° 91-1414.
- Décret 2001-1016 du 5 novembre 2001.
- Déterminer les enjeux économique et social.
- Identifier les responsabilités du chef d'entreprise.
- Recenser les acteurs incontournables en matière de sécurité et santé.

**Travaux pratiques** Recenser les acteurs incontournables de sa société et leurs responsabilités.

**» Méthodologie d'évaluation des risques**

- Identifier les typologies de risques.
- Préparer la démarche d'évaluation des risques professionnels.
- Réaliser un état des lieux.
- Planifier la démarche.
- Définir les responsabilités au sein de l'entreprise.
- Déterminer les risques.
- Évaluer les conséquences à partir d'une grille de cotation.
- Hiérarchiser les risques.

**Travaux pratiques** Identification et cotation des risques d'une entreprise type, restitution et consolidation du concept.

**» Constitution du document unique**

- Structurer et rédiger le document obligatoire d'évaluation des risques professionnels.
- Gérer le document unique en matière de diffusion.
- Suivre les évolutions consécutives aux activités et structures de l'entreprise.
- Enregistrer le suivi et les résultats des plans d'actions.
- Optimiser la démarche.
- Mettre en place des bonnes pratiques.

**Travaux pratiques** Formalisation du document unique de l'entreprise type, élaboration du plan d'action, restitution et consolidation.

**» Du document unique au système de management de santé, sécurité au travail**

- Intégrer la gestion de la santé et la sécurité au travail dans toutes les fonctions de l'entreprise.
- Harmoniser la politique santé/sécurité avec les autres politiques de l'entreprise.
- Rédiger l'engagement du chef d'entreprise.
- Développer l'autonomie en matière de prévention.
- Définir les étapes pour migrer du document unique vers le système de management SST.
- Identifier les différents référentiels.
- Comprendre la structure du système de management OHSAS 18001.

**Travaux pratiques** Faire évoluer son document unique vers une démarche globale SST, restitution.

## OHSAS 18001, Foundation, certification santé et sécurité au travail



Ce cours vous montrera les meilleures pratiques de mise en œuvre et de gestion d'un Système de Management de la Santé et de la Sécurité au Travail (SMSST) tel que spécifié dans l'OHSAS 18001:2007 ainsi que ses liens avec l'ISO 14001 et l'ISO 9001. Il vous permettra d'obtenir la certification OHSAS 18001 Foundation.



Réf :	OHS
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	2 190 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices en classe pour aider à la préparation de l'examen Tests pratiques analogues à l'examen de certification.

**PARTICIPANTS**  
Professionnels et membres d'une équipe de Santé et de la Sécurité au Travail souhaitant acquérir une compréhension globale des principaux processus d'un SMSST, auditeurs.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Introduction au concept de SMSST tel que défini par l'OHSAS 18001**

- Présentation de la famille de la norme OHSAS 18000.
- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Principes fondamentaux en Santé et Sécurité au Travail.
- Exigences générales : présentation d'OHSAS 18001 clause par clause.
- Clause 4.1 (exigences générales) ; clause 4.2 (politique) ; clause 4.3 (planification)...
- Phases de mise en œuvre du cadre d'OHSAS 18001.
- Amélioration continue en Santé et Sécurité au Travail.
- Conduire un audit de certification OHSAS 18001.

**Travaux pratiques** Echanges autour du concept de SMSST. Raisons de mise en œuvre de la norme, principes de management ISO. Interprétation des clauses d'OHSAS 18001, préparation d'un projet SMSST.

**» Mise en œuvre de mesures de la Santé et de la Sécurité au Travail**

- Développement d'un programme de formation et de sensibilisation.
- Communication à propos de la Santé et de la Sécurité au Travail.
- Contrôle opérationnel.
- Mise en œuvre des mesures de sécurité et processus de réponse.
- Gestion opérationnelle d'un SMSST.
- Construction de métriques et tableau de bord.

- Mise en place d'un audit interne et revue de direction.
- Préparation à un audit de certification.

**Travaux pratiques** Métriques et tableau de bord, amélioration d'un processus, discussion autour de la gestion et des opérations d'un SMSST et plan d'action corrective.

**» Examen de certification**

- Examen Certified OHSAS18001 Foundation. Durée : 1 heure.
- L'examen couvre les deux domaines de compétence.
- Domaine 1 : principes et concepts fondamentaux de la Santé et Sécurité au Travail.
- Domaine 2 : système de management de la Santé et Sécurité au Travail.

**Certification** Un certificat " Certified OHSAS 18001 Foundation " est délivré aux participants qui auront réussi l'examen et qui remplissent l'ensemble des autres exigences relatives à cette qualification.

# OHSAS 18001, Lead Auditor, certification santé et sécurité au travail



Ce cours vous apportera l'expertise nécessaire pour planifier, réaliser et conduire des audits OHSAS 18001 d'un Système de Management de la Santé et de la Sécurité au Travail (SMSST). Il vous permettra d'obtenir la certification OHSAS 18001 Lead Auditor.

## » Introduction au concept (SMSST) tel que défini par l'OHSAS 18001

- Cadre normatif, légal et réglementaire lié à la Santé et Sécurité au Travail.
- Santé et Sécurité au Travail : principes essentiels.
- Processus de certification OHSAS 18001.
- Système de Management de la Santé et Sécurité au Travail (SMSST).
- Présentation détaillée d'OHSAS 18001.

**Travaux pratiques** *Echanges autour du concept de Système de Management de la Santé et de la Sécurité au Travail (SMSST).*

## » Planifier et initialiser un audit OHSAS 18001

- Principes et concepts fondamentaux d'audit.
- Approche d'audit basée sur les preuves et sur le risque.
- Préparation d'un audit de certification OHSAS 18001.
- Audit documentaire d'un SMSS.

**Travaux pratiques** *Conduire une réunion d'ouverture.*

## » Conduire un audit OHSAS 18001

- Communication pendant l'audit.
- Procédures d'audit : observation, revue documentaire, entretiens.
- Echantillonnage, vérification technique et évaluation.
- Rédaction des plans de tests d'audit.
- Formulation des constats d'audit.

**Travaux pratiques** *Rédaction des rapports de non-conformité.*

## » Clôturer et assurer le suivi d'un audit OHSAS 18001

- Documentation d'audit.
- Revue qualité.
- Mener une réunion de clôture et fin d'un audit OHSAS 18001.
- Évaluation des plans d'action correctifs.
- Audit de surveillance OHSAS 18001.

**Travaux pratiques** *Mener une réunion de clôture et fin d'un audit OHSAS 18001.*

## » Examen de certification

- L'examen couvre les domaines de compétence décrits ci-après.
- Domaine 1 : Principes et concepts fondamentaux de la Santé et de la Sécurité au Travail.
- Domaine 2 : SMSST.
- Domaine 3 : Concepts et principes fondamentaux d'audit.
- Domaine 4 : Préparation d'un audit OHSAS 18001.
- Domaine 5 : Conduire un audit OHSAS 18001.
- Domaine 6 : Clôturer un audit OHSAS 18001.
- Domaine 7 : Gérer un programme d'audit OHSAS 18001.

**Certification** *Passage de l'examen "Certified OHSAS18001 Lead Auditor" d'une durée de 3 heures.*



Réf :	OHA
Durée :	5 jours
Paris	8-12 déc. 2014 23-27 mars/22-26 juin 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices pratiques basés sur une étude de cas, incluant des jeux de rôles et des présentations orales. Tests analogues à l'examen de certification.

### » PARTICIPANTS

Auditeurs internes et externes qui ont à réaliser et diriger des audits de certification de SMSST, chefs de projets ou consultants souhaitant maîtriser le processus d'audit, responsables de la SMSST.

### » PREREQUIS

La certification OHSAS 18001 Foundation ou des connaissances de base sur la norme OHSAS 18001 sont recommandées.

# OHSAS 18001, Lead Implementer, certification santé et sécurité au travail



Ce cours intensif vous apportera l'expertise nécessaire pour assister une organisation dans la mise en œuvre et la gestion d'un Système de Management de la Santé et de la Sécurité au Travail (SMSST) tel que spécifié dans l'OHSAS 18001:2007. Il vous permettra d'obtenir la certification OHSAS 18001 Lead Implementer.

## » Introduction au concept de SMSST tel que défini par l'OHSAS 18001

- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Principes fondamentaux de la Santé et de la Sécurité au Travail.
- Présentation des normes OHSAS 18001.

**Travaux pratiques** *Rédaction d'une étude de faisabilité et d'un plan projet pour la mise en œuvre d'un SMSST.*

## » Planifier la mise en œuvre d'un SMSST

- Définition du périmètre (domaine d'application).
- Développement de la politique et des objectifs de la Santé et de la Sécurité au Travail SMSST.
- Sélection de l'approche et de la méthode d'identification des risques d'évaluation des risques et contrôle des risques.

**Travaux pratiques** *Rédaction d'un plan projet.*

## » Mettre en place un SMSST basé sur l'OHSAS 18001

- Mise en place d'une structure de gestion de la documentation.
- Conception des mesures de sécurité et rédaction des procédures.
- Implémentation des mesures de sécurité.
- Communication à propos de la Santé et de la Sécurité au Travail.
- Mise en œuvre des mesures de sécurité et processus de réponse.

**Travaux pratiques** *Gestion opérationnelle d'un SMSST.*

## » Contrôler, surveiller, mesurer et améliorer un SMSST

- Contrôler et surveiller un SMSST.
- Développement de métriques, d'indicateurs de performance et de tableaux de bord.
- Audit interne OHSAS 18001.
- Revue de direction du SMSST.
- Mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue.

**Travaux pratiques** *Préparation à l'audit de certification OHSAS 18001.*

## » Examen de certification

- L'examen couvre les domaines de compétences décrits ci-après.
- Principes et concepts fondamentaux de la Santé et de la Sécurité au Travail.
- Code de bonnes pratiques de la sécurité de l'information.
- Planifier un SMSST conforme à l'OHSAS 18001.
- Mettre en œuvre un SMSST.
- Amélioration continue d'un SMSST.
- Préparation de l'audit de certification.

**Certification** *Passage de l'examen "Certified OHSAS18001 Lead Implementer" d'une durée de trois heures.*



Réf :	OHI
Durée :	5 jours
Paris	15-19 déc. 2014 30 mars-3 avril 2015 29 juin-3 juil. 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices pratiques basés sur une étude de cas, incluant des jeux de rôles et des présentations orales. Tests analogues à l'examen de certification.

### » PARTICIPANTS

Chefs de projet ou consultants pour préparer et assister une organisation dans la mise en œuvre d'un SMSST, auditeurs OHSAS 18001, responsables de la Santé et de la Sécurité au Travail.

### » PREREQUIS

La certification OHSAS 18001 Foundation ou des connaissances de base sur la norme OHSAS 18001 sont recommandées.

# Evaluer le climat social de son entreprise et ses pratiques RH mener un audit social

Durant cette formation, vous découvrirez une méthode pour mener un audit social et la mettrez en pratique. Vous apprendrez à identifier les types d'audit et leurs différentes étapes. Vous verrez quelles sont les compétences attendues, comment concevoir des outils efficaces et définir un plan d'action personnalisé.



Réf :	UDS
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Exercices pratiques, mises en situation basées sur les cas des participants, apports théoriques. Autodiagnostic, analyse d'outils et plan d'actions.

## PARTICIPANTS

Responsables RH, contrôleurs de gestion, contrôleurs internes ou externes, représentants du personnel.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Les types d'audit social et leurs objectifs

- Définition de l'audit social.
- Les différents types d'audit social et leurs finalités.
- Les "cousins" de l'audit social.

**Exercices** Echanges sur les expériences de chacun en matière de démarches d'audit.

### Cadrer la mission d'audit

- Identifier les attentes du prescripteur de l'audit.
- Elaborer une proposition technique.
- Construire une proposition budgétaire.
- Etablir une lettre de mission.

**Exercices** Cadrage de demande et de choix de référentiels à partir des cas pratiques des participants.

### Elaborer les outils de l'audit

- Répertorier les documents utiles.
- Produire les outils de l'audit.
- Déterminer des indicateurs pertinents.

**Exercices** Découverte d'outils. Sélection d'indicateurs. Construction d'un guide d'entretien.

### Entretenir une relation positive avec les acteurs de l'audit

- Informer le client selon le plan prévu.
- Adopter un comportement relationnel adapté.
- Respecter les engagements déontologiques et organisationnels.

**Exercices** Autodiagnostic de son style relationnel. Mises en situations relationnelles. Débriefing collectif.

### Déployer une méthodologie d'audit efficace

- Mener un audit selon une norme ou un référentiel juridique.
- Réaliser un audit non normatif.
- Coordonner le projet avec le client et avec l'équipe d'audit.
- Veiller à la traçabilité de la mission.

**Exercices** Identifier les référentiels internes et externes pertinents pour les cas des participants. Elaborer une grille d'observation et de classement des informations. Choisir et calculer des ratios.

### Formaliser les conclusions de l'audit et évaluer la mission

- Présenter et commenter les conclusions au prescripteur.
- Rédiger le rapport.
- Evaluer la mission.

**Exercices** Echanges sur les modalités de restitution selon les contextes des participants.

### Connaître les compétences de l'auditeur social et bâtir son plan de progrès

- Cerner les connaissances et aptitudes générales.
- Appréhender les compétences de l'auditeur social, s'auto-évaluer et bâtir son plan de progrès.
- Finaliser son plan d'action personnel.

**Exercices** Bâtir son plan personnel de progrès de compétences. Construire un plan d'action pour les audits à mener.

# Réduire le stress et l'absentéisme améliorer le climat social

Face au stress et à l'absentéisme, la DRH multiplie les initiatives pour accroître la qualité de vie au travail. Ce stage propose des mesures en vue d'améliorer le climat social, maintenir une ambiance favorable au développement individuel et diminuer l'absentéisme, tout en valorisant l'image de votre entreprise.



Réf :	CLM
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 23-24 fév./20-21 avril 2015 2-3 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## PARTICIPANTS

Responsable d'équipe, DRH, RRH, responsable projets pour l'amélioration de la qualité de vie au travail.

## PREREQUIS

Expérience en ressources humaines.

### Mesurer le climat social au sein de son organisation

- Construire des indicateurs de climat social à partir du bilan social et des tableaux de bord sociaux.
- Comprendre les outils de mesure du climat social (baromètre, 360°, tests sociométriques, etc.).
- Savoir articuler les approches quantitatives et qualitatives du climat social.

**Réflexion collective** Echanges interactifs entre les participants sur les différents composants du climat social (convivialité, engagement, stress, absentéisme, etc.).

### Comprendre et réduire le stress

- Maîtriser la notion de stress, ses mécanismes physiques et mentaux, le cadre réglementaire, les accords nationaux.
- Comment déceler le stress à partir des indicateurs existants ?
- Savoir construire des indicateurs pour évaluer le stress.
- Utiliser les méthodes scientifiques de diagnostic du stress (Wocccq et Karasek).
- Identifier des leviers d'action pour réduire le stress.

**Etude de cas** Analyser une situation de stress chronique. Bâtir un questionnaire d'évaluation du stress et un plan d'action pour combattre le stress dans un service.

### Comprendre et réduire l'absentéisme

- Définir l'absentéisme, ses caractéristiques.
- Comparer les différents types d'absentéisme.
- Analyser et interpréter les données de l'absentéisme.
- Construire une grille d'analyse.
- Mettre en place une démarche de prévention.
- Savoir mobiliser les acteurs pertinents pour prévenir l'absentéisme.

**Exercices** Analyse d'une enquête sur l'absentéisme dans le secteur privé et public. Entraînement à l'interprétation d'indicateurs d'absentéisme.

### Valoriser son image employeur

- Evaluer son image employeur en interne et en externe.
- Adapter la communication interne : adapter les modes et les contenus de communication aux publics cibles internes.
- Adapter la communication externe aux publics cibles externes (jeunes diplômés, clients, etc.).
- Savoir intégrer les réseaux sociaux à sa communication globale.

**Exercices** S'entraîner à définir un plan de communication interne et externe pour différents cas d'entreprise.

Cette formation vous permettra de comprendre les enjeux liés aux risques psychosociaux et d'en identifier les principaux facteurs pour mettre en œuvre au sein de votre entreprise une démarche préventive du stress, du harcèlement moral et de la souffrance au travail.

## » Introduction

- Définir les risques psychosociaux.
- Connaître le cadre et les risques juridiques.

**Exercices** Réalisation d'un micro-benchmark sur les pratiques de prévention des risques psychosociaux.

## » Les bonnes pratiques pour prévenir le stress

- Connaître les types de stress et les symptômes du stress.
- Identifier les principaux stressés dans l'environnement de travail.
- Mettre en œuvre des actions concrètes pour réduire le stress.

**Exercices** Confrontation des points de vue autour d'un témoignage vidéo sur le stress.

## » Prévenir les situations de harcèlement moral

- Comprendre les enjeux juridiques du harcèlement moral.
- Reconnaître les comportements harcelants.
- Savoir agir en cas de harcèlement avéré.
- Adopter la bonne communication avec son équipe.

**Etude de cas** Etude d'un cas de harcèlement moral.

## » Prévenir la souffrance au travail

- Les symptômes de la souffrance au travail : absentéisme, turnover, troubles divers.
- Outils et méthodologie pour prévenir la souffrance au travail.

- Audits, questionnaires, enquêtes de satisfaction, baromètre de climat social.

**Exercices** Mise en pratique d'un outil de diagnostic des symptômes de souffrance au sein de son équipe ou de son entreprise.

## » Faire évoluer les pratiques de management

- Prendre du recul et poser un diagnostic sur les pratiques de management au sein de son équipe.
- S'appuyer sur les outils d'analyse adaptés pour améliorer l'organisation du travail.
- Savoir définir des indicateurs pour son équipe.
- Prendre des mesures correctives.

**Exercices** Autodiagnostic sur les pratiques de management. Analyse d'une situation de travail.

## » Mettre en œuvre des actions de prévention

- Créer et animer un processus de prévention des risques psychosociaux.
- Sensibiliser et former les responsables.
- Animer un dispositif de veille sur la souffrance au travail.
- Mener des audits réguliers sur la qualité de vie au travail.

**Exercices** Elaborer un plan de prévention des risques psychosociaux pour son équipe.



Réf :	PSY
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 9-10 fév./13-14 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Etudes de cas, jeux de rôle, partage d'expériences.

## » PARTICIPANTS

Managers, DRH, responsables RH, directeurs d'établissement, responsables de service, responsables d'équipe opérationnelle, chefs d'entreprises de TPE et PME.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



# Mettre en œuvre une politique handicap dans l'entreprise



Une politique handicap optimisée fait appel à une organisation précise. Ce stage vous montrera comment mettre en œuvre une politique handicap active et vous permettra d'identifier les partenaires externes et internes potentiels et les aides conditionnelles à obtenir.

## » Connaître l'approche du handicap, cerner ses typologies et ses lois

- Évolution des perceptions et prise en compte des situations de handicap dans l'environnement social.
- Rappel des grandes typologies et statistiques repères.
- Comprendre les enjeux des lois de 1987 et 2005 : tendances, évolutions, implications pour l'entreprise.
- Optimiser et respecter sa Déclaration Obligatoire d'Emploi des Travailleurs Handicapés (D.O.E.T.H).

**Travaux pratiques** Echanges sur les connaissances de chacun sur la législation autour du handicap. Etude de cas : compléter une D.O.E.T.H.

## » Elaborer une politique handicap active

- Faire un diagnostic de la politique handicap de son entreprise.
- Identifier les principaux freins et écueils à éviter.
- Définir un budget et les moyens à y allouer.
- Construire son réseau interne.
- Contrôler et suivre les actions.
- Mettre en place et optimiser ses tableaux de bord à l'aide d'indicateurs pertinents.
- Différencier la convention de l'accord agréé : intérêts et mises en actions.

**Travaux pratiques** Echanges autour des situations dans les entreprises des différents participants. Etude de cas : les stagiaires mettent en commun les outils auxquels ils peuvent faire appel.

## » Développer et maîtriser l'emploi direct et indirect

- Maintenir et développer l'emploi direct sans discriminer.
- Communiquer sur la politique d'emploi handicap de l'entreprise.
- Intégrer les stagiaires en situation de handicap et se rendre visible dans les écoles.
- Intégrer le secteur protégé et adapté, et comprendre ses particularités.
- Réussir ses partenariats avec les ESAT et EA (Établissement et Service d'Aide par le Travail et Entreprises Adaptées).
- Mettre en place avec le service achats une politique d'achats responsables par le biais de la politique handicap.
- Lever les freins et actionner les leviers des achats.
- Déployer un dispositif efficace et durable.

**Travaux pratiques** Etude de cas : travail en binôme et présentation au groupe de cas d'achats concrets (cahier des charges, référencement du fournisseur, acteurs et prescripteurs à sensibiliser, outils).



Réf :	HAD
Durée :	1 jour
Paris	24 nov. 2014 2 mars 2015/15 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Cette formation est fortement participative et incite à de nombreux échanges et exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Cette formation est destinée aux professionnels des Ressources Humaines ainsi qu'à toute personne souhaitant mettre en œuvre une politique handicap active dans l'entreprise.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

La prévention de la discrimination est devenue une nécessité stratégique pour les entreprises contemporaines. Cette formation vous apportera des éclairages sur la notion juridique de discrimination et ses méthodes de prévention aux différents niveaux où elle peut intervenir : recrutement, mobilité, promotions...

### » Le cadre légal relatif aux discriminations au travail

- Comprendre les notions utilisées autour de la diversité et de la discrimination.
- Cerner le contexte juridique et institutionnel de la discrimination.
- Identifier les organismes de référence et leurs rôles.
- Comprendre les risques de poursuites au conseil des Prud'hommes et au pénal.
- Connaître les accords d'entreprise sur la non-discrimination : handicap, parité, égalité professionnelle, seniors...

### » Analyser les dangers de perception pour une candidature

- Analyser les risques de danger d'exclusion potentielle à la lecture de CV.
- Différencier les aspects factuels et inférentiels de la perception (préjugés, a priori, stéréotypes).
- Evaluer les risques d'une mauvaise analyse et d'un choix discutable.
- Utiliser les techniques adaptées d'entretien pour obtenir des informations précises.
- Comprendre, au regard de la loi, les dangers de la prise de notes pendant l'entretien.

**Travaux pratiques** S'exercer à l'analyse d'informations écrites à partir de plusieurs CV.

### » Prévenir la discrimination dans l'évolution de carrière

- S'assurer du respect de la non-discrimination à tous les stades de la gestion de l'évolution de carrière.
- Identifier les points de vigilance.
- Sécuriser les pratiques et process de l'évolution de carrière au sein de l'entreprise : mobilité, promotion, salaire...
- Articuler lutte contre la discrimination et promotion de la diversité aux différents niveaux de l'entreprise.
- Sensibiliser les managers sur la question de non-discrimination.

**Travaux pratiques** Jeux de rôle sur la base de situations issues du quotidien professionnel des participants.

### » Evaluer les phénomènes d'inclusion et d'exclusion

- Identifier les situations ressenties comme discriminatoires : propos, comportements, communications écrites et orales.
  - Prendre conscience de comportements d'exclusion.
  - S'exercer à transmettre des messages difficiles.
- Travaux pratiques** Comprendre, par le jeu métaphorique, les risques de discrimination au quotidien.



Réf :	PDI
Durée :	1 jour
Paris :	14 nov. 2014 20 mars/29 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

DRH, RRH, recruteurs, collaborateurs de la fonction RH, managers.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



Depuis plusieurs années, le thème du harcèlement est au cœur de l'actualité juridique. Cette formation vous permettra d'éclaircir les notions de harcèlement moral et sexuel afin de repérer les situations à risque dans votre entreprise et mettre en œuvre un processus de prévention adapté.

### » Cerner les phénomènes de harcèlement

- S'approprier le texte de la loi sur les définitions de harcèlement moral et sexuel.
- Connaître les dernières évolutions (Loi 2012-954 du 6 août 2012).
- Différencier les éléments apparentés à du harcèlement moral et à de la pression professionnelle.
- Distinguer le harcèlement des autres risques psychosociaux.
- Comprendre l'impact de l'obligation de sécurité de résultat en matière de harcèlement.

**Travaux pratiques** Echanges autour de cas réels.

### » Reconnaître les cas de harcèlement

- Identifier les cas de harcèlement ascendant, descendant, horizontal.
- Décrypter les profils et techniques d'un harceleur.
- Anticiper les profils des victimes et distinguer les fausses victimes et faux coupables.
- Repérer les agissements susceptibles d'amener à une situation de harcèlement.
- Mesurer les risques liés aux méthodes de management et à l'organisation de travail.
- Se positionner et agir en fonction du diagnostic de la situation.

**Travaux pratiques** Jurisprudence en matière de harcèlement moral.

### » Agir lors des cas de harcèlements déclarés

- Adopter un comportement approprié.
  - Analyser les éléments préparatoires à une rencontre délicate.
  - Se faire aider au sein de l'entreprise : DP, CHSCT, médecin du travail, assistante sociale, médiateur...
  - Trouver et mettre en place des solutions.
  - Comprendre les risques potentiels de conflits.
  - Poursuivre et déposer une plainte : juridictions pénales, conseil des Prud'hommes, rupture du contrat de travail.
- Travaux pratiques** S'exercer à la technique d'entretien : vérifier dans le face-à-face la véracité des informations fournies.

### » Prévenir le harcèlement au sein de l'entreprise

- Mettre en place une politique de prévention concertée avec les acteurs sociaux.
  - Disposer d'instruments de mesure et de relais d'alerte.
  - Sensibiliser via l'information et la communication interne : règlement intérieur, charte, formation...
  - Agir pour mobiliser chaque membre de l'entreprise à son niveau.
  - Articuler la prévention du harcèlement avec celle des risques psychosociaux.
- Travaux pratiques** Définir un plan d'actions adapté à l'entreprise de chacun.



Réf :	HRC
Durée :	1 jour
Paris :	12 déc. 2014 20 mars/22 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

DRH, RRH, recruteurs, collaborateurs de la fonction RH, managers.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Acquérir les bons réflexes en matière de suivi administratif et juridique des déclarations d'accidents du travail et de maladies professionnelles. Etre en mesure de contester les différents contentieux en matière de Sécurité Sociale, les décisions de la Caisse Primaire d'Assurance Maladie, savoir en assurer le suivi.

## » Savoir déclarer un accident du travail

- Rappel des conditions de reconnaissance du caractère professionnel de l'accident.
- Les obligations de l'employeur lors de la déclaration.
- Compléter la déclaration d'accident du travail.

**Exercices** Rédiger une lettre de réserves motivées.

- Obligations de la CRAM.
- Causes d'inopposabilité des décisions de la CRAM.
- Contestation du taux de cotisation des accidents du travail.

**Exercices** Vérification des documents de la Sécurité Sociale : compte employeur, feuille de calcul.

## » Compléter la déclaration de la maladie professionnelle

- Les conditions de reconnaissance du caractère professionnel des maladies dans le cadre des tableaux.
- Le système de reconnaissance complémentaire des maladies professionnelles.
- Réagir à réception d'une déclaration de maladie.

**Exercices** Compléter le rapport, émettre des réserves.

## » Contester la décision

- Les délais de contestation.
- Les motifs de forme, de fond et l'intérêt financier à agir.
- L'évaluation du taux d'incapacité permanente partielle.
- La saisine de la Commission de recours amiable.
- La procédure devant le Tribunal du Contentieux de l'Incapacité. Les voies d'appel.

**Exercices** Rédaction d'une contestation.

## » Gérer administrativement les accidents et les maladies professionnelles

- Point de départ et délais d'instruction par la CPAM.
- Les cas où la CPAM est tenue de mener une enquête.
- L'obligation d'information de la CPAM vis-à-vis de l'employeur.
- Les suites de la prise en charge : indemnisation du salarié, taux d'incapacité, rechute.
- Les pièces à conserver au dossier du salarié.

## » Contester le taux de cotisations accident du travail

- Les délais de contestation. Les voies d'appel.
- La contestation des éléments de tarification.
- La contestation à titre conservatoire.
- La révision du taux AT et le calcul des économies.

**Exercices** Calculer les économies réalisées suite à la contestation du taux de cotisations d'un accident du travail.

## » Connaître la tarification des accidents et maladies professionnelles

- Règles de la tarification.
- Droits de l'employeur.

## » Éviter la faute inexcusable de l'employeur

- Définition et procédure.
- Incidence sur le plan pénal.
- Effets pour la victime et pour l'employeur.
- Incidences des dernières jurisprudences.



Réf :	ATM
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 9-10 mars/12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et pratiques. De nombreux cas concrets viendront illustrer les apports théoriques.

### » PARTICIPANTS

Responsables RH. Membres du service du personnel, paie ou comptabilité.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Prévenir les Troubles Musculo-Squelettiques



Cette formation vous présentera les Troubles Musculo Squelettiques (TMS) et vous apprendra à identifier les facteurs de risques. Vous serez capable de travailler avec tous les partenaires internes et externes à l'entreprise pour réduire les TMS et leurs conséquences financières, humaines et organisationnelles.

## » Connaître les TMS et leurs facteurs de risque

- Définir les Troubles Musculo Squelettiques (TMS), les principales pathologies, leur évolution.
- Identifier les étapes et les conséquences d'une déclaration en maladie professionnelle (coût direct, indirect).
- Connaître les facteurs de risque (gestes répétitifs, postures, sensibilité individuelle...).
- Comprendre l'implication des facteurs organisationnels et du stress dans la genèse des TMS.

**Etude de cas** A partir de documents iconographiques de postes de travail, lister des facteurs de risque susceptibles d'entraîner des TMS.

## » Repérer les signes précurseurs et les éléments déclencheurs de TMS

- Identifier des indicateurs d'alerte de difficultés au travail.
- Connaître les éléments déclencheurs de la survenue de TMS.
- Comprendre les réactions face au changement pouvant contribuer à la survenue de TMS.

**Mise en situation** Votre entreprise va subir des changements dans la production (changement d'organisation ou de production), quelles actions mettre en place pour prévenir l'apparition de TMS avant ce changement ?

## » Mettre en œuvre une démarche préventive des TMS

- Connaître les étapes pour construire une action de prévention (phases de dépistage et d'identification des risques).
- Constituer un groupe de travail pour rédiger ensemble un plan d'actions.
- Etablir les liens entre les TMS et la pénibilité au travail.
- Intégrer les Troubles Musculo Squelettiques dans le document unique (DUER).

**Etude de cas** A partir de situations de travail, définir les étapes de la mise en place d'une action de prévention.

## » Suivre et accompagner les salariés affectés par les TMS

- Appréhender le statut de travailleur handicapé.
- Observer les étapes du retour à l'emploi.
- Recourir à l'aide du médecin du travail.
- Favoriser le maintien dans l'activité et éviter l'inaptitude.

**Réflexion collective** Comment permettre un retour à l'emploi d'un salarié atteint de TMS ?



Réf :	TMS
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 10 avril/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsable RH, membre du service du personnel.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra de répondre à des questions simples d'utilisateurs sur l'aménagement de leur bureau. Elle vous permettra également de mettre en application les considérations concernant les conditions de travail spécifiques au secteur tertiaire dans les projets d'aménagement.



Réf :	PTT
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 20 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
A chaque étape le débat est ouvert sur les pratiques et les difficultés des participants. Le contenu sera illustré par des exemples pratiques.

**PARTICIPANTS**  
Responsables des services généraux ou toute personne en charge de l'aménagement des espaces de travail.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Présentation de l'ergonomie : discipline et idées reçues**

- Connaître les bases de l'ergonomie : historique, présentation générale, principaux courants ...
- Distinguer les différentes dimensions de la discipline : approche, méthodologie et démarche.
- Comprendre l'étendue et les limites de l'ergonomie par rapport à l'utilisation du terme dans le langage courant.

**Travaux pratiques** *Evaluation en sous-groupes de l'aspect ergonomique ou non de différents produits et matériels présentés.*

**Repères pour l'aménagement d'un espace de travail tertiaire**

- Analyser les différents éléments composant un espace de travail tertiaire (siège, plan de travail...).
- Appréhender les limites des matériels dits " ergonomiques " et distinguer les produits contre-productifs.
- Accompagner et suivre le personnel dans l'aménagement ergonomique de son bureau.
- Connaître les normes et ratios de surface à appliquer et leurs limites.

**Travaux pratiques** *Définition des caractéristiques utiles des matériels (bureau, fauteuil, écran...). Réalisation d'une implantation de bureaux pour deux exemples d'aménagement en tenant compte des différents matériels.*

**Application dans les projets d'aménagement**

- Analyser précisément les besoins à l'aide d'un inventaire des points d'attention.
- Mettre en œuvre une démarche participative. Intérêts et limites de cette forme de démarche.
- Formaliser un programme adapté aux besoins et contraintes. Echelonner les étapes de programmation nécessaires.
- Adopter une approche du particulier au général.
- Utiliser les outils et méthodes propres aux projets d'aménagement.
- Acquérir des notions relatives à l'utilisation d'Excel pour faciliter le suivi du projet.

**Travaux pratiques** *Réalisation collective de la liste des points importants pour la conception des espaces. Echange sur les démarches mises en œuvre dans les entreprises des participants. Exemples d'aménagements.*



Cette formation vous permettra d'appréhender les bases de l'ergonomie du poste de travail en milieu industriel. Elle vous montrera comment identifier les facteurs de pénibilité, créer des grilles d'analyse..., en vue de mettre en œuvre une démarche d'amélioration des conditions de travail.



Réf :	PTI
Durée :	1 jour
Paris	3 déc. 2014 26-27 mars/23 mars 2015 22 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
La formation s'appuiera sur des études de cas pour illustrer les apports théoriques présentés.

**PARTICIPANTS**  
Agents de maîtrise, techniciens et ingénieurs méthodes.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Présentation de l'ergonomie : discipline et idées reçues**

- Connaître les bases de l'ergonomie : historique, présentation générale, principaux courants...
- Distinguer les différentes disciplines en ergonomie (biomécanique, cognitive, sociologie, psychologie, anthropométrie).
- Comprendre le modèle sous-jacent et les principales notions (activité, régulation, système...).
- Acquérir démarche et méthodologie : analyse de la tâche et de l'activité, identification des facteurs de pénibilité.

**Travaux pratiques** *Analyse d'une situation de travail à partir de quelques films. Réalisation d'une première ébauche de l'analyse de la tâche.*

**Acquérir des repères pour l'évaluation "simple" des postes**

- Connaître les principales normes en vigueur dans le cadre du travail industriel : compréhension et limites.
- Utiliser les outils ou grilles d'évaluation des postes de travail (Niosh, Orege, grille METEO de PSA, AFPI...).
- Repérer les critères importants et simples à prendre en compte dans une situation de travail.

**Travaux pratiques** *Création d'une grille d'analyse succincte. Application de la grille d'évaluation sur un poste présenté dans les vidéos. Les résultats et les utilisations des grilles seront discutés en groupe.*

**Mettre en œuvre une démarche d'amélioration des conditions de travail**

- Déterminer les actions à mettre en place, les planifier et les suivre.
- Utiliser les outils et méthodes de suivi (cartographie des postes, plan d'action) et d'animation (groupes de suivi).
- Evaluer les conditions de réussite d'une démarche en ergonomie. Réflexion sur le positionnement de l'ergonomie.
- Connaître les modalités de certification en ergonomie : les conditions d'obtention et la démarche à mettre en œuvre.

**Travaux pratiques** *Echange avec les participants sur les démarches mises en œuvre dans leurs entreprises respectives, les difficultés rencontrées et les conditions de réussite.*

# Recrutement et gestion des Compétences

Les salariés sont une des richesses les plus importantes de l'entreprise. Les recruter, développer leurs compétences, les fidéliser et gérer leur évolution de carrière, sont autant d'enjeux clés qui font l'objet des cours Orsys dans ce domaine.

## » Recrutement »

- Best** Réussir ses recrutements **F**  
2 j - REF - p.246
- Perfectionner ses entretiens de recrutement  
2 j - PFE - p.246
- Mettre en place un recrutement multicanal **Nouveau**  
2 j - MUA - p.247
- Best** Bien utiliser les réseaux sociaux pour le recrutement  
2 j - SOI - p.247
- Mener un entretien collectif de recrutement  
2 j - RCO - p.248
- Recruter la génération Y **F**  
2 j - RGY - p.248
- Recruter et intégrer des personnes handicapées  
1 j - RHA - p.249
- Intégrer et former les nouveaux collaborateurs  
3 j - IFN - p.249
- Préparer un entretien de recrutement dans le secteur public  
2 j - ECR - p.362
- Mieux recruter vos commerciaux  
2 j - VOC - p.454

## » Gestion des compétences et des carrières »

- Mettre en place et piloter avec succès votre GPEC  
2 j - GCA - p.250
- Construire un référentiel de compétences  
2 j - CRF - p.250
- Sécuriser les parcours professionnels  
2 j - SPP - p.251
- Les outils d'orientation professionnelle  
2 j - BVD - p.251
- Accompagner avec efficacité les candidats à la VAE  
2 j - AAE - p.252
- Assurer l'égalité Femme/ Homme au travail  
2 j - HFT - p.252
- Repérer et développer les talents et potentiels  
2 j - HAP - p.253
- Transférer les compétences dans l'entreprise  
2 j - NIO - p.253
- Conduire l'entretien professionnel  
2 j - EPR - p.255
- Best** Gestion des compétences et des carrières dans le secteur public  
2 j - CCP - p.359

## » Mobilité interne »

- Préparer et réussir sa mobilité interne  
2 j - MOI - p.176
- Organiser la mobilité interne  
2 j - OMI - p.254
- Conduire un entretien de mobilité interne  
2 j - EMI - p.254
- Organiser la mobilité interne dans la fonction publique  
2 j - MIU - p.360

## » Préparation à la retraite »

- Best** S'informer et préparer sa retraite  
2 j - PRT - p.177
- Seniors, l'essentiel avant la cessation d'activité  
1 j - SNI - p.178
- Accompagner les futurs retraités  
2 j - FUT - p.255

Ce stage a un double objectif : structurer chaque étape de l'entretien de recrutement pour en renforcer l'efficacité opérationnelle, acquérir des techniques d'entretien pour évaluer les motivations, la personnalité et les compétences du candidat par rapport au poste.

**dif** **Exercices pratiques** **Best**

Réf :	REF
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 2-3 fév./27-28 avril 2015 1-2 juin 2015
Groupe 1	16-17 fév./13-14 avril 2015 15-16 juin 2015
Groupe 2	23-24 fév./20-21 avril 2015 22-23 juin 2015
Groupe 3	9-10 fév./27-28 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Elaboration d'un guide d'entretien, d'une grille d'évaluation, simulations d'entretiens.

**PARTICIPANTS**  
Responsable recrutement et toute personne ayant à participer au recrutement de collaborateurs.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Analyser ses besoins en recrutement et les profils recherchés**

- Réaliser un diagnostic socio-économique.
- Analyser les compétences acquises et requises pour le poste.
- Définir les compétences liées au poste.
- Différencier description de poste et profil recherché.
- Délimiter les périmètres du futur recruté.

**Exercices** Les stagiaires analyseront un besoin à partir d'un guide d'analyse de la demande de recrutement.

**» Bien rédiger l'annonce et choisir ses supports**

- Savoir décrire un poste.
- Rendre le poste à pourvoir attractif.
- Choisir des supports de communication.
- Communiquer en accord avec la politique de l'entreprise.

**Exercices** Réflexion en groupe sur les facteurs d'attractivité et les supports de communication.

**» Mener un entretien d'embauche**

- Acquérir des techniques, les étapes de l'entretien.
- Favoriser l'instauration d'un climat de confiance pour des échanges naturels et sincères.
- Connaître les questions clés, incontournables.
- Acquérir des techniques de questionnement et d'écoute active.
- Aller à l'essentiel dans l'analyse du parcours.
- Cadrer les échanges et accéder rapidement à une information claire et fiable.

- Mettre en situation ou réaliser des tests.
- Savoir évaluer le potentiel d'un candidat.

**Exercices** Les stagiaires élaboreront un guide d'entretien adapté à leur propre besoin de recrutement. Simulations d'entretiens.

**» Adopter des critères objectifs pour retenir le bon candidat**

- Savoir quel candidat privilégier par rapport aux besoins de l'entreprise.
- Déterminer les rôles des managers dans le processus de recrutement.
- Choisir le bon candidat avec une grille de sélection.
- Prioriser les éléments comportementaux.
- Réaliser la synthèse et faire son choix.
- Faire un choix de façon collégiale.
- Répondre aux candidats.

**Exercices** Elaborer et utiliser une grille d'évaluation adaptée à son propre besoin de recrutement. Sélectionner une candidature.

**» Bien intégrer le candidat**

- Entreprendre les bonnes actions.
- Suivre la progression par les entretiens et comptes rendus.
- Evaluer la collaboration : les 100 jours.

**Exercices** Réflexion de groupe et échange à partir de cas réels.



**P** pratique **Perfectionner ses entretiens de recrutement**

Ce stage vous permettra d'animer un entretien de recrutement structuré tout en déjouant les pièges relationnels inhérents à ce type d'échange. Il vous montrera notamment comment écouter, relancer, questionner et échanger sur le poste à pourvoir afin de mener votre entretien avec succès.

**dif** **Vidéo**

Réf :	PFE
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 2-3 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Cas de recrutement filmés et analysés en groupe. Chaque étape du cours est mise en pratique.

**PARTICIPANTS**  
Responsable recrutement et toute personne ayant à mener des entretiens de recrutement.

**PREREQUIS**  
Formation REF "réussir ses recrutements" ou équivalent.

**» Identifier les enjeux et les objectifs de ses entretiens**

- Comprendre les processus d'échanges dans les entretiens de recrutement.
- Identifier les points clés à valider.
- Positionner les attentes de son interlocuteur.

**Réflexion collective** Retour d'expériences des stagiaires ; décodage des difficultés rencontrées.

**» Décoder les comportements des candidats en entretien**

- Identifier le positionnement individuel du candidat et adapter son discours.
- Savoir créer du lien pour favoriser les échanges.
- Créer un climat de confiance et de libre circulation des informations.

**Travaux pratiques** Identification des ressources de personnalité par observation et outil de positionnement.

**» Commencer son entretien. Poser le cadre et créer la relation**

- Commencer sa présentation sur un registre de neutralité.
- Exposer les attentes sans "teinter" son discours.
- Enoncer l'objectif de l'entretien pour créer le partenariat.
- Apprendre à s'investir émotionnellement en fonction de l'objectif.
- Observer les réactions de l'interlocuteur.

**Mise en situation** Démarrer un entretien de recrutement. Cas filmés et analysés.

**» Faire parler son interlocuteur. Relancer et questionner**

- Montrer de l'intérêt et de l'attention.
- Relever les points à clarifier.
- Apprendre à faire s'exprimer l'interlocuteur.
- Adopter les bonnes attitudes dans les échanges interpersonnels.

**Mise en situation** Favoriser la parole de son interlocuteur. Cas filmés et analysés.

**» Echanger sur le poste. Bâtir l'inclusion**

- Aborder les écarts entre attente du poste et profil de l'interlocuteur.
- Construire un parcours d'intégration et de mise en adéquation.
- Savoir argumenter son positionnement.
- Impliquer et motiver son interlocuteur.

**Mise en situation** Diriger un échange de recrutement. Cas filmés et analysés.

**» Conclure son entretien. Valoriser l'intégration**

- Formaliser les échanges et valider les compréhensions.
- Clarifier le positionnement de l'interlocuteur.
- Enoncer les prochaines étapes et leur planning.
- Conclure en valorisant son interlocuteur.

**Mise en situation** Finaliser un entretien de recrutement. Cas filmés et analysés.

Les réseaux sociaux sont des outils pertinents en matière de recrutement à condition de connaître leurs caractéristiques et leurs avantages. Cette formation vous montrera comment intégrer votre stratégie digitale dans vos pratiques RH, choisir vos réseaux, rédiger vos annonces et trouver les profils souhaités.

## » Elaborer sa stratégie de recrutement

- Respecter le droit du recrutement.
- Intégrer la diversité et la non-discrimination dans ses pratiques.
- Connaître les étapes du recrutement en suivant la méthode du recrutement équitable.
- Définir le profil de poste.

**Travaux pratiques** Création d'une grille des compétences essentielles.

## » Faire le lien entre le recrutement et les valeurs de l'entreprise

- Utiliser la marque-employeur comme stratégie de recrutement.
- Cartographier les valeurs de l'entreprise : affichées et réelles.
- Repérer ses avantages concurrentiels.
- Le recrutement interne et externe : le lien avec la mobilité.
- Les stratégies de positionnement de l'entreprise sur les réseaux sociaux.

**Travaux pratiques** Travail sur ses valeurs à partir d'une liste et présentation d'actions concrètes en rapport avec ces valeurs.

## » Rédiger une offre d'emploi percutante

- Connaître l'aspect juridique d'une offre d'emploi.
- Présenter son entreprise sur son site, sur le Web, sur les réseaux.
- Présenter les missions et mettre en avant son entreprise.

- Donner tous les éléments aux candidats afin qu'ils puissent répondre à une annonce.

**Travaux pratiques** Création d'une annonce dans les règles de l'art.

## » Rechercher et cibler des candidats sur les réseaux sociaux

- Les principaux canaux payants et gratuits.
- Les outils traditionnels : jobboards, cvthèques... Le Cloud Recruitment.
- Utiliser les outils de veille.
- Cibler les candidats sur LinkedIn et Viadeo.
- Les solutions payantes de LinkedIn (Talent Finder) et Viadeo (Viadeo Recruiter).

**Travaux pratiques** Familiarisation avec les outils (opérateurs booléens dans Google, LinkedIn, Viadeo, RecruitEM).

## » Gérer sa présence sur les réseaux sociaux pour optimiser son offre d'emploi

- Se rendre visible sur LinkedIn et Viadeo : page entreprise, statut, événements...
- Diffuser ses annonces gratuitement sur les réseaux et sites spécialisés (Beepjob).
- Twitter pour recruter : le fonctionnement, les mots clés.
- Aller plus loin en créant des passerelles à l'occasion d'événements, salons.
- Social Games et Serious Games dans le processus de recrutement.

**Travaux pratiques** Création/optimisation de profils LinkedIn et Viadeo.



Réf :	MUA
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 5-6 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Échanges, création d'une grille essentielle et d'une annonce, utilisation des outils (Twitter, Viadeo, LinkedIn...).

### » PARTICIPANTS

DRH, responsables recrutement, directeurs communication, marketeurs, cabinets RH et de recrutement.

### » PREREQUIS

Connaissances de la navigation Internet et des outils de communication (notamment multimédias) Web (mail, tchat, etc.).

# Bien utiliser les réseaux sociaux pour le recrutement manipuler avec efficacité les différents outils

Les réseaux sociaux sont des outils pertinents en matière de recrutement à condition de connaître leurs caractéristiques et leurs avantages. Cette formation vous montrera comment choisir vos réseaux, rédiger vos annonces, et trouver les profils souhaités.

## » Des origines du Web à aujourd'hui

- La mutation des modes de communication.
- Les évolutions du Web 1.0 au Web collaboratif.
- L'identité numérique et l'e-Réputation.

**Travaux pratiques** Intérêts d'une recherche sur le Web. Se "googler" et "googler" un candidat.

## » Identifier les avantages des réseaux sociaux pour recruter

- Les grandes typologies de réseaux sociaux.
- Les réseaux sociaux et la théorie de Milgram.
- Les stratégies de positionnement de l'entreprise sur les réseaux sociaux.
- Utiliser la marque-employeur comme stratégie de recrutement.

**Travaux pratiques** Réflexion sur les usages utiles à mettre en place. Déclinaison d'une stratégie de présence dans une optique de recrutement.

## » Rechercher et cibler des candidats sur les réseaux sociaux

- Les outils traditionnels (jobboards, cvthèques,...). Qu'est-ce que le Cloud Recruitment ?
- Utiliser les outils de veille.
- Cibler les candidats sur LinkedIn et Viadeo.
- Les solutions payantes de LinkedIn (Talent Finder) et Viadeo (Viadeo Recruiter).

**Travaux pratiques** Familiarisation avec les outils (opérateurs booléens dans Google, LinkedIn, Viadeo, RecruitEM).

## » Gérer sa présence sur les réseaux sociaux pour optimiser son offre d'emploi

- Se rendre visible sur LinkedIn et Viadeo (page entreprise, statut, événements...).
- Diffuser ses annonces gratuitement : Facebook, LinkedIn, Viadeo, Twitter, Pinterest, sites spécialisés (beepjob)...
- Aller plus loin en créant des passerelles à l'occasion d'événements, salons...
- Social Games et Serious Games dans le processus de recrutement.

**Travaux pratiques** Création/optimisation de profils LinkedIn et Viadeo. Utilisation de l'outil Hootsuite.

## » Twitter : nouvel outil de recruteur

- Savoir tweeter et connaître les usages.
- Créer et personnaliser un profil Twitter.
- Assurer une veille efficace et diffuser ses annonces.

**Travaux pratiques** Pratique de Twitter et de Hootsuite, outil de gestion social media.

## » Présenter son offre de recrutement

- Le Copywriting, les erreurs à éviter.
- Les règles légales de rédaction.
- Valoriser son offre en faisant le lien avec sa marque employeur.



Réf :	SOI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 22-23 janv./23-24 mars 2015 28-29 mai 2015
Groupe 1 19-20 mars/21-22 mai 2015	
Groupe 2 12-13 mars/12-13 mai 2015	
Groupe 3 5-6 mars/6-7 mai 2015	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Échanges, utilisation des outils (Twitter, Viadeo, LinkedIn,...), élaboration d'une stratégie, exercices individuels ou en sous-groupes.

### » PARTICIPANTS

DRH, responsables recrutement, directeurs communication, marketeurs, cabinets RH et de recrutement.

### » PREREQUIS

Connaissances de la navigation internet et des outils de communication web.

Ce stage vous montrera comment intégrer l'entretien collectif dans vos processus de recrutement. Vous apprendrez à concevoir une session adaptée aux besoins, créer un climat favorable aux échanges, évaluer les motivations, la personnalité et les compétences des candidats en vue de prendre les bonnes décisions.

Exercices pratiques

---

Réf : RCO

Durée : 2 jours

Paris 9-10 oct./11-12 déc. 2014  
26-27 fév./9-10 avril 2015  
22-23 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Analyse du poste, construction du guide de l'entretien collectif, études de cas, simulations d'entretiens.

**PARTICIPANTS**

Responsables et chargés de recrutement, responsables RH, responsables opérationnels, toute personne amenée à animer des entretiens collectifs de recrutement.

**PREREQUIS**

Expérience souhaitable dans le recrutement.

**» Placer l'entretien collectif dans son activité de recrutement**

- Enjeux et principes clés en matière de recrutement.
- Place de l'entretien collectif dans le processus de recrutement.
- Avantages et limites de la démarche.

**» Analyser le besoin de recrutement**

- Décrire les missions et responsabilités du ou des postes.
- Identifier les critères de sélection à évaluer.
- Définir les profils recherchés.
- Se doter d'un guide d'analyse du besoin de recrutement.

**Travaux pratiques** Les stagiaires seront amenés à analyser un de leurs propres besoins de recrutement, les simulations d'entretien se feront à partir de cette analyse.

**» Préparer une session d'entretien collectif**

- Concevoir les supports d'animation : guide pratique de l'entretien collectif.
- Préparer une présentation attractive et vivante de l'entreprise et du poste.
- Elaborer des exercices de groupe en fonction des critères de sélection.
- Organiser la session.

**Travaux pratiques** Analyse du poste et du profil recherché, construction d'un guide personnel de conduite d'entretien collectif. Etudes de cas.

**» Animer l'entretien collectif**

- Acquérir une méthodologie type, claire et permettant une évaluation fine des candidats.
- Cerner les motivations réelles des candidats pour le poste et l'entreprise.
- Observer les candidats en interaction.
- Evaluer les critères de personnalité et les compétences relationnelles requises pour le poste.
- Prendre efficacement des notes sur les candidats durant la session.
- Détecter de façon fiable les candidats à potentiel.
- Instaurer des échanges de qualité et un climat de confiance convivial.
- Découvrir les règles d'or pour réussir sa prise de parole en public.
- Gagner en impact dans la présentation de l'entreprise et du poste à pourvoir.
- Conclure la session avec bienveillance.

**Travaux pratiques** Exercices pour clarifier personnalité/compétences et motivations, études de cas et mises en situation d'entretiens collectifs.

**» Prendre rapidement une décision**

- Elaborer une grille d'analyse de l'entretien.
- Décider des suites à apporter et savoir faire un feedback aux candidats.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une grille d'analyse d'entretien. Animation interactive sur la formulation du choix du ou des candidats.



Ce stage vous permettra d'appréhender les caractéristiques de la génération Y et de développer l'attractivité de l'entreprise par une communication adaptée. Vous apprendrez à mettre en œuvre les moyens nécessaires pour recruter ces jeunes professionnels, et à les fidéliser vis-à-vis de l'entreprise.

Exercices pratiques

---

Réf : RGY

Durée : 2 jours

Paris 12-13 nov. 2014  
29-30 janv./ 5-6 mars 2015  
21-22 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Construction du guide d'analyse de la demande et de la conduite d'entretien, études de cas, simulations d'entretiens.

**PARTICIPANTS**

Responsables et chargés de recrutement, responsables et collaborateurs RH, responsables opérationnels ayant à mener des actions de recrutement de jeunes.

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Identifier les caractéristiques de la génération Y**

- Qu'appelle-t-on "génération Y" ?
- Qu'est-ce qui la caractérise ? Valeurs et préoccupations.
- Les attentes dans le travail.
- Mettre en place un processus de recrutement efficace et adapté.

**Travaux pratiques** Cartographier les valeurs, attentes et sources de motivation des jeunes générations.

**» Décrire le poste et préciser les critères clés de sélection**

- Identifier les objectifs de la demande de recrutement.
- Acquérir une méthodologie pour décrire le poste et les caractéristiques organisationnelles.
- Exploiter ces informations en termes de personnalité/motivations/compétences.
- Perfectionner ses techniques relationnelles.

**Travaux pratiques** Construction du guide d'analyse de la demande, études de cas et recherche du lien entre le poste et les critères de sélection.

**» Gagner en visibilité et en attractivité avec un sourcing adapté**

- Rédiger une offre d'emploi " Y " impactante.
- e-Recrutement (job board, Web 2.0, blog RH, réseaux sociaux, etc.) : nouvelles pratiques.
- Relations avec les écoles et panorama des outils adaptés.
- Trier les candidatures efficacement.

**» Mener efficacement l'entretien**

- Entretenir un climat de confiance.
- Mesurer l'adéquation du candidat au profil recherché.
- Comprendre rapidement la logique de son parcours.
- Analyser sa personnalité et cerner ses motivations.
- Evaluer le potentiel pour un poste d'un candidat sans expérience professionnelle.
- Acquérir des techniques de questionnement et d'écoute active.
- Rendre le poste et l'entreprise attractifs.

**Travaux pratiques** Simulations d'entretiens, élaboration de son propre guide de conduite d'entretien.

**» Sélectionner le bon candidat**

- Panorama des outils et supports d'aide à la décision.
- Evaluer le potentiel du candidat.
- Se baser sur des critères de personnalité.

**Travaux pratiques** Elaborer une grille d'analyse suite à l'entretien d'embauche.

**» Sécuriser l'intégration du jeune embauché**

- Rendre le jeune rapidement opérationnel.
- Encourager son implication grâce au plan d'intégration.
- Connaître les clés pour motiver la génération Y.

**Travaux pratiques** Identification des clés de la motivation et de fidélisation de la génération Y.

Ce stage vous montrera comment recruter, accueillir les travailleurs en situation de handicap, faciliter leur intégration dans votre organisation. Vous prendrez connaissance de la législation et verrez comment anticiper les adaptations de poste pour maintenir un climat favorable et éviter toute forme de discrimination.

## » Repérer les différents types de déficiences

- Connaître les différents types de déficiences et les appréhender.
- Identifier les bons comportements à avoir lors d'un recrutement : qui contacter, comment recruter.

**Exchanges** Exercice ludique en binôme : reconnaître les déficiences. Partage en groupe.

## » La législation en matière de handicap et son évolution

- Lois sur le handicap et historique de la situation du travailleur handicapé.
- Adaptation de l'entreprise à la loi depuis 1924 : accords d'entreprise, conventions signées, gestion libre.
- Différents types de structures de recrutement adaptées au handicap.
- Evolution de la loi et du handicap dans l'entreprise aujourd'hui.

**Exercices** Quiz : bien connaître les lois et possibilités de recrutement de salariés handicapés.

## » Maîtriser le processus de recrutement de profils en situation de handicap

- Savoir lire et analyser un cv sans discriminer.
- Préselectionner les candidats.
- Recevoir un candidat et s'adapter à sa situation de handicap.
- Valider une candidature et préparer son intégration.
- Présenter le collaborateur à son manager et l'aider dans cette intégration.

- Adapter le poste de travail avec les instances internes.
- Accompagner les situations particulières.

**Echanges** Retours d'expériences des stagiaires sur chaque problématique.

## » Recruter sans discriminer

- Déconstruire ses stéréotypes.
- Savoir éviter les situations de discrimination. Les erreurs à ne pas commettre.
- Créer un climat favorable, se mettre en posture d'écoute, questionner sur les compétences, motivation et savoir-être.
- Echanger sur les aménagements nécessaires du poste de travail.

**Mise en situation** Mises en situation filmées d'entretiens. Débriefing collectif.

## » Construire son plan personnel de progrès

- Points de progrès individuels à travailler.
- Comportements à transposer dans sa réalité professionnelle.

**Réflexion collective** Construire son plan personnel de progrès et se définir des objectifs.



Réf :	RHA
Durée :	1 jour
Paris	8 déc. 2014 16 mars/8 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Des mises en situation et des jeux de rôle filmés seront privilégiés au cours de cette formation.

### » PARTICIPANTS

Toute personne en situation de recruteur et chargé de l'intégration : managers, services RH, tuteurs.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en matière de recrutement. Expérience préférable en recrutement.

# Intégrer et former les nouveaux collaborateurs

Intégrer un nouveau collaborateur représente pour l'entreprise un enjeu stratégique important et pour le nouvel entrant une phase de stress et d'adaptation. Ce stage vous présentera les moyens pour faciliter la prise de poste sur les plans relationnel, fonctionnel et technique et garantir ainsi une intégration réussie.

## » Accueil et formation d'un nouveau collaborateur

- Définir cette mission et les enjeux stratégiques.
  - Le tuteur en entreprise, le chef d'équipe et le formateur.
  - Rester objectif dans l'accompagnement et l'évaluation.
- Travaux pratiques** Travail sur les représentations.

- Repérer les indicateurs clés du succès dans la mission.
- Définir les compétences spécifiques de l'activité.
- Diagnostiquer les besoins du nouveau salarié.
- Expliciter efficacement les résultats attendus.

**Travaux pratiques** Conduite d'un travail d'analyse sur vos postes de travail. Echange de pratique.

## » Préparer l'accueil du nouveau collaborateur

- Définir la notion d'accueil.
- Préparer les documents d'accueil : livret d'accueil...
- Préparer la partie administrative de l'accueil.
- Expliquer les attentes sur le poste de travail et dans la fonction.
- Préparer une rencontre avec les interlocuteurs.
- Préparer une communication auprès des équipes.
- Définir le planning du nouveau collaborateur.

**Travaux pratiques** Préparation de fiches de travail.

## » L'accompagnement

- Fixer des objectifs professionnels et de formation.
- Définir un plan de formation.
- Préparer une séquence pédagogique et ses contenus.

**Travaux pratiques** Construction d'un premier plan de formation et d'un plan d'évaluation.

## » L'évaluation

- Vérifier l'atteinte des résultats.
- Evaluation formative et auto-évaluation.
- Evaluer l'appropriation des savoir-faire proposés.
- Mettre en place des actions d'ajustement.
- Mener les entretiens intermédiaires.

**Travaux pratiques** Conduire un entretien d'évaluation.

## » Mobiliser et sensibiliser l'équipe

- La boussole de la motivation.
- Informer de l'arrivée d'un nouveau collaborateur.
- Définir les missions et l'environnement du poste.
- Sensibiliser l'équipe à l'accueil.

**Travaux pratiques** Mises en situation : accueil par l'équipe.

## » Analyser le poste de travail et la fonction

- Décrire le métier et le poste de travail.
- Analyser les activités de travail.



Réf :	IFN
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 23-25 fév./27-29 avril 2015 29 mai-1 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Construction des outils d'accueil et d'intégration des nouveaux collaborateurs, et préparation par des mises en situation.

### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes ayant à accompagner l'intégration de nouveaux collaborateurs dans le cadre de leur fonction.

### » PREREQUIS

Amener si possible des supports présentant les métiers et les postes sur lesquels les nouveaux collaborateurs vont être intégrés.

Réfléchir aux exigences et aux finalités de la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC). Définir les modalités d'acquisition des compétences, assurer la recherche métiers/acteurs à développer, établir un cahier des charges. Concevoir les plans d'accompagnement et mettre en place un comité de suivi.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : GCA

Durée : 2 jours

Paris 17-18 nov. 2014  
12-13 fév./ 28-29 mai 2015

Groupe 1 13-14 nov. 2014  
19-20 fév./ 21-22 mai 2015

Groupe 2 20-21 nov. 2014  
26-27 fév./28-29 mai 2015

Groupe 3 5-6 fév./12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
Les stagiaires vont préparer et collecter des éléments pour conduire la démarche GPEC au sein de leur entreprise.

**PARTICIPANTS**  
Pour les responsables "métier" ou RH en charge de préparer l'entreprise à son contexte de demain.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Connaître la finalité et les principes de la GPEC**

- Difficultés des entreprises en matière de management des compétences.
- Principes généraux.
- Bénéfices potentiels. Risques d'échec.

**Travaux pratiques** Définir les finalités et les contours de la démarche GPEC de son entreprise.

» **Organiser le pilotage GPEC**

- Les acteurs clés.
- Le cahier des charges.
- Un planning réaliste et des moyens.
- Communiquer sur la démarche.

» **Cadrer et préparer le projet**

- Ce qui influe sur la cible emplois et compétences de l'entreprise à 3 ou 5 ans.
- Finalité. Objectifs.
- Acteurs à impliquer. Comité de pilotage.
- Métiers à prioriser. Futurs métiers de l'entreprise.
- La cible : les bonnes questions à (se) poser, le mode de validation des premiers éléments.

**Travaux pratiques** Les stagiaires définissent le cadrage du projet GPEC pour leur entité. La cible à 3 ans.

» **Définir les compétences et les leviers d'actions**

- Définition de la "compétence".
- Modes d'acquisition de la compétence.
- Sur quoi, sur qui et comment agir ?

**Travaux pratiques** Débat et échange d'idées.

» **Déterminer les livrables de la GPEC**

- En phase de mise en place et annuellement.
- Le plan de professionnalisation.
- Le turn-over et le plan d'embauche.

» **Mettre en place un plan d'action**

- Déterminer un plan d'action : objectifs, spécificités, responsabilités, échéances, moyens.
- Impliquer et mobiliser les opérationnels à la GPEC.
- Construire un plan de communication.
- Accompagner les opérationnels dans le déploiement des outils de la GPEC : formation, supports pédagogiques...
- Suivi des actions mises en place en utilisant la méthode PDCA : Planifier, Réaliser, Vérifier, Corriger.

**Travaux pratiques** Elaboration d'un plan d'action réaliste. Construction d'un plan de communication. Réflexion sur les méthodes de suivi et de contrôle.

» **Assurer la pérennité de la GPEC**

- Rôle des acteurs.
- Indicateurs. Comité GPEC et revue annuelle.

**Travaux pratiques** Les stagiaires élaborent une GPEC pour un micro-service de leur entreprise.

» **Faire le bilan**

- Eléments d'un plan d'action personnel pour développer une GPEC au sein de son entreprise.
- Eléments de cadrage à faire valider par sa direction.

**Travaux pratiques** Synthèse des points essentiels.



## Construire un référentiel de compétences

Pour mettre en place une démarche GPEC, il est nécessaire de se doter d'outils autour des compétences. Vous acquerez durant ce stage une méthodologie pour décrire les fonctions et métiers, mettre en cohérence le référentiel avec la stratégie RH, le relayer auprès des managers et le suivre dans le temps.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : CRF

Durée : 2 jours

Paris 16-17 oct./18-19 déc. 2014  
2-3 avril 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
Rédaction d'une compétence déclinée. Le participant détermine les rubriques de son référentiel.

**PARTICIPANTS**  
Responsables ou chargés de développement emploi/formation, responsables GPEC, directeurs et responsables RH, chargés de mission RH/recrutement.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.  
» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

» **La démarche compétences**

- Le panorama des compétences.
- Cerner tous les enjeux de la démarche compétence.
- Faire le lien avec les métiers.
- Les différents outils de gestion des compétences et leurs liens : profil de poste, fiche de fonction...
- Identifier les compétences techniques et comportementales d'un métier.
- Faire la différence entre la compétence et le potentiel.

**Travaux pratiques** Répondre à un outil de gestion de projet pour déterminer les enjeux de cette démarche.

» **L'organisation et la mobilisation des acteurs**

- Organiser son projet dans le temps.
- Introduction à la mise en place du référentiel.
- Lister et planifier les différentes étapes.
- Créer des groupes de travail. Identifier les personnes concernées et rôle de chacun.
- Constituer un comité de pilotage.
- Faire valider le référentiel et sélectionner les valideurs.

**Travaux pratiques** Planning prévisionnel des grandes étapes.

» **Comment faire un référentiel de compétences ?**

- Distinguer les différents référentiels : métier, emploi, compétences...
- Le rôle et l'utilité d'un référentiel de compétences.
- Donner du sens à son référentiel.
- L'utilisation du référentiel : mobilité, recrutement, l'évaluation des compétences, la formation.

- Etablir la cartographie des fonctions et des métiers de l'entreprise.
- Mettre en place un outil accessible et pertinent : l'importance d'une vision systémique et raisonnable du projet.
- Rédiger les compétences avec des verbes d'action.

**Travaux pratiques** A quoi peut ressembler mon référentiel compétence ? Analyse à partir de cas concrets.

» **Rédiger des fiches emplois : méthode**

- Connaître les différents modèles de fiches.
- Identifier les éléments clés d'une description.
- Décrire les emplois et extraire la compétence.

**Travaux pratiques** Rédaction d'une fiche emploi.

» **Expliquer et faire vivre son référentiel de compétences**

- Communiquer, impliquer et faire adhérer les managers.
- L'importance de l'appropriation des référentiels par les collaborateurs.
- Suivre et mettre à jour son référentiel afin qu'il ne soit pas obsolète dans les mois qui suivent sa création.
- Expliquer les avantages de ce référentiel afin qu'il devienne un outil avec du sens.

**Travaux pratiques** Jeu en équipe sur la communication du référentiel.

Ce stage vous apprendra à maîtriser la problématique de sécurisation des parcours professionnels (SPP). Vous verrez les obligations et les opportunités RH liées à la SPP, comment identifier les acteurs concernés et les éléments nécessaires à un déploiement efficace de la SPP au sein de votre organisation.

## » Réglementation et contexte juridique

- Dispositif législatif de formation tout au long de la vie.
- Se construire une représentation globale des besoins de sécurisation des parcours professionnels (SPP).
- Esprit de la démarche, obligations légales, etc.
- Notion de flexicurité. Préoccupation européenne de SPP.
- Les principaux rapports gouvernementaux français.

**Exercices** Lecture et interprétation de textes européens et français.

## » Les acteurs et les instances

- Identifier les interlocuteurs de la SPP. Les enjeux.
- Découvrir le Fonds Paritaire de Sécurisation des Parcours Professionnels (FPSPP), ses responsabilités et missions.
- Les acteurs publics de la SPP et leur rôle.
- Comprendre la complémentarité des actions.

**Echanges** A partir de l'évocation des principaux interlocuteurs en matière de gestion SPP, débattre pour appréhender ses propres contextes et contraintes.

## » Les différents registres d'action

- Identifier les différents acteurs de la SPP dans l'entreprise et les registres d'action.
- Sécurisation du corps au travail, des transitions, des évolutions, des perspectives.
- Engager une démarche de diagnostic de la SPP.

**Exercices** Les outils de diagnostic pour identifier le niveau de préoccupation de la SPP dans sa propre organisation.

## » Assurer la sécurité du corps au travail

- Comprendre le lien entre sécurité du corps au travail et sécurisation des parcours professionnels.
- Assurer les pratiques légales : visites médicales, services de santé, prévention, dépistage, etc.
- Prévenir les situations problématiques.
- Gestion des accidents du travail et maladies professionnelles, suivi en collaboration avec le CHSCT.
- Prévenir les risques psychosociaux.

**Exercices** Construire un dispositif de communication interne en matière de risques psychosociaux.

## » Assurer la sécurité des évolutions professionnelles

- Harmoniser les outils RH au service de la sécurisation des transitions professionnelles.
- L'enjeu de la mobilité professionnelle.
- L'usage des référentiels métiers, compétences...
- Les principaux entretiens professionnels pour la SPP.
- La formation professionnelle au service de la SPP.
- Au-delà du contrat de travail, animer la gestion des ruptures avec le souci de la SPP.

**Exercices** Diagnostiquer le niveau de sécurisation des parcours professionnels dans sa structure et identifier les choix stratégiques qui s'imposent.



Exercices pratiques

Réf :	SPP
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 2-3 fév./27-28 avril 2015 22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables Formation, Recrutement, Ressources Humaines. Gestionnaires de carrière et de formation. Conseillers en orientation professionnelle. Dirigeants PME. Managers de proximité.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Les outils d'orientation professionnelle

Se préparer à la gestion de l'accompagnement des projets professionnels des collaborateurs. Approfondir sa connaissance des différents outils d'orientation professionnelle. Se doter d'une méthodologie structurée et efficace d'orientation professionnelle.

## » Identifier les enjeux stratégiques de l'orientation professionnelle

- Connaître les risques associés à une non-prise en charge de l'orientation professionnelle.
- Orienter la gestion des RH vers la gestion prévisionnelle des compétences.
- Positionner la fonction RH comme un Business Partner des managers.

**Travaux pratiques** Partage d'expérience.

## » Cerner les implications organisationnelles de ces enjeux

- Comprendre les interactions métier entre recrutement, formation, gestion des compétences, des carrières, des potentiels.
- Distinguer et anticiper les impacts organisationnels et les impacts en termes de gestion des ressources.

**Travaux pratiques** Débat sur les avantages et les inconvénients des différentes organisations types.

## » Découvrir les différents outils d'accompagnement

- Bilan de compétences, VAE, Passeport formation, DIF, CIF.
- Le compte personnel de formation (CPF) : opérationnel à partir du 1er janvier 2015.
- La réforme de la formation professionnelle et l'entretien professionnel.
- Construire une offre d'orientation professionnelle cohérente.

**Travaux pratiques** A partir d'éléments stratégiques de différentes entreprises (banque, services), les participants élaboreront une offre globale d'orientation professionnelle à l'usage pratique des gestionnaires RH.

## » Organiser la gestion des parcours professionnels

- Communication directe : préparer une information synthétique et l'optimiser via les outils de communication interne.
- Communication indirecte : intégrer les managers dans le dispositif par une mobilisation adaptée.
- Accompagner le montage individuel des dossiers.
- Gérer la relation avec les organismes financeurs partenaires.
- Assurer le suivi des actions mises en œuvre.

**Travaux pratiques** Partage d'expériences et débat entre les participants sur les différentes situations professionnelles rencontrées.

## » Mise en place d'un plan d'action

- Construire une offre d'accompagnement professionnel.
- Etablir un tableau de bord de suivi.

**Travaux pratiques** Etude de cas pratiques fournis par l'animateur mais également à partir des situations d'entreprise identifiées par les participants.



Exercices pratiques

Réf :	BVD
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Séquences de découverte, apports de connaissances, cas pratiques, partages d'expérience.

## » PARTICIPANTS

Responsables Formation, Recrutement, Ressources Humaines, gestionnaires de carrière et de formation, conseillers en orientation professionnelle.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra d'accompagner les candidats à une Validation des Acquis de l'Expérience (VAE). Il vous montrera comment les aider à identifier le diplôme à valider, passer l'étape du livret 1, formaliser leurs expériences et compétences pour rédiger le livret 2 en vue d'une présentation optimale devant le jury.



Réf :	A AE
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 2-3 avril/ 15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices pratiques. Travail sur des exemples de livret 1 et livret 2. Mise en situation de recherche de diplôme.

**PARTICIPANTS**  
Responsables Ressources Humaines, consultants en Ressources Humaines.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Connaître le fonctionnement de la VAE**

- Historique de la démarche VAE, cadre légal et conditions d'accès à l'obtention de diplôme.
- Savoir identifier les certificateurs.
- Utiliser, dans le cadre d'une démarche VAE, les différents référentiels.
- Trouver les moyens d'identifier les diplômes.
- Identifier les différentes possibilités de financements.
- Connaître son rôle et adopter une posture de consultant dans l'accompagnement.

**Travaux pratiques** Présentation.

**» Accompagner la VAE**

- Les trois étapes de la VAE.
- La méthodologie de l'accompagnement.
- L'accueil du candidat : identification de son projet.
- La présentation de la démarche et de la durée.
- L'identification du diplôme.
- Les compétences, connaissances et savoir-être.
- Comment accompagner le bénéficiaire ?

**Travaux pratiques** Travail sur poste informatique pour identifier les diplômes.

**» Obtenir la recevabilité avec le livret 1**

- Rédiger le livret 1 : démarche et objectif.
- Obtenir la recevabilité : trucs et astuces.
- Identifier ses compétences et les rapprocher du référentiel.
- Répertorier ses connaissances à travers les diplômes et les formations.

- Connaître les différentes étapes, les attentes du jury en termes de rédactionnel.
- Présentation du livret 1.

**Travaux pratiques** Cas pratiques et mises en situation. Présentation de livrets 1.

**» Rédiger le livret 2 : la biographie professionnelle du candidat**

- Le livret 2 : présentation de la démarche et de l'objectif.
- Présenter son organisation : entreprise ou association.
- Décrire son emploi.
- Présenter ses compétences en lien avec le référentiel.
- La méthode rédactionnelle et les attentes du jury.
- La présentation du livret 2 : illustration, annexes et glossaire.

**Travaux pratiques** Mise en situation et cas pratiques. Présentation de livrets 2. Travail sur la méthodologie.

**» Se préparer à l'oral devant le jury**

- La composition du jury et durée de l'épreuve.
- Les attentes du jury.
- La présentation de son parcours et de son projet professionnel.
- Les questions/réponses avec le jury.
- La décision du jury.

**Travaux pratiques** Mise en situation à l'aide d'une méthodologie d'entraînement à l'oral.



Pour comprendre quels types d'actions privilégier pour mener une démarche d'égalité homme/femme, il est indispensable de connaître les obligations légales en la matière. Cette formation vous donnera les clés pour intégrer une politique d'égalité et de mixité professionnelle dans une démarche «mainstreaming».



Réf :	H FT
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 23-24 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Présentation interactive, études de cas animées et suivies en groupe avec des discussions collectives.

**PARTICIPANTS**  
Responsables des Ressources Humaines, représentants du personnel.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Dresser un état des lieux des inégalités Femme/Homme**

- La réalité des inégalités Homme/Femme dans le monde professionnel.
- La comparaison des inégalités en Europe et dans le monde.
- Comment sont construites les inégalités Homme/Femme dans la société ?
- Comprendre et distinguer les concepts clés : parité, égalité, mixité, discrimination directe/indirecte et positive...
- L'avantage d'obtenir le label égalité.
- Comment l'obtenir et avec quel bénéfice pour l'entreprise et ses salariés ?

**Travaux pratiques** Exemples de la différence de compréhension des concepts clés de la mixité, parité, discrimination, etc., entre les différents pays.

**» Connaître les obligations légales pour être en conformité**

- Vos obligations et responsabilités ; les fondamentaux législatifs français à retenir.
- Maîtriser l'essentiel du cadre législatif européen.
- Connaître les nouvelles obligations au regard de la loi ainsi que le calendrier : rappel des échéances.
- La loi sur les quotas dans les conseils d'administration.
- Connaître les sanctions et les risques encourus. La jurisprudence.

**Travaux pratiques** Analyse des exemples, études de cas et discussion collective.

**» Identifier la différence entre discrimination et harcèlement**

- Comment définir et identifier le harcèlement et la discrimination ?
- Prévenir c'est agir : sensibiliser les collaborateurs et faire reculer les discriminations.
- Cartographier les actions à mettre en place dans votre entreprise.
- La procédure d'investigation des allégations sur la non-conformité.

**Travaux pratiques** Discussion collective, cartographie de besoins.

**» Réaliser un état des lieux «égalité professionnelle»**

- Sélectionner les indicateurs les plus pertinents en fonction de la taille de l'entreprise, son secteur et ses objectifs.
- Appliquer la mixité professionnelle dans une démarche «mainstreaming».
- Connaître les indicateurs obligatoires.
- Construire un Rapport de Situation Comparée (RSG) : difficultés potentielles pour la construction du rapport.
- Faire un diagnostic pour sa propre entreprise.

**Travaux pratiques** Partage d'expériences.

# Repérer et développer les talents et potentiels pilote la démarche



Identifier les enjeux stratégiques associés à la gestion des hauts potentiels et les talents de l'entreprise. Connaître les différentes démarches d'évaluation objective du potentiel. Apprendre à orchestrer le développement et la fidélisation des hauts potentiels.

## » Identifier les enjeux stratégiques de la fonction

- Savoir anticiper les changements stratégiques.
- Orienter la gestion des RH vers la gestion des compétences stratégiques.
- Positionner la fonction RH comme un business partner.

## » Distinguer les concepts associés aux notions d'évaluation et de potentiel

- Distinguer les concepts de ressources, hommes et compétences-clés, performance et potentiel.
- Connaître les différentes pratiques actuelles en matière d'identification de potentiels et de talents.

**Travaux pratiques** Partage d'expérience et débat sur les avantages et inconvénients des différentes pratiques.

## » Savoir identifier les ressources stratégiques

- Construire les référentiels et les adapter en fonction des compétences.
- Créer une grille de repérage des potentiels, hauts potentiels et des talents.

## » Organiser le processus : gestion transverse et communication

- Choisir la stratégie de communication interne et de mobilisation.
- Impliquer les managers au sein du processus de développement RH.

**Travaux pratiques** A partir d'éléments stratégiques d'une entreprise, les participants identifieront les ressources-clés.

## » Animer le processus : conduire la revue de potentiel

- Préparer l'animation : qui pilote, quels documents ?
- Apprendre à mener une revue de potentiel.
- Identifier les modalités d'entretien spécifiques.

## » Développer les hauts potentiels et attirer les talents

- Connaître les spécificités de ces profils.
- Distinguer les potentiels des hauts potentiels et des talents.
- Bâtir des parcours professionnels individualisés.
- Proposer suivi managérial et plan de formation.
- Capitaliser et transférer les connaissances.

**Travaux pratiques** Les participants détermineront les étapes, outils, acteurs, méthodes et calendrier d'une revue de potentiel.

## » Fidéliser les potentiels et les talents

- Donner de la visibilité et de la perspective.
- Choisir des systèmes de rémunération adaptés.
- Identifier les motivations des jeunes au travail.
- Favoriser la diversité, la non-discrimination, le management intergénérationnel ...

**Travaux pratiques** A partir d'un profil donné, les participants dessineront les parcours idéaux.



Réf :	HAP
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 23-24 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

DRH, RRH, responsables Emploi, Mobilité, Carrières, responsables GPEC, dirigeants.

### » PREREQUIS

Séquences de découverte, apports de connaissances, cas pratiques, partages d'expérience.

# Transférer les compétences dans l'entreprise



Ce stage vous permettra de faire un point sur les compétences essentielles au sein de votre entreprise et de trouver des solutions pour les transmettre. Vous identifierez les enjeux de la mise en place d'une démarche compétences avec les outils et les personnes qui peuvent transmettre les compétences de l'entreprise.

## » Identifier les compétences transférables

- Connaître les différentes compétences.
- Développer l'employabilité.
- Les différents outils de gestion des compétences et leurs liens : profil de poste, référentiels.
- Identifier les compétences techniques et comportementales d'un métier.
- Faire la différence entre la compétence et le potentiel.
- Les compétences spécifiques aux managers : le management direct et le management transversal.

**Travaux pratiques** Analyses de compétences métiers.

## » Transmettre les compétences par la formation

- Mettre en place et développer la formation interne.
- Créer une université d'entreprise.
- Définir un projet professionnel des collaborateurs.
- Utiliser tous les leviers de la formation professionnelle.
- Exploiter les entretiens professionnels et le bilan d'étape professionnel.

**Travaux pratiques** Planning prévisionnel des grandes étapes pour développer les compétences avec les participants.

## » Anticiper les besoins ponctuels en formation

- Utiliser les plans de remplacement.
- Gérer le remplacement ponctuel d'un collaborateur.
- Mettre en place des fiches de fonction.
- Créer des outils pour favoriser le transfert : book, réorganisation du bureau...

**Travaux pratiques** Création de fiches emplois.

## » Gérer la connaissance : le knowledge management

- Qu'est-ce que la gestion de la connaissance ?
- Le rôle de l'intelligence économique.
- Les outils internes : bases de données, intranet, livret d'accueil...
- Les bienfaits du travail collaboratif.

**Travaux pratiques** A quoi pourrait ressembler la gestion de la connaissance dans mon entreprise ? Analyse à partir de cas concrets.

## » Accompagner le transfert de compétences

- Les missions des managers.
  - Le management des compétences.
  - L'organisation du service ou du projet.
  - La délégation : quoi déléguer et comment déléguer ?
- Travaux pratiques** Mise en situation d'entretien de délégation.

## » Mettre en place des actions de tutorat

- Le rôle du tuteur. Le portrait robot du tuteur. A quel moment a-t-on besoin d'un tuteur ?
- La formation et le tutorat : que dit votre accord senior ?
- Quelles sont les aides de votre OPCA à ce sujet ?
- Mettre en place des formations de tuteur, communiquer sur le tutorat.

**Exercices** Jeu sur les bénéfices du tutorat.



Réf :	NIO
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 5-6 fév./7-8 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas. Rédaction d'un projet de compétences. Rétro-planning des actions à mener. Jeu sur les avantages du tutorat.

### » PARTICIPANTS

Collaborateurs des ressources humaines. Tuteurs amenés à gérer des compétences. Seniors qui souhaitent anticiper leur seconde partie de carrière.

### » PREREQUIS

Expérience en entreprise.

Faire un point au sein de son entreprise pour mener une véritable politique de mobilité interne, la préparer et la faire vivre. Identifier les enjeux d'une démarche mobilité. Mettre en place les outils pertinents, tout en veillant aux contraintes légales. Utiliser les outils de la formation et de la GPEC.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : OMI

Durée : 2 jours

Paris 12-13 nov. 2014  
29-30 janv./ 5-6 mars 2015  
12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Rédaction d'un outil de projet pour appréhender la démarche. Jeux de rôle sur l'entretien de mobilité. Planning des grandes étapes du projet.

---

**PARTICIPANTS**

Collaborateurs des Ressources humaines amenés à gérer la mobilité, les compétences, la GPEC, la formation et la gestion des carrières. Tuteurs fonctionnels ou opérationnels.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Mener une véritable politique mobilité**

- Mobilité et promotion.
- Qui est concerné ? Juniors et seniors ?
- Le cycle de vie d'un collaborateur à un poste.
- La mobilité sur le site ou à l'international.

**Travaux pratiques** Jeux sur les avantages de la mobilité dans son entreprise.

**» Connaître les aspects juridiques de la mobilité**

- La période d'essai et la période probatoire.
- Le lien avec la politique de rémunération et l'égalité salariale.
- La cohérence des statuts.

**Travaux pratiques** Quiz sur les connaissances juridiques.

**» Mettre en avant l'évolution interne et utiliser la GPEC**

- L'évolution horizontale et verticale dans un service.
- Panorama des outils internes : charte de la mobilité, intranet...
- Quelles compétences ? A quel niveau ?
- Les compétences transférables, à développer.
- Les informations utiles lors de l'entretien annuel.
- Le référentiel de compétences et le référentiel métier.

**Travaux pratiques** Cadrage du projet ou de certaines phases du projet mobilité interne, à l'aide d'une méthodologie éprouvée. Mise en évidence des enjeux du projet.

**» Comprendre les projets et le rôle de chaque acteur**

- Les motivations véritables des salariés. Ce qu'ils attendent d'un poste et d'un manager.
- L'équilibre vie personnelle et vie professionnelle.
- Les compétences préférées.
- Les leviers de la formation professionnelle pour accompagner la mobilité.
- L'entretien professionnel, le bilan d'étape professionnel, le Passeport formation...
- Le rôle des différents acteurs : la direction, la DRH et les gestionnaires de carrière, les managers.

**Travaux pratiques** Jeu de rôles sur la découverte des motivations lors d'un entretien de mobilité.

**» Accompagner les changements**

- Développer le tutorat. Mettre en place "vis ma vie".
- Les différentes phase du changement et les types de comportements (alliés, déchirés, indifférents, opposants.)
- Communiquer sur les mobilités.
- Les acteurs qui peuvent accompagner ce projet.

**Travaux pratiques** Réflexion sur le contenu d'un guide sur la mobilité.

**» Suivre la mobilité**

- Accompagner le départ du collaborateur à un poste.
- Préparer l'intégration à un nouveau poste.
- Que faire en cas de refus de mobilité ?

**Travaux pratiques** Planning prévisionnel des grandes étapes pour développer et suivre les mobilités internes.



# Conduire un entretien de mobilité interne

L'entretien d'orientation constitue un moment clé dans la construction du parcours de carrière des collaborateurs. Ce stage vous permettra de positionner cet échange, d'acquérir des techniques et une méthodologie efficace, et de vous approprier les outils spécifiques pour gérer l'orientation des collaborateurs.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : EMI

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
8-9 janv./23-24 mars 2015  
26-27 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Etudes de cas, simulations d'entretiens suivies de debriefing collectif, retours d'expériences.

---

**PARTICIPANTS**

Responsables RH, responsables et chargés de mobilité interne, de développement RH, de missions RH, gestionnaires et conseillers de carrières, conseillers d'orientation.

---

**PREREQUIS**

Connaissances de base de la GRH.

**» Comprendre la place de l'entretien d'orientation dans la mobilité interne**

- Les différentes formes de mobilité interne.
- Les enjeux et conditions de réussite d'une politique de mobilité.
- Les différents types d'entretiens de mobilité interne.
- L'entretien d'évaluation, l'entretien professionnel, conseil en gestion de carrières.

**» Orienter les collaborateurs dans l'entreprise**

- Connaître les objectifs et les moyens de sa mission.
- Cerner le rôle et le périmètre du conseiller RH.
- Acquérir des outils pour structurer la démarche.
- Utiliser les fiches d'informations, un guide d'entretien, des fiches de synthèse et un plan d'action.

**Travaux pratiques** Simulations d'entretiens : les participants se mettent à la place de leurs collaborateurs et préparent pendant une heure leur positionnement pour l'entretien.

**» Accompagner les changements liés à la mobilité**

- La représentation du changement : une question de filtre.
- Identifier les différentes étape du changement dans le temps : choc, remise en question, remobilisation, engagement.
- Mettre à jour et traiter les principaux freins au changement.
- Etablir la balance coût/bénéfice du changement pour le collaborateur.

- Savoir impliquer, engager le collaborateur pour valider un accord.

**Travaux pratiques** Echange collectif.

**» Adapter sa communication**

- Maîtriser les techniques d'écoute active et établir un climat de confiance.
- Faire de l'entretien une opportunité de progrès : l'aider à reprendre confiance en lui, le motiver.
- Savoir formuler un feed-back bienveillant et constructif pour le collaborateur.
- Savoir apporter une réponse claire et adaptée aux collaborateurs quelle que soit leur situation.

**Travaux pratiques** Exercices sur les techniques d'écoute et de questionnement.

**» Conduire efficacement l'entretien**

- Déterminer la personnalité et les motivations du collaborateur.
- Décrire ses compétences clés, valoriser ses expériences actuelles et antérieures.
- Repérer les éléments fondamentaux de son projet professionnel.
- Faire le rapprochement entre les caractéristiques personnelles du collaborateur et les opportunités en interne.
- Conclure l'entretien.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'entretiens en appliquant la méthodologie.

Avec la nouvelle loi du 5 mars 2014 relative à la formation, les salariés doivent bénéficier tous les deux ans d'un entretien professionnel sur leur perspective d'évolution professionnelle. Cette formation vous permettra d'en comprendre les enjeux, d'en maîtriser les étapes clés.

## » Comprendre les enjeux de l'entretien professionnel

- L'entretien professionnel dans le paysage RH de l'entreprise.
- Connaître le cadre de la réforme de la formation professionnelle.
- Comprendre le dispositif de formation tout au long de la vie.
- Faire la distinction entre un entretien d'évaluation et un entretien professionnel.

**Exercices** Jeux de questions/réponses sur les points clés. QCM sur la réglementation.

## » Maîtriser les notions clés de l'évolution professionnelle

- Maîtriser le vocabulaire des compétences (connaissances, aptitudes, aptitudes professionnelles...).
- Maîtriser les outils d'analyse des compétences (référentiel de compétences, métier...).
- Comprendre l'utilité des grilles de compétences et savoir les utiliser.
- Connaître les dispositifs et outils d'orientation professionnelle (VAE, passeport formation, DIF, CIF).

**Exercices** Autodiagnostic de compétences. Analyses de différentes situations de demande d'évolution professionnelle.

## » Connaître les quatre temps de l'entretien professionnel

- Savoir dresser un bilan, étudier les besoins et définir

les orientations.

- Suivre les actions engagées à l'issue de l'entretien.
- Adopter une posture adaptée à chaque phase de l'entretien professionnel.
- Savoir utiliser les supports de l'entretien professionnel.

**Exercices** Mise en situation sur chaque temps de l'entretien professionnel.

## » Conduire un entretien professionnel

- Maîtriser les techniques d'écoute active.
- Favoriser le dialogue par les techniques de questionnement.
- Gérer les entretiens professionnels après une longue absence : congé de maternité, maladie, congé sabbatique...

**Exercices** Mise en situation sur la conduite de l'entretien professionnel.

## » Réaliser l'entretien professionnel récapitulatif tous les 6 ans

- Clarifier les notions d'action de formation, progression salariale ou professionnelle.
- Analyser le parcours professionnel du salarié.
- Examiner et vérifier le respect des nouvelles obligations de l'entreprise.
- Construire et élaborer la copie à remettre au salarié.

**Exercices** Création de la copie à remettre au salarié, faire un bilan de parcours professionnel à partir d'exemples.



Réf :	EPR
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 8-9 janv./ 26-27 mars 2015 28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

QCM, entraînement à la conduite d'entretien professionnel à partir de mises en situation, débriefing collectif, partage d'expériences.

### » PARTICIPANTS

DRH, RRH, experts RH devant mener des entretiens professionnels avec leurs collaborateurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Accompagner les futurs retraités

Accompagnement des collaborateurs en prévision de l'établissement de leurs droits à la retraite. Connaître les droits au régime de base et le fonctionnement des caisses complémentaires. Calcul des droits du bénéficiaire et du conjoint survivant. Communiquer sur l'avenir : retraite progressive et cumul emploi-retraite.

## » Connaître les nouveaux droits des salariés en matière de retraite

- Principaux régimes de retraite et leurs spécificités.
- Différence entre mise et départ à la retraite.
- Ages clés de la retraite.
- Dispositif « carrière longue ».
- Départ anticipé à la retraite pour pénibilité.

**Exercices** Quiz pour tester les connaissances des participants en matière de retraite.

## » Comprendre le système de retraite de base

- Conditions d'ouverture des droits à la retraite.
- Calcul du montant de la pension.
- Surcote de la pension.
- Droits du conjoint survivant.

**Exercices** Rechercher des informations à partir d'un relevé de carrière du régime général. Estimer le montant de pensions.

## » Décrypter le régime de retraite des fonctionnaires

- Conditions d'ouverture des droits à la retraite : âge de la retraite, trimestres requis...
- Bonification de trimestres.
- Taux de liquidation. Décote et surcote.

**Exercices** Evaluer le montant de pensions.

## » Appréhender le régime des caisses complémentaires

- Principe du système par points.

- Calcul de l'allocation complémentaire.
- Obtenir sa retraite complémentaire sans minoration.
- Retraite complémentaire des cadres supérieurs.
- Droits du conjoint survivant.

**Exercices** Estimer le montant de la pension des retraites complémentaires.

## » Procéder au paiement des pensions de retraite

- Retraite de base. Retraite complémentaire.
- Cotisations sociales sur les pensions de retraite.

## » Orienter ses collaborateurs dans leurs démarches administratives

- Les documents indispensables : bulletin de paie, relevé de carrière, de points et de situation individuelle.
- Recensement des différents interlocuteurs et planification des démarches.
- Recours en cas de contestation sur le montant de la pension.

**Exercices** Quiz : rechercher des erreurs dans un relevé de situation individuelle.

## » Retraite et activité professionnelle

- Retraite progressive ou à temps partiel.
- Cumul emploi-retraite.
- Statut auto-entrepreneur. Portage salarial.
- Se mettre à son compte et savoir choisir son statut.

**Exercices** Quiz : analyser des projets de futurs retraités et apporter des propositions.



Réf :	FUT
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Quiz, études de cas, exercices de calcul, échanges interactifs.

### » PARTICIPANTS

Toute personne en charge de conseiller et d'accompagner des collaborateurs dans leurs démarches de départ à la retraite.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Formation : Pilotage et animation

## »» Pilotage de la formation »

**Intégrer et former les nouveaux collaborateurs**  
3 j - IFN - p.249

**Les outils d'orientation professionnelle**  
2 j - BVD - p.251

**Accompagner avec efficacité les candidats à la VAE**  
2 j - AAE - p.252

**Actualités sur les dispositifs de formation professionnelle **Nouveau****  
1 j - FIP - p.259

**Mettre en place une politique formation performante**  
2 j - RFP - p.259

**Best** **Analyser les besoins en formation**  
2 j - ABF - p.260

**Construire et piloter son plan de formation**  
2 j - PLF - p.260

**Évaluer les actions de formation**  
2 j - AFO - p.261

**Best** **Assistant(e) formation, le métier**  
2 j - ASF - p.493

Depuis plus de 38 ans, Orsys partage son expertise en conception, pilotage, organisation et animation de formations professionnelles. Les cursus Orsys mettent à disposition de tous les acteurs de ce domaine des méthodes et outils éprouvés et novateurs.

## »» Formation de formateurs »

**PowerPoint 2013, créer vos documents et présentations**  
2 j - PDP - p.520

**Best** **Concevoir des contenus et supports de formation**  
2 j - CCS - p.262

**Best** **Formation de formateurs occasionnels**  
2 j - FOC - p.262

**Best** **Formation des formateurs **F****  
2 j - MOF - p.263

**Formation de formateurs, perfectionnement **F****  
2 j - FAT - p.263

**Gérer les situations difficiles en formation**  
2 j - FDI - p.264

## »» Méthodes pédagogiques : tutorat, classe virtuelle, jeux... »

**Animer une classe virtuelle**  
2 j - ACV - p.264

**Best** **Bien réussir dans votre fonction de tuteur**  
3 j - FOT - p.265

**Diversifier votre panoplie pédagogique**  
2 j - POE - p.265

**Ludopédagogie, concevoir et animer des formations par le jeu**  
2 j - SGA - p.266

## »» e-learning »

**Conduire un projet e-learning**  
2 j - COL - p.266

**Intégrer les MOOC dans un dispositif de formation continue **Nouveau****  
1 j - OMO - p.267

**Concevoir et réaliser un contenu e-learning **Nouveau****  
3 j - ULE - p.267

**Adobe Captivate 7, créer des contenus e-learning interactifs **Nouveau****  
2 j - VAT - p.268

**Articulate Storyline, créer des contenus e-learning interactifs **Nouveau****  
2 j - ATI - p.268

**Intégrer les Serious Games dans les actions de formation **Nouveau****  
2 j - ISG - cf@

256

## »» Cycle Certifiant



**RESPONSABLE FORMATION »** 11 j. - KFO - p.257

» composition du cycle

RFP 2j, p.259/ABF 2j, p.260/AFO 2j, p.261/PLF 2j, p.260/PSO 2j, p.233

» journée de certification

KQX

## »» Cycle Certifiant

**FORMATEUR PROFESSIONNEL »** 9 j. - KOF - p.258

» composition du cycle

MOF 2j, p.263/CSS 2j, p.262/FAT 2j, p.263/FDI 2j, p.264

» journée de certification

KXX

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.

# Cycle certifiant Responsable formation en entreprise certificat professionnel FFP



Pour optimiser votre efficacité de responsable formation, vous apprendrez à analyser les besoins de formation des salariés de votre entreprise, à construire et à piloter un plan de formation et à mesurer l'efficacité dans le respect des dispositifs législatifs en vigueur. Vous apprendrez également à vous positionner pour réussir vos négociations sociales, lors de la présentation du plan de formation, à identifier le rôle de chaque acteur et à connaître la nouvelle réglementation, les enjeux de la négociation sociale, pour anticiper les conflits et mener à bien la négociation.

## Le responsable formation : partenaire du développement

### » Identifier les acteurs clés de la formation

- Internes : partenaires sociaux, managers...
- Focus sur l'assistant(e) de formation : rôle, mission.
- Externes : OPCA, organismes de formation...

### » Définir une politique de formation

- Comprendre les enjeux et changements de l'entreprise.
- Tenir compte des obligations et de l'engagement de l'entreprise en matière de formation.

### » Choisir le dispositif de formation le plus approprié

- Présentation des différents dispositifs.
- Avantages et points de vigilance.

### » Construire et présenter le plan de formation

- Obligations légales.
- Contenu du plan : objectifs, priorités, budget.
- Valoriser son plan de formation auprès des acteurs.

### » Mettre en place une démarche qualité

- Principaux indicateurs du tableau de bord.
- Méthode d'analyse de qualité (STAR).
- Améliorer l'efficacité des actions.

## Analyser les besoins de formation

### » La nécessité de procéder à l'analyse des besoins

- Comprendre les changements de l'organisation.
- Transformer le système de classification du personnel en une véritable gestion de développement de carrière.
- Arguments en faveur d'une formation plus importante.

### » S'approprier les trois niveaux d'analyse des besoins

- Identifier le niveau individuel.
- Identifier le niveau de l'entreprise (ou de l'unité).
- Identifier le niveau stratégique.

### » Identifier les outils ou supports possibles

- Utiliser les questionnaires et les entretiens collectifs.
- Utiliser les entretiens individuels.
- Utiliser les tests individuels.

## Elaborer le plan de formation

### » Identifier les dispositifs

- Le plan de formation, le DIF, le CIF.
- La période et le contrat de professionnalisation.
- Les dernières évolutions législatives. Comment les utiliser pour renforcer sa politique de formation ?

### » Construire un plan de formation

- Prendre en compte la GPEC dans le plan de formation.
- Traiter les demandes individuelles : DIF, CIF, VAE.
- Les autres modalités d'apprentissage.

### » Elaborer et valider le cahier des charges

- Avantages et limites du cahier des charges.
- Les rubriques essentielles et les pièges à éviter.
- Définir les objectifs d'une formation. Faire appel à un formateur interne ou externe.
- Sélectionner et tester les organismes de formation.

### » Préparer la mise en œuvre du plan de formation

- Responsabiliser les parties prenantes.
- Planifier la mise en œuvre du plan.
- Construire les processus et outils d'évaluation.

### » Communiquer et gérer les démarches qualité

- Communiquer avec les dirigeants pour valoriser votre activité de formation.
- Connaître les indicateurs de base de gestion de la formation. Externaliser la gestion.
- Quels sont les "référentiels qualité" applicables ?

## Evaluer les actions de formation

### » Adapter le dispositif d'évaluation à la formation

- Evaluer le déroulement de l'action de formation.
- Analyser les comportements professionnels en situation de travail.
- Mesurer les effets sur le fonctionnement de l'organisation.

### » Intégrer l'évaluation dans le processus de formation

- Construire l'évaluation en même temps que l'élaboration de la formation.
- Mesurer les résultats de l'action de formation.
- Analyser les écarts entre résultats et objectifs.
- Mettre en place des actions correctives.

### » Mesurer les impacts des actions et communiquer

- Choisir et mettre en place ces indicateurs et les suivre dans le temps.
- Communiquer les résultats obtenus.
- Valoriser les actions de formation.
- Associer les partenaires métiers, les formateurs et les décideurs dans l'évaluation.

## Négocier avec les partenaires sociaux

### » Les acteurs internes

- Les délégués du personnel, les délégués syndicaux...
- La Délégation Unique du Personnel.
- Le lien entre les acteurs sociaux.
- Le diagnostic de ses relations sociales.
- Rôle du RF avec les représentants du personnel.

### » La loi et les acteurs externes

- Le rôle des syndicats, élection et désignation.
- Les nouvelles règles de représentativité.
- Les droits et devoirs des acteurs institutionnels.

### » Comprendre les enjeux de la négociation sociale

- Les clés de la négociation stratégique.

### » Equilibre entre rentabilité et conditions de travail

- Maîtriser les arguments, les enjeux et les intérêts.
- Les enjeux de ces négociations pour l'entreprise.
- Les outils opérationnels : règlement intérieur du CE, charte sociale...

### » Présenter le PF : phases de la négociation

- Préparer sa négociation. Définir son but.
- Mener les concertations préalables.
- Concevoir son plan de secours.
- Diagnostiquer les rapports de force.
- Salaires, organisation, formation : se préparer.

### » Comment se positionner ?

- Savoir adapter son attitude et son élocution.
- Connaître les clés de la négociation stratégique.
- Développer son ouverture à autrui. L'écoute active.
- Avoir une bonne connaissance de soi et des autres.
- Décoder les messages et les revendications.



Réf : KFO

Durée : 11 jours

#### Composition du cycle :

réf RFP, 2j, cf p. 259  
réf ABF, 2j, cf p. 260  
réf AFO, 2j, cf p. 261  
réf PLF 2j, cf p. 260  
réf PSO, 2j, cf p. 233  
réf KQX  
3 oct./17 nov./1 déc. 2014  
23 mars/22 juin 2015

Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 4 620 € HT (prix 2014)  
option full include  
soit environ 30% de remise include

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

#### » PARTICIPANTS

Toute personne désirant évoluer vers un poste de responsable de formation.

#### » PREREQUIS

Expérience souhaitable en ressources humaines.

Ce cycle certifiant est destiné à vous apporter les outils et méthodes indispensables à tout formateur. Il vous présentera les bonnes pratiques pour concevoir et animer vos formations et vous montrera comment faire face aux situations difficiles en formation.

## Formation de formateurs

- Etudier la meilleure démarche pour élaborer une action de formation.
- Savoir découper une session en modules intégrant la durée et le type d'activités : pédagogie par objectif.
- Choisir les méthodes appropriées pour une progression pédagogique adaptée : exposé, exercice, mise en situation...
- Construire un exposé pertinent et structuré : plan, contenu, forme.
- Réussir une ouverture et une clôture de stage et sonder les besoins en formation de son public.
- Réguler le groupe grâce à l'écoute, l'empathie et la reformulation. Les règles de structuration du groupe.
- Choisir des supports pédagogiques utiles pendant et après le stage. Manipuler avec aisance les aides visuelles en salle.
- Réaliser un tour de table de fin de stage profitable et élaborer un bilan du formateur.

**Travaux pratiques** Rédaction et validation d'objectifs pédagogiques. Elaboration de supports. Simulations de séance d'animation en vidéo.

## Concevoir une formation, contenu et support

- Adapter la pédagogie au public. Les spécificités de la formation des adultes.
- Calibrer le programme de formation en fonction du contexte et des enjeux.
- Construire le programme à l'aide de neuf questions et développer les activités pédagogiques.
- Structurer les thèmes et le déroulement de la formation. Varier les typologies d'exercices.
- Maîtriser le scénario de séquences et prendre en compte les différentes phases d'apprentissage.
- Sélectionner les exercices à partir de critères déterminés.
- Améliorer vos présentations visuelles pour captiver votre auditoire.
- Appliquer les critères de sélection des supports : pertinence, cohérence, substitution.
- Evaluer une formation : satisfaction, acquisition des compétences, transfert des acquis.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un contenu de formation structuré. Conception d'une grille de séquences. Elaboration de la définition des paramètres de supports pédagogiques. Conception d'une grille d'évaluation de l'acquisition des compétences.

## Formation de formateurs, perfectionnement

- Elargir sa palette d'activités pédagogiques avec les activités de découverte, d'application et de démonstration.
- Identifier et prendre en compte les différents profils d'apprentissage et leurs spécificités.
- Cerner les freins à l'apprentissage et aux changements. Appréhender la formation comme moyen d'implication.
- Surmonter les situations délicates : participants difficiles, absence ou profusion de participation, groupe hétérogène.
- Mettre le groupe dans une dynamique positive et gérer le manque de motivation.
- Maintenir sous contrôle son stress et ses émotions.

- Analyser l'animation de sessions de formation. Evaluer les outils pédagogiques utilisés et prévus lors de la conception.
- Se fixer des objectifs de progrès pour améliorer constamment ses interventions.

**Travaux pratiques** Réalisation de fiches pratiques et mises en situation. Etudes de cas et mise en pratique. Entraînements. Echanges de pratiques et simulations de formations. Création de ses propres outils d'évaluation.

## Gérer les situations difficiles en formation

- Identifier les éléments de la dynamique de groupe : les stratégies des individus. Les cinq phases de la vie d'un groupe.
- Conduire efficacement les participants en repérant leurs représentations et motivations. Se positionner dans son rôle.
- Adapter les activités de la formation aux profils d'apprentissage.
- Repérer rapidement les signes de blocage et recadrer les échanges pour être réactif face aux situations difficiles.
- S'affirmer face au groupe grâce à la méthode D.E.S.C. et prendre position en évitant tout phénomène d'escalade.
- Comprendre les résistances au changement et les affronter avec méthode et diplomatie.
- Prendre en compte les réticences, lever les incompréhensions, savoir défendre le changement.
- Appréhender les comportements possibles pour s'y préparer et réagir au mieux.

**Travaux pratiques** Identifier des erreurs de gestion de groupe en formation : analyser les causes, proposer des réponses adaptées. Adapter le contenu et l'animation d'une formation aux différents styles d'apprentissage des stagiaires. Jeux de rôles avec application de la méthode D.E.S.C. à une situation spécifique.



Réf :	KOF
Durée :	9 jours
<b>Composition du cycle :</b>	
	réf MOF, 2j, cf p. 263
	réf CSS, 2j, cf p. 262
	réf FAT, 2j, cf p. 263
	réf FDI 2j, cf p. 264
Examen	réf KXX
	22 juin 2015
Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.	
Prix :	3 775 € HT (prix 2014) option full incluse soit environ 30% de remise incluse
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Exercices de simulation, études de cas, réflexion en sous-groupes, partage d'expériences.

### PARTICIPANTS

Formateur ou toute personne amenée à former quel que soit le domaine d'intervention.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous propose une démarche pour affiner votre politique formation. Il vous permettra de maîtriser toutes les clés de la réforme de la formation professionnelle afin d'assurer la cohérence entre les orientations stratégiques de l'entreprise et les actions de formation.

## » Connaître les grandes lignes des différentes réformes de la "FP"

- Les enjeux de la formation professionnelle (FP).
- Les principes et les mesures phares de la réforme 2004.
- Les principes et les mesures phares des réformes de 2004 et 2009.
- La dernière réforme de 2013 et 2014 : le CPF, l'évolution du financement et de l'entretien professionnel.

**Travaux pratiques** Quiz sur les leviers de la formation professionnelle avec débriefing collectif.

## » Cartographier les outils existants

- La Validation des Acquis et de l'Expérience (VAE). Qu'est-ce que c'est ? Quelles certifications sont visées ?
- Le bilan de compétences et ses différentes phases.
- Le bilan d'étape professionnel : obligations de l'employeur et du salarié.
- L'outil de pilotage des parcours professionnels. Le cadre légal et le modèle de passeport.
- Le contenu, les avantages et le mode d'emploi du passeport formation.
- Mettre en place un bilan d'étape professionnel.
- Organiser l'entretien professionnel : les étapes.

**Travaux pratiques** Echanges collectifs sur les outils utilisés. Construire son propre passeport formation pour préparer l'entretien professionnel.

## » Piloter le plan de formation

- Le plan de formation : une obligation et un élément central de la politique GRH.
- Le plan de formation : les deux catégories.
- Recueillir et centraliser les besoins en formation.
- L'élaboration du plan de formation : mode d'emploi.
- Le rôle des OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé). Impact des dernières lois.
- Gérer son planning avec ses OPCA.
- Suivre les formations et évaluer ses partenaires.
- Organiser les congés formation : CIF, CVAE, CBC. Les salariés concernés et les conditions.

**Travaux pratiques** Analyser son plan de formation : indiquer les thèmes présents et abordés. Préparer un argumentaire.

## » Gérer le passage du DIF au CPF

- Portabilité du DIF et CPF.
- Analyser les demandes de formation. Formations entrant dans le cadre du CPF.
- Connaître les nouvelles dispositions liées au CPF.
- Mise en œuvre de la période de professionnalisation.

**Travaux pratiques** A quoi peut ressembler mon catalogue de formations ? CPF ? Analyse à partir de cas concrets.



Réf :	FIP
Durée :	1 jour
Paris	24 nov. 2014 30 mars/22 juin 2015
Groupe 1	28 nov. 2014 16 mars/8 juin 2015
Groupe 2	21 nov. 2014 9 mars/15 juin 2015
Groupe 3	14 nov. 2014
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables formation et RRH, managers et chefs de projets formation, chefs d'entreprise, de TPE et PME.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Mettre en place une politique formation performante

Ce stage vous montrera la démarche à privilégier pour construire une politique de formation en lien avec la stratégie et les contraintes économiques et réglementaires. Vous apprendrez par ailleurs à optimiser le budget formation et à évaluer la performance des actions entreprises.

## » Définir une politique de formation

- Comprendre les enjeux et changements de l'entreprise.
- Tenir compte des obligations et engagements de l'entreprise en matière de formation.

**Exercices** Définir une politique de formation (en sous-groupes).

## » Déterminer la contribution des acteurs clés de la formation

- Internes : partenaires sociaux, managers...
- Focus sur l'assistant(e) de formation (rôle, mission et délégation).
- Externes : OPCA, organismes de formation, organismes publics...

**Exercices** Cartographie des acteurs.

## » Analyser les besoins en formation

- Trois niveaux d'objectifs (performance, projet, parcours).
- Méthodologie de recueil et d'étude des besoins.

**Etude de cas** Formaliser les besoins de formation.

## » Savoir choisir le dispositif de formation le plus approprié

- Présentation des différents dispositifs.
- Avantages et points de vigilance.

**Exercices** QCM à compiler.

## » Elaborer et valider le cahier des charges d'une formation

- Rubriques essentielles du cahier des charges.
- Ingénierie, techniques d'animation et outils pédagogiques.

**Etude de cas** Analyser un cahier des charges.

## » Construire et présenter le plan de formation

- Obligations légales.
- Contenu du plan (objectifs, priorités, contenu, pédagogie, budget...).
- Valoriser son plan de formation auprès des acteurs clés.

**Exercices** Construire un argumentaire de présentation d'un plan de formation.

## » Mettre en place une démarche qualité

- Principaux indicateurs du tableau de bord.
- Méthode d'analyse de qualité (STAR).
- Améliorer l'efficacité des actions.

**Exercices** Analyser la performance d'une action de formation et identifier les axes d'amélioration.



Réf :	RFP
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 22-23 janv./23-24 mars 2015 28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

QCM, études de cas, exercices de réflexion individuels et collectifs, discussion/débat.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant se former à la fonction Chargé ou Responsable Formation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# **P** pratique Analyser les besoins en formation

La formation est souvent perçue comme un investissement dans les Ressources Humaines. Pour que cet investissement soit rentable, il faut savoir estimer les besoins. Vous apprendrez à utiliser les principaux outils pour les déterminer et formaliser vos conclusions dans un cahier des charges.

**dif** **Exercices pratiques** **Best**

Réf : ABF  
Durée : 2 jours  
Paris 27-28 nov. 2014  
19-20 fév./16-17 avril 2015  
8-9 juin 2015  
Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Responsable ou chargé de formation, responsable projet formation, responsable d'ingénierie de formation ou pédagogique.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## » Procéder à l'analyse des besoins

- Comprendre les changements auxquels est confrontée l'organisation.
- Transformer le système de classification du personnel en une véritable gestion de développement de carrière.
- Identifier des solutions à des problèmes.
- Fournir les arguments en faveur d'une formation plus importante.

**Exercices** Découverte des arguments plaidant pour la nécessité de procéder à l'analyse des besoins.

## » S'approprier les trois niveaux d'analyse des besoins

- Identifier le niveau individuel.
- Etudier le niveau de l'entreprise ou de l'unité.
- Analyser le niveau stratégique.

**Exercices** Analyser les forces et faiblesses de chacun des trois niveaux.

## » Opter pour l'approche individuelle

- Evaluer les forces et faiblesses des ressources internes.
- Déterminer quel type de population doit suivre telle ou telle formation.
- Approfondir les souhaits individuels de formation.
- Construire le plan de formation individuel du salarié.

**Exercices** Mises en situation de découverte des différentes phases. Analyse des forces et faiblesses de cette approche.

## » Choisir l'approche intégrée ou basée sur la performance

- Etudier un type d'emploi en détail.
- Savoir décrire les missions, tâches et compétences nécessaires par type d'emploi.
- Partir de l'analyse des problèmes notifiés.

**Exercices** Réflexion sur les compétences requises pour un exemple de poste.

## » Analyser avec une approche stratégique

- Donner la priorité aux changements organisationnels.
- Connaître les prévisions en matière d'effectifs.
- Cerner le climat organisationnel.

**Exercices** Mises en situation de découverte des différentes phases. Analyse des forces et faiblesses de cette approche.

## » Identifier les outils et supports possibles

- Utiliser les questionnaires et les entretiens collectifs.
- Valider les besoins lors des entretiens professionnels.
- Exploiter les tests individuels.

**Exercices** Mises en situation de conduite d'un entretien professionnel.

## » Tirer des conclusions de l'analyse

- Formuler et rendre ses conclusions.
- Intégrer les éléments indispensables dans le cahier des charges.

**Exercices** Rédaction de conclusions d'analyse de besoin.

# **P** pratique Construire et piloter son plan de formation

Le plan de formation est un outil stratégique pour le développement de l'entreprise. Il est la traduction de la politique de formation. Après avoir dressé le panorama des dispositifs, vous apprendrez à construire un plan de formation, à élaborer un cahier des charges, à le communiquer et à mesurer son efficacité.

**dif** **Exercices pratiques**

Réf : PLF  
Durée : 2 jours  
Paris 17-18 nov. 2014  
8-9 janv./5-6 mars 2015  
5-6 mai 2015  
Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Responsables formation, RRH, DRH.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## » Identifier les dispositifs d'accès à la formation

- Le plan de formation.
- Le Droit Individuel à la Formation (DIF).
- Le Congé Individuel de Formation (CIF).
- La période et le contrat de professionnalisation.
- Les dernières évolutions législatives.

**Travaux pratiques** Revue de presse.

## » Construire un plan de formation

- Etudier le besoin de formation avec les 3P : Performances, Projets, Parcours.
- Clarifier la différence entre le besoin et la demande.
- Prendre en compte la GPEC dans le plan de formation.
- Traiter les demandes individuelles : DIF, CIF, VAE.
- Les autres modalités d'apprentissage.

**Travaux pratiques** A partir de situations données, recherche du dispositif de formation le plus adapté.

## » Elaborer et valider le cahier des charges d'une formation

- Avantages et limites du cahier des charges.
- Rubriques essentielles d'un cahier des charges.
- Définir les objectifs d'une formation. Faire appel à un formateur interne ou externe.
- Sélectionner, tester et organiser la collaboration avec les organismes de formation.

**Travaux pratiques** Analyse de cahiers des charges.

## » Communiquer et faire valider le plan de formation

- Responsabiliser les parties prenantes.
- Planifier la mise en œuvre du plan.
- Présenter visuellement les tendances et les objectifs.
- Communiquer les informations légalement exigibles.
- Se préparer à la négociation avec le CE.

**Travaux pratiques** Mises en situation d'actions de communication.

## » Evaluer l'action de formation

- Le niveau de satisfaction.
- La mesure et la certification des acquis.
- L'évaluation du transfert en situation de travail.
- L'évaluation des effets.
- L'évaluation du système de formation.

**Travaux pratiques** Construction d'un outil simple pour évaluer le niveau de satisfaction, le transfert de connaissances et les effets en situation de travail.

## » Mettre en place une "démarche Qualité" formation

- Valoriser votre activité de formation.
- Connaître les indicateurs de base de gestion.
- Externaliser la gestion.
- Les "référentiels Qualité" applicables à la formation.

**Travaux pratiques** Construction d'indicateurs et de référentiels.

Les actions de formation représentent un levier majeur pour développer les compétences des salariés. Comment mesurer leur efficacité et mettre en place des dispositifs d'évaluation adaptés ? Ce stage vous montrera comment construire un système d'évaluation qui s'intègre dans le processus global de la formation.

## » Intégrer l'évaluation des actions dans le processus global de la formation

- Construire l'évaluation de la formation en même temps que l'élaboration des actions de formation.
- Définir des objectifs généraux avant même de concevoir une action de formation.
- Elaborer des objectifs pédagogiques afin de pouvoir mesurer les résultats de l'action de formation de façon tangible.
- Mesurer l'écart entre les résultats obtenus et les objectifs fixés.
- Analyser les causes de l'écart. Interpréter les résultats.
- Définir et mettre en place des actions correctives à l'issue d'une action de formation.
- Optimisation du processus d'évaluation.

**Exercices** Mises en situations autour de la définition d'objectifs généraux et pédagogiques. Entraînement à l'analyse des écarts et à la mise en place d'actions correctives.

## » Adapter le dispositif d'évaluation en fonction de l'action de formation

- Vérifier que les prérequis sont respectés en début de formation.
- Réaliser l'évaluation des connaissances et des capacités acquises à l'issue de la formation.
- Evaluer le déroulement de l'action de formation.
- Evaluer les comportements professionnels en situation de travail.

- Mesurer les effets sur le fonctionnement de l'organisation.

**Exercices** Construction d'outils simples pour évaluer les connaissances, le déroulement d'une action de formation, les comportements en situation de travail et l'impact de la formation.

## » Mesurer les impacts des actions de formation et communiquer efficacement

- Choisir des indicateurs pertinents.
- Mettre en place ces indicateurs et les suivre dans le temps.
- Communiquer les résultats obtenus.
- Valoriser les actions de formation.
- Associer les partenaires métiers, les formateurs et les décideurs dans l'évaluation des actions de formation.

**Exercices** Travail en sous-groupes autour du choix et de la mise en place des indicateurs permettant de mesurer les impacts des actions de formation. Exercice sur la mise en œuvre d'un plan de communication.



Réf :	AFO
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 19-20 janv./2-3 avril 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques, mises en situations, partage d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Responsable Formation et toute personne amenée à mettre en place des actions de formation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Point de vue

### •••> Qu'est-ce qu'une entreprise 2.0 ?

Une définition non établie clairement, mais nous sommes tous d'accord sur 3 points :



Romain Rissoan

• **Collaborative** : en interne comme en externe l'esprit de communication et de partage d'informations prend du sens. En interne, pour stimuler l'intelligence collective et utiliser pleinement toutes les ressources de chaque individu. En externe, car la veille sur les concurrents et les acteurs de notre secteur d'activité est primordiale.

• **Transparente** : notamment grâce à la possibilité de communiquer sous anonymat via le web et la facilité que nous apportent les nouveaux médias, tout finit par se savoir. Ainsi, les pratiques inadaptées sont souvent mises à jour. Au quotidien, une entreprise transparente, c'est surtout une entreprise qui dit la vérité à ses salariés sur la raison de ses choix. Et si par ailleurs, elle arrive également à dire la vérité auprès des médias, alors elle est transparente à 100%.

• **Innovante** : la crise que nous traversons étant une crise du changement et plus seulement une crise financière, les entreprises et les organisations doivent innover encore et toujours. C'est d'ailleurs ce qui pose problème aux administrations françaises qui n'ont pas cette culture du changement permanent.

Romain Rissoan est l'auteur de deux livres sur la compréhension et l'optimisation du ROI sur les réseaux sociaux et est actuellement l'auteur d'un tout nouveau livre sur l'entreprise apprenante : La formation professionnelle, nouveaux outils et nouvelles pédagogies. Il est également à l'origine du réseau de formateurs Optédif (une entreprise 2.0 sur la formation).



Réfléchir aux pratiques pédagogiques et aux méthodes didactiques (choix des contenus et modalités de transmission) de la formation des adultes. Elaboration et structuration des programmes, des exercices. Conception des supports visuels et imprimés. Gestion des questionnaires de satisfaction et grilles d'évaluations.



Réf :	CCS
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 8-9 janv./12-13 mars 2015 28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Les exercices permettront de s'entraîner aux techniques de conception de formation.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant élaborer des contenus et des supports de formation.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Connaître les principes de la formation**

- Cerner le rôle pluriel du formateur.
- Les spécificités de la formation des adultes. Adapter la pédagogie à ce public.
- Repérer les représentations limitantes.
- Connaître les quatre phases d'apprentissage.
- Se familiariser avec le rythme ternaire.

**Exercices** Rédiger un contenu de formation structuré selon le rythme ternaire. Analyse en groupe.

**Construire le programme de formation**

- Calibrer le programme en identifiant le contexte et les enjeux de la formation.
- Cerner la demande et les objectifs spécifiques en douze questions.
- Construire le programme à l'aide de neuf questions.
- Développer les activités pédagogiques.
- Utiliser les différentes méthodes pédagogiques.
- Savoir choisir la méthode la plus adaptée au contexte de la demande.
- Structurer les thèmes et le déroulement de la formation.
- Varier les typologies d'exercices.

**Exercices** Elaborer les différentes étapes de conception d'une formation.

**Structurer les contenus**

- Comprendre les concepts évoqués dans les contenus.
- Identifier les prérequis et les vérifier.
- Maîtriser le scénario de séquences.

- Prendre en compte les différentes phases d'apprentissage.
- Prendre en compte le modèle 4MAT dans la formation.
- Choisir les exercices à partir de critères déterminés.

**Exercices** Concevoir une grille de séquences. Echanges. Elaborer des réponses aux quatre questions du modèle 4MAT.

**Concevoir les supports pédagogiques**

- Les différents supports pédagogiques.
- Améliorer vos présentations visuelles.
- Captiver votre auditoire.
- Les critères de sélection des supports : pertinence, cohérence, substitution.

**Exercices** Définir les paramètres de supports pédagogiques liés aux résultats des exercices précédents.

**Evaluer une formation**

- L'évaluation de la satisfaction : questionnaire, actions correctives.
- L'évaluation de l'acquisition des compétences : grille.
- L'évaluation du transfert des acquis : questions, observations.

**Exercices** Concevoir une grille d'évaluation de l'acquisition des compétences. Echanges.



## Formation de formateurs occasionnels

Etre formateur ne s'improvise pas. Avoir des connaissances ne signifie pas pour autant savoir les transmettre. Ce stage vous permettra d'acquérir les outils et méthodes nécessaires pour mener à bien des formations occasionnelles.



Réf :	FOC
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015
Groupe 1	26-27 fév./28-29 mai 2015
Groupe 2	19-20 fév./21-22 mai 2015
Groupe 3	12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Les ateliers permettront de s'entraîner aux techniques de formation, en tenant compte des spécificités liées aux métiers des participants.

**PARTICIPANTS**  
Formateur occasionnel. Toute personne souhaitant transmettre ses connaissances.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Comprendre les principes de la formation**

- Les différences entre tuteur et formateur.
- Le rôle du formateur.
- Les principes de la pédagogie pour adultes.
- Le processus d'apprentissage.
- Les clés d'une formation efficace.

**Travaux pratiques** Entraînements, partage de pratiques, échanges.

**Motiver un adulte à apprendre**

- Les sources de motivation en formation.
- Les points clés dans l'attitude du formateur.
- La prise en compte des résistances au changement.

**Travaux pratiques** Analyse d'exemples vécus par les participants, échanges de pratiques.

**Concevoir la formation**

- Identifier le contexte, les enjeux de l'action.
- Analyser la demande et l'objectif.
- Prévoir les activités pédagogiques.
- Concevoir les supports pédagogiques.
- Prévoir le fil conducteur de la formation : thèmes et déroulement.
- Créer des outils pour les stagiaires : fiches synthèse, études de cas, quiz...

**Travaux pratiques** Etudes de cas réalisées à partir de situations professionnelles.

**Animer la formation de façon claire et vivante**

- Soigner son introduction et la phase de présentation.
- Savoir prendre la parole en public.
- Susciter la participation et l'intérêt.
- Rendre ses explications claires et accessibles.
- Utiliser différents types d'exercices.
- Vérifier la compréhension.
- Evaluer les acquis pendant l'animation.

**Travaux pratiques** Exercices de simulation, analyse des points forts et axes d'amélioration.

**Gérer les situations délicates**

- Repérer les signes de blocage.
- Faire face aux participants difficiles.
- Savoir recadrer les échanges.
- Utiliser le groupe pour avancer.

**Travaux pratiques** Entraînements, partage de pratiques, échanges.

**Evaluer et suivre l'action de formation**

- Evaluer la satisfaction.
- Mesurer l'acquisition des compétences.
- Analyser le transfert des acquis.
- Evaluer le retour sur investissement.

**Travaux pratiques** S'entraîner à conclure une session de formation en utilisant le feedback et les outils d'évaluation.

Ce stage vous montrera comment concevoir, animer et évaluer une formation. Il vous apprendra notamment à développer une progression pédagogique par objectif, et à intégrer pleinement la notion d'empathie dans une action de transfert des savoirs.

## » Construire un objectif pédagogique

- Etudier la meilleure démarche pour élaborer une action de formation.
- Savoir découper une session en modules qui intègrent la durée et le type d'activités : pédagogie par objectif.
- Distinguer les objectifs de formation des objectifs pédagogiques.

**Exercices** Rédaction et validation d'objectifs pédagogiques.

## » Bâtir une progression pédagogique

- Définir une progression adaptée aux objectifs professionnels des participants.
- Repérer et choisir les méthodes appropriées : exposé, exercice en ateliers, mise en situation...

**Exercices** Elaborer la progression et les supports types d'une séance de formation, animer la présentation.

## » Animer un exposé

- Construire un exposé : plan, contenu, forme.
- Comprendre l'importance de la communication non verbale et para-verbale.

**Exercices** Simulations de séance d'animation en vidéo. Chaque participant prépare un exposé et l'anime. Débriefing en groupe.

## » Se présenter et présenter la formation

- Réussir une ouverture et une clôture de stage.
- Endosser les différents rôles du formateur : acteur, psy, animateur TV.

- Donner aux participants "l'envie d'être là".
- Sonder les besoins en formation de son public.

**Jeu de rôle** L'ouverture de stage avec la vidéo.

## » Réguler le groupe

- Faire connaissance avec le groupe : les règles de structuration du groupe.
- Savoir écouter et faire preuve d'empathie.
- Apprendre à reformuler et faire reformuler pour vérifier le degré de progression.
- Gérer les situations délicates : conflits entre participants ou avec le formateur.

**Jeu de rôle** La gestion de la dynamique de groupe avec la vidéo.

## » Utiliser les aides pédagogiques

- Choisir des supports pédagogiques utiles pendant et après le stage.
- Manipuler avec aisance les aides visuelles en salle.

**Exercices** Concevoir et mettre en œuvre des supports.

## » S'approprier les techniques d'évaluation

- Distinguer les notions de satisfaction et d'efficacité d'une formation.
- Comment réaliser un tour de table profitable ?
- Elaborer un bilan du formateur : points incontournables et dimension éthique.

**Exercices** Créer un questionnaire d'évaluation et le tester en direct.



Réf :	MOF
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015 5-6 mai/2-3 avril 2015
Groupe 1	9-10 oct./11-12 déc. 2014 19-20 fév./9-10 avril 2015
Groupe 2	16-17 oct./18-19 déc. 2014 12-13 fév./16-17 avril 2015
Groupe 3	26-27 fév./23-24 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Formateur ou toute personne amenée à former quel que soit le domaine d'intervention.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Formation de formateurs, perfectionnement

Cette formation vous permettra de valider et de renforcer vos compétences de formateur, en tirant parti de vos points forts. Vous aurez ainsi l'occasion d'affiner vos savoirs grâce aux retours d'expériences de vos pairs et prendrez du recul sur votre expérience.

## » Faire le bilan de sa pratique de formateur

- Mode de conception des formations.
- Type de pédagogie.
- Style d'animation.
- Gestion des participants.

**Exercices** Test d'autodiagnostic, entraînements et analyse, échanges de pratiques.

## » Elargir sa palette d'activités pédagogiques

- Les activités de découverte.
- Les activités d'application.
- Les activités de démonstration.

**Exercices** Fiches pratiques et mises en situation.

## » Identifier les différents modes d'apprentissage

- Les différents profils d'apprentissage et leurs spécificités.
- Comment les prendre en compte ?

**Etude de cas** Etudes de cas et mise en pratique.

## » Faire de la formation un vecteur de changement

- Comprendre les résistances au changement et y faire face.
- Identifier les freins à l'apprentissage et aux changements.
- Appréhender la formation comme moyen d'implication des collaborateurs.

**Etude de cas** Etudes de cas et entraînements, échanges en groupes.

## » Faire face aux situations délicates

- Canaliser les participants difficiles.
- Gérer l'absence ou le trop-plein de participation.
- S'adapter à un groupe hétérogène.
- Maintenir sous contrôle son stress et ses émotions.
- Gérer le manque de motivation.
- Mettre le groupe dans une dynamique positive.

**Etude de cas** Echanges de pratiques, simulations de formations, études de cas.

## » Construire des outils d'évaluation

- Mesurer les performances des actions de formation.
- Evaluer les outils pédagogiques utilisés et prévus lors de la conception.
- Analyser l'organisation et l'animation des sessions de formation.
- Savoir mesurer l'acquisition de nouvelles compétences ou connaissances des participants.

**Travaux pratiques** Création de ses propres outils d'évaluation.

## » Se fixer des objectifs de progrès

- Qu'avez-vous appris ?
- Que souhaitez-vous mettre en pratique ?
- Comment allez-vous vous y prendre ?

**Exercices** Travail individuel et échange.



Réf :	FAT
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015 5-6 mai/2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices de simulation, études de cas, réflexion en sous-groupes, partage d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Formateurs. Toute personne amenée à animer des formations.

### » PREREQUIS

Expérience de l'animation de formation et connaissance des techniques de base de préparation et d'animation.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Ce stage vous permettra de mieux appréhender le fonctionnement de la dynamique d'un groupe en formation. Vous apprendrez à adapter votre pédagogie à vos participants, faire face aux situations difficiles et surmonter les résistances.



Réf :	FDI
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 5-6 fév./28-29 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Cas pratiques, jeux de rôles suivis de debriefing collectif, échanges interactifs, retours d'expérience.

**PARTICIPANTS**  
Formateurs, coachs amenés à gérer une dynamique de groupe, formateurs occasionnels, tuteurs. Toute personne souhaitant développer son aisance et approfondir ses techniques relationnelles en formation.

**PREREQUIS**  
Expérience requise en animation de formation.

**» Identifier les éléments de la dynamique de groupe**

- Identifier les stratégies des individus dans le groupe.
- Maîtriser les cinq phases de la vie d'un groupe.
- Mettre le groupe dans une dynamique positive.

**» Conduire efficacement les participants**

- Bien se positionner dans sa fonction de formateur.
- Maîtriser les techniques et les outils pédagogiques.
- Repérer les représentations et les motivations des stagiaires.

**Exercices** Appliquer des règles de conduite au groupe.  
*Identifier des erreurs de gestion de groupe en formation : analyser les causes, proposer des réponses adaptées.*

**» Les différents profils d'apprentissage et leurs spécificités**

- Connaître les quatre phases d'apprentissage.
- Prendre en compte le modèle 4MAT dans la formation.
- Adapter les activités aux profils d'apprentissage.

**Exercices** Adapter le contenu et l'animation d'une formation aux différents styles d'apprentissage des stagiaires. *Elaborer des réponses aux quatre questions du modèle 4MAT. Analyse et échanges.*

**» Etre réactif face aux situations difficiles**

- Repérer les signes de blocage.
- Savoir recadrer les échanges.
- Savoir répondre aux questions difficiles et aux critiques.

- Gérer l'absence ou le trop-plein de participation.
- Prendre en compte l'hétérogénéité du groupe.
- Stimuler la motivation.
- S'affirmer par la méthode D.E.S.C.

**Exercices** *Jeux de rôles : appliquer la méthode D.E.S.C. à une situation spécifique. Analyse et échanges.*

**» Comprendre les résistances au changement et y faire face**

- Identifier les causes de résistance au changement.
- Appréhender les comportements possibles dans un contexte de changement.
- Utiliser le changement comme facteur de progrès.
- Prendre en compte les réticences, lever les incompréhensions, savoir défendre le changement.

**Exercices** *Jeux de rôles : gérer efficacement les résistances des stagiaires. Analyse et échanges.*



Ce stage vous permettra d'identifier les bénéfices et les contraintes de ce mode de formation. Il vous présentera les outils à mettre en œuvre et vous montrera comment préparer et conduire avec succès une classe virtuelle



Réf :	ACV
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Discussions sur les différents concepts, études de cas, simulations et mises en situation mettant en œuvre une plateforme de classe virtuelle.

**PARTICIPANTS**  
Formateur ou toute personne amenée à animer une classe virtuelle.

**PREREQUIS**  
Pas de connaissance particulière.

**» Identifier les bénéfices et les contraintes des classes virtuelles**

- Les dispositifs de formation, présentielle et distancielle, les enjeux.
- Les raisons du développement des classes virtuelles.
- Les différents types de classes virtuelles.
- Le rôle du formateur et la pédagogie des adultes dans les classes virtuelles.
- Les vecteurs de la communication et les contraintes des classes virtuelles.
- La durée des classes virtuelles.

**Travaux pratiques** *Echanges sur les enjeux des classes virtuelles et rôle du formateur. Mise en situation : présentation d'une classe virtuelle.*

**» Utiliser les outils permettant l'animation des classes virtuelles**

- Les formations synchrones ou asynchrones.
- Le téléphone et la voix sur IP.
- Les meetings virtuels et les vidéoconférences.
- Les plateformes de classes virtuelles.

**Etude de cas** *Mise en place d'un dispositif de formation à distance.*

**» Développer une classe virtuelle**

- Les contraintes des classes virtuelles (durée, qualité des échanges, etc.).
- Le choix des méthodes pédagogiques.
- Les classes transmissives et les classes collaboratives.
- La préparation des documents de formation.

**Travaux pratiques** *Réflexion : choix des méthodes pédagogiques. Exercice sur le développement d'un document de formation.*

**» Préparer les travaux pratiques adaptés aux classes virtuelles**

- Les différents types d'exercices pratiques.
- Le travail en direct ou en différé.
- Les outils existants (partage d'écran, chat, etc.).

**Travaux pratiques** *Echanges sur le choix des exercices pratiques. Mise en place de travaux pratiques.*

**» Présenter une classe virtuelle**

- Le démarrage d'une classe virtuelle.
- Le rythme de présentation.
- La bonne utilisation du support et d'outils.
- L'attitude du formateur, la voix, les gestes, le regard.
- La gestion des échanges et les réponses aux questions.
- Le feedback et l'écoute des participants.

**Mise en situation** *Simulation d'animation d'une classe virtuelle.*

**» Conclure une classe virtuelle**

- Les mécanismes d'évaluation des acquis.
- L'évaluation des apprenants et l'atteinte des objectifs.
- Les conditions de réussite des classes virtuelles.
- La mesure de l'efficacité.

**Travaux pratiques** *Echanges sur l'évaluation d'une classe virtuelle. Jeu de rôle : gestion d'un tour de table final.*

Comment intégrer de nouveaux collaborateurs, partager des savoir-faire, développer des compétences ? Ce stage vous permettra d'appréhender les contours de votre mission de tuteur, d'optimiser votre communication pour mieux former, et de mettre en place la progression pédagogique de vos stagiaires.

## » Les caractéristiques du tuteur en entreprise

- Qu'est-ce que le tutorat en entreprise ?
- L'objectivité de l'évaluation (la dimension affective entre tuteur et tuteuré).
- La mission du tuteur et ses enjeux stratégiques.

**Travaux pratiques** Travail sur les représentations, échange de pratiques, réflexion collective.

## » Apprendre des situations de travail

- Qu'apprend-on des situations de travail quand on se trouve soi-même en situation (en tant qu'acteur) ?
- Qu'apprend-on des situations de travail quand on est spectateur de ces situations de travail ?

**Travaux pratiques** Travail sur les représentations, échange de pratique, réflexion collective.

## » L'approche contextuelle du tutorat

- Les difficultés rencontrées.
- Le plan d'action du tuteur.
- La description du métier et du poste de travail.
- Le suivi et l'évaluation du parcours du tuteuré.

**Travaux pratiques** Travail d'analyse des postes de travail de chacun.

## » L'approche pédagogique du tutorat

- La mission tutorale et ses critères d'exigence.
- Les rôles et responsabilités du tuteur : intégration, sécurité, relais.
- Le dispositif de formation et ses acteurs.

**Travaux pratiques** Travail sur les représentations. Réflexion collective.

## » Communiquer pour mieux former et accompagner

- Les types de profils de personnalité.
- Repérer, identifier et s'adapter à l'interlocuteur.
- Les formes efficaces de communication selon les profils.
- La motivation et ses déclencheurs.
- Les trois degrés de stress et les modes de prévention.
- Comment demander un travail à ses collaborateurs ?

**Travaux pratiques** Mises en situation. Analyse de son mode de communication. Travail sur son style de communication.

## » Méthodologie pour un tutorat efficace : concevoir des outils adaptés

- Connaître les stagiaires.
- Préparer l'arrivée du stagiaire.
- Structurer l'accueil du stagiaire et son intégration.
- Construire le parcours dans l'entreprise.
- Analyser les postes de travail.
- Construire une progression pédagogique.
- Préparer des situations de travail formatives.
- Former sur le poste de travail.

**Travaux pratiques** Construction de nombreuses fiches outils adaptées à son champ d'activité de tuteur.



Réf :	FOT
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./1-3 déc. 2014 16-18 mars/29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Construction des premiers outils de tutorat et apprentissage par des mises en situation adaptées à votre contexte de travail.

### » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement au public ayant à exercer un accompagnement pédagogique de stagiaires dans le cadre de leur fonction.

### » PREREQUIS

Apporter si possible des supports présentant les métiers et les postes sur lesquels des stagiaires vont être intégrés.

# Diversifier votre panoplie pédagogique

Ce stage vous montrera comment intégrer les nouvelles technologies dans votre métier de formateur. Vous apprendrez à utiliser ces nouveaux outils (tablettes, Smartphones et nouvelles interfaces utilisateurs) afin de diversifier votre panoplie pédagogique et d'enrichir l'animation de vos formations.

## » Recueillir autrement les attentes des stagiaires

- Utiliser les cartes heuristiques ou cartes mentales.
- Appliquer la méthode Photolangage.
- Utiliser des outils de partage d'écran.

**Exercices** Réflexion collective sur les différentes techniques de recueil des attentes des stagiaires. Utilisation d'une carte mentale avec Freemind.

## » Intégrer de nouvelles technologies

- Interagir grâce à de nouvelles interfaces utilisateurs : Leap Motion, Kinect...
- Faire participer avec un tableau blanc virtuel.
- S'appuyer sur des tablettes.
- Intégrer les technologies de mobile learning.
- Anticiper l'intégration de nouvelles technologies : Google Glasses, montres connectées, représentations 3D...

**Démonstration** Démonstration de tablettes et d'interfaces utilisateur interactives.

## » Utiliser de nouvelles formes de présentation

- Exploiter les dernières possibilités de PowerPoint.
- Intégrer textes, musiques et sons à ses présentations.
- S'appuyer sur des vidéos.
- Enregistrer des démonstrations.
- Utiliser les possibilités de présentation de Prezi.

**Travaux pratiques** Présentation de vidéos et de tablettes en formation. Manipulation de l'outil Prezi.

## » Exploiter les outils participatifs

- Faire participer grâce à internet.
- Utiliser Twitter.
- Faire réagir grâce aux Smartphones et aux SMS.
- Utiliser des systèmes de vote électronique.

**Travaux pratiques** Réflexion collective autour des outils technologiques permettant de faciliter la participation. Utilisation d'un système de vote en formation.

## » Intégrer formations présentielles et formations en ligne

- Gérer les prérequis grâce au e-learning.
- S'appuyer sur des formations en ligne pendant la formation.
- Compléter une formation traditionnelle par une classe virtuelle.
- Proposer des formations en compléments : le blended learning.
- Gérer un plan d'action personnalisé.
- Expliquer le principe des Massive Open Online Courses (MOOC).

**Travaux pratiques** Discussions sur l'apport du e-learning et ses conditions d'utilisation. Développement d'un mini e-learning avec Didapage.



Réf :	POE
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges sur l'apport de ces technologies en formation, démonstrations et mises en situations avec utilisation de FreeMind, Didapage, Prezi, etc.

### » PARTICIPANTS

Formateurs expérimentés ou toute personne amenée à animer occasionnellement une formation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Ludopédagogie, concevoir et animer des formations par le jeu

Les formateurs n'ont pas toujours les réponses à un manque de motivation et d'implication de la part de leurs participants. Vous découvrirez les différentes méthodes et approches pédagogiques adaptées aux besoins des participants tout en restant en accord avec votre style d'animation.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : SGA  
Durée : 2 jours  
Paris 24-25 nov. 2014  
26-27 janv./2-3 avril 2015  
26-27 mai 2015  
Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne en charge d'ingénierie pédagogique. Animateur de formation.

---

**» PREREQUIS**  
Expérience de l'animation de formation et connaissance des techniques de base de préparation et d'animation.

## » Les principes de la formation par le jeu

- Panorama des différentes approches de formation par le jeu.
- Serious Games, ludopédagogie, ateliers théâtre, formation par la musique, mises en situation...
- Avantages pédagogiques de chaque approche.
- Le jeu, un outil pour apprendre.
- Identifier les ressources disponibles dans le domaine du jeu pédagogique.

## » Construire une progression de formation originale

- Définition des objectifs pédagogiques.
  - Travail sur une entame pertinente.
  - Les différentes méthodes pédagogiques.
  - Comment inclure des pauses créatives dans son programme ?
- Travaux pratiques** *Elaboration d'un scénario pédagogique avec les différentes rubriques à renseigner : étape, timing, intention du formateur, scénario d'animation, ressources, méthodes, difficultés, remèdes...*

## » Découverte d'outils et supports ludiques

- Comment dynamiser un groupe ?
- Comment réguler un groupe ?
- Mener différemment ses tours de table.
- Sortir du QCM et proposer des outils d'évaluation ludiques.
- Comment éviter la somnolence après la pause méridienne ? Antibâillements originaux.

**Travaux pratiques** *Découverte d'outils ludopédagogiques. Echanges sur chaque outil afin de vérifier les possibilités de transfert dans son domaine d'intervention. Animation à l'aide d'un outil préalablement choisi.*

## » Concevoir un outil ludopédagogique

- Repérer les besoins ou la problématique à traiter.
  - Concevoir ou adapter une mécanique de jeu au sujet en question.
  - Tester l'exercice.
- Travaux pratiques** *Reprise de jeux existants afin de les adapter à son animation. Echanges avec tests en direct afin de vérifier leur pertinence.*

## » Animer une formation par le jeu

- Rôle de l'animateur : travailler son savoir-être.
  - Savoir passer un message clair.
  - Maîtriser le temps.
  - Comment impliquer les participants ?
  - Transposer le jeu à la réalité professionnelle.
  - Donner envie d'apprendre.
- Travaux pratiques** *Animation à l'aide des jeux préalablement adaptés.*

# Séminaire Conduire un projet e-learning

266

Ce séminaire vous propose une synthèse claire et précise qui met en lumière les enjeux et les pratiques du e-Learning. Il vous aidera à décider de l'opportunité d'un projet e-Learning pour votre organisation, et vous apportera tous les éléments pour mener sereinement un tel projet, de sa conception à son déploiement.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : COL  
Durée : 2 jours  
Paris 26-27 mars/11-12 juin 2015  
Prix : 1 900 € HT (prix 2014)  
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne devant participer ou en charge d'un projet e-Learning. Chargé et responsable formation, chargé d'ingénierie pédagogique, responsable informatique, chef de projets, formateur, etc.

---

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## » Les principaux concepts et enjeux

- Définition du e-Learning et des concepts associés (Blended, P-Learning, rapid Learning, serious game).
  - Evolution du contexte des entreprises, le multisite, le nomadisme, la place centrale des réseaux.
  - Enjeux du e-Learning.
  - Les enjeux économiques : Population, besoin de formation récurrent, crise boursière...
  - La gestion des compétences de ses salariés.
  - Le respect de la législation. Les aspects juridiques et législatifs (E-Learning et DIF, formation professionnelle).
  - La communication auprès de ses salariés.
  - Le E-Learning et l'accompagnement au changement.
- Etude de cas** *Discussion et réflexion sur des contextes d'entreprise. Etude de cas et scénarios.*

## » Les usages

- Quels sont les besoins de formation, les motivations, les priorités ?
- Quelles sont les attentes vis-à-vis des outils ?
- Les formations les plus représentées en e-Learning : bureautique, langues, management et formation métier.
- La formation synchrone / asynchrone, présentielle / à distance / mixte, tutorée / en autonomie.
- L'utilisation d'un système de gestion de la formation (LMS) en entreprise.
- Les outils et fonctionnalités les plus utilisés : tutorat (chat, forum, visio), travail collaboratif (wiki, blog).
- Les différentes étapes du déploiement d'un dispositif de formation e-Learning dans une organisation.

- Les bonnes pratiques du e-Learning. Les comportements et les pièges à éviter.

## » Les solutions technologiques et pédagogiques

- Présentation de quelques solutions du marché (LMS/LCMS, outils auteur, outils d'évaluation, visioconférence).
- Les contenus sur " étagère ".
- Le tracking et les normes AICC et SCORM.
- Le choix de la solution la plus adaptée aux besoins de l'entreprise. Les éléments à prendre en compte.
- Le LMS ou le LCMS, la solution propriétaire ou open source, le développement ou l'achat du contenu, etc.
- Les éléments pour assurer le maintien du dispositif (LMS et modules de formation).

## » La conduite de projet e-Learning

- La compréhension des spécificités d'un projet e-Learning.
- La définition des besoins, les critères de différenciation, le budget.
- Les acteurs et activités d'un projet de déploiement d'un LMS et de création de modules de formation.
- La planification, la conception, la réalisation, le pilotage, la mesure.
- Conditions de réussite : impliquer les acteurs (service informatique, RH, service communication, managers).
- Accompagner et informer les utilisateurs.
- Communiquer autour de la solution choisie et de la politique de formation de l'entreprise.
- Animer et mettre à jour régulièrement le dispositif de formation.

# Intégrer les MOOC dans un dispositif de formation continue

nouveau



Le concept des MOOC (Massive Open Online Courses) paraît intéressant en termes de développement personnel. Il reste à définir la manière de les intégrer dans l'univers de la formation professionnelle : telle est la problématique traitée par ce séminaire.

## » Les différents types de MOOC et leurs points forts

- Qu'est-ce qu'un MOOC (Massive Open Online Courses) ?
- Les différents types de MOOC : MOOC participatifs et MOOC transmissifs.
- L'offre existante : les MOOC francophones, les MOOC anglophones, les SPOC (Small Private Online Classes).
- Les différences et les points de convergences des MOOC du e-learning, du rapid learning.
- Les sujets traités par les MOOC. Les MOOC les plus célèbres.
- Où trouver des informations ? Portails, sites universitaires, etc.

**Démonstration** Présentation des portails et des MOOC existants, analyse des offres existantes.

## » Intégrer les enjeux pédagogiques

- Les différents modèles pédagogiques.
- La théorie de l'apprentissage social (Social Learning Theory) : observer ses pairs, imiter les modèles de comportement.
- Les pédagogies des MOOC et leurs particularités.
- Les contraintes engendrées.

**Echanges** Discussions sur les différentes pédagogies des MOOC.

## » Construire un dispositif de formation intégrant des MOOC

- Les sujets possibles.
- Les contraintes technologiques.
- Les MOOC et la législation sur la formation.
- Comment s'appuyer sur des MOOC existants ?
- Le lien avec les formations traditionnelles.
- Les coûts directs et les coûts cachés.

**Démonstration** Présentation d'un dispositif mixte.

## » Accompagner les collaborateurs

- En amont : le nécessaire marketing interne.
- Promouvoir les bénéfices pour les collaborateurs.
- Pendant le MOOC : la gestion du temps passé.
- Motiver pour pallier aux périodes de découragement.
- Après le MOOC : le suivi et le coaching.
- Proposer des formations complémentaires.

**Echanges** Discussions autour de l'accompagnement des collaborateurs.

## » Faire vivre et évaluer le dispositif

- Les indicateurs importants à surveiller.
- Les conditions de réussite du projet.
- Les différents niveaux d'évaluation à mettre en place.
- L'appropriation des acquis.
- L'actualisation du dispositif.

**Démonstration** Présentation d'exemples d'indicateurs.



Exercices pratiques

Réf :	OMO
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 13 mars/5 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsable ou chargé de formation, responsable projet formation, responsable d'ingénierie de formation ou pédagogique, formateur.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Concevoir et réaliser un contenu e-learning

nouveau



Ce stage propose une vision générale de l'e-learning et de toutes ses opportunités. Vous verrez notamment les différentes étapes de création d'un contenu pédagogique multimédia, la réalisation d'un module e-learning avec Storyline® et la publication de vos créations sur une plate-forme d'apprentissage LMS.

## » Prendre ses repères dans le monde du e-learning

- Le marché du e-learning. Acteurs et offres.
- Les différents modes d'apprentissage : présentiel, e-learning, Blended learning...
- Panorama des usages : Social learning, MOOC...
- Les outils du e-learning : gestion des contenus.

**Travaux pratiques** Echanges sur les usages et pratiques du e-learning.

## » Maîtriser les facteurs de succès du e-learning

- Concevoir un dispositif centré sur l'apprenant.
- Adopter une posture d'ingénieur de l'e-formation.
- Les grandes phases et les acteurs d'un projet e-learning.

**Travaux pratiques** Votre expérience du e-learning dans votre entreprise.

## » Réaliser l'étude d'ingénierie pédagogique e-learning

- Analyser le contexte et les besoins.
- Penser le parcours de formation de l'apprenant.
- Définir les objectifs et les activités pédagogiques.
- Modéliser le dispositif de formation.

**Travaux pratiques** Modéliser succinctement un dispositif e-learning.

## » Créer un module de formation multimédia interactif

- Identifier les contenus métiers disponibles.
- Ecrire pour le e-learning, choisir un style.

- Construire le story-board du module.
- Connaître les différents types de médias.
- Respecter les droits d'auteur.

**Travaux pratiques** Construire un story-board à partir d'un PowerPoint métier.

## » Créer des contenus pédagogiques multimédias

- Les différentes catégories d'outils de création.
- Usages de chaque outil.

**Travaux pratiques** Aperçu de quelques outils auteur.

## » Découvrir un outil auteur e-learning : Articulate Storyline®

- Principales fonctionnalités. Importer un PowerPoint.
- Diapositives et scènes.
- Insérer et éditer les médias.

**Travaux pratiques** Importer un PowerPoint® dans Storyline®, le séquencer et l'enrichir en médias.

## » Ajouter de l'interactivité au module

- Connaître les outils au service de l'interactivité.
- Les différents types de quiz.
- Exprimer les résultats du quiz.

**Travaux pratiques** Insérer et paramétrer un quiz.

## » Paramétrer un LMS

- Découverte d'un LMS.
- Paramétrer l'interface utilisateur.
- Publier un module.

**Travaux pratiques** Paramétrer le Player et publier sur un LMS.



Exercices pratiques

Réf :	ULE
Durée :	3 jours
Paris	8-10 déc. 2014 23-25 mars/18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Réalisation d'un module e-learning avec Storyline® et publication sur un LMS.

### » PARTICIPANTS

Formateur, ingénieur pédagogique, enseignant, responsable de formation, consultant.

### » PREREQUIS

Savoir utiliser l'environnement Windows et PowerPoint.

Cette formation, très pratique, vous apprendra à créer et gérer efficacement du contenu et des présentations e-learning de manière interactive. Elle vous montrera comment associer du texte, de l'audio et de la vidéo afin de développer des supports de communication multimédia riches et adaptés.

**Exercices pratiques**

**dif**

---

Réf : VAT

Durée : 2 jours

Paris 11-12 déc. 2014  
5-6 mars/11-12 juin 2015

Prix : 890 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Toute personne souhaitant réaliser un support de communication interactif.

---

**» PREREQUIS**

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

**» Présentation de Captivate**

- Principe de fonctionnement.
- Naviguer dans l'interface.
- Personnalisation de l'espace de travail.

**» Création d'un nouveau projet**

- Prise en main des diapositives.
- Diapositives supplémentaires.
- Personnalisation de la taille du projet.
- Mise en place d'un thème.
- Pause pendant l'enregistrement.

**Exercices** Créer un projet insertion de diapositives, mise en place d'un thème.

**» Création et gestion d'objets**

- Incorporer une légende de texte, une image, un objet de survol.
- Outil formes intelligentes.
- Gestion des objets de la bibliothèque.
- Manipulation des objets (alignement, redimensionnement...). Styles d'objets.
- Modification de l'ordre d'affichage.

**Exercices** Gérer la mise en place d'objet (légende de texte, image...).

**» La gestion de l'audio**

- Ajouter un fichier audio.
- Enregistrer en synchronisation un fichier audio.
- Modifier/exporter un fichier audio.

**Exercices** Insérer une bande son.

**» La gestion de la vidéo**

- Types de formats.
- Ajouter/paramétrer un fichier vidéo.
- Synchronisation du fichier vidéo.
- Les métadonnées.

**Exercices** Insertion d'une vidéo.

**» Créer un quiz**

- Mise en place des différents types de questions.
- Composer une diapositive avec les questions.
- Composer une diapositive avec les résultats.
- Paramétrage du quiz.
- Utilisation des rapports liés aux quiz.

**Exercices** Mise en place d'un quiz.

**» Modification des projets**

- Préférences des projets.
- Mise en place de l'habillage.
- Créer une table des matières.
- Personnaliser une table des matières.
- Modifier la dimension du projet.

**Exercices** Insertion d'une vidéo.

**» Publication de projets**

- Eléments d'un projet. Préférences de publication.
- Publication d'un projet au format HTML5, au format SWF et au format exécutable.
- Transférer le projet via un FTP.
- Envoi du projet par courrier électronique.

**Exercices** Publication du projet.

Cette formation vous apprendra à créer et gérer efficacement des présentations e-learning interactives avec Articulate Storyline. Elle vous montrera comment associer du texte, de l'image, de l'audio et de la vidéo afin de développer des supports de communication ou de formation multimédia riches et adaptés.

**Exercices pratiques**

**dif**

---

Réf : ATI

Durée : 2 jours

Paris 7-8 nov. 2014  
2-3 avril/15-16 juin 2015

Prix : 890 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Toute personne souhaitant réaliser un support de communication ou de formation interactif.

---

**» PREREQUIS**

Bonnes connaissances de l'environnement Windows. Connaissances de base de PowerPoint.

**» Introduction et démarrage d'un projet Storyline**

- Présentation de l'outil Storyline.
- Storyline, un outil de Rapid Learning.
- D'autres outils d'e-learning.
- Prise en main de Storyline.
- Les notions de base et la terminologie Storyline.
- Les options. Autres options de démarrage.

**Travaux pratiques** Prise en main de l'interface. Créer et paramétrer un projet Storyline en important un PowerPoint.

**» Les diapositives**

- Diapositives et scènes.
- Ordonner les diapositives. Les notes.
- Propriétés et branchement des diapositives.
- Transitions des diapositives.

**Travaux pratiques** Création et gestion des diapositives.

**» Composer et faire le montage d'une diapositive**

- Les images, les captures d'écran et les personnages.
- Les boîtes de texte et les bulles.
- Insérer et éditer une vidéo.
- Insérer et éditer de l'audio.
- Contenu Flash et Web objects.
- Animations, zoom et panoramique.
- Réaliser le montage avec la timeline.
- Réaliser des enregistrements d'écran.

**Travaux pratiques** Insérer des médias, composer et faire le montage.

**» Assurer la cohérence graphique du projet**

- Utiliser les thèmes (couleurs, polices, fonds...).
- Slide Master.
- Feedback Master.

**Travaux pratiques** Créer un thème Storyline.

**» Créer de l'interactivité**

- L'interactivité : quoi, pourquoi, comment ?
- Bouton, hotspot, marker et freeform.
- States, triggers et layers.
- Principe et exemples d'application des variables.

**Travaux pratiques** Ajouter de l'interactivité à un projet.

**» Créer des quiz**

- Les principes du quiz dans Storyline.
- Les différents types de quiz.
- Les feedback et les branchements.
- La banque de questions.
- Les slides de résultat.

**Travaux pratiques** Créer et paramétrer un quiz.

**» Publier un projet Storyline**

- Définir les éléments du Player.
- Les couleurs et les polices du Player.
- Les paramètres du navigateur.
- Les paramètres linguistiques.
- La publication (sur site Web, LMS, CD...).

**Travaux pratiques** Personnaliser le Player et publier le projet.

# droit et Contrats

269

négociation

Contentieux

maîtriser  
les Risques

droit

contrats

législation

responsabilité  
pénale

# Nos experts en droit et contrats

Après un doctorat de droit fiscal obtenu à Paris I, **»» Caroline LEGROS »»** a commencé sa carrière en étant chargée d'enseignement à Paris I, activité conjuguée avec celle de rédactrice en droit fiscal et de formatrice auprès d'écoles de commerce et de management.



Après un passage dans un cabinet d'avocats où elle se spécialise dans la fiscalité des entreprises et des personnes, elle a ouvert son propre cabinet en 2010.

Avocat associé du département Digital & innovation de Courtois Lebel, **»» Cédric FRENEL »»** assiste les clients français et internationaux dans la négociation de contrats informatiques et lors d'opérations associées à des projets informatiques complexes tant en conseil qu'en contentieux et pré-contentieux. Expert reconnu en tant que Correspondant Informatique et Liberté (CIL), il intervient également sur les problématiques sectorielles liées à la sécurité informatique et à la protection des données personnelles.



**»» Nathalie AMAR »»** Avocate et formatrice en droit indépendante. Après une expérience au ministère de l'Intérieur, elle devient avocate au barreau de Paris en 2009. Elle Intervient en entreprise, par ailleurs, tant en matière de conseil que de contentieux dans les domaines suivants : droit du travail et de la sécurité sociale, droit de la famille, droit immobilier, droit bancaire et droit des saisies et voies d'exécution. Elle forme aussi sur divers sujets et notamment le droit du travail.

**»» Séverine ROUDIL »»** est depuis 2005 consultante et formatrice en droit. Ses domaines de compétence sont le droit des contrats, le droit des sociétés, le droit commercial, le droit de la Protection Sociale ainsi que le droit de l'urbanisme



et le droit administratif. Elle est titulaire d'un Diplôme d'Etudes Supérieures Spécialisées de Droit International des Affaires et du Certificat d'Aptitude à la Profession d'Avocat (CAPA) depuis 10 ans. Elle exerce actuellement la profession d'avocat au sein de la SELARL Spinella-Reboul-Roudil et dispense régulièrement des formations en entreprise ainsi que dans les Ecoles Supérieures de Commerce.

Inscrite au barreau de Paris depuis 1994, **»» Isabelle BOUKHRIS »»** est la fondatrice du Cabinet LEKS Avocats. Ancien professeur de Droit à l'Ecole Supérieure de Commerce Extérieur, elle intervient régulièrement pour des formations professionnelles dans les entreprises.

**»» Odile MERIGAUD »»** consultante Ressources Humaines et juridique et formatrice. Spécialisée en droit des affaires et en droit social d'abord en qualité d'avocate puis en tant que directrice juridique d'un grand groupe industriel, elle apporte, depuis 2010, sa double compétence de RH et de juriste auprès de sociétés pour les aider à réorganiser leur politique RH, restaurer le dialogue social, et négocier leurs accords collectifs.

La maîtrise du droit privé dans ses différentes composantes, droit des affaires, des sociétés, de la concurrence, de la propriété intellectuelle, du travail..., a une incidence sur la vie de l'entreprise, en permettant notamment de réduire la prise de risque ou de prévenir et gérer les litiges.

## »» Droit des sociétés »

- Best** **Droit des sociétés, pour les non-juristes**  
2 j - DOS - p.272
- Droit des sociétés, approfondissement**  
2 j - SRD - p.272
- Droit fiscal des sociétés, l'essentiel**  
2 j - IDF - p.273
- Actualités du droit fiscal**  
1 j - ADF - p.273
- Droit de la communication d'entreprise, pour non-juristes**  
2 j - DCE - p.274
- Droit de l'environnement, l'essentiel Nouveau**  
2 j - DEN - p.274

## »» Droit de la concurrence »

- Best** **Droit des affaires, pour les non-juristes**  
2 j - DOA - p.275
- Droit de la consommation**  
2 j - DCN - p.275
- Droit de la concurrence**  
2 j - DRE - p.276
- Faire face à une concurrence déloyale**  
2 j - CDL - p.276
- Protéger vos droits de propriété intellectuelle**  
2 j - DLI - p.277
- Maîtriser les aspects juridiques d'Internet Nouveau**  
2 j - AJI - p.277

## »» Droit social, droit du travail »

- L'actualité juridique RH**  
1 j - AJR - p.283
- Droit du travail, l'essentiel pour les managers**  
2 j - DRO - p.283
- Législation du travail pour les RH**  
2 j - LTR - p.284
- Maîtriser les principaux risques en droit du travail**  
2 j - MPD - p.284
- Contrat de travail pour les RH**  
2 j - TRV - p.285
- Gérer la rupture de contrat de travail**  
2 j - RUP - p.285
- Responsabilité civile, mesurer les risques**  
1 j - CIV - p.286
- La responsabilité pénale du manager**  
2 j - PEN - p.286

## »» Veille juridique, contentieux »

- Effectuer votre veille juridique sur Internet Nouveau**  
2 j - VEJ - p.281
- Pratique du contentieux administratif, gagner en efficacité**  
2 j - AMG - p.282
- Pratique du contentieux judiciaire, gagner en efficacité**  
2 j - JUD - p.282

## »» Contrat commercial : négociation, rédaction et suivi »

- Négocier vos contrats avec succès**  
3 j - NCS - p.278
- Techniques de négociation pour juristes d'entreprises Nouveau**  
2 j - TNJ - p.278
- Négocier et rédiger un contrat commercial**  
2 j - CCC - p.279
- Droit commercial : sécuriser sa politique**  
2 j - SPO - p.279
- E-commerce : les aspects juridiques**  
2 j - EJU - p.280
- Les aspects juridiques et culturels des contrats internationaux**  
2 j - CIJ - p.280
- Maîtriser les contrats d'outsourcing**  
2 j - OUR - p.281
- Encadrement juridique des prestataires de service**  
2 j - EJP - p.389

Ce stage, riche en études de cas, vous apprendra à identifier les différentes structures juridiques, leurs avantages et leurs inconvénients respectifs. Vous serez capable d'identifier le rôle et la responsabilité des administrateurs et vous saurez organiser les réunions d'assemblée générale.



Réf :	DOS
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 16-17 fév./16-17 avril 2015
Groupes 1	11-12 déc. 2014 2-3 mars/8-9 juin 2015
Groupes 2	4-5 déc. 2014 9-10 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Réflexion sur les formes de sociétés les plus adaptées en fonction des situations. Mise en place d'une assemblée générale.

**PARTICIPANTS**  
Cadre non-juriste, créateur d'entreprise, service comptable et contentieux, responsable administratif et financier. Toute personne intéressée par le droit des sociétés.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Connaître les fondements du droit des sociétés**

- Le contrat de société, le rôle et l'importance des statuts.
- La personne morale.
- La création d'une société.
- Les événements entraînant une modification des statuts.

**Travaux pratiques** La création d'une société.

» **Choisir une forme de société**

- Comparer les différents cadres juridiques.
- Choisir une forme de société en fonction du cadre juridique, fiscal et social.
- Connaître les dernières évolutions législatives et réglementaires.

**Travaux pratiques** Réflexion en groupe sur les formes de sociétés les plus adaptées à différentes situations.

» **Respecter les obligations légales**

- Le rôle et les pouvoirs des organes de gestion.
- Les actes de gestion courante.
- Le droit à l'information des actionnaires.
- Les conventions réglementées.
- Le rôle des commissaires aux comptes.
- Le registre du commerce et du CFE.
- La constitution et la vie des sociétés : formalités et publicité.

**Travaux pratiques** Les obligations légales durant la vie de la société.

» **Connaître les responsabilités du dirigeant**

- Procédure de nomination et de révocation.
- Contrat de travail du dirigeant.
- Possibilité de cumuler les mandats.
- Les différents types de rémunérations.
- Les responsabilités à l'égard des associés et des tiers.
- Les conséquences d'une faute de gestion.

**Etude de cas** Responsabilités d'un dirigeant de société.

» **Organiser une assemblée**

- Les différentes assemblées : assemblées générales, assemblées d'associés.
- Les caractéristiques des assemblées d'associés.
- L'agenda juridique et les règles de tenue.

**Travaux pratiques** Mise en place d'une assemblée générale.

» **Gérer les événements exceptionnels**

- Les opérations de restructuration : fusion, scission, apport partiel d'actifs.
- Les distinctions juridiques et fiscales entre cession de fonds et cession des titres.
- Les cessions de parts sociales ou d'actions.

**Travaux pratiques** Opération de restructuration.

» **Organiser une opération de dissolution et de liquidation**

- Les causes de dissolution.
- Les différentes opérations et formalités à effectuer.

**Etude de cas** Echanges à partir de cas réels.



Ce stage permet d'approfondir ses connaissances du droit des sociétés et d'en appréhender les difficultés. Vous verrez notamment les pouvoirs et responsabilités du dirigeant, la transmission d'une société, la modification du capital.



Réf :	SRD
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 12-13 fév./21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Utilisation de documents juridiques. Alternance d'apports théoriques et d'études de cas, utilisation de fiches de synthèse.

**PARTICIPANTS**  
Managers, juristes d'entreprises, jeunes avocats, responsables des services comptables et financiers.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en droit des sociétés ou connaissances équivalentes au cours "Droit des sociétés, pour non-juristes" (Réf. DOS).

» **Rappeler les points clés du droit des sociétés**

- Connaître le contrat des sociétés, le rôle et l'importance des statuts : condition de validités, éléments spécifiques...
- Appréhender la création de la société : rédaction des statuts, préalables, formalités postérieures...
- Comprendre le fonctionnement des SA, SARL, SAS : cadre juridique, social et fiscal.

**Travaux pratiques** Les participants choisiront une forme sociétale en fonction de leur situation et la justifieront. Débriefing et échanges.

» **Connaître les pouvoirs et responsabilités du dirigeant**

- La nomination et la révocation selon la forme juridique de la société et le statut du dirigeant.
- Le cumul du mandat social et du contrat de travail : conditions de validité.
- Les rémunérations : salaire, dividendes, avantages en nature, etc.
- Les responsabilités à l'égard des associés et des tiers, la faute de gestion.
- Les répercussions fiscales et sociales.

**Travaux pratiques** Appliquer les règles encadrant les différents statuts des dirigeants aux situations. Débriefing du formateur et discussion autour de ces questions.

» **Appréhender la transmission de la société**

- Les opérations sur le fonds de commerce : la cession, la location-gérance.
- Les cessions d'actions ou de parts sociales : promesse de cession, clause d'agrément et clause léonine.
- Les vices du consentement.
- Les conditions suspensives et résolutoires.
- Les pactes d'actionnaires : intérêt, forme, contenu et clauses.
- Les garanties de passif.
- Les opérations d'acquisition, de fusion, d'apport partiel d'actifs.

**Travaux pratiques** Rédaction d'une convention de garantie de passif.

» **Modifier le capital dans les SA ou transformer une société**

- La prime d'émission.
- Le droit préférentiel de souscription.
- Conditions préalables pour la SA et la SAS : mode de décision, condition de quorum et de majorité, etc.
- Les processus juridiques.
- Les impacts sur la société, les dirigeants, les associés.

**Travaux pratiques** Etude sur les conséquences fiscales.

Ce stage vous permettra d'appréhender les principaux mécanismes du droit fiscal français. Il vous montrera également les règles fiscales appliquées à certaines opérations particulières (fusion, scission, restructuration).

## » Comprendre le système fiscal français

- Les bases du droit fiscal : normes, évolutions de la jurisprudence et instructions administratives.
- Les interlocuteurs de l'entreprise au sein de l'administration fiscale.
- Les différents impôts directs et indirects auxquels l'entreprise est soumise.

## » Appréhender les mécanismes d'imposition des bénéficiaires

- Les différents mécanismes d'imposition selon la structure de l'entreprise.
- Les règles de territorialité.
- Le principe de rattachement des produits et des charges.
- Le passage du résultat comptable au résultat fiscal.

**Exercices** Quiz sur le système fiscal et les mécanismes d'imposition.

## » Déterminer le résultat fiscal

- Les principes d'élaboration du résultat fiscal : déductibilité, territorialité, différences entre BIC/IS...
- Les règles fiscales et juridiques relatives aux charges (frais généraux, amortissements, provisions...).
- Les règles fiscales et juridiques relatives aux produits (produits financiers, produits exceptionnels).
- Les éléments long terme du résultat comptable.

**Travaux pratiques** Calcul d'un résultat fiscal en effectuant les déductions et réintégrations, remplissage d'une liasse fiscale (2058A).

## » Savoir gérer le résultat fiscal

- Bénéfice et distribution de dividendes.
- Gestion des déficits : report en arrière et report en avant.
- Calcul et liquidation de l'IS : versement d'acomptes et liquidation.

**Travaux pratiques** Gestion d'un résultat fiscal d'une société.

## » Le contrôle fiscal, les contentieux et les décisions juridiques

- La procédure de contrôle.
- L'acte anormal de gestion.
- L'abus de droit : distinguer l'abus de droit de la fraude fiscale.
- Les différentes procédures de sécurité.
- Les sanctions et leur contestation.

**Etude de cas** Etude de jurisprudences en matière de contrôle fiscal.

## » Comprendre la fiscalité appliquée à certaines opérations juridiques

- Les régimes fiscaux de droit commun et de faveur pour les fusions, apports partiels d'actif et scissions.
- Les différents types d'opérations de restructuration : apports, échanges et fusions.
- Le traitement fiscal des opérations de restructuration.

**Travaux pratiques** Analyse du traitement fiscal de certaines opérations.



Réf :	IDF
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Quiz, études de cas et exercices appliqués.

### » PARTICIPANTS

Toute personne désirant s'initier et comprendre les principaux mécanismes du droit fiscal.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Actualités du droit fiscal

Ce stage vous permettra d'analyser les différentes dispositions législatives en matière de droit fiscal (impôts directs, TVA, ISF...) ainsi que leurs conséquences sur les entreprises et les personnes. Il vous présentera leurs évolutions récentes et les jurisprudences qui leur sont associées.

## » Les principales actualités relatives aux impôts directs

- Rappels essentiels.
- Le calcul du résultat fiscal.
- La gestion des déficits.
- L'abandon de créances à caractère financier.
- La gestion des plus-values : les nouveautés du régime des plus-values immobilières.
- L'évolution de la contribution économique territoriale.

## » Les évolutions de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

- La Taxe sur la Valeur Ajoutée. Contexte et environnement.
- Les modifications du champ d'application.
- Les évolutions des taux.
- Les règles de territorialité pour les biens et prestations de services.
- Les différentes bases d'imposition.
- Les règles du droit à déduction.

## » Les modifications apportées à l'Impôt de Solidarité sur la Fortune (ISF)

- L'Impôt de Solidarité sur la Fortune. Contexte et environnement.
- La nouvelle composition du passif.
- L'instauration d'un plafonnement à 75% des revenus de l'ISF.
- Les principales jurisprudences et doctrines récentes relatives à l'ISF.

## » L'actualité des droits d'enregistrement

- Les évolutions de l'assiette et les modifications de taux.
- Les modifications des droits d'enregistrement sur cession de parts.
- Les nouveautés relatives aux donations.
- Les nouveautés relatives aux legs.

## » Les autres actualités du droit fiscal

- Les dernières jurisprudences.
- Les changements relatifs aux procédures fiscales.
- Les lois de finances : LOLF (Loi Organique relative aux Lois de Finances) 2014.
- Les projets de réformes : barème de calcul de la cotisation de CFE, mesures de contrôle des prix de transfert...



Réf :	ADF
Durée :	1 jour
Paris	8 déc. 2014 16 mars/22 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exposé, études de cas et échanges.

### » PARTICIPANTS

Comptables, fiscalistes, avocats, directeurs administratifs et financiers, gestionnaires de patrimoine et toute personne désirant se tenir informée de l'actualité fiscale.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra d'acquérir les règles de droit essentielles pour communiquer en toute légalité. Vous saurez identifier les actions de communication litigieuses. Vous connaîtrez les précautions et les démarches à suivre pour protéger vos actions et vos outils de communication.



Réf :	DCE
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 16-17 fév./20-21 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etude de cas concrets suivis d'échanges participatifs.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une campagne de communication interne ou externe.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance juridique particulière.

» **Se repérer dans le cadre légal général de la communication**

- Le droit d'auteur, les droits voisins du droit d'auteur.
- La protection des signes distinctifs tels que la marque et le logo, la dénomination sociale, le nom commercial.

**Etude de cas** Etude de la juridiction compétente, la responsabilité de l'entreprise et des personnes impliquées dans la communication.

» **Identifier les publics protégés par le droit**

- La protection des consommateurs : obligation de l'emploi de la langue française, interdiction d'un message trompeur...
- La protection des concurrents : identifier les concurrents, la publicité comparative, le dénigrement, les sanctions.

**Etude de cas** Publicité comparative : analyse des éléments constitutifs de l'infraction.

» **Créer un support de communication sans exposer son entreprise aux sanctions**

- Recenser les supports protégés : le texte, la photo, l'image.
- L'utilisation des supports protégés, les droits des auteurs, l'obtention des accords.

**Exercices** La protection de l'identité visuelle de l'entreprise des participants.

» **Les différents types de communication**

- Protéger une publicité : les propriétaires de la publicité, la transmission des droits.
- La prospection commerciale : traitement des données à caractère personnel, prospection commerciale en B to C.
- La promotion des ventes : les jeux, la vente avec prime, les sanctions.

**Exercices** Réalisation d'une prospection commerciale : les mentions à respecter, les données à caractère personnel.

» **Spécificités de la communication numérique**

- La création d'un site Internet.
- Les réseaux sociaux.
- Les pratiques du web à éviter.

**Exercices** Protéger ses noms de domaines : exemple de "cybersquatting" et de "typosquatting". Mettre en place des outils de veille pour protéger son nom de domaine.



Il est indispensable de connaître la législation environnementale. Ce stage vous présentera la réglementation en vigueur, les responsabilités environnementales ainsi que les obligations des différents acteurs concernés.



Réf :	DEN
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 16-17 mars/26-27 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Chefs d'établissement, juristes non spécialistes du DE, responsables de service environnement et/ou sécurité, chefs de projets.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Introduction : le Droit de l'Environnement (DE)**

- Définition en droit français, selon le Code de l'environnement.
- Le droit de l'environnement, branche du droit.
- Caractéristiques du droit de l'environnement.
- Un droit hétérogène, technique, évolutif, prospectif.

**Exercices** Les différents domaines du DE.

» **Les grandes problématiques**

- Les principaux domaines du DE.
- Les nuisances, les déchets, le stockage des matières dangereuses, l'énergie, les pollutions : le décret 2011-828.
- Les expériences à l'origine du DE.
- Seveso, Bophal, Tchernobyl, Three Mille Islands, Toulouse, Fukushima.

**Etude de cas** L'usine AZF de Toulouse.

» **Les Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE)**

- Les arrêtés et la nomenclature des installations classées.
- Les déclarations, autorisations et enregistrements.
- Les études d'impact et de dangers et les procédures.
- L'arrêté préfectoral : application et effets.
- Le classement Seveso.

**Exercices** Approfondir les différents domaines et identifier les principaux acteurs concernés.

» **Les acteurs de l'environnement**

- Les institutions et collectivités.
- Les entreprises.
- Les associations et les particuliers.
- Le monde rural.

**Etude de cas** Arrêt de la cour de cassation.

» **Le cadre législatif et réglementaire**

- Les différents codes : de l'Environnement, la Santé Publique, les Collectivités Territoriales...
- La charte de l'environnement.
- Les sous-branches du DE : air, eau, mer, sols, biodiversité, bruit, installations classées, énergie...
- Le droit international de l'environnement : plus de 300 conventions et traités, le portail ECOLEX.
- Le droit communautaire, traités, règlements et directives (CLP, ADR, REACH, RoHS, RSDE, LAURE...).
- Les normes environnementales : ISO 14001, 26000, OHSAS 18001, le système QSE.

**Exercices** Les fiches de sécurité (FDS).

» **La fiscalité de l'environnement et les sanctions**

- Les taxes et redevances.
- La fiscalité dissuasive et positive.
- La fiscalité immobilière (label HQE).
- Les sanctions civiles, pénales et administratives.
- Le crime de terrorisme écologique.

**Etude de cas** Jurisprudence de la cour de cassation et la norme ISO 14001.

Ce stage vous apportera les connaissances essentielles en matière de droit des sociétés et de droit des contrats. Il vous permettra d'identifier les cas dans lesquels votre responsabilité personnelle et celle de votre entreprise pourraient être engagées.

## » Connaître les aspects généraux du droit des affaires

- Sources du droit des affaires.
- Particularités du droit des affaires.

## » Choisir une forme juridique d'entreprise

- Le contrat de société et la notion de personne morale.
- Les critères de choix d'une forme juridique d'entreprise.
- Avantages et inconvénients des principaux cadres juridiques : SA, SAS, SARL, EURL, SNC, etc.
- Le rôle et les pouvoirs des organes de contrôle et de direction.

**Exercices** *Réflexion de groupe et échange quant aux différentes formes juridiques d'entreprise.*

## » Maîtriser les grands types de contrats

- Le mandat commercial.
- La vente commerciale.
- Le contrat de distribution, de vente, de publicité...

## » Négocier et formaliser le contrat

- La période précontractuelle : engagements et responsabilités.
- Les précautions à prendre lors de la formation du contrat.
- L'analyse de l'offre et l'acceptation.
- L'expression du consentement.
- La rédaction du contrat : les clauses les plus utilisées.

**Travaux pratiques** *Rédaction de clauses contractuelles usuelles.*

## » Exécuter le contrat commercial : les obligations

- La réalisation de l'objet du contrat.
- Le transfert de propriété et de risques.
- Les différentes natures d'obligations (obligation de moyen et obligation de résultat).
- Le transfert des obligations.
- Le vice caché.

**Etude de cas** *Cas pratique à résoudre par les stagiaires en matière de contrat commercial.*

## » Anticiper et résoudre des situations de conflit

- Cas d'inexécution des contrats.
- Eviter la rupture abusive des relations commerciales.
- Résolution d'un conflit à l'amiable.
- Mettre en œuvre une action judiciaire.

**Exercices** *Réflexion de groupe et échange à partir de cas réels.*

## » La responsabilité de la personne morale, du dirigeant et du salarié

- La responsabilité pénale de l'entreprise.
- Les cas de responsabilité personnelle.
- La responsabilité des administrateurs.

**Etude de cas** *Réalisation d'un cas pratique relatif à la mise en jeu de la responsabilité personnelle du dirigeant.*



Réf :	DOA
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 2-3 avril/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Cadre non-juriste, créateur d'entreprise, service comptable et contentieux, responsable administratif et financier. Toute personne souhaitant s'initier au droit des affaires.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Droit de la consommation

## les obligations légales

Le droit de la consommation fait l'objet de nombreuses réformes pour répondre à un besoin de protection et de sécurité des consommateurs. Ce stage vous aidera à maîtriser les obligations et limites dans la commercialisation de vos produits et services afin de garantir votre image de sérieux et professionnalisme.

## » Le cadre général de la protection des consommateurs

- La qualification de consommateur.
- Les organismes " relais " des consommateurs.
- Le rôle de la DGCCRF.
- Les tendances d'évolution.

**Echanges** *Le contexte global du droit de la consommation.*

## » Connaître les obligations d'information du professionnel

- Le périmètre de l'obligation d'information et du devoir de renseignement.
- La charge de la preuve relative à la réalisation de ces obligations.
- Les sanctions encourues en cas de non-respect.

**Echanges** *Les différentes pratiques comportant des risques juridiques.*

## » Comprendre les limites de la commercialisation de produits et de services

- Le démarchage à domicile.
- La vente par correspondance.
- La publicité et la promotion des ventes.

**Jeu de rôle** *Le démarchage à domicile. Débriefing en groupe.*

## » Optimiser le contrat des parties

- Rappel des conditions de validité d'un contrat.
- La rédaction du devis : contenu et sanctions encourues.

- La commande.
- Les conditions générales de vente.
- Les clauses abusives et les sanctions encourues.

**Exemple** *Exemple de devis.*

## » Identifier les pratiques commerciales déloyales

- Les pratiques commerciales réglementées.
- Les pratiques commerciales illicites.
- Les particularités liées à la vente par correspondance.
- Les sanctions encourues.

**Etude de cas** *Cas relatif aux pratiques commerciales déloyales.*

## » Savoir encadrer ses pratiques tarifaires

- Les promotions et les soldes.
- La garantie des prix.
- La publicité en matière de prix.

**Echanges** *Les différentes pratiques tarifaires.*

## » Mettre en œuvre efficacement les garanties dues aux clients consommateurs

- Les différents types de garanties.
- Les conséquences de ces garanties.
- La stratégie à adopter.
- Les effets de la mise en jeu de la responsabilité du professionnel à l'égard du consommateur.

**Mise en situation** *Cas conflictuel entre un professionnel et un consommateur.*



Réf :	DCN
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Transfert de connaissances, discussions de groupe, cas pratiques.

### » PARTICIPANTS

Juristes, professionnels en relation avec les consommateurs, agents commerciaux, concessionnaires, distributeurs, franchisés.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Durant ce stage, vous verrez les principales règles nationales, communautaires et internationales de la concurrence. Vous apprendrez à identifier les pratiques anticoncurrentielles. Vous pourrez ainsi éviter les risques encourus par l'entreprise dans ses activités commerciales.

**df** Exercices pratiques

Réf :	DRE
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 19-20 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Juristes, agents commerciaux. Toute personne souhaitant s'initier au droit de la concurrence.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Connaître les fondements du droit de la concurrence interne, communautaire**

- Le champ d'application des règles de concurrence.
- L'articulation entre droit communautaire et droit interne.
- Les institutions compétentes tant au niveau interne que communautaire (autorités et juridictions de droit commun).

**» Maîtriser les règles relatives aux ententes et abus de position dominante**

- Le principe d'interdiction des ententes entre entreprises en droit interne et en droit communautaire.
- L'identification des cas d'ententes entre entreprises.
- Les exemptions en matière d'ententes.
- Les sanctions relatives aux ententes.
- La prohibition des abus de position dominante en droit interne et en droit communautaire.
- La notion de dépendance économique, un abus de domination relatif.
- L'objet et le contenu de l'interdiction des pratiques de prix anormalement bas.

**Exemple** Analyse d'une procédure contentieuse en matière d'entente.

**» Maîtriser le contrôle préventif des concentrations**

- La notion de concentration et les différents seuils.
- La définition des marchés pertinents.
- La procédure nationale en matière de concentration.

- La procédure communautaire en matière de concentration.
- La condition d'entrave à la concurrence.
- Les sanctions encourues.

**Exercices** Analyse d'un recours en matière de contrôle des concentrations.

**» Appréhender les cas d'aides d'Etat**

- Les critères de qualification des aides d'Etat.
- La distinction entre les aides incompatibles, compatibles de plein droit et susceptibles d'être compatibles.
- La typologie des exemptions.
- La mise en œuvre de la procédure contentieuse.

**Echanges** Echanges relatifs à la question de la pertinence du principe d'interdiction des aides d'Etat et de son application.

**» Eviter les pratiques restrictives en matière de relations commerciales**

- L'encadrement de la négociation commerciale.
- Les règles de facturation à respecter.
- Les délais de paiement à respecter.
- L'interdiction de la revente à perte.
- L'interdiction des prix minimums imposés.
- Le contrôle de la rupture des relations commerciales.

**Travaux pratiques** Cas pratique relatif à l'application des règles de facturation.

**P** pratique **Faire face à une concurrence déloyale**

Ce stage vous permettra d'identifier les différentes situations de concurrence déloyale et de connaître leurs spécificités. Il vous montrera comment mener une action en concurrence déloyale et estimer votre préjudice commercial. Il vous apprendra aussi à anticiper et à vous protéger contre de telles éventualités.

**df** Exercices pratiques

Réf :	CDL
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Etudes de cas, mises en situations, apports théoriques et partages d'expériences.

**» PARTICIPANTS**  
Dirigeants d'entreprises, managers, juristes, collaborateurs des départements contentieux et comptables.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» La notion de concurrence déloyale en droit**

- Définition et fondement de la concurrence déloyale.
- Concurrence déloyale et liberté du commerce.
- Domaines d'application de l'action en concurrence déloyale.
- Conditions de l'action en concurrence déloyale : la faute, le préjudice, le lien de causalité direct.

**Travaux pratiques** Illustrations jurisprudentielles.

**» La typologie des actes de concurrence déloyale**

- La publicité déloyale : critiquer injustement le nom, les qualités d'un produit d'une marque ou d'une entreprise.
- Le dénigrement : jeter publiquement le discrédit sur les produits ou les prix d'une entreprise.
- Le débauchage : rompre abusivement un contrat de travail pour rejoindre une entreprise concurrente.
- Le parasitisme : s'approprier indûment la réputation ou le savoir-faire d'un concurrent, en créant une confusion.
- La contrefaçon : reproduire ou imiter quelque chose sans en avoir le droit.

**Travaux pratiques** Identification de situations qualifiées de concurrence déloyale par la jurisprudence.

**» Mener une action en concurrence déloyale**

- La qualité et l'intérêt pour agir.
- Les délais à respecter.
- La compétence juridictionnelle d'attribution et la compétence juridictionnelle territoriale.
- La charge de la preuve et les preuves fondamentales à produire à l'appui de son action.

- Les mesures conservatoires.
- La demande de cessation de l'activité sous astreinte.
- La publication de la décision.

**Travaux pratiques** Mise en situation : mise en place et suivi d'une action en concurrence déloyale.

**» L'indemnisation du préjudice commercial**

- Savoir évaluer le préjudice commercial.
- Evaluer des dommages-intérêts.
- Demander des dommages-intérêts.

**Travaux pratiques** Evaluation d'un préjudice commercial dû à une concurrence déloyale.

**» Prévenir la concurrence déloyale**

- Stratégie de prévention et mise en place d'actions préventives.
- Mesures protectrices, moyens de surveillance : utiliser au mieux la législation relative à la propriété intellectuelle.
- Focus : le dépôt de brevet.

Ce stage vous permettra de comprendre les enjeux de la propriété intellectuelle (PI) dans la vie de l'entreprise. Il vous montrera comment protéger vos droits d'une manière générale, plus particulièrement dans le domaine numérique. Il vous présentera les impacts de la réforme du droit d'auteur.

## » Identifier les systèmes de protection de la propriété intellectuelle

- Le droit d'auteur pour les œuvres littéraires, les œuvres d'art et les créations architecturales.
- Le brevet d'invention pour protéger les innovations techniques (acquisition de la protection, extension à l'étranger).
- La protection des marques (acquisition de droits sur une marque, exploitation des droits, aspects internationaux).
- La protection des dessins, modèles industriels et indications géographiques.
- Stratégie en matière de brevets : qu'est-ce qui vaut la peine d'être protégé ?
- Limiter au maximum les coûts. Notion de priorité, de brevets provisoires.

**Travaux pratiques** Identification des œuvres à protéger à partir d'exemples concrets : créations brevetables, marques déposables, œuvres protégées par le droit d'auteur.

## » Protéger ses droits de PI en matière de technologies de l'information

- L'étendue de la protection des bases de données (droit d'auteur, droits sui generis, risques liés à Internet).
- La protection des logiciels (droit d'auteur, licences, brevetabilité).
- La protection du site Web (nom de domaine, création et hébergement, droit d'auteur et Internet).

**Travaux pratiques** Cas pratique visant à mettre en œuvre la meilleure protection juridique.

## » Mettre en œuvre la réforme du droit d'auteur

- Le droit d'auteur. La loi DADVSI et la loi Création et Internet.
- Droits d'exploitation.
- Exceptions au droit d'auteur.
- Les procédures de dépôt de brevet (PCT, OEB, nationales ; coûts, dates de dépôt, priorité).
- Nouveau dépôt légal numérique.
- Gestion en ligne des droits musicaux.
- Principe d'interopérabilité.

**Etude de cas** Appliquer à des cas concrets la réforme du droit d'auteur.

## » Défendre ses droits de propriété intellectuelle

- Actions en concurrence déloyale.
- Actions en contrefaçon.
- Les difficultés spécifiques liées au numérique.

**Etude de cas** Applications à des cas concrets de ces procédures contentieuses.



Réf :	DLI
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 2-3 avril/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Transfert de connaissances, discussions de groupe, cas pratiques.

### » PARTICIPANTS

Juristes, responsables juridiques, responsables marketing et stratégie.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Maîtriser les aspects juridiques d'Internet protection des données personnelles

nouveau

Ce stage vous permettra d'appréhender les fondements essentiels du droit d'Internet et d'évaluer les opportunités et contraintes juridiques liées au e-commerce et à la gestion d'un site Web. Il vous apprendra aussi à gérer un contentieux sur Internet.

## » Connaître l'environnement juridique d'Internet

- Le droit d'Internet et le droit applicable à Internet : le mythe du "vide juridique".
- Les principaux acteurs en France et à l'étranger : ICANN, AFNIC, CNIL, HADOPI...
- Le cadre juridique de la protection contractuelle spécifique à Internet : la LCEN, la loi DADVSI...
- Les contraintes juridiques relatives à la protection du consommateur dans les contrats formés à distance (B to C).

**Travaux pratiques** Echanges relatifs aux connaissances générales du groupe en matière de cadre juridique global d'Internet.

## » Maîtriser les aspects juridiques liés à la création d'un site Web

- Le dépôt du nom de domaine.
- La protection du nom du site.
- Les traitements automatisés des données nominatives.
- Le droit d'auteur et la propriété intellectuelle sur Internet.

**Travaux pratiques** Etude de cas pratique relative à la création d'un site Internet.

## » Identifier les atteintes aux données personnelles

- Les atteintes à la vie privée des clients ou des salariés.
- L'usurpation d'identité.
- La diffamation, les injures et le dénigrement.

**Travaux pratiques** Exemples d'atteintes à la vie privée liées à Internet et aux réseaux sociaux. Exemples de jurisprudence.

## » Mettre en œuvre les moyens de protection des données personnelles

- La protection de l'e-réputation.
- La modération des contenus et le filtrage des commentaires.
- Le respect des règles de collecte des données personnelles : conservation, archivage, confidentialité.
- Le droit d'accès et de rectification.
- Le Correspondant Informatique et Libertés : rôle, obligations, responsabilité.
- Le dialogue avec la CNIL.

**Travaux pratiques** Exemples de mises en œuvre de la protection des données personnelles. Réflexion sur les bonnes pratiques à adopter.

## » Eviter et gérer les contentieux sur Internet

- Les différents types de litiges.
- Le traitement des échanges internationaux.
- Les faits commis à l'étranger.

**Travaux pratiques** Etude de cas relative au contentieux lié à Internet.



Réf :	AJI
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas, mises en situations, apports théoriques et partages d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Dirigeants d'entreprises, managers, juristes, collaborateurs des départements contentieux.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Une formation destinée à tous ceux qui souhaitent conduire la négociation d'un contrat avec les meilleures chances de succès : maîtriser les aspects juridiques, mesurer les enjeux, éviter les erreurs lors de la négociation.



Réf :	NCS
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./15-17 déc. 2014 2-4 fév./7-9 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Apports théoriques, exercices pratiques d'entraînement à la négociation. Mise en situation. Travaux individuels et en sous-groupes.

## PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse aux directeurs, responsables, managers, consultants. Toute personne souhaitant améliorer ses connaissances. Aucun pré-requis n'est exigé.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Maîtriser les principes essentiels de la rédaction du contrat

- Identifier les conditions de validité du contrat.
- Les clauses incontournables.
- Les clauses particulières.

**Travaux pratiques** Etudes de cas. Exemples sur la validité du contrat.

### La négociation du contrat

- Les préalables.
- Les promesses et accords préparatoires.
- L'entrée en pourparlers.

### Avant la négociation du contrat

#### Analyser la situation

- Collecter les informations clés des parties en présence.
- S'informer sur le contexte culturel.
- Identifier les partenaires impliqués dans la négociation.
- Définir les rôles dans une négociation multiple.
- Evaluer le rapport de force.

#### Se fixer des objectifs

- Déterminer vos attentes, votre niveau d'exigence.
- Diagnostiquer les forces et les faiblesses de chaque partie, élaborer une argumentation.
- Anticiper les réactions de l'autre partie.

#### Identifier les profils de vos interlocuteurs

- Les tactiques à adopter en fonction de chaque profil.

**Travaux pratiques** Exercices filmés d'entraînement à la négociation.

### Conduire une séance de négociation de contrat

- Créer le contact.
- Evoquer les enjeux.
- Annoncer les objectifs.
- Argumenter et traiter les objections.
- Conclure un accord profitable et à long terme.

### Construire une argumentation pour conclure à un accord profitable

- Comment valoriser vos arguments ?
- Quels sont les arguments qui permettent d'atteindre votre objectif ?

### Gérer sereinement les situations de tension

- Repérer les pièges du négociateur.

### Savoir conclure

- Analyser et faire le bilan de la négociation.
- Signature formelle du contrat.

**Travaux pratiques** Entraînement à la négociation difficile. Débriefing collectif.

### Les risques liés à l'inexécution des contrats

- Les dommages et intérêts.
- Le règlement à l'amiable.
- La transaction.
- Le compromis et les clauses compromissaires.
- L'arbitrage.
- La médiation.

**Travaux pratiques** Etude de cas en sous-groupes.

Cette formation pratique vous permettra d'acquérir les techniques de base de la négociation dans un cadre juridique. Vous apprendrez notamment à élaborer une stratégie de négociation, à défendre vos intérêts et à formaliser et sécuriser un accord.



Réf :	TNJ
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov./2-3 avril 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Echanges et retours d'expérience, apports théoriques et exercices pratiques, mises en situation sur des scénarios de négociations juridiques.

## PARTICIPANTS

Juristes d'entreprises et tout professionnel de la fonction juridique engagé dans des démarches de négociation.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Connaître les phases préalables à la négociation

- Connaître les différents types de négociation : courantes, accords de principe, actions contentieuses...
- Identifier les profils de vos interlocuteurs.

**Etude de cas** Analyse des principaux modèles de négociations.

### Préparer la négociation

- Collecter les informations clés sur les parties en présence.
- Anticiper les aspects juridiques prévisibles de la négociation.
- Fixer les objectifs et déterminer la stratégie.
- Evaluer les rapports de force, anticiper les réclamations et les réactions des parties.
- Construire des scénarios alternatifs et prévoir des solutions de rechange.

**Mise en situation** Simulation de la préparation d'un entretien de négociation.

### Conduire la négociation

- Créer un climat favorable et fixer le cadre.
- Identifier les décideurs, se répartir les rôles et repérer les points bloquants.
- Annoncer l'objectif de la négociation.
- Choisir les mots justes pour votre argumentation.
- Faire un résumé des échanges et proposer des solutions innovantes.

**Mise en situation** Simulation d'un entretien de négociation.

### Gérer les situations bloquantes

- Négocier avec des personnalités difficiles.
- Gérer et contrer les objections.
- Résister au passage en force.
- Détecter la manipulation et gérer les émotions.
- Réinstaurer la confiance après une situation de crise.

**Etude de cas** Sortir d'une situation difficile et parvenir à un accord pérenne.

### Finaliser la négociation

- Formaliser l'accord : les derniers ajustements et questions à poser.
- Conclure la négociation au bon moment et fixer les prochaines échéances.
- Valider et faire valider les points de droit traités et les désaccords résolus.

### Acter les accords et sécuriser les engagements clés

- Préparer la mise en œuvre de l'accord pour une meilleure sécurité juridique.
- Rédiger les clauses dites sensibles : clause pénale, limitative de responsabilité.
- Fixer le prix et ses modalités de révision.
- Prévoir la durée du contrat, les conditions de résiliation et la reconduction expresse ou tacite.

**Travaux pratiques** Etude d'un contrat type et rédaction des clauses clés.

# Négocier et rédiger un contrat commercial

## les aspects pratiques



Législation, jurisprudence et formation des contrats commerciaux. Etude détaillée et approfondie des clauses (objet, modalités, droit, garanties, obligations, transfert, limite de responsabilité, particularités rédactionnelles...). Le cahier des charges. Aspects juridiques en cas d'inexécution. Droit de la concurrence.

### » Le contrat commercial

- Le contrat, la loi des parties.
- Les règles de droit à respecter.
- La détermination du moment auquel le contrat est formé.
- La modification des obligations contractuelles.
- Les promesses de vente.
- L'obligation de conseil du vendeur.

**Exercices** Analyse d'un cas relatif à la formation du contrat.

**Exercices** Réalisation d'un cas pratique permettant d'analyser des clauses d'un contrat commercial.

### » La gestion des cas d'inexécution du contrat

- La suspension de l'exécution de ses obligations.
- La résolution du contrat.
- La résiliation du contrat.
- Les pénalités.

**Exercices** Réflexion de groupe et échange en matière d'inexécution du contrat.

### » La portée des obligations réciproques

- Obligation de moyens ou de résultats.
- Cahier des charges.

**Exercices** Analyse de la portée des obligations réciproques à l'aide de décisions jurisprudentielles

### » Les éléments essentiels du droit de la concurrence

- Obligation de transparence tarifaire.
- Pratiques discriminatoires.
- Rupture abusive des relations commerciales.

**Exercices** Réalisation de cas pratiques en droit de la concurrence.

### » Les clauses essentielles du contrat

- L'objet du contrat. Les documents contractuels. La langue du contrat.
- La date d'entrée en vigueur et la durée. Les modalités de renouvellement du contrat.
- Le prix et les modalités de révision du prix. Les délais de règlement, les délais et le lieu de livraison.
- Le transfert de propriété et des risques.
- La limitation de la responsabilité, la force majeure.
- Le règlement des litiges, les pénalités. L'engagement de confidentialité.
- La possibilité de sous-traiter le contrat.
- Les clauses protégeant la propriété intellectuelle.



Réf :	CCC
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 19-20 mars/12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Managers et responsables commerciaux, commerciaux, assistant(e)s juridiques.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Drain commercial : sécuriser sa politique



Appréhender les aspects juridiques de votre politique commerciale vous permettra de mieux la sécuriser et d'en mesurer les risques. Durant ce stage, vous verrez notamment les règles qui concernent la facturation, les prix, les délais de paiement mais aussi les conditions de rupture des relations commerciales...

### » Faire le point sur le cadre juridique global des politiques commerciales

- Le périmètre légal des relations commerciales.
- Les normes juridiques applicables et leur récente évolution.

**Travaux pratiques** Echanges du groupe au sujet de la réglementation générale en matière de politique commerciale.

**Travaux pratiques** Exercice relatif à l'application des délais de paiement.

### » Appréhender la réglementation relative à la revente à perte

- La détermination du seuil de la revente à perte.
- La question de la réintégration des marges arrière.
- Les exceptions légales à l'interdiction de la revente à perte.

### » Appréhender les règles juridiques de la négociation commerciale

- Le principe de libre négociation.
- L'encadrement juridique de la négociation.
- Le contenu des conditions générales de vente.
- Les incidences des contradictions CGV/CGA.
- La mise en place d'une politique tarifaire.

### » Maîtriser la problématique du contrôle des prix de vente

- L'interdiction des prix minima imposés.
- La réglementation relative aux ententes entre entreprises.

**Travaux pratiques** Exemples de pratiques sanctionnées en matière de prix de vente, dans le cadre de la réglementation relative aux ententes entre entreprises.

### » Maîtriser les règles de la facturation

- La détermination de la date de la facturation.
- La mise en œuvre des réductions de prix sur la facture.
- Les mentions légales des factures.
- Les sanctions encourues en cas de non-respect des obligations légales en matière de facturation.

**Travaux pratiques** Rédiger une facture comprenant l'ensemble des mentions obligatoires.

### » Gérer la rupture des relations commerciales

- Le déréférencement.
- Les règles à respecter (notamment préavis et notification).
- Le caractère abusif ou non d'une rupture de relations commerciales.
- L'évaluation du préjudice éventuel.

**Travaux pratiques** Exercice permettant d'évaluer l'existence du caractère abusif d'une rupture des relations commerciales.

### » Respecter les délais de paiement

- Le plafond du délai de paiement conventionnel.
- Les risques encourus.



Réf :	SPO
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 23-24 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » EXERCICES

Transfert de connaissances, discussions de groupe, cas pratiques.

#### » PARTICIPANTS

Juristes, responsables de la politique commerciale de l'entreprise.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de prendre connaissance de l'environnement juridique de la vente sur Internet. Il vous montrera comment mettre en conformité votre site et vos conditions générales de vente afin de prévenir tout risque juridique.

**Exercices pratiques**

**df**

Réf : EJU

Durée : 2 jours

Paris 1-2 déc. 2014  
9-10 mars/8-9 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
Transfert de connaissances, discussions de groupe, cas pratiques.

**PARTICIPANTS**  
Juristes, Webmasters, responsables du développement e-business, responsables informatiques, commerçants en ligne.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Maîtriser les règles de formation du contrat avec l'internaute**

- Les conditions générales de validité des contrats.
- L'obligation d'information du vendeur en ligne.
- Les conditions générales de vente sur le site Internet.

**Travaux pratiques** Mise en pratique relative à un contrat de vente en ligne.

» **Savoir faire exécuter un contrat de vente en ligne**

- L'acceptation de l'offre de vente et la conclusion du contrat de vente sur Internet.
- Les obligations de l'acheteur et du cybervendeur.
- La mise en jeu des responsabilités dans le cadre du e-commerce.
- Les ventes à l'étranger : la question du droit applicable.
- La gestion du droit de rétractation.

**Travaux pratiques** Mise en situation dans une hypothèse de non respect des obligations d'un cybervendeur.

» **Appliquer les règles de protection des données à caractère personnel**

- Les obligations des fumeurs.
- Les droits des personnes fichées.
- Le rôle du correspondant de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL).
- La conservation des données de connexion à Internet.
- Le régime juridique du phishing, des logiciels espions sur Internet et des cookies.

**Travaux pratiques** Réflexion autour de la thématique de la protection des données personnelles et des problèmes concrets qui se posent en la matière.

» **Sécuriser efficacement les transactions et les paiements en ligne**

- La notion de fourniture de services de paiement.
- L'usurpation d'identité sur Internet.
- La question de la révocabilité de l'ordre de paiement par carte bancaire.
- La responsabilité en matière de sécurité des transactions.
- La protection des paiements (cryptologie).

**Travaux pratiques** Exemple de sécurisation efficace des paiements en ligne.

» **La gestion de l'après-vente**

- La garantie légale et la garantie commerciale.
- La gestion du risque de fraude.

**Travaux pratiques** Cas pratique relatif à la gestion de l'après-vente dans une hypothèse de produit défectueux.

## Pratique Les aspects juridiques et culturels des contrats internationaux

280

Ce stage vous présentera une vue synthétique de l'environnement juridique international des affaires. Vous verrez les règles et pratiques contractuelles et apprendrez à identifier les risques spécifiques. Une partie du cours sera consacrée à l'impact des aspects socioculturels selon les différentes régions du monde.

**Exercices pratiques**

**df**

Réf : CIJ

Durée : 2 jours

Paris 23-24 oct./18-19 déc. 2014  
19-20 fév./2-3 avril 2015  
11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**  
Cette formation s'articule autour d'une réflexion collective, s'appuie sur les expériences des participants, et est illustrée par des cas.

**PARTICIPANTS**  
Chargés d'affaires. Acheteurs et vendeurs internationaux. Responsables de PME. Responsables import ou export.

**PREREQUIS**  
Connaître les grands principes du droit des affaires et les pratiques commerciales internationales.

» **L'environnement juridique international**

- L'origine et les sources du droit international : la lex mercatoria.
- Les philosophies de droit dans le monde : pays de Civil Law, pays de Common Law, droit religieux, droit coutumier.
- Le droit conventionnel. Les règles uniformes et usances à l'international.
- Les principales conventions internationales.
- Les principes d'unidroit du commerce international et du droit européen des contrats.
- Le droit communautaire et les principes de libre concurrence.
- La notion de contrat international : quelle loi ? quel juge ? quelle langue ?

**Etude de cas** Analyse détaillée de la Convention Internationale de vente de marchandises dite Convention de Vienne de 1980.

» **Les éléments contractuels**

- Les différents contrats à l'international.
- Les contrats de vente, d'entreprise, de sous-traitance.
- Les conditions générales et particulières.
- Les clauses usuelles dans les contrats internationaux.
- L'utilité des clauses et les risques à prévenir.
- La méthodologie de rédaction du contrat de vente.
- La méthodologie d'achat international.
- Les joint ventures.

**Réflexion collective** Nombreux cas d'étude sur les différents types de contrats internationaux.

» **Les risques liés aux contrats internationaux**

- Les sources de risques dans les contrats internationaux.
- Les risques géopolitiques, économiques, de paiement, de non-qualité, de délai...
- L'évaluation du risque pays.
- Le choix de l'incoterm adéquat.
- Le choix du mode de paiement.
- Le règlement des litiges.
- Le règlement amiable, le tribunal d'arbitrage, le règlement ADR, le choix du tribunal.
- Le principe d'exequatur.

**Echanges** Analyse de nombreux exemples documentaires sur les différents types de contrats internationaux.

» **Les aspects socioculturels des relations contractuelles**

- Définition de la notion de socio-culture.
- Focus juridique et culturel sur les différents pays du monde.

**Exercices** Analyse comparée des différentes zones étudiées et création de fiches de bonnes pratiques.

Les projets d'outsourcing, de plus en plus complexes, demandent des réflexes juridiques ainsi qu'une bonne maîtrise des techniques contractuelles spécifiques. Ce séminaire analyse tous les aspects de l'outsourcing et met en évidence les précautions à prendre et les écueils à éviter.

## » Comprendre l'outsourcing

- Définition et principaux domaines concernés.
- Equilibre d'une relation prestataire/client.
- Optimiser plus que ses charges.
- Vue d'ensemble des pratiques actuelles.
- BPO et ITO.

**Réflexion collective** Echanges d'expériences sur cas concrets.

## » Structurer votre projet d'outsourcing

- Pour le client, définir les priorités.
- Niveaux de services, continuité d'activité, audit et benchmark.
- Conformité réglementaire. Confidentialité/sécurité et protection des données. Droits de résiliation.
- Pour le prestataire, sécuriser son revenu.
- Obligations du client. Prérequis. Engagement de volume minimal. Conditions de paiement.
- Maîtrise des évolutions de périmètre.
- Démarche commune : préciser le périmètre.
- Champ territorial et loi applicable.

**Etude de cas** Réflexion sur des cas concrets.

## » Eviter les écueils de l'avant-contrat

- La "due diligence" précontractuelle : vérifier les hypothèses de chiffrage et de définition des services.
- Le cahier des charges.
- Conserver les secrets commerciaux de l'entreprise durant la négociation : l'accord de confidentialité (NDA).
- Mener la négociation précontractuelle.

- L'offre de contrat : proposition commerciale, échanges d'emails, accord sur le prix et l'objet.
- Acceptation de l'offre.
- Respecter l'équilibre contractuel : déséquilibre significatif, dépendance économique.

**Exemple** Analyser les tenants et aboutissants.

## » Définir le contenu du contrat d'outsourcing

- Impact du contexte multi-juridictionnel. L'architecture contractuelle, les bénéficiaires des services.
- Objet et périmètre du contrat. Nature des prestations et déroulement. Engagement de volume.
- Réglementations relatives à l'externalisation et propres à certains secteurs d'activité.
- Le prix. Les conditions de paiement. Le benchmark. Les risques du TJM.
- Prendre en compte le risque social.
- Gouvernance du projet et des services récurrents.
- Obligation de moyens/résultat.
- Gains de productivité, réalisation d'économie, amélioration continue, évolutivité.

## » Sortir du contrat d'outsourcing

- Gérer les exigences de continuité de service.
- Avant de résilier : les procédures d'escalade. Le step-in.
- Résilier pour quoi ? Résilier comment ?
- Les conséquences : restitution, impact sur les licences/équipements/moyens, réversibilité des services.
- Le calendrier.



Réf :	OUR
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov./26-27 fév. 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Direction générale. Direction de filiale ou de Business Unit. Direction financière ou achat. Comité de pilotage et management d'un projet d'outsourcing.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Effectuer votre veille juridique sur Internet

nouveau



Cette formation vous montrera comment effectuer des recherches dans le domaine juridique. Elle vous présentera les principaux sites à consulter et vous apprendra à mettre en place un dispositif d'alerte et d'analyse pour une veille juridique efficace.

## » Connaître les principes fondamentaux du droit

- Les sources du droit.
- La hiérarchie des normes juridiques françaises.
- L'organisation juridictionnelle française.
- Le circuit de l'élaboration du droit national.
- Le circuit de l'élaboration du droit communautaire.

**Travaux pratiques** Quiz relatif aux principes fondamentaux du droit français.

## » Identifier les principaux sites Internet juridiques

- Présentation du site Légifrance.
- Présentation du site du Sénat.
- Présentation du site de l'Assemblée Nationale.
- Présentation du site Europa.
- Présentation du site Eux-lex.

**Travaux pratiques** Entraînement à l'utilisation des sites Internet présentés.

## » Savoir élaborer un dispositif de veille juridique

- La détermination des sujets stratégiques pour l'entreprise.
- La détermination de l'angle de suivi des sujets.
- L'identification des points d'accès utiles.
- La mise en place du plan de veille.

**Travaux pratiques** Discussion de groupe autour des enjeux de chacun pour l'élaboration d'un dispositif de veille.

## » Utiliser les outils de réseau

- Les lettres d'informations.
- Les blogs d'experts.
- Les réseaux sociaux.

**Travaux pratiques** "Visite" de blogs d'experts pertinents.

## » Mettre en place des outils d'alerte par courriel

- Les principes de fonctionnement des alertes.
- Exemples de sites proposant des alertes par courriel.

**Travaux pratiques** Entraînement à la mise en place d'alertes par courriel.

## » Tri et hiérarchiser les informations utiles

- Le tri d'informations dont on a besoin.
- La détermination de priorités dans les informations.
- L'adaptation du contenu de la veille en fonction du destinataire.

**Travaux pratiques** Discussion de groupe pour appliquer au mieux le tri et la hiérarchisation.

## » Redistribuer efficacement les résultats de la veille juridique

- Le contenu des e-mails adressés.
- La réalisation d'une revue de presse et d'un dossier documentaire.
- La rédaction de bulletins d'informations.

**Travaux pratiques** Cas pratique relatif à la rédaction d'un e-mail de veille juridique sur un thème proposé.



Réf :	VEJ
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 9-10 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mises en situation, discussions de groupe.

### » PARTICIPANTS

Documentalistes juridiques, assistants juridiques, chargés de veille, assistants de direction, juristes.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous présentera les règles de fonctionnement des différents recours administratifs. Il vous montrera comment rédiger ou examiner une requête et utiliser efficacement les règles du contentieux administratif.

**Exercices pratiques**

Réf : AMG  
 Durée : 2 jours  
 Paris 4-5 déc. 2014  
 12-13 mars/8-9 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Services juridiques et contentieux. Assistant(e)s et secrétaires juridiques. Toute personne devant suivre des contentieux devant les différentes juridictions administratives.

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Les juridictions administratives**

- Les tribunaux administratifs et les cours administratives d'appel.
- Le Conseil d'Etat.
- Les juridictions spéciales.
- Les voies de recours.

**Travaux pratiques** Etude et analyse des étapes des différentes procédures administratives.

**» Les différents recours administratifs**

- Le recours pour excès de pouvoir.
- Les recours de pleine juridiction (ou de plein contentieux).
- Le cas particulier du contentieux de la répression.
- Les procédures d'urgence.

**Travaux pratiques** Etude des recours pour excès de pouvoir (REP) et recours de plein contentieux (RPC).

**» Les règles applicables à la saisine du juge administratif**

- Identifier le juge compétent.
- Connaître les règles de recevabilité des requêtes (délais, moyens, intérêt à agir).
- Les notions de jonction et d'intervention.
- Le non-lieu à statuer.

**Travaux pratiques** Rédaction d'une requête (identifier les moyens de droit à soulever).

**» L'exécution des décisions des juridictions administratives**

- L'autorité et l'exécution de la chose jugée.
- Astreintes et injonctions.

**» Maîtriser les règles de recevabilité du mémoire en défense**

- La validité de la représentation de la personne publique.
- Le respect des délais.

**» Examiner la requête pour mieux y répondre**

- Vérifier la recevabilité de la requête et de ses conclusions.
- Contester les moyens de droit soulevés dans la requête.
- Identifier les pièces à produire.

**Travaux pratiques** Comment présenter et rédiger un mémoire en défense devant un tribunal administratif ?

**» Utiliser efficacement les règles du contentieux administratif**

- La demande de substitution de motifs.
- L'opposition du défaut de liaison préalable du contentieux.
- L'opposition de la prescription quadriennale.
- L'invocation d'une cause exonératoire de responsabilité.
- La demande reconventionnelle et l'appel en garantie.

**Travaux pratiques** Rédaction un mémoire en défense au vu des moyens de droits et jurisprudentiels présentés.

Ce stage vous permettra d'appréhender l'organisation de la justice en France afin de suivre efficacement vos dossiers contentieux. Il vous montrera comment appliquer les différentes règles de procédure pour contrôler au mieux le déroulement de ces types de dossiers.

**Exercices pratiques**

Réf : JUD  
 Durée : 2 jours  
 Paris 11-12 déc. 2014  
 19-20 mars/18-19 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» EXERCICES**  
 Alternance en apports théoriques, étude de cas et exercices pratiques.

**» PARTICIPANTS**  
 Services juridiques et contentieux. Assistant(e)s et secrétaires juridiques. Toute personne devant suivre des contentieux devant les différentes juridictions.

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Prévenir contractuellement tout contentieux**

- La clause pénale et attributive de compétence.
- Le recours aux modes alternatifs de règlement des litiges.

**Travaux pratiques** Rédaction d'une lettre de mise en demeure type.

**» Anticiper la phase précontentieuse**

- Mener à bien toutes les démarches amiables.
- Evaluer l'importance du contentieux et déterminer la pertinence des poursuites.
- Savoir constituer la preuve du bien-fondé de ses demandes et de sa bonne foi.

**Travaux pratiques** Exercice pratique sur la constitution et le mode d'application des règles de preuve.

**» Engager la procédure judiciaire**

- Mesurer les délais de prescription.
- Identifier la juridiction compétente.
- Réunir les principales pièces et constituer son dossier.
- Choisir la procédure la plus adaptée : procédure contentieuse, médiation, arbitrage, procédure d'urgence ou au fond.
- L'assistance d'un huissier et d'un avocat : critères et conditions.
- Modalités de la procédure de conciliation avant procès.

**Travaux pratiques** Constituer son dossier en vue du premier rendez-vous avec l'avocat.

**» Suivre les contentieux judiciaires**

- Maîtriser les principales caractéristiques des procédures devant les juridictions.
- Identifier les règles de signification et de notification des décisions rendues.
- Exécuter ou faire exécuter une décision.
- Identifier les voies de recours.

**Travaux pratiques** Etude et analyse de la procédure d'exécution forcée.

**» Identifier la particularité des différentes procédures judiciaires**

- La juridiction civile : " saisine, procédure et exécution de la décision ".
- La juridiction commerciale : " saisine, procédure et exécution de la décision ".
- Le conseil des Prud'hommes : " saisine, procédure et exécution de la décision ".
- La juridiction pénale : " compétences, mode de saisine et rôle du parquet ".

**Travaux pratiques** Les incidences de la procédure pénale sur la procédure civile ou commerciale.

**» Le cas particulier des procédures dites d'urgence**

- L'injonction de payer.
- L'assignation à jour fixe.
- Le référé. La procédure sur requête.

**Travaux pratiques** Rédaction d'une requête en injonction de payer.

Cette journée de formation vous permettra de mettre à jour toutes vos compétences juridiques en gestion sociale. Vous comprendrez l'évolution du droit social ainsi que son impact dans les différentes organisations.

## » Les obligations liées à l'embauche

- Le droit et les obligations en termes de recrutement.
- La non-discrimination.
- Les nouvelles obligations lors de l'embauche.
- La gestion de la période d'essai.
- La période probatoire.
- Le système des quotas : les femmes, les seniors, les handicapés.
- La visite médicale d'embauche.
- L'égalité femmes / hommes.

**Echanges** Retours d'expérience et échange de bonnes pratiques.

## » La sécurité en question

- Les salariés et Internet. L'usage des mails, l'utilisation de Facebook, les téléchargements...
- Les salariés et la voiture.
- Les drogues, le tabac et l'alcool au travail. Gérer la pause cigarette.
- L'évolution du contexte et des questions de harcèlement.
- La prise en compte de la pénibilité au travail.
- L'inaptitude et le nouveau rôle de la médecine du travail.
- Le DURP : Document Unique des Risques Professionnels.
- L'adaptation au poste de travail et le reclassement.

**Réflexion collective** Echanges autour de cas pratiques et de l'expérience des participants.

## » Ce que les nouvelles lois changent dans le droit social

- La gestion des congés payés et des jours fériés.
- La mise en place du télétravail.
- La gestion du temps de travail.
- L'inaptitude.
- Le nouveau rôle de la médecine du travail.
- Les nouveautés concernant les visites médicales de reprise.
- Les autres points de vigilance.

**Echanges** Discussions autour des thèmes traités. Les points clés, les éléments à surveiller, etc.

## » Les dernières réformes à connaître

- La loi du 5 mars 2014 sur la formation professionnelle. L'évolution du droit et ses conséquences
- La géolocalisation. Le dress code.
- Les nouveaux contrats de travail. La gestion des stagiaires.
- Les accords seniors et la gestion de la fin de carrière.
- Les quatre cas de rupture du contrat de travail.
- Le reçu pour solde de tout compte.
- Sanctionner un salarié. Comment faire. Les pièges à éviter.
- Les usages et les avantages.

**Exercices** Quiz sur l'ensemble des points abordés lors de la journée et échanges.



Réf :	AJR
Durée :	1 jour
Paris	17 oct./12 déc. 2014 13 fév./10 avril 2015 5 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Quiz sur les points abordés lors de la journée.

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur en charge des Ressources Humaines. Chef d'entreprise de TPE et PME, manager.

### » PREREQUIS

Connaissances en Ressources Humaines.

# Drain du travail, l'essentiel pour les managers

Intégrer dans votre management les principes fondamentaux du droit du travail est un atout majeur. Vous serez capable d'identifier les spécificités des différents types de contrat, leurs clauses et leurs obligations, ainsi que les procédures de rupture et les risques associés.

## » Se repérer dans la législation

- Se repérer dans le Code du travail.
- Rechercher les informations juridiques.
- Se conformer à la convention collective.

**Exercices** Echanges à partir de cas réels en matière de recherche d'informations.

## » Connaître les différents contrats de travail

- Le contrat de travail CDI et CDD.
- Intérim, temps partiel, sous-traitance.
- Spécificités et contraintes de chaque contrat.
- La période d'essai : principe, durée, début, rémunération, renouvellement, rupture anticipée, fin.

**Exercices** Cas pratique relatif aux différents contrats de travail et au suivi de la période d'essai.

## » Identifier les étapes clés du contrat de travail

- La marge de manœuvre en matière de modifications dans les relations de travail.
- La durée du travail : la durée légale du travail, le temps de travail effectif.
- L'aménagement du temps de travail : dispositions juridiques applicables ; horaires individualisés.
- La gestion des comportements fautifs du salarié : les différents types de fautes ; les sanctions.

**Exercices** Identifier les modifications de contrats pouvant être réalisées sans l'accord du salarié et celles nécessitant son accord. Identifier les comportements fautifs du salarié et savoir les gérer.

## » Gérer la rupture du contrat de travail

- La démission, l'abandon de poste : les différents cas de démission ; le préavis et les conséquences.
- Le départ négocié, la rupture conventionnelle : les principes, les bénéficiaires, la rémunération.
- Le licenciement : les conditions, la procédure...

**Exercices** Les différentes situations de rupture du contrat de travail.

## » Evaluer les responsabilités de l'employeur et les risques

- Principes de responsabilité.
- Sanctions civiles et pénales en matière d'hygiène et de sécurité.
- Les accidents de travail et de trajet.
- Harcèlement moral, surmenage et discrimination.

**Exercices** Identifier les risques de mise en cause de la responsabilité de l'employeur. Savoir éviter la mise en cause de la responsabilité de l'employeur.

## » Communiquer avec les partenaires sociaux

- Le rôle des délégués du personnel.
- Le CE, les délégués syndicaux, le rôle du CHSCT.
- Les droits et les devoirs des élus.

**Exercices** Réflexion sur les relations avec les partenaires sociaux et leur importance au sein de l'entreprise.



Réf :	DRO
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 9-10 fév./28-29 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Cas pratiques et réflexion collective à partir de cas professionnels rencontrés par les stagiaires.

### » PARTICIPANTS

Managers et cadres en charge d'équipes.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra d'approfondir vos connaissances et compétences en matière de droit du travail. Vous verrez les points importants à surveiller tout au long de la vie d'un contrat de travail, les responsabilités de l'employeur et comment faire face à un contrôle de l'inspection du travail.

	
Réf :	LTR
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 26-27 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exemples de mise en application.

**PARTICIPANTS**  
Gestionnaire RH, responsable Ressources Humaines.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en droit du travail (pour les RH) ou avoir déjà suivi le stage " Droit du travail, pour les RH " réf. TRV.

» Rappels sur l'environnement juridique du travail

- La structure et les différentes sources du droit du travail (constitution, lois, usages, jurisprudence).
- La médecine du travail et du contrôle, l'inspection du travail, le comité d'entreprise et les syndicats.
- La recherche des informations juridiques.
- Quelles sont les nouvelles réformes ?

» Contrat de travail : les points clés à surveiller

- Spécificités juridiques du temps de travail.
- Quelles caractéristiques pour le temps partiel et les heures supplémentaires ?
- Modifier le contrat de travail en toute sécurité.
- Les différents changements possibles (politique salariale, horaires).

**Exercices** Exemple de modification d'un contrat de travail.

» Gestion des prestations externes

- Les prestations de services et la requalification.
- Le contrat avec les entreprises externes.
- Les droits et les obligations : le cadre légal et le cadre contractuel.
- Le prêt de main d'œuvre.

**Exercices** Exemple de contrat pour une prestation de service.

» Responsabilité de l'employeur et CHSCT

- Bien évaluer les risques potentiels.
- Les enjeux de la sécurité.

- Les accidents du travail et les maladies professionnelles.
- Les facteurs, les mécanismes, les conséquences et les responsabilités.
- Identifier et évaluer des risques au poste de travail.
- Le cadre réglementaire et les dernières jurisprudences.
- La responsabilité de l'employeur et les directives européennes.

**Exercices** Exemples d'identification et d'évaluation des risques au poste de travail.

» Contrôle de l'inspection du travail

- Rappels sur le déroulement d'un contrôle de l'inspection du travail.
  - Questions récurrentes : " Est-on est prévenu de la visite ? Peut-on interdire l'accès à une partie des locaux ? "
  - Les documents à communiquer à l'inspection du travail.
  - Tenir tous les registres et affichages obligatoires.
  - S'assurer de l'existence du règlement intérieur.
- Exercices** Exemple de préparation à une inspection.

» Gérer les situations particulières

- Les accords seniors.
- Charte sur le handicap et la diversité.
- Prévenir la discrimination au travail.
- L'égalité professionnelle homme-femme.
- Démarche Risques psychosociaux et mieux vivre au travail.



# Maîtriser les principaux risques en droit du travail

Cette formation vous permettra d'appréhender l'environnement légal des relations individuelles de travail, d'identifier les risques d'infraction et de comprendre les mécanismes d'engagement de la responsabilité des dirigeants.

	
Réf :	MPD
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ateliers de réflexion en sous-groupes, discussion-débat sur des thèmes choisis.

**PARTICIPANTS**  
Cette formation est destinée principalement aux responsables RH, assistant(e)s RH, responsables du personnel, juristes, ainsi qu'à tous les collaborateurs appelés à gérer les relations sociales.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en droit social.

» Comprendre les mécanismes de la responsabilité

- L'organisation judiciaire (administratif, civil, pénal).
- Les différentes infractions (contraventions, délits).
- Les différents auteurs (dirigeant, entreprise, délégataire, préposé).

**Travaux pratiques** La responsabilité pénale du dirigeant : en sous-groupes, élaborer un plan de prévention pour limiter le risque pénal.

» Maîtriser et prévenir les risques psychosociaux

- Le harcèlement moral (les principales infractions en la matière).
- Le harcèlement sexuel (les différentes infractions et les risques encourus).
- La violence.
- Le stress (psychologique, émotionnel), le suicide.
- Les obligations de l'employeur en matière de prévention (détecter et évaluer les risques).

» Se prémunir contre les discriminations

- Différencier les cas constitutifs de discrimination.
- Mesurer les risques liés au délit d'enfreinte et à la discrimination syndicale.
- Construire une politique de prévention des discriminations au sein de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Echanges sur la notion de diversité dans l'entreprise.

» Identifier et prévenir des risques en matière d'hygiène et de sécurité

- Identifier les risques pour le salarié et pour l'entreprise.
- Connaître les infractions encourues.
- Prévenir les risques en la matière (l'approche globale de prévention des risques).

**Travaux pratiques** Atelier de réflexion en sous-groupes : les domaines d'intervention du CHSCT.

» Les risques liés à la pénibilité au travail

- Les contraintes physiques marquées.
- L'environnement physique agressif.
- Les rythmes de travail.

» Recourir à du personnel extérieur à l'entreprise en toute sécurité

- Le délit de marchandage.
- Le prêt illicite de main d'œuvre.
- Le risque de requalification du contrat.

» Le contrôle administratif

- La HALDE (les pouvoirs d'enquête et les sanctions).
  - La CNIL.
  - La médecine et l'inspection du travail.
- Travaux pratiques** Débat sur les différents modes de contrôle et échanges sur les différentes expériences des participants.

Cette formation vous permettra de maîtriser l'environnement légal et ses aspects pratiques afin de développer les bons réflexes face aux situations rencontrées quotidiennement dans l'entreprise, et de prévenir ainsi les contentieux.

## » Les règles propres au contrat de travail

### ■ Embaucher et choisir le contrat de travail en toute sécurité

- Les obligations sociales préalables à l'embauche.
- Le contrat de travail à durée indéterminée.
- Le contrat de travail à durée déterminée.
- Le contrat de travail temporaire.
- La période d'essai depuis la loi du 25 juin 2008.

### ■ Les clauses dites sensibles

- La clause de confidentialité.
- La clause de non-concurrence.
- La clause de mobilité.

### ■ La durée du travail

- Le temps de travail effectif.
- Le temps partiel.
- Les heures supplémentaires.

### ■ La suspension du contrat de travail

- La maladie/l'accident du travail.
- La maternité.
- Absence justifiée / injustifiée.
- Le congé individuel de formation.

**Exercices** Rédaction d'un avenant au contrat de travail. Rédaction d'une clause de non-concurrence. Jurisprudences des différents cas de suspension du contrat de travail. Rédaction d'une lettre de licenciement.

## » Le contrat de travail et ses conséquences

### ■ L'exécution du contrat de travail

- Les obligations du salarié : obligations issues du contrat, obligation de loyauté.
- Les obligations de l'employeur : déclarations obligatoires, formation des salariés, versement de la rémunération.

### ■ Les différents modes de rupture

- Le licenciement pour motif personnel.
- Le licenciement pour motif économique.
- La rupture amiable et transaction.
- La démission.
- La mise à la retraite.

### ■ L'organisation de la représentation du personnel

- Les délégués du personnel.
- Le comité d'entreprise.
- Le comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail.
- Les syndicats.

### ■ Le contrôle du travail

- L'inspection du travail.
- La médecine du travail.

**Exercices** Rédaction d'une lettre de démission. Licenciement du salarié protégé. L'affichage obligatoire pour les entreprises de moins de 20 salariés. Débat sur le contentieux devant le Conseil des Prud'hommes.



Réf :	TRV
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Cette formation est destinée principalement aux responsables RH, assistant(e)s RH, responsables du personnel, juristes, ainsi qu'à tous les collaborateurs appelés à gérer les relations sociales.

## » PREREQUIS

Cette formation nécessite d'avoir des connaissances de base en droit social.

# Gérer la rupture de contrat de travail

Cette formation vous permettra de maîtriser l'environnement légal du contrat de travail, d'appréhender les contraintes liées aux procédures, et d'optimiser les enjeux et les conséquences financières de sa rupture, pour le salarié comme pour l'entreprise.

## » Les différents modes de rupture du contrat de travail

- La rupture en période d'essai : la durée légale et conventionnelle, la prolongation de la période d'essai.
- La rupture d'un commun accord : rupture conventionnelle (modalités, procédure...), transaction (conditions, effets...).
- La rupture pour motif personnel : l'absence, la faute, l'inaptitude, l'insuffisance professionnelle.
- La rupture pour motif économique, un motif réel et sérieux : réorganisation de l'entreprise, gestion du calendrier.
- Les acteurs associés (partenaires sociaux, expert comptable).

**Exercices** Rédaction d'une lettre d'engagement d'un cadre. Rédaction d'un modèle de rupture conventionnelle. Jurisprudences des différents modes de rupture. Etude de la cause économique par la jurisprudence.

## » Conduire un licenciement pour motif personnel

- La mise à pied conservatoire pour motif disciplinaire.
- L'entretien préalable au licenciement.
- L'assistance d'un conseiller extérieur à l'entreprise.
- La lettre de licenciement et les mentions obligatoires.

**Exercices** Rédaction d'une lettre de convocation à un entretien préalable au licenciement.

## » Conduire un licenciement pour motif économique

- La gestion du calendrier de la procédure.
- L'obligation de consulter les partenaires sociaux.
- L'obligation de reclassement : CRP/CTP.
- La gestion du plan de sauvegarde de l'emploi.
- L'ordre des licenciements.
- La lettre de licenciement et les mentions obligatoires (motifs, reclassement, ordre des licenciements, DIF).

**Exercices** Rédaction d'une lettre de licenciement économique.

## » Les obligations liées au licenciement

- L'indemnité légale de licenciement.
- L'indemnité compensatrice de congés payés.
- L'indemnité conventionnelle.
- La communication des documents (attestations, reçu pour solde de tout compte).

**Travaux pratiques** Rédaction d'un reçu pour solde de tout compte.

## » Le contrôle du licenciement

- Le cas particulier du salarié protégé : les personnes concernées, l'autorisation de l'Inspection du travail.
- Le contrôle du licenciement par le juge des Prud'hommes : contrôle du motif réel et sérieux, du respect de la procédure.
- Sanctions et requalification.

**Travaux pratiques** Débat sur les modes de contrôle.



Réf :	RUP
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./18-19 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Cette formation est destinée principalement aux responsables RH, assistant(e)s RH, responsables du personnel, juristes, ainsi qu'à tous les collaborateurs appelés à gérer les relations sociales.

## » PREREQUIS

Cette formation nécessite d'avoir des connaissances de base en droit social.

Ce séminaire vous permettra de distinguer les différents cas de responsabilité civile des dirigeants et les principales conditions de mise en cause de cette responsabilité. Vous verrez également les mécanismes de délégation de pouvoirs ainsi que les avantages et les limites des assurances en responsabilité civile.



Réf :	CIV
Durée :	1 jour
Paris	10 oct./12 déc. 2014 13 mars/22 mai 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Dirigeants d'entreprises, responsables d'unités, managers, avocats, juristes, et toute autre personne souhaitant comprendre la réglementation relative à la responsabilité civile du dirigeant.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » La responsabilité civile du dirigeant

- Définition et contours de la responsabilité civile du dirigeant.
- Distinctions entre responsabilité civile et responsabilité pénale.
- Responsabilité à l'égard de la société et des associés : action sociale de la société, action individuelle de l'associé.
- Responsabilité à l'égard des tiers.

**Etude de cas** La mise en œuvre de la responsabilité civile d'un dirigeant par les associés de la société.

### » Les conditions de mise en cause de la responsabilité civile du dirigeant

- La faute : infraction aux dispositions législatives et réglementaires, violation des statuts, faute de gestion...
- Le dommage.
- Le lien de causalité.
- Les différents cas d'exonération de responsabilité.

**Exemple** Exemples de fautes engendrant la mise en cause de la responsabilité civile du dirigeant, exemples de jurisprudence.

### » Une limite à la responsabilité du dirigeant : la délégation de pouvoirs

- La délégation de pouvoirs : définition et champ d'application.
- Les différences entre délégation de pouvoirs et délégation de responsabilité.
- Les conditions de validité de la délégation de pouvoirs.

- Contenu et forme de la délégation, preuve de la délégation.
- Le choix du délégataire : statut et moyens du délégataire.
- Les effets de la délégation de pouvoirs régulière.
- Les limites de la délégation de pouvoirs.
- La subdélégation.

**Etude de cas** La délégation de pouvoirs : distinguer les délégations régulières et irrégulières.

### » La souscription d'une assurance responsabilité civile

- Les assurés : dirigeants de droit, dirigeants de fait, autres bénéficiaires...
- L'objet de la garantie : risques couverts et exclusions.
- La portée de la garantie : à l'égard des tiers, de la société et des associés.
- La souscription de l'assurance : information de l'assureur et de l'assuré, cotisation.

**Exemple** Exemples d'hypothèses couvertes par une assurance responsabilité civile.



# La responsabilité pénale du manager

## évaluer les risques

A l'issue de cette formation, vous serez capable d'identifier les situations pouvant représenter un risque pénal pour vous et votre entreprise. Vous apprendrez ainsi à prévenir, détecter et traiter ce risque pénal en liaison avec les RH.



Réf :	PEN
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Cas concrets tirés de la vie de l'entreprise illustrant les apports théoriques. Autoévaluation et travaux en groupe.

## » PARTICIPANTS

Manager, membres des comités de direction.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » Les différentes responsabilités

- La responsabilité civile de l'entreprise.
- La responsabilité en droit de la sécurité sociale.
- Les responsabilités pénales.
- La responsabilité du chef d'entreprise.

**Exercices** Distinguer les différents types de responsabilité.

### » Le transfert de responsabilité : la délégation de pouvoir

- Les formes d'une délégation de pouvoir : lettre de mission, organigramme, clause du contrat.
- Le critère de l'autorité, la nécessité de la compétence, l'exigence des moyens pour mener à bien une mission.
- La distinction entre responsabilité au titre d'une délégation et responsabilité de plein droit.

**Exercices** Chaque stagiaire vérifiera l'existence d'une délégation de pouvoir et les conséquences éventuelles en matière de responsabilité personnelle du manager.

### » Responsabilités en matière de santé/sécurité

- La faute inexcusable. L'obligation de résultat.
- Le droit de la sécurité sociale.
- Les sanctions pénales induites.

**Exercices** Cas pratique sur un accident de travail pour distinguer les conséquences en droit de la sécurité sociale et en droit pénal.

### » Les responsabilités en matière de rythmes et durées de travail

- Rappel des règles. Les durées maximum de travail.
- Les hypothèses de non-respect et les conséquences.

**Exercices** Appréhender les situations potentiellement risquées, notamment les horaires excessifs.

### » Les responsabilités à l'égard des prestataires et de l'intérim

- Le risque prestataire. Le délit de marchandage.
- Le délit de prêt de main-d'œuvre illicite.
- Le rôle et la responsabilité du manager.
- Les situations à risque en cas de recours à l'intérim.

**Exercices** Identifier les risques de la sous-traitance.

### » Les responsabilités en matière de représentation du personnel

- La notion de délit d'entrave.
- Les discriminations syndicales.

**Exercices** Quelles réactions adopter face aux demandes d'un salarié délégué du personnel ou délégué syndical ?

### » Les poursuites pénales

- L'inspection du travail et la police judiciaire.
- La mise en examen. La détention provisoire.
- La garde à vue et le rôle de l'avocat.
- Les condamnations.

**Exercices** Mise en situation avec jeu de rôle sur la reconstitution d'une garde à vue avec un interrogatoire à l'occasion d'un accident mortel du travail.

# Gestion et finances

» Gestion d'entreprise p. 289

» Comptabilité et fiscalité p. 301

» Finances d'entreprise p. 317

» Banque et assurance p. 324

287



bilan

maîtrise

des Coûts

taxe professionnelle

budget

rentabilité

audit

Comptable

dématérialisation

maîtriser

les risques

# Nos experts en Gestion et finances

Diplômé d'Expertise comptable, consultant en création d'entreprises et formateur indépendant, **» Cyril TAILLEFER »** est spécialiste de l'expertise comptable et aussi consultant en création/reprise d'entreprises. Il est actuellement cogérant d'un cabinet d'expertise comptable et de commissariat aux comptes. Il a par ailleurs créé depuis presque 10 ans son agence dans laquelle il forme aux domaines de la comptabilité, finance, gestion et social.



Après une solide formation en gestion financière et fiscalité, **» Catherine LEVY »** entame sa carrière à la Compagnie Générale de Géophysique puis chez Schweppes SA en tant que responsable Trésorerie, Budget, Reporting. Après une activité au sein de cabinets comptables, elle crée sa propre structure en 2003 dans laquelle elle est consultante en gestion et finances auprès de PME et intervenante pour le compte d'organismes de formation.



Expert comptable, commissaire aux comptes et formateur indépendant en gestion et finances, **» Alexis BEM »** est depuis, 2008, gérant d'un cabinet comptable. Parallèlement, il enseigne dans plusieurs écoles de commerce et de management (lecture et analyse des comptes annuels, outils comptables et financiers, comptabilité générale...).



**» Eric STROUK »** est consultant formateur expert en gestion. Il intervient dans les domaines de la gestion, de la finance, de la comptabilité/fiscalité et de la paie auprès de nombreuses entreprises et organismes de formation. Son expérience du métier, il l'a acquise en pratiquant le multisalariat en tant que responsable administratif et comptable ce qui lui a donné une large vision des différents secteurs d'activité et des problématiques du métier.



Directeur administratif et financier durant 30 ans, notamment chez Marionnaud Italia, Giorgio Armani, Ellesse France... **» Mario SALERNO »** met aujourd'hui toute son expérience terrain au service de formations en entreprise depuis 2008 dans les domaines de la comptabilité, la gestion et les finances. Il est également consultant en comptabilité générale et analytique, et contrôleur de gestion indépendant.



# Gestion d'entreprise

Les responsables de PME, de département ou de filiale de grandes entreprises doivent disposer de compétences opérationnelles en gestion budgétaire et en contrôle de gestion pour assurer leurs missions, suivre leurs activités et en mesurer les performances. Les formations Orsys leur apportent des réponses particulièrement adaptées à leurs problématiques.

## » Création d'entreprise »

- S'initier à la gestion comptable et financière par le jeu**  
2 j - GCF - p.292
- Devenir autoentrepreneur**  
2 j - UTO - p.294
- Démarrer une entreprise, les étapes**  
3 j - DEE - p.294

## » Gestion d'association »

- Créer une association**  
2 j - GAA - p.295
- Gérer et financer une association** **Nouveau**  
2 j - GAL - p.295
- Introduction à la comptabilité des associations**  
2 j - PTA - p.308

## » Contrôle de gestion »

- Best** **Mettre en place un contrôle de gestion** **F**  
3 j - CDG - p.296
- Le contrôle de gestion de l'activité commerciale**  
2 j - CGC - p.296
- Le contrôle de gestion pour les entreprises de services**  
3 j - CGS - p.297
- Le contrôle de gestion pour les entreprises industrielles**  
2 j - ENI - p.297
- Le contrôle de gestion des systèmes d'information** **Nouveau**  
2 j - GSF - p.298
- Le contrôle de gestion pour les activités par projets/affaires**  
2 j - GEA - p.298

## » Pilotage d'entreprise »

- Best** **Balanced Scorecard, piloter la performance de l'entreprise**  
2 j - TBO - p.28
- Best** **Piloter par les tableaux de bord**  
2 j - TAB - p.29
- Best** **Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel** **F**  
3 j - IIG - p.124
- Best** **Gérer une Business Unit**  
3 j - BUT - p.291
- Perfectionnement à la gestion d'entreprise**  
3 j - MOG - p.291
- Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant**  
2 j - BUP - p.292
- Best** **Bâtir, négocier et suivre le budget de son unité**  
3 j - BUG - p.293
- Maîtriser les frais généraux**  
2 j - FRG - p.293

## » Dématérialisation »

- Dématérialisation fiscale des factures**  
1 j - DET - p.299
- Best** **Usages et impacts de la signature électronique**  
2 j - SIG - p.300
- Gestion Electronique de Documents**  
2 j - GDO - p.300
- Dématérialisation des réponses aux appels d'offres publics**  
2 j - AOP - p.373

## » Cycle Certifiant

**RESPONSABLE CENTRE DE PROFIT** » 9 j. KPF p.290

- » composition du cycle  
IIG 3j, p.124/BUP 2j, p.292/CDG 3j, p.296
- » journée de certification



KPT

Ce cycle vous permettra, en qualité de responsable de profit, de maîtriser les documents et les techniques d'une bonne gestion d'entreprise : construction du bilan et du tableau de trésorerie, élaboration du budget prévisionnel, prévention des risques financiers... Vous prendrez en compte tous ces paramètres pour structurer votre Business Plan et en actualiser les données.

## Initiation à la gestion : comptabilité et éléments de gestion

- Le cadre général de la gestion d'entreprise : environnement et structures juridiques de l'entreprise.
- A la découverte des documents de gestion de l'entreprise : bilan, compte de résultat et tableau de trésorerie.
- Les principes et le rôle de la comptabilité générale.
- Le fonctionnement des comptes : la chaîne comptable (journaux, comptes en T, grand-livre et balance).

## Initiation à la gestion : équilibres et coûts dans l'entreprise

- De la comptabilité générale à la comptabilité analytique : passage des charges (par nature) aux coûts (par destination).
- Comptabilité analytique : méthodes de calcul des coûts de revient, coûts pertinents et outils de décision.
- L'élaboration du coût de revient : méthodes, calculs (coûts complets, partiels, spécifiques), marges, évaluation stocks.
- Analyse de la rentabilité et de la solvabilité : détermination du seuil de rentabilité, ratios, tableaux de bord.
- Notation des entreprises : méthode de scoring (étude de la méthode Banque de France) et risque d'une entreprise.

## Construire un Business Plan

- Utilité et objectifs du Business Plan : la formalisation des idées et de la vision stratégique.
- Définition du projet et du modèle économique : positionnement du projet et chiffres financiers.
- Obtention des financements d'investissement et d'exploitation.
- Recherche d'associés et de partenaires industriels et commerciaux.
- Outil de monitoring et de pilotage du projet.
- La structuration du Business Plan : le plan-type et les adaptations aux spécificités.
- Pilotage des différents contributeurs (architectes, marketeurs, experts comptables, fournisseurs...).
- La construction du Business Plan : partie marketing (offre, positionnement et segments visés, tarification...).
- La construction du Business Plan : partie technique (investissements, approvisionnement, RH, organisation...).
- La construction du Business Plan : partie financière (bilan prévisionnel, ROI, plan de financement...).

## Optimiser et "vendre" son Business Plan

- L'analyse critique du Business Plan : identification des facteurs clés de succès et des facteurs de risques.
- Simulations, évaluation de leurs impacts, diagnostics de faisabilité et de pérennité...
- Chiffrage du coût d'abandon d'un projet et définition de plans de repli.
- La "vente" du Business Plan : mise en avant des éléments distinctifs et de la valeur intrinsèque du projet.
- La preuve de la solidité et de la fiabilité des estimations financières.

- La formalisation : la forme et le fond, réaliser un document impactant et communiquant.
- La présentation orale : les types de présentation, les leviers à activer pour obtenir la conviction, l'adhésion...

## Le contrôle de gestion

- Définition du contrôle de gestion : les concepts généraux et les évolutions actuelles.
- Rappels de comptabilité analytique : méthodes de calculs des coûts de revient, coût pertinents et outils de décision.
- La Méthode Activity Based Costing (ABC).
- Les flux financiers : le fonds de roulement (FRNG), le besoin en fonds de roulement (BFR).
- Les outils financiers : le compte de résultat prévisionnel, le plan de financement et le plan de trésorerie.
- La construction d'une prévision pluriannuelle et le choix des investissements à partir de critères de rentabilité.
- Les outils budgétaires : l'élaboration et l'articulation des différents budgets.
- Panorama des différents budgets : des ventes, de production, des approvisionnements, des services généraux...
- Focus sur le budget de trésorerie.

## Le contrôle budgétaire et le tableau de bord de gestion

- L'identification des écarts sur coûts et sur ventes.
- Les mesures et les actions correctives.
- Identifier les dérives entre "réalisé" et "prévisionnel" afin d'assurer l'efficacité de l'entreprise.
- Les objectifs du tableau de bord de gestion : assurer la pérennité de l'entreprise en optimisant l'usage des ressources.
- Définition des indicateurs de résultat et des indicateurs de performance.
- La collecte des informations et le choix des indicateurs.
- La construction et l'animation d'un tableau de bord de gestion.

### » PARTICIPANTS

Toute personne désirant s'initier à la gestion d'entreprise dans son ensemble.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

**Outils essentiels de comptabilité analytique et construction des principaux indicateurs de bord pour le pilotage commercial et la gestion d'une Business Unit. Bâtir des objectifs budgétaires appuyés aux performances réalisées, chiffrer un budget opérationnel et concevoir des actions correctives périodiques.**

## » Appréhender les outils de gestion usuels

- Utilité de la comptabilité analytique pour le calcul des coûts de revient.
- Les différentes méthodes de calculs des coûts de revient : coût complet, coût partiel, méthode ABC...
- Distinguer charges directes et charges indirectes.
- La répartition des charges indirectes : unités d'œuvre, taux de frais, inducteurs...
- La logique des prix de cession interne.
- Le calcul des marges et du seuil de rentabilité.
- Décider de maintenir ou non un produit, une activité.
- Evaluer la rentabilité prévisionnelle d'un investissement.

**Travaux pratiques** *Via une comptabilité analytique, calculer le coût de revient des produits finis vendus ou services exécutés. Identifier le point mort. Arbitrer la composition des ventes au moyen du mix-produit.*

## » Mettre en place ses indicateurs de bord

- Piloter son activité grâce aux tableaux de bord.
- Identifier les variables d'actions, les indicateurs de performance et de pilotage des outils de gestion.
- Piloter la performance économique et financière.
- Le pilotage par les marges (EBIT, EBITDA, REX, ROP...).
- Le pilotage par les indicateurs de rentabilité économique, rentabilité financière ; le pilotage par le cash.
- Piloter la performance commerciale.
- Piloter la performance des systèmes d'information (introduction).

**Travaux pratiques** *Savoir utiliser les indicateurs de performance financière et identifier les leviers d'action : calcul du return on equity, du free cash flow, de l'EBITDA.*

## » Bâtir et négocier son prochain budget

- La déclinaison opérationnelle des objectifs budgétaires. Le processus budgétaire dans l'entreprise.
- Prendre en compte les priorités et les contraintes fixées. Analyser les performances passées.
- Fixer des objectifs clairs, ambitieux et réalistes. Construire des plans d'actions en phase avec les objectifs.
- Les missions contributives aux objectifs. L'allocation des ressources et des moyens à mettre en œuvre.
- Le chiffrage du budget opérationnel. La classification des postes budgétaires.
- Les coûts de fonctionnement et d'investissement.
- La présentation et la négociation budgétaire. Argumenter pour lever les objections et convaincre.
- Analyser les écarts et les actions correctives. La re-prévision.

**Travaux pratiques** *A partir du budget déterminant (budget des ventes), décliner les budgets incidents : masse salariale, frais généraux, impôts et taxes, investissements. Assurer le recadrage trimestriel.*



Réf :	BUT
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 9-11 fév./11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Managers opérationnels et cadres responsables d'un service ou d'une unité non spécialisés dans les domaines comptables et financiers.

## » PREREQUIS

Expérience requise en management d'une activité ou d'un service.  
» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Perfectionnement à la gestion d'entreprise

**Utiliser les outils de gestion pour mesurer les résultats, analyser les marges, optimiser les ressources afin de fixer des objectifs, engager des actions pour développer et piloter vos activités.**

## » Analyser l'entreprise et son environnement

- Analyse de contexte économique.
- Analyse de la demande globale.
- Analyse des tendances.
- Distinction comptabilité générale et analytique.

## » Analyser ses coûts

- Introduction à la comptabilité analytique.
- Analyse des éléments à incorporer aux coûts.
- Hiérarchie des coûts et détermination du résultat.
- Le traitement des charges indirectes : le modèle des centres d'analyse.
- Charges variables/charges fixes.
- Méthode des coûts en cascade et méthode ABC.

**Etude de cas** *Déterminer le prix de vente de produits par une bonne maîtrise de leur coût de revient.*

## » Optimiser ses marges et la rentabilité

- Calcul des coûts, des marges et du seuil de rentabilité.
- Point mort : son calcul, son optimisation.

**Exercices** *Définir les seuils de rentabilité des produits ou services. Ventiler les charges en frais fixes et variables.*

## » Piloter son activité : le tableau de bord

- Le tableau de bord comme élément clé de la décision.
- Les variables d'action. Les seuils d'alertes.
- Les indicateurs de résultat et de performance.
- S'interroger sur la pertinence des indicateurs.
- Formuler un commentaire percutant à l'aide de la méthode du scoring.

**Exercices** *Assurer le pilotage de l'entreprise à l'aide de plusieurs méthodes de scoring. Appréciation de la rentabilité et solvabilité de l'entreprise.*

## » Identifier les opportunités de développement

- Etude des variables internes et externes.
- Repérer les tendances du marché.
- Analyse de l'activité.
- Définition d'un projet d'investissement.
- Evaluation de son coût réel.
- Etude de la rentabilité économique.
- Détermination des critères de choix.

**Exercices** *Comparer les valeurs actuelles nettes et les taux internes de rentabilité de plusieurs projets d'investissement.*

## » Les outils budgétaires

- Elaboration et articulation des budgets : ventes, production, approvisionnements, services généraux.
- Etude de cas** *Anticiper l'évolution de la trésorerie à l'aide de prévisions budgétaires.*

## » Le contrôle budgétaire

- Analyse des écarts : identification, mesures, actions correctives.
- Etude de cas** *Réaliser un recadrage budgétaire à 3, 6 et 9 mois.*



Réf :	MOG
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 5-7 janv./2-4 mars 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Apports théoriques, exercices. Mise en situation. Travaux individuels, en sous-groupes. Matrice de feuille de travail exploitable sous Excel.

## » PARTICIPANTS

Tous les managers sensibilisés à la gestion de son unité de pilotage.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# S'initier à la gestion comptable et financière par le jeu

## simulation de la création et de la gestion d'une entreprise

L'objectif de ce stage est d'acquérir les fondamentaux de la gestion comptable et financière de l'entreprise. Une approche pédagogique opérationnelle, interactive et ludique, vous est proposée afin de vous initier à la gestion en créant et gérant votre propre entreprise sur les deux premières années.



Réf :	GCF
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Créateur d'entreprise, commercial, représentant du personnel, juriste, responsable de business unit et toute personne souhaitant s'initier à la gestion financière.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » Lire les états de synthèse de l'entreprise

- Présentation des principales rubriques du bilan et du compte de résultat.
- Compréhension des risques et de la valeur de l'entreprise par l'analyse des états financiers.

**Travaux pratiques** Construction d'un bilan et d'un compte de résultat simplifié.

### » Jeu : création et gestion de la 1ère année d'activité d'une entreprise

- A partir d'un capital initial et d'un apport en compte courant, les participants devront réaliser plusieurs actions.
- Investir, produire, vendre, enregistrer les opérations suivant les décisions prises et les événements aléatoires du jeu.
- Différencier les investissements des charges, gérer les stocks et contrôler sa trésorerie.
- En fin d'année, clôturer l'exercice après avoir calculé le résultat avant impôt et l'IS.
- Vérifier le compte de résultat et l'équilibre du bilan.
- Calculer les principaux ratios de performance.
- Analyser les résultats de la 1ère année d'activité de la société.

**Travaux pratiques** Création et gestion de la 1ère année d'activité d'une entreprise (en groupe).

### » Mesurer la rentabilité de l'entreprise

- Comprendre les trois niveaux de résultat : exploitation, financier et exceptionnel.
- Identifier la formation du résultat à travers les soldes intermédiaires de gestion (SIG), de la marge au résultat net.
- Apprendre à analyser les charges par nature et par fonction et à calculer le seuil de rentabilité.

**Travaux pratiques** Exercice d'application sur les SIG, la répartition des charges fixes et variables et le calcul du seuil de rentabilité.

### » Jeu : gestion de la 2ème année d'activité de l'entreprise

- Distinguer le financement de l'exploitation du financement d'un investissement.
- Prendre en compte la gestion du BFR, la trésorerie et les décalages de paiement clients, fournisseurs.
- Clôturer le bilan et le compte de résultat après calcul des amortissements, des frais financiers et de l'IS.
- Calculer les SIG, de la marge au résultat, et les principaux ratios financiers.
- Analyser les résultats et la rentabilité de l'entreprise en année 2 par rapport aux objectifs définis.

**Travaux pratiques** Gestion de la 2ème année d'activité (en groupe).

# Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant

Définir, structurer et piloter un Business Plan. Construire les volets marketing et technique et en dresser le financement (outils de gestion et comptables). Evaluer son impact, sa faisabilité, prévoir les plans de repli et les coûts d'abandon. Concevoir des argumentaires marketing et commercial de communication.



Réf :	BUP
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 9-10 fév./11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exemples. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion et de mise en œuvre pratique.

### » PARTICIPANTS

Créateurs ou repreneurs d'activités, chefs d'entreprise, chefs de produit, directeurs de business unit, responsables de centre de profit, cadres financiers, managers opérationnels...

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » Utilité et objectifs du Business Plan

- La formalisation des idées, de la vision stratégique.
- Le positionnement du projet.
- La définition du modèle économique.
- Les chiffrages financiers.
- Obtenir des financements au niveau des investissements, de l'exploitation.
- Trouver des associés, des partenaires industriels, commerciaux...
- Disposer d'un outil pour monitorer et piloter le projet.

**Travaux pratiques** Description des différents types de modèle économique.

### » La structuration du Business Plan

- Le plan type.
- L'adaptation aux spécificités de chacun.
- L'ordonnement de la rédaction.
- Les différents contributeurs.

**Etude de cas** Un projet immobilier.

### » La construction du Business Plan

- Les porteurs du projet.
- La partie Marketing : l'offre, le positionnement, la tarification, l'estimation des ventes...
- La partie technique : les investissements, l'approvisionnement, l'organisation, les ressources humaines...
- La partie financière : le bilan et le compte de résultat prévisionnel, le seuil de rentabilité, le ROI...

**Travaux pratiques** Utilisation des différentes méthodes d'estimation des ventes.

### » L'analyse critique du Business Plan

- L'identification des facteurs clés de succès et des facteurs de risques.
- La définition des plans de repli.
- La mise en œuvre de simulations et l'évaluation de leur impact.
- Le diagnostic de faisabilité, de pérennité.
- Le chiffrage du coût d'abandon du projet.

**Etude de cas** Analyse critique d'un Business Plan : points marquants de clarté, informations manquantes...

### » La " vente " du Business Plan

- La mise en avant des éléments distinctifs, de la valeur intrinsèque du projet.
  - La preuve de la solidité et de la fiabilité des estimations financières.
  - La formalisation : la forme et le fond, réaliser un document impactant et communiquant.
  - La présentation orale : les types de présentation, les leviers à activer pour obtenir la conviction, l'adhésion.
- Travaux pratiques** Simulations de présentation orale de son business plan devant une banque.

Ce stage vous permettra d'identifier et de maîtriser les étapes et les méthodes de la procédure budgétaire. Vous apprendrez à construire, valider, suivre votre budget et à conseiller les différents opérationnels sur les éventuels écarts constatés.

## » Situer l'outil budgétaire dans le système d'information de l'entreprise

- Le processus de contrôle de gestion.
- Les différents horizons de planification.
- L'organisation d'un contrôle budgétaire.
- Le budget annuel : un outil de gestion de la performance.

**Exercices** Atelier de réflexion individuelle : décrire l'organisation du processus budgétaire de son entreprise.

## » Comprendre la construction budgétaire

- Les préalables à la budgétisation.
- Les étapes et les acteurs de la procédure budgétaire.
- Le diagramme d'élaboration budgétaire.
- Les budgets d'exploitation : ventes, production, achats, masse salariale, fonctions support.
- Le compte de résultat prévisionnel.
- Les budgets d'investissement : recenser et hiérarchiser les investissements, les engagements.
- Les budgets de synthèse : budget de trésorerie, bilan et cash-flows prévisionnels, plan de financement.

**Exercices** Elaborer un compte de résultat prévisionnel et déterminer un équilibre de trésorerie.

## » Valider son budget

- Savoir négocier et vendre son budget : les cinq facteurs clés de succès.
- Comment argumenter et faire avaliser ses plans d'action ?
- La consolidation budgétaire.

- Les ajustements et arbitrages budgétaires.
- L'exercice de mensualisation budgétaire.

**Exercices** A partir d'un budget pré-élaboré, présenter et argumenter ses plans d'action.

## » Suivre et contrôler son budget

- Les fondamentaux du contrôle budgétaire.
- Les préalables à l'analyse des écarts.
- La notion de budget flexible.
- Connaître les principaux écarts : écarts sur quantité, sur prix.
- Les coûts standard. Les différents types de coûts à retenir.
- L'analyse des écarts : écarts sur chiffre d'affaires, sur coûts directs ou indirects, sur rendement.
- Mettre en place des actions correctrices.

**Exercices** Calculer et interpréter des écarts budgétaires.

## » Mettre en place une relation clients/fournisseurs avec les opérationnels

- Valider les écarts constatés.
- Effectuer une re-prévision ou réestimation budgétaire.

**Exercices** A partir d'écarts constatés, proposer des plans d'actions correctrices.



Réf :	BUG
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 23-25 fév./20-22 avril 2015 15-17 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Atelier de réflexion individuelle et collective, étude de cas en sous-groupes, échanges interactifs, retours d'expériences.

## » PARTICIPANTS

Contrôleurs de gestion, responsables administratifs et financiers, responsables comptables, tous collaborateurs chargés de participer à l'élaboration et au suivi budgétaire.

## » PREREQUIS

Etre un manager ou futur manager opérationnel.

# Maîtriser les frais généraux

La maîtrise et la réduction des coûts est l'un des enjeux majeurs d'une gestion performante dans un environnement économique incertain et contraint. Cette formation est axée sur l'identification, l'optimisation et la réduction des frais généraux et des divers coûts.

## » Définition et enjeux stratégiques

- Un nouveau contexte pour l'entreprise : concurrence et mondialisation.
- Les évolutions de la vie de l'entreprise : restructuration, fusion, rachats...
- Les enjeux stratégiques de la réduction de coûts.

**Exercices** Cartographie des situations de chaque entreprise.

## » Identifier les différents types de coûts

- Identifier et distinguer les différents types de charges (frais généraux, coûts directs, indirects).
- Anticiper les difficultés liées à la répartition des charges indirectes.
- Les différentes méthodes de calcul et de suivi des coûts.

**Exercices** Comparer les frais généraux avec les entreprises du même secteur.

## » Méthodologie d'optimisation des coûts

- Recenser l'existant, analyser la structure des coûts de l'entreprise.
- Identifier le rôle et le poids des activités de soutien dans la chaîne de valeur.
- Les leviers d'action.
- Analyser et optimiser la valeur des centres fonctionnels et de leur niveau de services.
- Réduire les coûts globaux (ex : cost-killing).

**Exercices** Identifier des inducteurs pour différentes activités.

## » Identifier les performances et les hiérarchiser

- Définir et repenser le concept de performance.
- Les différents systèmes de mesure de la performance.
- Le contrôle budgétaire et ses limites, l'analyse de la valeur, la méthode Budget Base Zéro, le concept de Kaizen.

**Exercices** Faire une analyse de la valeur à partir d'un exemple.

## » Mettre en place un programme de réduction des frais généraux

- Définir, classer et benchmark des frais généraux.
- Méthode pour mettre en place une politique de baisse et de refus de hausse des prix.
- Communiquer et mettre en place le programme.

**Exercices** A partir d'exemples concrets, présenter un programme de réduction des frais généraux.

## » Suivre et contrôler les coûts sur le long terme

- Identifier les facteurs clés de succès.
- Mesurer les gains réalisés.
- Mettre en place des tableaux de bord : les indicateurs des frais généraux.

**Exercices** Créer des indicateurs pour élaborer un tableau de bord destiné à une fonction, à une prestation donnée.



Réf :	FRG
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 22-23 janv./19-20 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Pédagogie active ; alternance d'apports théoriques avec cas pratiques et quiz.

## » PARTICIPANTS

Contrôleurs de gestion, responsables comptables et financiers, opérationnels.

## » PREREQUIS

Etre familier avec la notion de coût de revient.

Ce stage vous permettra de comprendre le fonctionnement, les avantages et les contraintes du statut d'autoentrepreneur et de maîtriser les fondamentaux de gestion pour juger de la pérennité de votre projet et débiter votre activité.

### » Définition du projet

- Identifier ses objectifs personnels et professionnels.
- La recherche d'une idée.
- Les bénéficiaires du statut autoentrepreneur.
- La question des cumuls de revenus.
- Les secteurs porteurs de l'autoentrepreneariat.

### » Présentation juridique du statut d'autoentrepreneur

- Le statut juridique, la responsabilité à l'égard des dettes.
- Comparaison avec les autres statuts adaptés aux petites structures.
- Le statut social TNS.
- La protection sociale de l'autoentrepreneur.
- Le statut fiscal.

**Etude de cas** Comparer le coût social et fiscal d'une entreprise suivant le statut juridique retenu.

### » Le montage du projet de création

- La stratégie commerciale.
- L'étude de marché : étude de l'offre, de la demande et de l'environnement.
- La définition des caractéristiques des produits et/ou prestations de service. La fixation des tarifs.
- La politique de communication et de distribution.
- Le projet financier.
- Les prévisions de chiffre d'affaires. L'évaluation de l'investissement de départ.
- L'évaluation des charges et du seuil de rentabilité.

- La fiscalité de l'autoentrepreneur. Le budget de trésorerie.

**Etude de cas** Reconnaître les éléments du plan de marchéage du produit et y porter un jugement par rapport à l'étude de marché. Chiffrer le montant de l'investissement nécessaire et les prévisions de résultats.

### » La gestion administrative du statut autoentrepreneur

- Les devis et factures.
- Les documents à tenir à disposition de l'administration : livres de recettes et de cotisations.
- La question de l'utilisation d'un logiciel de gestion.
- Les assurances.
- Les relations avec les banques.

**Exercices** Construire ses documents commerciaux (factures et devis, les mentions obligatoires et les livres obligatoires (livres de recettes et de cotisations).

### » Le développement de l'activité

- Le développement du chiffre d'affaires grâce au réseau.
- La diversification.
- Le cas du dépassement du plafond de chiffre d'affaires annuel.
- Le changement de statut.

**Exercices** Répondre à un questionnaire reprenant l'ensemble des concepts et règles juridiques évoqués pendant la formation.



Réf :	UTO
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 26-27 fév./28-29 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne désireuse de s'installer à son compte. Salariés et retraités recherchant un complément de revenu.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Démarrer une entreprise, les étapes

Cette formation vous permettra de planifier et d'organiser les étapes du développement de votre projet de création d'entreprise. Une démarche structurée vous montrera comment anticiper les étapes du développement de votre entreprise et de baliser sa progression.

### » Organiser la création

- Définition et enjeux d'un projet.
- Gérer un projet.
- Comprendre la convergence gestion de projet/création d'entreprise.

**Travaux pratiques** Réflexion collective sur la structuration des démarches de création d'entreprise des participants sous l'angle de la méthodologie de gestion de projet.

### » Approfondir les dimensions marketing et ventes

- Réaliser une étude de marché.
- Cerner son marché. Analyser la demande.
- Faire des prévisions de vente.
- Bâtir un plan de développement marketing.
- Valider la structure du chiffre d'affaires (business model).
- Définir le mix de lancement.
- Etablir le plan de vente.

**Travaux pratiques** Réflexion sur les aspects marketing opérationnel des projets des participants.

### » Maîtriser les concepts clés de la gestion et de la finance

- Evaluer les besoins et les ressources.
- Etablir le compte de résultat prévisionnel.
- Calculer les flux de trésorerie et la rentabilité du projet.
- Identifier et contacter les financeurs potentiels.

**Travaux pratiques** Les participants travaillent sur un tableau en réalisant les tableaux financiers de leur projet.

### » Choisir une structure juridique appropriée

- L'entreprise individuelle.
- La SARL et l'EURL.
- La société anonyme et la SAS.
- La société civile.

**Travaux pratiques** Les participants structurent le montage juridique de leur projet : définition des apports, répartition des parts, organes de décision.

### » Développer son aisance relationnelle

- Se comprendre soi-même pour mieux gérer la dynamique de création.
- Savoir s'entourer et animer une équipe de collaborateurs.
- Réussir ses négociations.

**Travaux pratiques** Mises en situation : savoir négocier. Analyse sur les comportements mis en œuvre.

### » Réaliser son business plan

- Préparer les éléments et les chiffres clés.
- Rédiger le business plan.
- Présenter le document.

**Travaux pratiques** Les participants construisent leur business plan. Présentation devant le groupe suivie d'échanges.



Réf :	DEE
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 16-18 fév./21-23 avril 2014 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques et de mises en situation pratiques. Etudes de cas. Partage d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour créer, diriger, gérer et administrer une association. Vous verrez les bases juridiques et comptables indispensables et comprendrez le rôle de ses différents acteurs (adhérents, bureau, AG...).

## » La création d'une association

- Le projet associatif et la notion de "but non lucratif".
- La rédaction des statuts de l'association.
- Les clauses relatives aux membres et au siège social.
- L'enregistrement auprès des autorités administratives.

**Exercices** Rédaction de statuts types (mentions obligatoires).

## » Les activités de l'association

- Les activités normales proposées aux membres.
- Les activités habituelles ou exceptionnelles proposées aux tiers.
- Les activités spécifiques réglementées : sportives, culturelles, encadrement de mineurs...

## » Le rôle des différents organes de direction d'une association

- La direction de l'association.
- Les membres du Conseil d'administration.
- Les membres du Bureau.

**Travaux pratiques** Cartographie de la structure décisionnelle d'une association.

## » Le contrôle de l'association

- Le contrôle par l'Assemblée Générale Ordinaire et l'Assemblée Générale Extraordinaire.
- Les conventions collectives et les contrats spécifiques.
- Les procédures pour modifications statutaires.
- Le contrôle par le Fisc et l'URSSAF.

**Exercices** Etude et analyse du fonctionnement et du déroulement d'une AGO et d'une AGE.

## » Les modalités de financement d'une association

- La cotisation des membres.
- Les dons manuels, le mécénat et le parrainage.
- Les différentes subventions.
- Les aides liées aux contrats des salariés.
- Les autres ressources : loterie, tombola, vente de produits ou de services...

## » La comptabilité et les obligations fiscales de l'association

- Les petites associations : recettes, dépenses et justificatifs.
- Les associations importantes : forme juridique, activités, financement.
- L'impôt sur les sociétés et la TVA : les associations et activités concernées.
- Les différentes taxes : professionnelle, d'apprentissage, pour la formation continue...
- Les taxes sur les salaires : CSG et CRDS.
- La gestion du personnel : indemnisation des bénévoles et des volontaires, rémunération des animateurs et des salariés.

**Exercices** Elaboration d'un budget prévisionnel. Découverte des différentes structures d'aide à la gestion d'une association (Le CRIB, le CEA, Le GUSO).



Réf :	GAA
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 2-3 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Apports théoriques, échanges, retours d'expérience et exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Dirigeant, administrateur élu, salarié et bénévole d'associations de tous secteurs d'activités, ou toute personne développant une activité en relation avec le secteur associatif.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance nécessaire.

# Gérer et financer une association

nouveau

Cette formation vous permettra d'approfondir vos connaissances en matière de gestion et de financement des associations. Vous apprendrez notamment à gérer vos budgets, à trouver de nouvelles sources de financement en tenant compte de la fiscalité, et à optimiser les ressources existantes.

## » Rappels des spécificités comptables des associations

- Comprendre le cadre juridique des associations : la notion de "non-lucrativité", les obligations légales...
- Connaître les spécificités juridiques et fiscales des différents types d'associations.
- Connaître les particularités du plan comptable associatif.

**Travaux pratiques** Quiz de vérification des connaissances.

## » Maîtriser l'équilibre budgétaire et financier

- Elaborer un budget prévisionnel.
- Prévoir les charges et les dépenses.
- Respecter l'équilibre financier.
- Déterminer le BFR et gérer la trésorerie.

**Travaux pratiques** Elaborer un budget prévisionnel pour l'association.

## » Identifier les sources de financement

- Les ressources propres de l'association : cotisations des membres, dons, mécénat et parrainage...
- Les subventions et aides.
- Les autres ressources : souscriptions, tombolas, vente de produits ou de services...
- Le crédit bancaire et l'épargne solidaire pour les associations.

**Etude de cas** Identification des sources de financement d'une association.

## » Trouver de nouveaux financements

- Mettre en place une stratégie adaptée au besoin de l'association (investissement, développement, difficultés...).
- Identifier les partenaires potentiels.
- Rédiger un dossier structuré de demande de financement.
- S'engager dans un partenariat, un contrat ou une convention.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un dossier de demande de financement.

## » Gérer le personnel

- Connaître la législation des RH pour une association.
- Indemniser les bénévoles et rémunérer les salariées et administrateurs, gérer les frais professionnels.
- Gérer les différentes taxes sur les salaires et connaître les possibilités d'exonération.

**Réflexion collective** Faire appel aux structures d'aides à la gestion d'une association : CRIB, CEA, GUSO...

## » Maîtriser la fiscalité

- Les différentes taxes : professionnelles, d'apprentissage, d'habitation...
- L'association vis-à-vis de l'impôt sur les sociétés.
- La TVA sur les opérations d'une association et les possibilités d'exonération.

**Travaux pratiques** Optimiser le mode de financement d'une association au regard des possibilités d'exonération fiscale.



Réf :	GAI
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Apports théoriques et exercices pratiques, échanges et retours d'expérience.

## » PARTICIPANTS

Dirigeants, élus ou salariés d'une association et plus généralement toute personne éprouvant le besoin de comprendre et d'acquérir les mécanismes de gestion et de financement des associations.

## » PREREQUIS

Connaissances de base en comptabilité et connaissances équivalentes au stage "Créer une association" réf. GAA ou "Introduction à la comptabilité des associations" réf. PTA.

Evaluer et piloter l'entreprise à l'aide des principaux outils de gestion financière (FRNG, BFR, compte de résultat, plans de financement et de trésorerie, cashflow...) et de contrôle budgétaire (calcul des écarts, identification des dérives). Constitution des indicateurs de résultat et de performance.



Réf :	CDG
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./15-17 déc. 2014 2-4 mars/29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance d'exercices d'application et d'études de cas réels. Utilisation d'Excel et élaboration de tableaux de bord.

**PARTICIPANTS**  
Ce stage s'adresse à des personnes appelées à prendre en charge l'élaboration et le suivi des budgets (service comptable, de gestion ou de production).

**PREREQUIS**  
Connaissance des mécanismes comptables de base.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**» Qu'est-ce que le contrôle de gestion ?**

- Concepts généraux.
- Evolutions actuelles.

**» Rappels de comptabilité analytique**

- Passage des charges par nature aux charges par destination.
- Méthodes de calcul des coûts de revient.
- Coûts pertinents et outils de décision.
- Méthode Activity Based Costing (ABC).

**Etude de cas** Déterminer le prix de vente de produits finis par une bonne maîtrise de leur coût de revient afin de maximiser la marge.

**» Les outils financiers**

- Les flux financiers : fonds de roulement (FRNG), besoin en fonds de roulement (BFR).
- Les outils : compte de résultat prévisionnel, plan de financement, plan de trésorerie.
- La démarche de construction d'une prévision pluriannuelle.
- Choix des investissements : critère de rentabilité.

**Etude de cas** Optimiser votre trésorerie par une bonne maîtrise de votre besoin en fonds de roulement. Identifier les investissements les plus rentables.

**» Les outils budgétaires**

- Elaboration et articulation des budgets.
- Budget des ventes.
- Budget de production.

- Budget des approvisionnements.
- Budget des services généraux.
- Budget de trésorerie.

**Etude de cas** S'assurer de l'adéquation entre " cash in flows " et " cash out flows " de vos budgets de ventes, approvisionnement, services généraux, personnel et investissements.

**» Le contrôle budgétaire : analyse des écarts**

- Identification (écarts sur coûts et sur ventes).
- Mesures.
- Actions correctives.

**Etude de cas** Identifier les dérives entre " réalisé " et " prévisionnel " afin d'assurer l'efficacité de l'entreprise.

**» Le tableau de bord de gestion**

- Indicateurs de résultat et indicateurs de performance.
- La collecte des informations et le choix des indicateurs.
- Construction et animation.

**Etude de cas** Assurer la pérennité de l'entreprise en optimisant l'usage des ressources à l'aide d'indicateurs ciblés.

## Le contrôle de gestion de l'activité commerciale choisir les outils de contrôle et de pilotage

Ce stage vous montrera comment optimiser la performance de votre activité commerciale grâce à la mise en place d'une organisation et d'un contrôle de gestion. Il vous montrera aussi comment analyser, construire et piloter une équipe commerciale en vue d'augmenter la compétitivité de votre entreprise.



Réf :	CGC
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Formation opérationnelle à base d'exercices concrets et pratiques avec fichiers Excel directement transposables en entreprise.

**PARTICIPANTS**  
Contrôleurs de gestion et directeurs administratifs et financiers chargés de suivre et d'optimiser la marge commerciale.

**PREREQUIS**  
Connaissance comptable (lecture d'un bilan et d'un compte de résultat).

**» Missions et outils du contrôleur de gestion**

- Les évolutions des missions, du rattachement et des outils utilisés.
- Donner une image positive de la fonction.
- Définir les types d'objectifs, les moyens, les résultats.
- Assurer la cohérence et le déploiement du système d'objectifs au sein de l'organisation.
- Les trois niveaux d'un système d'information.

**Travaux pratiques** Retour d'expérience pour mieux identifier le rôle du contrôleur de gestion commercial.

**» Construire un budget commercial pour un niveau de rentabilité souhaité**

- Le plan stratégique d'entreprise et sa déclinaison en budget annuel. Les cadrages ultérieurs.
- Le recueil des éléments variables : tendances et aléas, outils mathématiques, expérience...
- Modéliser les volumes, prix de vente unitaire, remises, marges, coûts prévisionnels.
- Concevoir le budget commercial mensuel.

**Travaux pratiques** Analyse de différents formats de budgets commerciaux.

**» Analyser le modèle de simulation prix, volumes, coûts avec le réalisé**

- Prendre en compte les données du benchmarking.
- Elasticité prix/volumes/taux d'accroche et taux de transformation.
- Ecart d'activité, de volume, de prix, de rendement.

- Analyse des marges par produits, par marché, par zone, par client.
- Analyse des écarts constatés.
- Mise en place d'actions correctrices.

**Travaux pratiques** Analyse d'écarts pour une entreprise de services.

**» Optimiser la performance commerciale**

- Moyens commerciaux fixes et variables.
- La juste allocation des ressources nécessaires.
- Analyser la croissance et la rentabilité.

**Travaux pratiques** Identifier la cohérence dans l'attribution des moyens humains et financiers.

**» Mesurer et piloter la force de vente**

- Tableaux de bord commerciaux.
- Boîte à outils des indicateurs de performance.
- Définir les indicateurs utiles pour une bonne mise sous contrôle des plans d'action.
- Collecte des données utiles aux calculs des indicateurs.
- Acquérir une attitude d'aide à la décision.
- Reporting des informations pertinentes.
- Pilotage de la pression commerciale.

**Travaux pratiques** Construire un tableau de bord commercial.

# Le contrôle de gestion pour les entreprises de services



Cette formation vous permettra de vous approprier les outils pertinents de gestion pour un meilleur contrôle de votre entreprise de services, et de mettre en place une comptabilité analytique et une technique budgétaire adaptées.

## » Introduction

- Définition de la société de service versus société industrielle. Comprendre les spécificités.
- Cadre juridique et fiscal de l'entreprise.

## » L'information existante : la comptabilité

- Principes et rôle de la comptabilité générale.
- Comprendre la partie double.
- Comprendre les Emplois et Ressources.
- Présentation de la chaîne comptable : journaux, Grand-Livre, Balance.
- Schéma d'ensemble de la comptabilité d'une entreprise.
- Documents de gestion.
- Bilan.
- Compte de résultat.

**Exercices** Ecritures jusqu'au bilan. Etudes de cas. Travail en équipe.

## » Analyse de la rentabilité de l'activité et des équilibres du bilan

- Les documents indispensables et leur interprétation.
- Les Soldes Intermédiaires de Gestion (SIG) : Marge Commerciale, Valeur Ajoutée, EBE, Résultat d'Exploitation.
- La capacité d'autofinancement (CAF).
- Le tableau de financement.
- Les ratios (de rotations de solvabilité, autres).
- Les équilibres financiers (FR, BFR, Ratios, tableau de financement).

## » De la comptabilité générale à la comptabilité de gestion

- Appréhender le cycle productif de la société de services : par commande, par client, par périodes, etc.
- Détermination de l'objet de coût (objet du service).
- Centre de profit et centre de coût.
- Imputation du CA et coûts. Compte de résultat par centre de profit (événements...).
- Sections analytiques.
- Coûts complets. Direct costing.
- Charges fixes et variables. Seuil de rentabilité (point mort).
- Effet de levier opérationnel (ELE).
- Optimisation des marges en situation de concurrence.

**Etude de cas** Etudes de cas sur les coûts complets et seuil de rentabilité.

## » Technique budgétaire dans une société de services

- Etablissement des budgets (CA, coûts, frais généraux).
- Contrôle budgétaire. Analyse des écarts. Commentaires, Reporting.
- Trésorerie d'entreprise. Prévision et contrôle.

**Etude de cas** Etudes de cas sur le contrôle budgétaire.



Réf :	CGS
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 12-14 janv./2-4 mars 2015 1-3 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exercices pratiques individuels ou en groupe. Création de tableaux de bord.

## » PARTICIPANTS

Attaché(e) de direction, comptable, contrôleur de gestion, responsable administratif, responsable de département ou de service.

## » PREREQUIS

Connaissances de base en comptabilité.

# Le contrôle de gestion pour les entreprises industrielles



Ce stage permet de connaître et maîtriser les principes et outils de gestion en milieu industriel. A l'issue, vous saurez exploiter et choisir de manière opportune les différentes techniques d'analyse des coûts et de processus budgétaires.

## » Evolution de l'environnement industriel

- Différence entre contrôle de gestion commercial et industriel.
- Diversité des secteurs industriels.
- Typologie des modes de production.
- Les phases du cycle de production.
- Les outils et les méthodes du contrôle de gestion industriel.
- Objectifs et rôles de la comptabilité analytique.
- L'apport des systèmes d'information de gestion : ERP, GPAO, extracteurs de données.

**Travaux pratiques** Exercice d'association des différents objectifs, rôles et outils aux différentes comptabilités (générale/analytique, commerciale/industrielle).

## » Le contrôle des coûts dans l'industrie

- Les différentes structures de coûts.
- La méthode des coûts complets : déterminer les clés de répartition ; définir les coefficients d'imputation.
- Choisir les unités d'œuvre, calculer le coût de production et le coût de revient complet.
- Valoriser la main d'œuvre directe.
- Suivre les stocks et les travaux en cours.
- La problématique des prix de cession interne.
- La méthode des coûts partiels : charges fixes et charges variables ; le seuil de rentabilité ; le point mort.
- Les apports de la méthode ABC dans le secteur industriel.

**Etude de cas** Calcul d'un coût complet et partiel.

Identifier les possibilités de diminuer le seuil de rentabilité.

## » Animer le processus budgétaire

- Processus budgétaire des ventes, de la production, d'approvisionnements.
- Le budget de frais généraux.
- Le budget des investissements.

**Travaux pratiques** Constitution d'un processus budgétaire. Calcul de différents budgets (frais ...).

## » Le contrôle de gestion, outil de mesure de la performance industrielle

- Collecter l'information.
- Contrôler les différentes sources.
- Suivre et analyser le coût de production : coûts standard et écarts, dérives éventuelles des marges par produits.
- Mesurer la productivité et la rentabilité des investissements.
- Mettre en place des indicateurs financiers.
- Concevoir les tableaux de bord.

**Travaux pratiques** Calcul de la rentabilité d'un investissement. Identifier les indicateurs financiers pertinents et construction d'un tableau de bord.



Réf :	ENI
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Contrôleurs de gestion.

## » PREREQUIS

Connaissances en contrôle de gestion.

Ce stage vous permettra de connaître les différentes méthodes pour maîtriser et optimiser les coûts informatiques dans votre entreprise. Vous verrez également comment mettre en œuvre des indicateurs pertinents et fiables pour mesurer la performance et le retour sur investissement de votre système d'information.



Réf :	GSF
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 9-10 avril/11-12 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques, retours et partages d'expérience. Exercices pratiques et études de cas.

**PARTICIPANTS**  
Directeurs SI, directeurs administratifs et financiers, contrôleurs de gestion et chefs de projet.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en contrôle de gestion.

**Comprendre les fonctions de la DSI**

- Le périmètre et les principales activités de la DSI.
- Les différentes applications et leurs évolutions : ERP, logiciels métier, Cloud, SaaS...
- Les différentes ressources et budgets de la DSI.

**Travaux pratiques** Description du périmètre de la fonction DSI dans différentes entreprises.

**Maîtriser les fondamentaux du contrôle de gestion du SI**

- Rappels : les bases du contrôle de gestion, le rôle du contrôleur de gestion...
- Les spécificités et les enjeux du contrôle de gestion des SI.
- Les niveaux de maturité des organisations en contrôle de gestion IT.

**Travaux pratiques** Construction des différentes "briques" du contrôle de gestion.

**Maîtriser les coûts informatiques**

- Identifier les différents coûts informatiques : typologie et spécificité.
- Gérer les différents produits et services informatiques : catalogue, contractualisation, facturation...
- Piloter les ressources matérielles, humaines et financières de la fonction informatique.
- Gérer les actifs, les contrats et les investissements.

**Etude de cas** Analyse de la structure de coûts d'une DSI.

**Savoir gérer l'informatique**

- Connaître les différents modes de fonctionnement : centre de coûts, centre de profit, centre de valeur...
- Identifier les différents modèles de gestion en services partagés : GIE, CSP...
- Choisir entre externalisation et internalisation.
- Positionner et rattacher le contrôle de gestion informatique aux autres services de l'entreprise.

**Mettre en œuvre les différentes méthodes de pilotage**

- Les méthodes de calcul des coûts : coûts complets, ABC/ABM, TDABC, coût unitaire...
- Le benchmark des coûts de l'IT : CIGREF, AFAl...
- Gérer et piloter les activités et les projets informatiques, organiser leurs processus budgétaires.
- Elaborer un tableau de bord de la DSI et l'utiliser comme outil de pilotage et de reporting.

**Exercices** Elaboration d'un budget et d'un Balance Scorecard IT.

**Mesurer la valeur économique de l'informatique**

- Mesurer et comparer la performance : benchmark et meilleures pratiques...
- Identifier la valeur économique des SI : le ROI des projets informatiques.

**Etude de cas** Evaluation de la performance et le pilotage du SI.



# Le contrôle de gestion pour les activités par projets/affaires

De plus en plus utilisée par les entreprises, la gestion par projet requiert un suivi financier et budgétaire spécifique. Ce programme vous permettra de maîtriser les outils spécifiques du contrôle de gestion, de suivre la performance des projets, et d'anticiper la marge par une estimation pertinente des coûts.



Réf :	GEA
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exposé théorique et méthodologique, exercices et études de cas.

**PARTICIPANTS**  
Responsable projet, manager en charge d'un projet, trésorier, contrôleur de gestion.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Identifier les coûts des projets**

- Structure des coûts et spécificités " projet ".
- Typologie des coûts (nomenclature analytique).
- Spécificités des coûts des projets.
- Collecter l'information et construire les prévisions.
- Gestion et suivi budgétaire du projet.

**Travaux pratiques** Elaboration du budget prévisionnel du projet.

**Suivre la trésorerie des projets**

- Construire les outils de suivi de la trésorerie du projet.
- La logique des encaissements et des décaissements.
- Tableaux de trésorerie.
- Courbes de décaissements, d'encaissements et de trésorerie.

**Travaux pratiques** Elaboration de tableaux d'encaissements et de décaissements. Simulation de renégociation des coûts d'achats en vue d'optimiser la marge du projet.

**Analyse de la rentabilité des projets à long terme**

- Bâtir le compte d'exploitation d'une affaire ou d'un projet.
- Bâtir le compte de résultat prévisionnel et la capacité d'autofinancement dégagée par le projet.
- Structure de financement du projet. Impact du coût des financements.
- Etude des flux financiers et décision finale.
- Les flux de trésorerie liés au projet (free cash flow).
- L'effet du temps et du risque.

- Les critères d'évaluation de la rentabilité : Payback period, valeur actuelle nette, TRI.
- Mener une analyse comparative. Prise de décision finale (go/no go).

**Travaux pratiques** Les stagiaires travaillent sur l'analyse de la rentabilité à long terme d'un projet d'investissement ; étude de la rentabilité des projets sous l'angle de la création de valeur pour l'entreprise.

**Comprendre l'impact de l'activité par projet sur les ressources financières**

- Les ressources financières de l'entreprise et leur utilisation.
- Les " masses " homogènes du bilan. Les équilibres financiers de l'entreprise : FRNG, BFR, Trésorerie nette.
- Les sources de financement des projets.
- La capacité d'autofinancement et son utilisation. Le financement par l'emprunt.
- Les besoins de financement des projets.
- Le financement des investissements. Le BFR projet et sa variation.
- Le remboursement des emprunts.

**Travaux pratiques** Les stagiaires travaillent sur le financement d'un projet d'investissement. Cette dernière phase permet de clore l'étude de la rentabilité des projets.

Les donneurs d'ordres publics et privés exigent de plus en plus que leurs fournisseurs envoient des factures électroniques. Ce stage vous permettra de comprendre leurs exigences et les contraintes fiscales, en choisissant les offres et solutions disponibles les mieux adaptées à votre organisation.

## » Connaître le cadre juridique

- L'état actuel du marché en matière de dématérialisation des factures.
- Les possibilités offertes par le Code Général des Impôts et les textes de référence généraux.
- La Convention d'interchange et ses modalités de mise en œuvre.

**Travaux pratiques** Etudes de cas concrets.

## » Prévoir le retour sur investissement

- Délimiter le périmètre projet le plus adapté, selon différents paramètres.
- Optimiser la mise en œuvre et le déploiement en cohérence avec la stratégie commerciale et informatique.
- Evaluer les impacts sur le système d'information, sur les procédures comptables et le fonctionnement des agences.

**Travaux pratiques** Echanges et retours d'expérience : retour sur investissement et impacts envisageables.

## » Préparer la mise en œuvre du projet

- Les étapes et la chronologie à respecter dans la mise en œuvre d'un projet de facturation électronique fiscale.
- Le fichier de mapping et les modalités de structuration d'un standard commun entre client et fournisseur.
- Les différents protocoles de transports envisageables pour sécuriser l'envoi.

**Travaux pratiques** Echanges et retours d'expériences : fichier de mapping et protocoles de transport.

## » Optimiser ses coûts et réussir son déploiement

- Déterminer les moyens nécessaires et les bonnes pratiques à mettre en œuvre.
- Estimer son budget et ses délais.
- Préparer son référentiel documentaire.
- Connaître les points clés de la conduite du projet.

**Travaux pratiques** Exercice individuel sur l'estimation des coûts et délais. Présentation et échanges.

## » Connaître les solutions et outils disponibles

- Dresser la cartographie des acteurs et solutions disponibles, en mode internalisé et externalisé.
- Recenser les outils et solutions en matière de signature et d'archivage électroniques.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, dresser la cartographie des acteurs et des solutions.



Exercices pratiques

Réf :	DET
Durée :	1 jour
Paris	17 oct./12 déc. 2014 13 mars/12 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Etudes de cas concrets, échanges et retours d'expériences.

## » PARTICIPANTS

DAF, chefs comptables, chefs de projet métiers, DSI, MOA, responsables des études informatiques.

## » PREREQUIS

Expérience de conduite de projets métier. Connaissance des techniques de facturation et des processus de collaboration clients-fournisseurs.

## Formation Comptabilité En route pour la liberté

299



Le point de vue de **Alexis BEM**  
Expert comptable  
consultant en gestion

**Comptabilité... peu de mots véhiculent autant d'idées reçues et ont une aussi mauvaise réputation... sans doute vous aussi, à la lecture de ce mot, aurez des réactions de rejet, d'ennui. Beaucoup se demandent aussi quelle peut bien être l'utilité de cette technique ?**

### » Est-elle vraiment nécessaire ? Ne pourrait-on pas s'en passer ?

Imaginez-vous au volant d'une voiture, lancée à vive allure sur la route, il pleut, il y a de la circulation et vous transportez des passagers. Pourriez-vous arriver à destination avec un tableau de bord complètement en panne, ou pire encore, un tableau de bord qui indiquerait des informations que vous ne seriez pas en mesure d'interpréter correctement ?

Ce cauchemar, c'est la situation du manager qui ne comprend pas les données de la comptabilité ou qui pilote l'entreprise en l'absence de comptabilité.

Est-ce que vous roulez à la bonne vitesse ? Pouvez-vous doubler ? Avez-vous assez de carburant pour continuer à rouler ? Votre moteur est-il bien réglé ?

**Une formation en comptabilité s'apparente à une formation en auto-école, elle vous permet de décrocher votre permis de conduire et vous ouvre en grand les portes de la liberté d'aller où bon vous semble. Elle vous apporte toutes les réponses et vous rend indépendant, vous donne l'assurance de celui qui sait et donne aux entrepreneurs des envies de partir à l'aventure.**

Se former à la comptabilité pour conduire vos projets en toute sécurité.

La signature électronique est un mécanisme très encadré qui permet d'obtenir facilement des gains de productivité élevés. Ce stage, très opérationnel, vous permettra de connaître le cadre juridique régissant son usage ainsi que les moyens et outils à mettre en œuvre pour optimiser son utilisation.



Réf :	SIG
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./4-5 déc. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices et cas pratiques.

**PARTICIPANTS**  
Chefs de projet métiers, DSI, RSSI, MOA, responsables des études informatiques, responsables dématérialisation.

**PREREQUIS**  
Expérience de gestion de projets informatiques et/ou de mise en place de processus métier.

» La signature électronique : définition et usages

- Les concepts et principes de la signature électronique.
- Les enjeux et gains liés à son usage.

» Le cadre juridique

- Les lois, décrets et arrêtés.
- Les différents niveaux de mise en œuvre.
- Les recommandations de l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI).
- Le Référentiel Général de Sécurité (RGS).
- Le RGS : une obligation pour les autorités administratives et une bonne pratique pour les entreprises.

» Les usages actuels

- Les usages métiers, internes et externes.
- L'adaptation des moyens aux enjeux.
- Le choix du niveau de sécurité.

**Travaux pratiques** Déterminer le niveau optimal de qualité d'un certificat numérique.

» Les impacts de l'usage de la signature électronique

- Les impacts sur le système d'information et sur les applications.
- Les conséquences sur l'organisation.

**Travaux pratiques** Identifier les impacts de la mise en place de la signature électronique sur une application métier.

» Les outils

- L'état de l'art.
- Les logiciels et services du marché.
- Le choix sur l'internalisation ou l'externalisation.

**Travaux pratiques** Identifier les impacts de la mise en place de la signature numérique sur une application métier.

» Les normes et standards

- Les normes et formats : P7, Xades, PDF Signature et Pades.
- Les éléments de constitution et de conservation de la preuve électronique.

**Travaux pratiques** Produire, visualiser, horodater et valider des signatures électroniques dans différents formats.

» Le RGS et les référentiels documentaires

- Les différents documents à produire : politique de signature, de validation et de gestion des preuves.
- Les recommandations du RGS : analyse de risques et évaluation des menaces.

**Travaux pratiques** Définir le contenu d'une politique de signature numérique.

» L'optimisation d'un projet de signature électronique

- Les budgets et les délais.
- Les points-clés de la conduite du changement.

## Gestion Electronique de Documents concepts, offre, mise en place d'une solution

Ce séminaire vous permettra d'appréhender l'ensemble des aspects de la GED : techniques, formats, standards. Il présente les différentes composantes d'un système de GED et analyse les tendances actuelles du marché et des techniques. Il traite aussi de la mise en place d'une solution GED.

» La problématique générale

- Définitions : document, GED, GEIDE.
- De la production documentaire individuelle à la production documentaire partagée.

» La chaîne d'acquisition

- L'acquisition numérique. Les métadonnées : Dublin Core, MARC...
- Les formats texte et image. OCR, ICR, IDR, RAD, LAD. L'indexation.
- Le stockage : les supports (WORM, CD-ROM, DVD...), les architectures (DAS, NAS, SAN), les logiciels (SRM, SNM).
- L'archivage : cadre réglementaire, normes (Z42-013, ISO WD 18509, ISO 15489), formats (XML, PDF/A...).

» Le document numérique, de l'acquisition au Workflow

- Les organismes de normalisation (ISO, CEN, ANSI...).
- La structuration des documents : ODA, SGML, SPDL, ...
- Les langages du Web (HTML, XML, CSS, XSL, DTD...).
- Les standards industriels (PostScript, PDF...).

» L'offre logicielle

- Les modules : Cold. Gestion documentaire, gestion de contenu, Workflow, groupware. Portails. Records management.
- Gestion des connaissances. Veille, indexation, recherche. Les principales normes proposées.
- Types d'architecture : client/serveur, intranet/Internet... Les technologies sous-jacentes (XML, J2EE...).

- Systèmes d'exploitation et bases de données supportées. L'aspect financier : les modes de tarification.

» Le marché de la GED, évolution et tendances

- Les acteurs majeurs.
- Les solutions françaises et l'Open Source.
- Les prestataires.

» Mise en place d'une solution de GED

- Les acteurs d'un projet de GED. Les étapes.
- La rédaction du cahier des charges.
- Les documents nécessaires.

» Concevoir un plan de classement

- Définir les cas d'utilisation des documents. Créer le plan de classement des activités.
- Identifier les types d'utilisateurs. Formaliser les flux documentaires. Définir les règles de nommage.
- Quelques outils utiles : GATE, UIMA, Rapid Miner...

» Définir une stratégie d'indexation

- Les différents types d'organisation. Listes d'autorité.
- Du thesaurus à l'indexation des documents. Exemple de thesaurus (Corbis). ISO 2788-1986 et ISO 5964-1985.

# Comptabilité fiscalité

## » Introduction à la comptabilité »

- Best** **Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel** **F**  
3 j - IIG - p.124
- Best** **Comptabilité, l'essentiel pour les managers**  
3 j - CFI - p.124
- S'initier à la gestion comptable et financière par le jeu**  
2 j - GCF - p.292
- Introduction à la comptabilité des associations**  
2 j - PTA - p.308
- Introduction à la comptabilité publique** **Nouveau**  
2 j - PUL - p.356

## » Comptabilités auxiliaires »

- Best** **Maîtriser la comptabilité des immobilisations**  
2 j - CIM - p.304
- Maîtriser la comptabilité fournisseurs**  
2 j - FOU - p.304
- Maîtriser la comptabilité client**  
3 j - IMP - p.305
- Gérer les risques client et les impayés**  
2 j - RCC - p.305
- Externaliser votre poste client**  
2 j - AFF - p.306
- Facturation : règles juridiques, obligations fiscales, dématérialisation**  
2 j - OFD - p.306
- Mettre en place une comptabilité analytique** **F**  
3 j - ANL - p.308

## » Fiscalité d'entreprise »

- Droit fiscal des sociétés, l'essentiel**  
2 j - IDF - p.273
- Actualités du droit fiscal**  
1 j - ADF - p.273
- Best** **Introduction à la fiscalité d'entreprise**  
3 j - FIS - p.311
- Pratique de l'intégration fiscale**  
2 j - PIF - p.311
- Best** **Clôture des comptes et liasse fiscale**  
3 j - LIF - p.312
- Préparer et gérer un contrôle fiscal**  
2 j - CAL - cf@

## » Autres éléments de fiscalité »

- Fiscalité sur les prix de transfert**  
2 j - SFE - p.315
- Maîtriser la fiscalité des valeurs mobilières**  
2 j - FIM - p.316
- Maîtriser la fiscalité immobilière**  
2 j - FIB - p.316
- Mettre en place un crédit impôt recherche**  
2 j - CIE - p.323

Conçues et dispensées par des experts dans leurs domaines respectifs, les formations comptables et fiscales d'Orsys couvrent tous les besoins des professionnels, depuis l'acquisition des fondamentaux comptables jusqu'à la maîtrise des techniques avancées d'optimisation fiscale, en passant par la gestion des différentes taxes applicables à l'entreprise.

## » Organisation et opérations comptables »

- Best** **Comptabilité niveau 1, les opérations courantes**  
3 j - OPC - p.302
- Best** **Comptabilité niveau 2, les opérations complexes**  
3 j - OPX - p.303
- Best** **Comptabilité niveau 3, clôture et bilan**  
3 j - OPB - p.303
- Le comptable unique de la PME**  
3 j - SJF - p.307
- Pratique de la consolidation des comptes**  
2 j - CCO - p.307

## » Normes et contrôle »

- L'essentiel des normes IFRS**  
2 j - FRS - p.309
- Conduire un audit comptable et financier**  
3 j - CAU - p.309

## » CIEL Comptabilité »

- CIEL Comptabilité, prise en main** **Nouveau**  
2 j - IEL - p.310
- CIEL Comptabilité, perfectionnement** **Nouveau**  
2 j - IEP - p.310

## » Taxes : CET, TVA... »

- Maîtriser les principales taxes de l'entreprise**  
2 j - TAE - p.312
- La Contribution Economique Territoriale**  
2 j - CET - p.313
- Best** **Maîtriser l'application de la TVA**  
2 j - TVA - p.313
- La TVA dans les opérations intra-communautaires**  
2 j - ICT - p.314
- Bien gérer la TVA dans les échanges internationaux**  
2 j - TVI - p.314
- Les fondamentaux de la fiscalité internationale**  
2 j - FFI - p.315

# Comptabilité niveau 1, les opérations courantes

Ce stage vous permettra de découvrir l'organisation comptable et les opérations courantes. Vous pourrez ainsi comprendre les documents financiers (bilan et compte de résultat) et vous approprier les mécanismes comptables essentiels pour effectuer les travaux de base.

## Connaître le cadre institutionnel de la comptabilité

- Traduire de manière chiffrée les échanges, les transactions et les flux de l'entreprise.
- Comprendre la place de l'entreprise dans le circuit économique global.
- Connaître les cycles économiques de l'entreprise : cycle d'exploitation, cycle d'investissement et cycle de financement.
- Comprendre les enjeux de la comptabilité : une obligation légale, fiscale et un outil essentiel de gestion.
- Faire la différence entre la comptabilité financière et la comptabilité analytique.

**Exercices** Quiz ludique sur vos connaissances comptables.

## Maîtriser la réglementation comptable

- Connaître les sources du droit comptable : sources nationales et internationales, Code de commerce et Code des impôts.
- Comprendre les normes comptables : définitions, principes, contenus, acteurs, calendrier d'applications...
- Découvrir les principes comptables.
- Connaître les documents comptables : le bilan, le compte de résultat, les annexes...

**Réflexion collective** Echanges collectifs et discussions sur les principes comptables et leurs applications concrètes.

## Comprendre le bilan de l'entreprise

- Passer d'une vision patrimoniale au bilan de l'entreprise.
- Connaître les différents postes de l'actif du bilan : immobilisations et actif circulant.
- Connaître les différents postes de passif du bilan : capitaux propres, provisions pour risques et charges, dettes.
- Comprendre le cycle financier et le cycle d'exploitation.
- Comprendre les différents mouvements au sein du bilan.
- Comprendre la présentation d'un bilan. Savoir le lire et l'exploiter.

**Travaux pratiques** Enregistrement d'écritures ayant une incidence sur le bilan.

## Traduire l'activité de l'entreprise dans le compte de résultat

- Comprendre le concept de période et le découpage des exercices.
- Distinguer les principaux types de charges et de produits : d'exploitation, financiers et exceptionnels.
- Comprendre la présentation d'un compte de résultat. Savoir le lire et l'exploiter.
- Identifier les liens entre les deux principaux états comptables : compte de résultat et bilan.

**Travaux pratiques** Passage d'écritures ayant une incidence sur le compte de résultat.

## Identifier les principaux concepts de la comptabilité

- Comprendre le rôle et l'intérêt du Plan Comptable Général.
- Maîtriser la structuration du Plan Comptable Général : comptes de bilan et comptes de gestion, les classes de comptes.
- Connaître les principales règles de codification comptable et de fonctionnement d'un compte.
- Maîtriser le principe de la comptabilité en partie double : les notions de débit et de crédit.

**Travaux pratiques** Réalisation d'enregistrements comptables simples.

## Comprendre l'organisation du traitement comptable des informations

- Comprendre l'importance de la collecte des pièces justificatives.
- Savoir codifier et enregistrer les pièces à l'aide du plan comptable général.
- Organiser le classement des pièces comptables justificatives (factures, relevés...).
- Connaître les délais de conservation des pièces comptables.
- Comprendre le rôle des documents de la chaîne comptable : journaux, Grand-Livre, balance.
- Réaliser les vérifications des différents états comptables en fin de période.

**Travaux pratiques** Elaboration collective d'un process de classement administratif efficace.

## Enregistrer les écritures courantes

- Comptabiliser les achats et les ventes dans les journaux adéquats, comptabiliser les réductions commerciales.
- Savoir enregistrer et gérer la TVA : champ d'application, TVA sur les encaissements et TVA sur les débits.
- Enregistrer les écritures de trésorerie et de banque.
- Contrôler et justifier les comptes : le lettrage et le rapprochement bancaire.

**Travaux pratiques** Enregistrement de plusieurs écritures comptables à partir de factures, de relevés...

## Elaborer un cas de synthèse

- Enregistrement de diverses opérations courantes.
- Etablissement du Grand-Livre.
- Elaboration de la balance avant inventaire.
- Construction d'un compte de résultat.
- Construction d'un bilan provisoire.

**Travaux pratiques** Etude de cas reprenant les principaux concepts vus durant la formation et leurs applications comptables concrètes : enregistrements d'opérations, écritures comptables, construction de bilan et de compte de résultat.



Réf :	OPC
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 12-14 janv./9-11 mars 2015 11-13 mai 2015
Groupe 1	24-26 nov. 2014 30 mars-1 avril/15-17 juin 2015
Groupe 2	17-19 nov. 2014 30 mars-1 avril/8-10 juin 2015
Groupe 3	3-5 nov. 2014 16-18 mars/1-3 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Apports théoriques et exercices pratiques, études de cas.

### PARTICIPANTS

Comptables ou collaborateurs des services comptables et financiers. Toute personne souhaitant acquérir les mécanismes fondamentaux de la comptabilité.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### pour aller plus loin

- › Comptabilité niveau 2, les opérations complexes p. 303
- › Maîtriser la comptabilité fournisseurs p. 304
- › Maîtriser la comptabilité client p. 305

# Comptabilité niveau 2, les opérations complexes



Ce stage vous permettra de maîtriser les opérations comptables complexes pour enregistrer les opérations de financement et de placement. Vous apprendrez également à maîtriser le traitement de la TVA, la gestion des immobilisations et la comptabilisation des charges du personnel.

## » Respecter les obligations légales

- Connaître les évolutions du Plan Comptable Général.
- Les postes du compte de résultat et du bilan.
- Connaître le dispositif du contrôle interne.

**Exercices** Quiz sur le bilan et le compte de résultat.

## » Contrôler et comptabiliser les opérations liées aux achats

- Conditions de fond et de forme des factures.
- Comptabiliser et valider les imputations comptables.
- Gérer les opérations en devises.
- Enregistrer les différentes écritures de régularisation.

**Exercices** Enregistrer différentes factures d'achat.

## » Contrôler et comptabiliser les opérations liées aux ventes

- Comptabiliser les différentes opérations de ventes.
- Gérer les opérations en devises.
- Gérer et enregistrer les impayés.
- Enregistrer les différentes écritures de régularisation.

**Exercices** Enregistrer différentes factures de ventes.

## » Comprendre et maîtriser le traitement de la TVA

- Rappel des grands mécanismes.
- TVA sur les débits, les encaissements.
- Enregistrer la TVA collectée, déductible, la TVA à payer ou crédit de TVA, l'autoliquidation de la TVA.
- Contrôler les comptes de TVA lors de la déclaration.

**Exercices** Enregistrer la liquidation de TVA.

## » Enregistrer les différentes opérations de trésorerie et de banque

- Savoir gérer les différents modes de règlement.
- Comptabiliser les effets de commerce.
- Enregistrer les prêts, les emprunts.
- Comptabiliser les valeurs mobilières de placement (achat, cession).

**Exercices** Enregistrer des effets de commerce ainsi que des écritures de trésorerie et de banque.

## » Gérer les opérations d'investissement

- Définir les caractéristiques des immobilisations.
- Effectuer l'inventaire physique des immobilisations.
- Comptabiliser les dépenses d'entretien, de réparation.

**Exercices** Comptabiliser l'acquisition et la cession d'une immobilisation.

## » Maîtriser le traitement des charges du personnel

- Comprendre le contenu d'un bulletin de salaire.
- Comptabiliser les écritures et opérations de paie.
- Contrôler les postes de rémunération.

**Exercices** Enregistrer les écritures de paie.

## » Contrôler et justifier les comptes

- Analyser et lettrer les comptes de tiers.
- Comprendre la démarche de contrôle des comptes afin de justifier les soldes des comptes.

**Exercices** A partir d'une balance avant inventaire, lettrer, justifier des comptes.



Réf : OPX

Durée : 3 jours

Paris 6-8 oct./8-10 déc. 2014  
2-4 fév./7-9 avril 2015  
29 juin-1 juil. 2015

Groupe 1 15-17 déc. 2014  
9-11 mars/1-3 juin 2015

Groupe 2 1-3 déc. 2014  
30 mars-1 avril 2015  
29 juin-1 juil. 2015

Groupe 3 8-10 déc. 2014  
23-25 mars/15-17 juin 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Comptables uniques, comptables ou collaborateurs des services comptables et financiers, souhaitant acquérir une bonne compréhension de la logique comptable.

### » PREREQUIS

Connaître les fondamentaux de la comptabilité générale.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Comptabilité niveau 3, clôture et bilan



Ce stage vous permettra d'effectuer les différents travaux comptables d'inventaire pour élaborer le bilan et le compte de résultat. Vous maîtriserez ainsi l'intégralité du processus comptable et la réglementation relative à la clôture des comptes.

## » Respecter les obligations légales propres à la clôture

- Règles imposées par le Plan Comptable Général (PCG).
- La convergence du PCG avec les normes IFRS.
- La connexion entre la comptabilité et la fiscalité.

**Exercices** Quiz sur les règles comptables et fiscales.

## » Enregistrer les travaux d'inventaire des immobilisations

- Les amortissements : les règles, les modes, la comptabilisation et les incidences fiscales.
- Le traitement des dépenses d'entretien.
- Evaluer et enregistrer les pertes de valeur d'actifs.

**Exercices** Déterminer les amortissements de différentes immobilisations et mesurer les incidences fiscales.

## » Comptabiliser et valoriser les stocks

- Calculer le coût d'acquisition ou le coût de production.
- Constater les variations de stocks : inventaires.
- Enregistrer les dépréciations de stocks.

**Exercices** Evaluer différents types de stocks, enregistrer leur variation et leur éventuelle dépréciation.

## » Procéder à la clôture de l'exercice

- Principe de rattachement à l'exercice des produits.
- Traiter les ventes et créances.
- Enregistrer les différentes écritures de régularisation.
- Comptabiliser la dépréciation des comptes clients.

**Exercices** Constater les créances douteuses et enregistrer les dépréciations correspondantes.

## » Evaluer le passif lors de la clôture d'exercice

- Définition d'une provision pour risques et charges.
- Conditions pour constituer une provision.
- Evaluer des provisions pour risques et charges.

**Exercices** Evaluation et comptabilisation d'une provision pour risques et charges.

## » Effectuer les régularisations de charges et de dettes

- Principe de rattachement à l'exercice des charges.
- Charges à payer, charges constatées d'avance.

**Exercices** Enregistrer les différentes écritures de régularisation.

## » Comptabiliser les actifs financiers

- Enregistrer les écritures d'inventaire liées aux opérations de placement et de financement.
- Comptabiliser les immobilisations financières, valeurs mobilières de placement et emprunts. Les dépréciations.

**Exercices** Evaluer le portefeuille titres d'une entreprise.

## » Elaborer le bilan et le compte de résultat

- Enregistrer les opérations affectant le résultat exceptionnel.
- Comptabiliser l'impôt et la participation.

**Exercices** Enregistrer les écritures, élaborer la balance après inventaire et construire le compte de résultat et le bilan.



Réf : OPB

Durée : 3 jours

Paris 13-15 oct./15-17 déc. 2014  
23-25 fév./7-9 avril 2015  
29 juin-1 juil. 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur des services comptables et financiers participant à la clôture.

### » PREREQUIS

Connaître et maîtriser la comptabilisation des opérations courantes et complexes et/ou avoir suivi les cours réf OPC/OPX.

Maîtriser les écritures comptables liées aux opérations sur immobilisations (entrées dans le patrimoine de l'entreprise, variation de valeur et sorties). Connaître les nouvelles règles applicables aux immobilisations (impact des IFRS) et évaluer leurs incidences.



Réf :	CIM
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./4-5 déc. 2014 9-10 mars/26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Comptables uniques de PME, responsables comptables et financiers ou collaborateurs comptables.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances en comptabilité générale.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**» Caractéristiques des immobilisations**

- Les trois familles d'immobilisations : incorporelles, corporelles et financières.
- Identifier leur place au bilan.
- La distinction entre les immobilisations, les charges, les autres actifs.
- Le traitement des frais de recherche et développement.

**Etude de cas** Distinguer les factures de charges des factures d'immobilisations.

**» L'approche par composants**

- Le règlement CRC n°2004-06.
- Les critères de comptabilisation selon la méthode par composants.
- La valorisation des immobilisations : impact de la norme IFRS.
- La détermination du coût d'entrée des immobilisations.
- Les modalités de première application.
- Le traitement d'opérations spécifiques.
- Les aspects fiscaux.
- Les informations à fournir dans l'annexe.

**Etude de cas** Ventiler les actifs selon les nouvelles règles des composants.

**» Amortissements et dépréciations d'actifs : les nouvelles règles comptables**

- Le règlement 2002-10.
- La norme IFRS et les nouvelles règles d'amortissement.
- La notion de valeur recouvrable.

- Les tests de dépréciation des actifs : base, hypothèse, taux d'actualisation.
- Les unités génératrices de trésorerie (UGT).
- La comptabilisation et les incidences fiscales.

**Etude de cas** Distinguer la durée d'utilité et la durée d'usage. Pratiquer les amortissements sur les trois familles d'immobilisations.

**» Les principales opérations sur immobilisations**

- L'achat en devises étrangères.
- Les entretiens, améliorations et gros travaux.
- Les amortissements : linéaires, dégressifs, dérogatoires.
- Les modes d'acquisitions : en pleine propriété, en locations simples ou crédit bail.
- La sortie du patrimoine : cession, mise au rebut, plus ou moins values.
- L'inventaire physique : suivi des immobilisations.

**Etude de cas** Enregistrer une immobilisation acquise en devises étrangères. Pratiquer les différents modes d'amortissement sur un bien corporel.

**» La fiscalité appliquée aux immobilisations**

- La Contribution Economique Territoriale.
- La présentation sur le bilan, le compte de résultat et l'annexe.
- La présentation sur la liasse fiscale.

**Etude de cas** Identifier les immobilisations sur les documents de synthèse comptable et fiscale.

Cette formation vous permettra de connaître et d'appliquer les règles juridiques, comptables et fiscales de la comptabilité fournisseurs. Vous suivrez l'apprentissage des écritures comptables fondamentales en utilisant un logiciel de comptabilité.



Réf :	FOU
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 26-27 fév./29-30 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Etudes de cas à partir de documents réels (factures, pièces de banque). Feuilles de travail Excel adaptées au contrôle des comptes.

**» PARTICIPANTS**  
Collaborateurs comptables en charge du suivi de la comptabilité fournisseurs.

**» PREREQUIS**  
Avoir des connaissances de base de comptabilité générale.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**» Principes comptables fondamentaux**

- Le Plan Comptable Général de l'entreprise.
- Présentation du bilan et du compte de résultat : focus sur les comptes fournisseurs et les charges.
- Chainage comptable : journaux ; grand-livre ; balance.
- Importance des pièces justificatives : les factures fournisseurs.
- Comptes rattachés, les régularisations des fournisseurs.

**Etude de cas** Se familiariser avec les comptes du Plan comptable Général (PCG) fournisseurs. Construire les documents comptables (journaux, balances ...).

**» Ecritures de la comptabilité Fournisseurs**

- Rappel du mécanisme comptable donnant naissance aux comptes fournisseurs.
- Comptabilité auxiliaire : création, analyse et suivi des comptes fournisseurs.
- Principes de TVA. Déductible ou récupérable sur débits, sur encaissements. TVA en France, dans l'UE et à l'étranger.
- Les opérations d'achats. Immobilisations et charges.
- La comptabilisation des achats de biens, de services, d'immobilisations. Factures, avoirs.
- Spécificité des achats à l'étranger. Rabais, remises, ristournes obtenus. Retenue de garantie, révision de prix.
- La trésorerie. Etude et comptabilisation. Modes de règlement. Escomptes obtenus. Différences de change.
- Impact de la loi de modernisation économique sur les règlements fournisseurs.

**Etude de cas** Calcul de TVA mensuelle sur les débits puis encaissements. Saisie de pièces justificatives, de factures d'avoirs et d'escomptes. Enregistrement de règlements, de dénouement de dettes fournisseurs.

**» Arrêtés des comptes et écritures de régularisation**

- Etude et comptabilisation. Factures et avoirs à recevoir.
  - Charges constatées d'avance. Ecart de conversion.
  - Provisions pour risques et charges liées aux fournisseurs.
  - Etats fiscaux concernés par les comptes fournisseurs.
- Etude de cas** Régularisation des excédents ou insuffisances de charges à travers des travaux de clôture.

**» Travaux de cohérences comptables**

- Apurement et analyse des comptes fournisseurs.
  - Démarche de révision comptable visant à justifier de la réalité des soldes comptables.
- Etude de cas** Identifier et résoudre des travaux de lettrages.

Connaître et appliquer les règles juridiques, comptables et fiscales de la comptabilité client. Maîtriser les règles relatives à la TVA. Anticiper les risques d'impayés et appliquer les méthodes de recouvrement amiable et contentieux.

## » Le poids des comptes clients dans la comptabilité et la gestion financière

- Positionnement dans le bilan et le compte de résultat.
- Incidence sur le besoin en fonds de roulement (BFR).

## » Les aspects juridiques de la relation client

- Mentions du contrat de vente et clauses relatives au paiement.
- Règles et mentions obligatoires de facturation.
- Escomptes et intérêts de retard.

**Exercices** Vérification et validation d'une facture.

## » La comptabilisation des opérations de vente

- Factures, avoirs, rabais, remises et ristournes, ...
- Enregistrement des ventes en devises et différences de conversion.
- Retenues de garantie et révisions de prix.

**Exercices** Enregistrer des opérations de ventes classiques et spécifiques. Calculer et enregistrer des différences de change.

## » La comptabilisation des opérations d'encaissement

- Comptabilisation des règlements et lettrage des comptes clients.
- Traitement des opérations de financement de l'encours client : affacturage, escompte et Dailly.
- Enregistrement des différences de change.

**Exercices** Enregistrer des règlements par effets de commerce avec présence de traites impayées.

## » La comptabilité client et la gestion de la TVA

- Règles d'assujettissement, base d'imposition et taux applicables.
- Fait générateur et exigibilité, TVA sur les débits ou sur les encaissements.
- Territorialité de la TVA, TVA et impayés.

**Exercices** Enregistrer les prestations de service avec TVA sur les encaissements. Saisir des factures pour des clients étrangers. Analyser les conséquences sur la déclaration de TVA.

## » L'arrêté des comptes

- Analyse, justification et circularisation des comptes clients.
- Comptabilisation des rattachements des produits à l'exercice.
- Dépréciations des créances douteuses.

**Exercices** Saisir les écritures d'inventaire liées aux ventes et aux dépréciations des créances clients. Comprendre leur impact sur les comptes annuels.

## » La prévention des impayés et le recouvrement amiable

- Analyse des retards de paiement.
- Méthodes préventives.
- Méthodes du recouvrement amiable.
- Gestion juridique du recouvrement des impayés.
- Actions simples et judiciaires.
- Traitement spécifique des entreprises en difficulté.

**Exercices** Gestion des impayés.

Réf :	IMP
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./1-3 déc. 2014 9-11 mars/1-3 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	
<b>» PARTICIPANTS</b>	
Collaborateurs comptables en charge du suivi de la comptabilité clients.	
<b>» PREREQUIS</b>	
Les bases de comptabilité générale. >> Testez vos connaissances : <a href="http://www.orsys.fr">www.orsys.fr</a>	

# Gérer les risques client et les impayés

Mettre en place des méthodes préventives pour éviter les impayés et améliorer les procédures de relance et de recouvrement. Elaborer des outils de suivi et d'évaluation comme le tableau de bord crédit client.

## » Les enjeux financiers

- Le poids du poste client à l'actif.
- Incidence des retards de paiement sur la trésorerie.
- Probabilité de défaillance en fonction du retard de paiement enregistré.
- Incidences de la loi de Modernisation de l'Economie (LME).

## » L'évaluation de la solvabilité des clients

- L'étude des informations internes.
- Les sources externes : médias, ...
- Les informations issues de l'analyse financière.
- Les quatre questions : activité, rentabilité, structure financière et trésorerie.

**Etude de cas** Réaliser une analyse financière, calculer des ratios de rentabilité, de structure et de liquidité permettant de juger de la solvabilité d'un client.

## » Le traitement préventif : la gestion des encours clients

- La définition d'une politique de crédit client.
- Les méthodes de détermination de la limite de crédit.
- La négociation de garanties et de sûretés : caution, gage.
- Les dispositifs CAP de la COFACE.

**Etude de cas** Analyser les conditions générales de vente d'une entreprise et repérer les clauses relatives au règlement.

## » Le traitement curatif : le recouvrement amiable

- La préparation du recouvrement amiable.
- Les étapes d'une relance téléphonique efficace.
- Le choix de la méthode de relance adaptée à la situation.

**Etude de cas** Analyse de lettres de relance type, repérer les éléments juridiques et les formules efficaces.

## » Le traitement curatif : le recouvrement contentieux

- La mise en demeure, l'injonction de payer.
- L'assignation en référé-provision, l'assignation au fond.
- Le traitement spécifique des entreprises en difficulté.

**Etude de cas** Choisir la procédure à mettre en place en fonction de la créance impayée (montant, circonstance, type de clientèle).

## » L'externalisation de la gestion des comptes clients

- Affacturage : avantages et inconvénients.
- Assurance crédit : avantages et inconvénients.
- Agences de recouvrement et externalisation des relances.

## » Pilotage et suivi du risque crédit client

- Le tableau de bord crédit client.
- La mesure de la sinistralité client.
- La mesure et le suivi du coût du risque crédit client.

**Etude de cas** Réaliser un tableau de bord crédit client, choix des indicateurs.

Réf :	RCC
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./4-5 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	
<b>» EXERCICES</b>	
Etudes de cas pour illustrer les différentes parties et construction d'un tableau de bord crédit client.	
<b>» PARTICIPANTS</b>	
Dirigeants, membres des services comptabilité client, crédit management. Dirigeants, comptables uniques de PME souhaitant acquérir les bons réflexes pour bien gérer le risque client.	
<b>» PREREQUIS</b>	
Connaissances de base en matière de comptes annuels.	

Face à la raréfaction et au renchérissement du crédit bancaire, les sources alternatives de financement deviennent une nécessité. Affacturage, assurance-crédit, bordereau Dailly ou escompte comportent des spécificités qu'il convient de maîtriser pour assurer l'optimisation de l'externalisation de votre poste client.



Réf :	AFF
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 19-20 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et retours d'expérience. Nombreux exercices pratiques basés sur des situations concrètes.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs du service risque clients, responsables recouvrement et toute personne chargée du crédit clients (analystes risques, comptables clients, gestionnaires de comptes...).

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Les enjeux de l'externalisation du poste client**

- Rappels : la notion d'équilibre financier au travers du pilotage du Besoin en Fonds de Roulement.
- Connaître les indicateurs de suivi du BFR.
- Définir un plan d'action BFR.

**Exercices** Gestion de la performance d'une entreprise au travers de la gestion de son BFR.

**» Mettre en place le bordereau Dailly**

- Identifier le formalisme du Dailly : mentions légales obligatoires et simplifications.
- Connaître les garanties des créances cédées.
- Mesurer les effets de la cession : opposabilité au débiteur cédé, droits du cédant et cession à titre de garantie.

**Exercices** Conception d'un tableau synoptique des avantages du Dailly.

**» Accroître l'efficacité du bordereau Dailly**

- Identifier les précautions indispensables de gestion de la garantie.
- Rédiger avec attention la convention cadre.
- Effectuer la domiciliation et la comptabilisation des encaissements.
- Comprendre la règle de couverture et mettre en place des procédures de contrôle.

**Exercices** Repérage de mentions manquantes sur des bordereaux Dailly.

**» Choisir l'assurance-crédit**

- Repérer les clauses importantes du contrat.
- Optimiser les garanties.

**Exercices** Identification de règlements des litiges clients.

**» Mettre en place l'affacturage**

- Identifier le contenu du contrat d'affacturage.
- Comprendre la relation juridique entre l'entreprise et le factor.
- Négocier certaines clauses contractuelles.

**Exercices** Choix entre affacturage et financement Dailly.

**» Recourir à l'escompte**

- Définitions : effet de commerce, lettre de change, traite.
- Les limites de l'escompte.
- L'escompte et l'affacturage.

**Exercices** Etablissement d'un tableau comparatif des différentes cessions de créances.

**» La Mobilisation de Créances Nées sur l'Etranger (MCNE)**

- Définitions et conditions de mobilisation.
- Les limites de la MCNE par rapport à l'affacturage.

**» Comptabiliser les opérations de financement de l'encours clients**

- L'affacturage. L'escompte. Le Dailly.

**Exercices** Identification des bons schémas d'enregistrement comptable.

# Facturation : règles juridiques, obligations fiscales, dématérialisation

A l'issue de ce stage, vous serez en mesure d'émettre et d'exiger des factures conformes aux règles juridiques et fiscales en vigueur. Vous verrez notamment comment appliquer les règles en matière de TVA, et maîtriserez les nouvelles problématiques liées à la sécurisation des factures électroniques et dématérialisées.



Réf :	OFD
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et exercices concrets et pratiques d'application des règles juridiques, fiscales et de dématérialisation.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs de services comptables, responsables administratifs et financiers, crédits managers et toute personne impliquée dans les opérations de facturation.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Maîtriser le formalisme des factures**

- Identifier les mentions obligatoires à porter sur une facture : juridiques, fiscales...
- Indiquer les délais et modalités de règlement.
- Mesurer les sanctions en cas d'infractions aux règles de facturation : défaut de facturation, omission ou inexactitude.
- Cas particuliers : factures rectificatives, d'acompte, en langue étrangère, liées à un secteur...

**Exercices** Etablissement d'un vade-mecum permettant d'établir une facture conforme aux règles fiscales et juridiques.

**» Identifier les règles de TVA**

- Identifier les opérations assujetties à TVA et les opérations non soumises à celle-ci.
- Déterminer la base imposable et calculer une TVA.
- Connaître le traitement d'une facture étrangère.
- Apprécier les conséquences de la mention abusive de la TVA sur une facture.

**Exercices** Emission d'une facture auprès d'un client de la communauté européenne.

**» Les règles applicables aux factures électroniques et dématérialisées**

- Comprendre les règles relatives aux factures dématérialisées et à celles transmises électroniquement.
- Obtenir signature et certificat électronique.
- L'obligation de déclaration auprès des services fiscaux compétents.

- Les conditions d'acceptation par le destinataire.
- Le principe de codage des informations et de traitement automatisé, les systèmes de télétransmission EDI et ASP.
- Les modalités de restitution des données en langage clair.

**Exercices** Etablissement d'une check-list des obligations des factures dématérialisées et mise en application pratique.

**» Connaître les règles de conservation des factures**

- Archivage et lieu de stockage des factures.
- Les conditions de validité et délais de conservation des archives électroniques.

**» Prévenir les risques fiscaux d'un respect insuffisant des règles**

- La vérification de l'intégrité et de l'exactitude du message facture.
- Les sanctions applicables en cas de non-régularisation ou de non-justification dans le délai requis.

**Exercices** Analyse de plusieurs factures électroniques et risques fiscaux à détecter.

# Le comptable unique de la PME

## aspect social, juridique et financier



Ce stage vous permettra de mieux définir vos missions et responsabilités de comptable unique, en vue d'améliorer l'organisation comptable d'une filiale ou d'une PME. Il vous permettra de réaliser avec efficacité et rigueur les clôtures annuelles et les déclarations sociales et fiscales.

### » Maîtriser les notions fondamentales

- Réglementation comptable.
- L'organisation du plan de comptes.
- Importance du dossier de travail.
- Principales échéances comptables, fiscales et sociales.

**Travaux pratiques** Constitution du chaînage comptable (journaux, balance...). Analyse de différents documents (Plan de compte, état financier).

### » Participer aux travaux de clôture annuelle

- La régularisation des charges et des produits.
- Les comptes de tiers : la détection des créances douteuses, le lettrage et la classification en créances irrécouvrables.
- Calcul d'amortissements : dépréciations d'immobilisations, méthode par composants.
- Inventaire physique et valorisation des stocks : FIFO, LIFO, Coût Unitaire Moyen Pondéré...
- Estimation des provisions : dépréciation des actifs immobilisés de l'actif circulant.

**Travaux pratiques** Les écritures de fin d'année. Les créances douteuses. Le lettrage des comptes tiers, fournisseurs.

### » Elaborer le dossier de révision annuelle

- Analyse des cycles Trésorerie/Financement, Achats/Fournisseurs, Ventes/Clients, Stocks/Travaux en cours...
- Check-list des points de contrôle par cycle.
- Fiabiliser la révision des comptes.

**Travaux pratiques** Constitution d'un dossier de travail. Analyser un cycle financier.

### » Préparer les déclarations sociales

- Les différents documents : formalités d'embauche, contrats de travail, attestations liées à la gestion du personnel...
- Maîtriser l'essentiel de la paie.
- Comprendre la comptabilisation des écritures.
- Contrôler et justifier ses comptes de personnel.
- Les outils de la gestion du personnel.
- Elaborer un contrat de travail.

**Travaux pratiques** Préparation d'une fiche de paie. Compléter une déclaration sociale pré-remplie.

### » Savoir déclarer les principaux impôts et taxes

- CVAE, CFE et TVA.
- Taxes assises sur les salaires.
- Déclaration et télédéclaration.

**Travaux pratiques** Compléter un imprimé CET et de TVA.

### » Déterminer le résultat fiscal

- Principaux cas de réintégration et de déduction.
- Tableau 2058 de la liasse fiscale.
- Calcul de l'IS. Taux de droit commun et taux réduit. Exonération des ZRR et ZFU.
- Production de la liasse fiscale et ses annexes.



Réf :	SJF
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./15-17 déc. 2014 9-11 fév./7-9 avril 2015 8-10 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse aux comptables occupant la fonction de comptable unique dans une PME ou une entité décentralisée.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de la comptabilité générale et/ou avoir suivi les formations comptables réf OPC ou OPX.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

## Pratique de la consolidation des comptes



Les comptes consolidés sont le support de la communication financière des groupes et l'outil de mesure de la contribution de chaque entité à la performance de l'ensemble. Vous comprendrez la finalité de la consolidation afin de mettre en œuvre une méthodologie de production et de présentation des comptes.

### » Connaître le cadre réglementaire

- Obligation d'établir des comptes consolidés.
- Textes en vigueur, normes françaises et IFRS.
- Divergences entre normes françaises et internationales.
- Traitement des dates de clôture.

### » Déterminer le périmètre de consolidation

- Différents types de contrôle : exclusif, conjoint, influence notable.
  - Exclusions du périmètre.
  - Calcul des pourcentages de droits de vote.
  - Sociétés incluses et exclues : quelles règles appliquer ?
- Travaux pratiques** Définir le périmètre de consolidation. Etablir l'organigramme du groupe.

### » Utiliser les méthodes de consolidation

- Calcul du pourcentage d'intérêts.
  - Méthodologie de l'intégration globale et proportionnelle, de la mise en équivalence.
- Travaux pratiques** Calcul de pourcentages de contrôle et d'intérêts.

### » Maîtriser les principaux retraitements

- Retraitements obligatoires.
- Homogénéisation des comptes.
- Elimination des écritures de nature fiscale.
- Activation des contrats de location financement.
- Engagements de retraite.
- Ecart de conversion.

- Contrats à long terme.
- Eliminer l'incidence des opérations intra-groupes.

**Travaux pratiques** Proposer des écritures d'élimination à comptabiliser au Journal de Consolidation.

### » Déterminer les impôts différés

- Identifier les sources d'imposition différée.
- Déclarations fiscales.
- Ecritures de consolidation.
- Déficit reportables.
- Constat l'imposition différée.

**Travaux pratiques** A partir des éléments à intégrer et à déduire, comptabiliser toutes les conséquences de l'impôt différé au 31/12/N.

### » Traiter les opérations d'élimination

- Notion d'éliminations intra-groupes.
- Calcul des écarts d'acquisition et élimination des titres consolidés.

**Travaux pratiques** Calculer l'écart d'évaluation, l'écart d'acquisition et comptabiliser les écritures au Journal de consolidation.

### » Présenter des comptes consolidés

- Notions d'intérêts minoritaires et de "Goodwill".
- Répartition des capitaux propres.
- Contenu des comptes consolidés.
- Liasse de consolidation.

**Travaux pratiques** Consolider le bilan d'une société selon les trois méthodes de consolidation.



Réf :	CCO
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 26-27 janv./23-24 mars 2015 11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas d'entreprise et transposition des savoirs et méthodes acquis durant la formation à sa propre situation professionnelle.

### » PARTICIPANTS

Toute personne en charge de la construction des comptes consolidés : responsable comptable, financier chargé de l'établissement des comptes consolidés.

### » PREREQUIS

La connaissance des mécanismes comptables de base.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Maîtriser les principes essentiels de la comptabilité analytique. Acquérir les concepts fondés sur les coûts et leur analyse. Comprendre l'utilité, les avantages et les inconvénients des différentes méthodes de calcul. Savoir calculer les seuils de rentabilité et en déduire les solutions optimales pour l'entreprise.

**df** Exercices pratiques

Réf :	ANL
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./1-3 déc. 2014 19-21 janv./30 mars-1 avril 2015 11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne des services comptables, administratifs ou financiers chargée du calcul des coûts, de l'analyse de la comptabilité ou de l'établissement des prix de revient.

**» PREREQUIS**  
Une connaissance des mécanismes comptables de base est souhaitée.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**» Définir les principes généraux de la comptabilité analytique**

- Relation entre comptabilité générale et comptabilité analytique.
- Analyse des coûts dans la prise de décision.
- Retraitement des charges de la comptabilité générale.
- Notions de coûts : les composantes des coûts, les caractéristiques d'un coût, la problématique de la méthode de calcul.

**Etude de cas** Identifier les insuffisances de la comptabilité générale. Déterminer les apports de la comptabilité analytique.

**» Maîtriser la logique des coûts complets**

- Intérêt de la méthode.
- Ventilation des charges directes et indirectes.
- Traitement des charges indirectes. Sections homogènes ou centres d'analyse.
- Clés de répartition et taux de frais. Tableaux d'imputation et choix des unités d'œuvre (UO).
- Méthodes : difficultés de mise en œuvre, inconvénients.

**Etude de cas** Calcul de coûts de revient. Arbitrage entre produits finis présentant une forte marge et ceux déficitaires.

**» Appliquer les méthodes fondées sur la logique des coûts partiels**

- Charges fixes et variables.
- Méthode des coûts variables. Seuil de rentabilité et point mort. Direct Costing et Direct Costing Evolué.
- Imputation rationnelle des charges fixes.
- Coût marginal.

**Etude de cas** Mise en exergue des insuffisances des coûts de revient et pratique de méthodes d'analyse de coût de revient.

**» Analyser les coûts réels**

- Contrôler les budgets.
- Coûts standard et préétablis.
- Budget de section flexible.
- Analyser les écarts.
- Difficultés inhérentes au contrôle budgétaire.

**Etude de cas** Pratiquer l'analyse entre "réalisé" et "prévisionnel". Optimiser les moyens pour une meilleure productivité.

**» Comprendre la logique de la comptabilité par activités**

- Méthode ABC.
- Processus transversaux et définition des "activités".
- Inducteurs de coûts.

# Introduction à la comptabilité des associations

Ce stage vous permettra de découvrir l'essentiel de la comptabilité des associations. Vous aborderez ainsi plus facilement l'enregistrement des opérations spécifiques et serez en mesure d'émettre un avis sur l'équilibre financier de vos associations.

**df** Exercices pratiques

Réf :	PTA
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 12-13 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Echanges constructifs dans une dynamique opérationnelle. Exercices réalisés à partir de trames Excel.

**» PARTICIPANTS**  
Comptable, assistant comptable ou plus généralement toute personne éprouvant le besoin de comprendre et d'acquérir les mécanismes comptables des associations.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Connaître les aspects juridiques, fiscaux et économiques des associations**

- Le cadre juridique des associations.
- Panorama des différentes catégories d'association.
- Les différentes réglementations des services à la personne.
- Choix et seuils des régimes fiscaux.
- Les obligations légales.

**Travaux pratiques** QCM : contrôle des connaissances.

**» Comprendre les principales notions de la comptabilité**

- Du patrimoine au bilan comptable.
- De l'activité au compte de résultat.
- Le principe de la partie double.
- Les documents comptables importants : Journaux, Grand-livre et Balance.
- La liasse fiscale : Bilan, Compte de résultat et Annexes.

**Travaux pratiques** Enregistrer des écritures à partir de documents comptables.

**» Repérer les spécificités de la comptabilité des associations**

- L'organisation comptable d'un service.
- Le plan comptable associatif.
- Les recettes et les dépenses.
- Les opérations particulières : subventions, dons, bénévolat, fonds dédiés.
- Les logiciels comptables dédiés.

**Travaux pratiques** Effectuer les enregistrements d'opérations spécifiques aux associations.

**» Réaliser l'analyse financière d'une association**

- La règle fondamentale de l'équilibre financier.
- Les notions de Fonds de Roulement (FR) et Besoin en Fonds de Roulement (BFR).
- Les ratios et indicateurs importants.
- La gestion de la trésorerie.

**Travaux pratiques** Réaliser l'analyse financière de la liasse fiscale d'une association en apportant commentaires et solutions.

**» Définir les prévisions budgétaires**

- Le budget prévisionnel au service du projet associatif.
- Les charges et dépenses à prévoir.
- Le prévisionnel de trésorerie.
- Les impôts et les taxes.
- Les frais de personnels.

**Travaux pratiques** Elaborer le prévisionnel de trésorerie d'une association.

Ce séminaire vous permettra d'acquérir une connaissance des règles de présentation et de construction des états financiers selon les normes IFRS (International Financial Reporting Standards). Cadre réglementaire des normes IFRS et information financière. Principes et constitution du référentiel comptable.

## » Genèse et cadre conceptuel des IFRS

- Contexte de l'adoption des IFRS.
- Le cadre réglementaire : IASB, CEE, France, convergence.
- Définition et contenu du cadre conceptuel.
- Impact du passage sur les sociétés européennes.

## » Cadre de présentation des états financiers

- Principes comptables, règles de comptabilisation, règles d'évaluation.
- Bilan.
- Compte de résultat.
- Tableaux des flux de trésorerie et variation des capitaux propres.
- Annexe, événements postérieurs à la clôture.

## » Reconnaissance des revenus

- Produits des activités ordinaires.
- Opération de construction.
- Interprétations relatives à la reconnaissance des revenus.

## » Actif

- Immobilisations corporelles/incorporelles, dépréciation, coût d'emprunt, location.
- Stocks, éléments fongibles, incorporation des frais, de la sous-activité.
- Créances et autres actifs.

## » Passif

- Capitaux propres.
- Provisions.
- Engagements sociaux.
- Impôts sur résultat.

## » IFRS et information financière

- La consolidation, rappel des règles. Périmètre, les trois méthodes.
- Synthèse des principaux retraitements : contrats de location, amortissements et provisions.
- Synthèse des principaux retraitements : dividendes, cessions d'immobilisation, profits sur stocks.
- Méthodes d'évaluation. Fiscalité différée.
- La finalité des IFRS. Le bénéfice par action. L'information sectorielle. Performance reporting.

## » La gestion du projet IFRS

- Première application.
- Impacts système.

Réf :	FRS
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 12-13 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 880 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne désirant avoir un minimum de connaissance des normes IFRS.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances de la gestion d'entreprise ou de la comptabilité.

# Conduire un audit comptable et financier

Pour un audit fiable et efficace, il est indispensable de disposer d'une méthodologie détaillée et de définir une stratégie à partir de l'approche par les risques. Ce stage vous permettra de maîtriser les techniques d'audit et de sélectionner les outils nécessaires à sa réalisation.

## » Planifier un audit comptable et financier

- Définir son rôle, son objectif et ses finalités.
  - Identifier les acteurs de l'audit.
- Travaux pratiques** Cartographier les acteurs et fixer les objectifs.

## » Maîtriser la démarche globale

- Faire référence aux processus comptables.
  - Comprendre l'approche par les risques.
  - Identifier les problématiques liées au système informatique.
  - Connaître les normes professionnelles de référence.
  - Disposer d'une méthode de travail.
  - Détailler les étapes de l'audit.
  - Fournir des livrables : lettre de mission, documents et rapport final.
- Travaux pratiques** Se prononcer sur la formalisation des résultats et des livrables.

## » Définir une stratégie d'audit

- Prendre connaissance de l'environnement de l'entreprise.
  - Orienter la mission : identification des domaines et du seuil de signification.
  - Organiser et planifier la mission.
  - Sélectionner ses outils : questionnaire, test...
- Etude de cas** Cartographier les risques de l'environnement de l'entreprise, puis organiser et planifier les missions de chaque acteur.

## » Evaluer le dispositif de contrôle interne

- Décrire le dispositif de contrôle interne sur les principaux cycles de l'entreprise.
  - Analyser les forces et les faiblesses du contrôle interne.
  - Apprécier l'impact de l'examen du contrôle interne sur le contrôle des comptes.
- Travaux pratiques** Se prononcer sur la qualité des traitements internes à l'aide de grilles d'audit.

## » Auditer les comptes

- Techniques et outils de contrôle des comptes.
  - Elaborer le dossier de travail.
  - Cibler les bonnes questions à se poser compte par compte.
  - Contrôler : immobilisations, titres de participation, stocks.
  - Contrôler : impôts, trésorerie, emprunts, capitaux propres, achats et ventes.
- Etude de cas** Auditer des écritures comptables à partir d'une balance des comptes.

## » Formuler des conclusions pertinentes et constructives

- Formuler des recommandations à partir d'un rapport d'audit.
- Etude de cas** Rédaction de conclusions et de recommandations.

Réf :	CAU
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 26-28 janv./2-4 mars 2015 11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Sur la base d'exercices et d'études de cas, les participants bénéficient d'une approche opérationnelle et transposable dès leur retour en entreprise.

**» PARTICIPANTS**  
Auditeurs internes, chefs comptables, collaborateurs des services comptables, RAF, contrôleurs de gestion.

**» PREREQUIS**  
Connaissance des mécanismes comptables de base.

Cette formation très pratique vous permettra d'effectuer les principales opérations comptables avec le logiciel CIEL comptabilité Evolution pour Windows. Vous apprendrez à créer et paramétrer les principaux éléments comptables de l'entreprise ainsi qu'à passer les écritures courantes.



Réf :	IEL
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 26-27 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Prix et date 2015 p. 500	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et exercices pratiques sur le logiciel CIEL Comptabilité.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs d'un service comptable amenés à utiliser le logiciel CIEL Comptabilité (Windows).

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en comptabilité.

**» Découvrir le logiciel CIEL**

- Connaître les principales fonctionnalités du logiciel CIEL Comptabilité.
- Découvrir l'écran d'accueil et les différentes interfaces : menus, boîtes de dialogue et barres d'outils.
- Connaître les principaux raccourcis clavier.

**Travaux pratiques** *Prise en main et découverte du logiciel.*

**» Créer et paramétrer le dossier de l'entreprise**

- Créer le dossier de l'entreprise.
- Paramétrer le dossier de l'entreprise.
- Créer les différents journaux comptables.
- Paramétrer la déclaration de TVA.
- Savoir utiliser un modèle.
- Intégrer le logo de l'entreprise dans les différents documents.

**Travaux pratiques** *Création et paramétrage du dossier d'une entreprise. Création de différents journaux comptables et du plan comptable. Insertion du logo de l'entreprise dans les documents comptables.*

**» Adapter le plan comptable général à l'entreprise**

- Le plan comptable, comment le créer et l'enrichir ?
- Le paramétrage des comptes clients.
- Créer et gérer les comptes fournisseurs.
- Créer et paramétrer les comptes de charges et les comptes de produits.

**Travaux pratiques** *Création et paramétrage des principaux comptes de ventes et comptes clients de l'entreprise.*

**» Saisir des écritures comptables**

- Choisir le mode de saisie.
- Saisir les à-nouveaux.
- Savoir choisir pour chaque écriture le journal approprié.
- Saisir les factures d'achat et de vente. Saisir les avoirs.
- Saisir les encaissements et décaissements.
- Importer des écritures issues de CIEL Gestion commerciale.
- Enregistrer la TVA dans les opérations courantes.
- Éviter des opérations comptables.

**Travaux pratiques** *Enregistrement et édition de différentes opérations courantes.*

**» Consulter les comptes**

- Effectuer le lettrage des comptes.
- Procéder à la validation du brouillard.

**Travaux pratiques** *Lettrage des comptes de l'entreprise.*

**» Sauvegarder un dossier**

- Sensibilisation à l'importance de la sauvegarde dans le logiciel CIEL.
- Sauvegarde et restauration un dossier.

**Travaux pratiques** *Sauvegarde et restauration d'un dossier.*



Cette formation très pratique vous permettra d'approfondir vos connaissances du logiciel CIEL Comptabilité Evolution pour Windows. Vous apprendrez à réaliser la déclaration de TVA, à gérer les immobilisations, à effectuer les opérations de fin d'année et à exploiter les fonctionnalités avancées du logiciel.



Réf :	IEP
Durée :	2 jours
Paris	5-6 déc. 2014 23-24 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et exercices pratiques sur le logiciel CIEL Comptabilité.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs d'un service comptable amenés à utiliser le logiciel CIEL Comptabilité (Windows).

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en comptabilité et du logiciel CIEL Comptabilité (Windows) ou avoir suivi le cours IEL : "CIEL Comptabilité, prise en main".

**» Connaître les fonctions avancées de CIEL Comptabilité**

- Accéder aux paramétrages avancés.
- Renseigner ses préférences.
- Personnaliser l'écran et l'affichage : éditer les colonnes affichées.

**Travaux pratiques** *Personnalisation des différents écrans du logiciel et paramétrages avancés.*

**» Maîtriser les fonctions avancées liées aux écritures comptables**

- Créer des modèles de saisie.
- Passer des écritures avec la saisie guidée.
- Créer et gérer les abonnements.

**Travaux pratiques** *Enregistrement et édition de différentes opérations complexes.*

**» Réaliser la déclaration de TVA**

- Découvrir et paramétrer le module TVA.
- Gérer la TVA sur CIEL comptabilité.
- Générer la déclaration de TVA.

**Travaux pratiques** *Réalisation d'une déclaration de TVA.*

**» Gérer les immobilisations**

- Saisir une écriture d'acquisition d'immobilisation.
- Créer une fiche immobilisation.
- Le traitement des amortissements comptables.

**Travaux pratiques** *Gestion d'une immobilisation.*

**» Personnaliser les opérations et les éditions**

- Configurer les codes et les comptes analytiques.
- Configurer les codes et les comptes budgétaires.
- Obtenir des éditions d'états personnalisés.

**Travaux pratiques** *Paramétrage d'états personnalisés.*

**» Maîtriser les traitements comptables spécifiques**

- Procéder à des contre-passations.
- Saisir des réimputations.
- Gérer des extournements ou annulations d'écritures.
- Effectuer divers traitements sur les comptes.

**Travaux pratiques** *Opérations et traitements complexes sur des comptes et écritures.*

**» Effectuer les opérations de fin d'année**

- Générer et éditer le Grand Livre.
- Générer et éditer les différents journaux comptables.
- Générer et éditer le Bilan et le Compte de Résultat.
- Valider le brouillard comptable.
- Procéder à la clôture d'un exercice après vérification.
- Ré-ouvrir un exercice après sa clôture.

**Travaux pratiques** *Génération et édition des documents de fin d'exercice comptable.*

**» Communiquer avec d'autres applications**

- Importer et exporter des écritures comptables.
- Transférer les données vers d'autres logiciels CIEL.
- Transmettre la comptabilité à un expert-comptable.

**Travaux pratiques** *Transferts de données comptables vers d'autres applications.*

Connaître le système fiscal français et l'application des différents impôts et taxes. Identifier les principales déclarations à établir et savoir déterminer les bases des principaux impôts. Maîtriser les calculs de TVA, l'Impôt sur les Sociétés (IS) et la Contribution Economique Territoriale (ex-TP).

## » Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

- Définition et champ d'application : la notion de valeur ajoutée.
- TVA collectée, déductible, à payer : fait générateur et exigibilité, base imposable et assiette, les différents taux.
- Champs d'application de la TVA : opérations imposables et exonérées.
- Particularités et exceptions.
- Acquérir la méthodologie pour éviter tout redressement fiscal ultérieur.

**Etude de cas** Calcul de TVA selon les règles spécifiques aux activités de services (régime des encaissements) et de ventes de biens (régime des débits). Identifier les régimes fiscaux et leurs échéances.

## » Impôt sur les sociétés (IS)

- Notion du résultat.
- Principe d'indépendance des exercices.
- Passage du résultat comptable au résultat fiscal.
- Cadre législatif et champ d'application.
- Charges déductibles : frais généraux et distinction avec les immobilisations, les différents modes d'amortissements,
- Provisions : pour risques et charges, réglementées, pour hausse des prix, des plus au moins values.
- Calcul de l'IS : exonérations des entreprises nouvelles, ZRR, ZFU, ...
- Paiement de l'IS : acomptes trimestriels, IFA, liquidation de l'IS.

**Etude de cas** Pratiquer les déductions et réintégrations

fiscales, et obtenir un résultat imposable exact. Calcul de L'IS. Conséquence du carry back et du report en avant.

## » Contribution économique territoriale (CET/ ex-TP)

- Cadre réglementaire et champ d'application.
- Déterminer les bases d'imposition.
- La contribution foncière des entreprises (CFE).
- La contribution sur la valeur ajoutée de l'entreprise (CVAE).
- L'imposition forfaitaire des entreprises de réseau (IFER).
- Rédaction de la déclaration. Calcul et contrôle de l'avis d'imposition.
- Principales actions pour réduire l'assiette de la taxe.
- Déterminer les entreprises éligibles à l'acompte sur la valeur ajoutée.

**Etude de cas** Maîtriser les échéances ainsi que les nouvelles bases annulant et remplaçant celles de la taxe professionnelle.

## » Autres taxes

- Taxe d'apprentissage.
- Formation professionnelle continue.
- Participation à l'effort de construction.
- Taxe sur les véhicules de tourisme et de société (TVTS).
- Rappel des échéances et acomptes à respecter.

**Etude de cas** Recenser les impôts et taxes auxquels l'entreprise est éligible. Identifier les cas particuliers d'exonération et abattements auxquels peut prétendre l'entreprise.



Réf :	FIS
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 2-4 fév./26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne n'ayant pas de formation initiale en fiscalité ou débutant dans une direction fiscale et souhaitant acquérir des bases solides.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Pratique de l'intégration fiscale

Pour optimiser la fiscalité d'une entreprise, vous apprendrez à maîtriser les mécanismes de l'intégration fiscale afin de déterminer le résultat d'ensemble après avoir calculé les résultats individuels des filiales. Vous analyserez également les conséquences liées aux opérations de réorganisation (fusion, scission...).

### » Les principes fondamentaux de l'intégration fiscale et sa mise en place

- Conditions d'accès au régime.
- Notion de groupe en droit fiscal.
- Construction d'un groupe intégré. Prise d'option. Périmètre d'intégration. Evolution du périmètre dans le temps.

**Exercices** Cas pratique relatif à la mise en place de l'intégration fiscale.

### » Calcul du résultat de chaque société intégrée

- Contraintes relatives aux déficits antérieurs à l'intégration.
- Dividendes encaissés.
- Régime des sociétés mère et filiales.
- Déficit d'un exercice intégré.

**Exercices** Calcul du résultat fiscal de chaque société intégrée.

### » Opérations pour le passage des résultats individuels au résultat d'ensemble

- Rectifications courantes : plus ou moins-values de cessions d'immobilisations.
- Rectifications courantes : dividendes intra-groupe, abandons de créances, subventions, provisions...
- Rectifications spécifiques : limitations de certaines charges financières.

**Exercices** Réalisation des opérations de rectification.

### » Calcul de l'imposition du résultat d'ensemble et paiement de l'impôt

- Déclaration annuelle du résultat d'ensemble.
- Méthodes de calcul de l'IS des filiales et de la société tête de groupe.
- Utilisation optimale des crédits d'impôt.

**Exercices** Cas pratique relatif à la détermination du résultat fiscal d'ensemble d'un groupe intégré.

### » Les régimes de distribution

- Prise en compte des spécificités des groupes.
- Gestion des distributions internes et externes.

### » Les opérations de réorganisation affectant un groupe intégré

- La sortie d'une société du groupe.
- Les conséquences fiscales des fusions et des scissions.
- La cessation du groupe.

**Exercices** Cas pratique relatif au traitement des conséquences des opérations de réorganisation au sein d'un groupe.



Réf :	PIF
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Les responsables administratifs et financiers, les responsables comptables, les contrôleurs de gestion, les auditeurs, les fiscalistes et les avocats.

### » PREREQUIS

Connaissances en fiscalité des entreprises.

Préparer et réaliser la clôture des comptes : maîtriser les écritures de fin d'exercice pour une présentation sincère et fidèle des états comptables. Permettre l'élaboration de la liasse fiscale et maîtriser les principales difficultés en privilégiant l'actualité.



Réf :	LIF
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 12-14 janv./9-11 mars 2015 8-10 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Cas concrets avec supports pédagogiques et états financiers d'entreprises visant à rendre le stagiaire opérationnel le plus rapidement possible.

**PARTICIPANTS**  
Seules les entreprises redevables de l'impôt sur les sociétés (IS) sont concernées.

**PREREQUIS**  
Bonnes connaissances en comptabilité générale.

» Les grands principes comptables

- La chaîne comptable : journaux, comptes en T, grand livre, balance.
- Les états comptables : bilan, compte de résultat, annexe.

**Exercices** Quiz, présentation de bilans et de comptes de résultat.

» Les écritures de fin d'exercice

- Les emprunts.
- Les amortissements et provisions.
- Distinction entre charges et immobilisations.
- Les comptes de régularisation : charges de personnel, cotisations sociales, impôts et taxes, frais généraux.
- Le contrôle de TVA.
- Le résultat comptable et fiscal.
- Le calcul de l'impôt sur les sociétés.

**Exercices** Etudes de cas à partir d'exemples réels, exercices d'écriture et calculs divers.

» La liasse fiscale : élaboration des états de nature comptable

- Le bilan (2050 et 2051) et le compte de résultat (2052 et 2053). Mentions au pied de Cerfas.
- Les immobilisations, les amortissements (2054 et 2055) et les provisions (2056).
- L'état des échéances des créances et des dettes (2057).
- Le tableau des écarts de réévaluation (2054 bis).

**Exercices** Etudes de cas à partir d'exemples réels, exercices d'écriture et d'élaboration d'états de nature comptable.

» La liasse fiscale : élaboration des états de nature fiscale

- La transcription des choix fiscaux et la gestion fiscale des déficits et provisions non déductibles (état 2058B).
- Le tableau d'affectation et renseignements divers (2058C).
- La détermination, l'affectation et le suivi des plus ou moins-values (2059A et D).

**Exercices** Etudes de cas à partir d'exemples réels, exercices d'écriture et d'élaboration d'états de nature fiscale.

» La déclaration 2065 des résultats

- Pourquoi, comment et quand la produire ?
- Les recouvrements avec les tableaux de la liasse et ses compléments.

**Exercices** Traitement d'une déclaration 2065.

Comprendre les règles d'assujettissement et d'exonération des différentes taxes réglées par l'entreprise. Déterminer pour chaque taxe la base imposable et le montant dû. Savoir remplir les imprimés fiscaux.



Réf :	TAE
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 12-13 fév./2-3 avril 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Nombreuses études de cas basées sur l'élaboration des déclarations fiscales et les enregistrements comptables correspondants.

**PARTICIPANTS**  
Responsables et collaborateurs comptables et financiers, fiscalistes en charge du traitement des principales taxes de l'entreprise.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» L'ex-taxe professionnelle : la contribution économique territoriale (CET)

- Principes de la CET : la décomposition en cotisation foncière des entreprises (CFE).
- Principes de la CET : la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE).
- Les imprimés fiscaux et le recouvrement de la CFE et de la CVAE.
- Plafonnement et dégrèvement de la CET.

**Etude de cas** Calculer la base imposable et les acomptes de CVAE. Calculer l'acompte de CFE.

» La taxe foncière

- Le champ d'application et les cas d'exonération.
- La détermination du revenu cadastral et de la TF.
- Les déclarations modificatrices et le recouvrement de la taxe foncière.

» La taxe sur les véhicules de société (TVS)

- Les entreprises et véhicules assujettis.
- Les barèmes de la TVS.
- Les obligations déclaratives et le recouvrement.

**Exercices** Remplir la déclaration TVS (n°2855) pour quatre véhicules acquis ou loués.

» La contribution sociale de solidarité (ex-ORGANIC)

- Le champ d'application.
- La détermination du chiffre d'affaires imposable.
- La déclaration et le recouvrement.

**Travaux pratiques** Déterminer la base imposable et le montant dû à partir de la CA3.

» La taxe d'apprentissage

- Déterminer le montant de la taxe brute, de la CDA et de la CSA.
- Les dépenses libératoires.
- Les obligations déclaratives et le recouvrement.

**Exercices** Remplir l'imprimé d'un organisme collecteur de la taxe d'apprentissage.

» La participation de l'employeur à la formation professionnelle continue

- Les différentes composantes de la formation professionnelle continue.
- Les sommes déductibles du plan de formation.
- Les imprimés de l'OPCA, du FONGECIF, l'imprimé n°2483.

**Exercices** Calculer et répartir la formation professionnelle continue. Remplir l'imprimé de l'OPCA.

» Les autres taxes fonction de l'effectif de l'entité

- La participation de l'employeur à l'effort de construction.
- La taxe sur les salaires.
- Le versement à l'Agefiph.

**Exercices** Calculer le montant de la taxe sur les salaires et la fréquence des règlements.

Maîtriser les principes et les mécanismes des deux composantes de la Contribution Economique Territoriale (CET) qui a remplacé la Taxe professionnelle, à savoir la Cotisation Foncière des Entreprises (CFE) et la Cotisation sur la Valeur Ajoutée (CVAE).

## » Champ d'application de la contribution économique territoriale (CET)

- Personnes et activités imposables.
- Exonérations.

## » Base d'imposition de la cotisation foncière des entreprises (CFE)

- Période de référence.
- Immobilisations foncières imposables : définition des biens fonciers ; notion de disponibilité.
- Notion de valeur locative foncière.
- Cas particulier des établissements industriels.
- Réductions de la base imposable, exonérations conditionnelles.

**Exercices** Identification des bases d'imposition, calcul de la CFE.

## » Etablissement de l'imposition en matière de CFE

- Obligations déclaratives.
- Principe de l'annualité.
- Dégrèvement pour diminution des bases.
- Crédit d'impôt dans les zones de restructuration de la défense.
- Paiement.

**Exercices** Cas pratique portant sur les aspects déclaratifs de la CFE.

## » Procédure et contentieux en matière de CFE

- Procédure de contrôle.
- Contentieux.

## » La cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE)

- Définition du chiffre d'affaires pour l'appréciation du seuil d'imposition.
- Périmètre d'appréciation du chiffre d'affaires : notion de "CA groupe".

## » Calcul de la CVAE

- Définition et calcul de la valeur ajoutée.
- Taux effectif en fonction du chiffre d'affaires : dispositif anti-abus en cas de scission ; calcul des taux.
- Montant de la CVAE. Dégrèvement pour les petites entreprises.
- Cotisation minimale, frais de gestion, coût additionnel.

**Exercices** Plusieurs cas pratiques visant à calculer la CVAE dans différentes hypothèses.

## » La contribution économique territoriale (CET)

- Les obligations déclaratives à respecter.
- Le paiement. Les procédures et contentieux.

**Etude de cas** Réalisation d'une déclaration de CET.

## » Réductions de la CET

- Dispositif temporaire d'écrêtement des surplus d'imposition par rapport à la taxe professionnelle.
- Plafonnement de la CET en fonction de la valeur ajoutée.

**Exercices** Cas pratique incluant les mécanismes de réduction de la CET.



Réf :	CET
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./18-19 déc. 2014 5-6 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Les responsables administratifs et financiers, les responsables comptables, les contrôleurs de gestion, les auditeurs, les fiscalistes et les avocats.

### » PREREQUIS

Aucun prérequis nécessaire.

# Maîtriser l'application de la TVA

Comprendre les principaux mécanismes de la TVA. Maîtriser les dernières réformes en matière de TVA : les nouvelles règles de déductibilité et le Paquet TVA 2010 sur les prestations de services intra- et extracommunautaires. Savoir remplir une déclaration de TVA et identifier les risques de redressement.

## » Champ d'application de la TVA

- Les opérations imposables par nature, par détermination de la loi et par option.
- Les opérations hors champ et exonérées.
- Le principe de détermination de la TVA à décaisser.
- Les régimes de TVA spécifiques. Livraisons à soi-même. Biens d'occasion.
- Nouveau régime de la TVA immobilière.

**Etude de cas** Déterminer s'il y a imposition à la TVA.

## » TVA exigible

- La base d'imposition à la TVA.
- Le fait générateur et exigibilité de la TVA.
- L'option pour la TVA sur les débits.
- Le taux de TVA : taux normal et taux réduit.

**Exercices** Réaliser une CA3 avec des cas sur la TVA sur les débits et les encaissements.

## » Territorialité de la TVA : livraisons de biens

- Le territoire français au sens de la TVA.
- Les exportations et importations.
- Les livraisons et acquisitions intracommunautaires.
- Les achats en franchise de taxe.
- La déclaration d'échanges de biens.
- Les incidences comptables des opérations avec l'étranger.

## » Territorialité de la TVA : prestations de services

- Le régime des prestations de service : la réforme applicable depuis le 1er janvier 2010.

- La notion de preneur assujetti.
- Les exceptions au nouveau principe d'imposition.
- La déclaration européenne de services (DES).

**Exercices** Calculer le montant de la TVA déductible et/ou collectée sur des opérations où interviennent des pays de l'UE ou hors UE et déterminer les opérations qui devront être incluses dans la DEB ou la DES.

## » Nouveau dispositif de déduction de la TVA

- Les conditions du droit à déduction.
- Le coefficient de déduction.
- Les coefficients provisoires et coefficients définitifs.
- Les régularisations annuelles et globales sur les immobilisations.
- Les incidences en comptabilité.
- L'influence du nouveau dispositif sur les entreprises assujetties et/ou redevables partiels.

**Exercices** Déterminer le montant de la TVA déductible, calculer des régularisations annuelles et globales.

## » Déclaration et paiement de la TVA

- Le régime réel normal : la déclaration CA3.
- Le crédit de TVA et demande de remboursement.
- La notion de télédéclaration : seuils et règlement.
- L'enregistrement comptable de la déclaration de TVA.

**Etude de cas** Réaliser une CA3 avec des cas particuliers et enregistrer en comptabilité la déclaration de TVA.



Réf :	TVA
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 26-27 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices de calcul, cas pratiques.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant maîtriser les mécanismes pratiques de la TVA dans l'entreprise.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Appréhender les règles de territorialité de la TVA pour les livraisons de biens intracommunautaires. Appliquer les nouvelles règles d'imposition à la TVA des prestations de services internationaux. Maîtriser les règles d'assujettissement et de réalisation de la DEB, la DES et la CA3.

	
Réf :	ICT
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./1-2 déc. 2014 23-24 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Etude des cas particuliers des participants en termes de TVA, DEB et DES. Réalisation de cas pratiques avec élaboration de la déclaration de TVA.

### PARTICIPANTS

Responsables et collaborateurs comptables et financiers.

### PREREQUIS

Savoir réaliser des déclarations de TVA classiques sans opération hors de France.

### » Territorialité de la TVA

- Définition du territoire français au sens de la TVA.
- Définition du territoire de l'Union européenne.
- Notions d'acquisitions/livraisons intracommunautaires.
- Lieu d'imposition des livraisons de biens et des prestations de services.
- Relations entre la métropole, les DOM et Monaco.
- Lieu d'imposition et d'établissement, siège social.

**Exercices** Exercices d'application de la territorialité de la TVA.

### » Régime des livraisons de biens intracommunautaires

- Achats en franchise.
- Exonération des livraisons intracommunautaires.
- Imposition des acquisitions intracommunautaires.
- Opérations triangulaires.
- Autoliquidation de la TVA intracommunautaire et fraude carrousel.
- Cas des livraisons à distance.
- Livraisons aux Personnes Bénéficiaires du Régime Dérogatoire (PBRD).

**Etude de cas** Déterminer le lieu d'imposition de différentes livraisons de biens intracommunautaires et calculer la TVA correspondante à décaisser.

### » Régime des prestations de services applicable au 1er janvier 2010

- Nouveaux principes d'imposition : les directives européennes du 12 février 2008.

- Prestations de services fournies à des preneurs assujettis / non assujettis.
- Notion de preneur assujetti.
- Règles spécifiques aux immeubles.
- Transports de biens et locations de moyens de transport.
- Services électroniques.
- Prestations de services culturels, sportifs, scientifiques.
- Ventes à consommer sur place, les intermédiaires transparents.

**Etude de cas** Repérer les exceptions au principe d'autoliquidation de la TVA et appliquer la bonne règle de territorialité.

### » Les obligations déclaratives

- Mentions spécifiques obligatoires sur les factures.
- Règles d'exigibilité de la TVA (CA3, DEB, DES) pour les livraisons et prestations de services.
- Incidences sur la déclaration de TVA.
- Déclaration d'Echange de Biens (DEB).
- Nouvelle obligation déclarative au 1er janvier 2010 : la Déclaration Européenne de Services (DES).
- Sanctions du non-respect de ces obligations.
- Réforme 2010 de la procédure des remboursements de la TVA étrangère.

**Etude de cas** Réaliser une CA3. Repérer les opérations à intégrer dans la DEB ou la DES. Questionnaire reprenant tous les principes et exceptions du programme.

Comprendre et mettre en œuvre les règles de territorialité relatives aux importations et exportations. Maîtriser les nouvelles règles d'imposition à la TVA des prestations de services internationales. Savoir remplir la CA3 et maîtriser les règles relatives à la DEB et de la DES.

	
Réf :	TVI
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 9-10 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Etude des cas particuliers évoqués par les participants en termes de TVA, DEB et DES. Réalisation d'études de cas avec élaboration de la déclaration de TVA.

### PARTICIPANTS

Responsables, collaborateurs comptables et financiers souhaitant maîtriser la technique de la TVA intracommunautaire.

### PREREQUIS

Savoir réaliser des déclarations de TVA classiques sans opération hors de France.

### » Connaître les principes de la territorialité de la TVA

- Définition du territoire français au sens de la TVA.
- Définition du territoire de l'Union européenne.
- Principes généraux concernant les biens et prestations de services.
- Relations avec les DOM et Monaco.

### » Maîtriser les règles de la territorialité des livraisons de biens

- Importations : relation avec la douane et les transitaires, comptabilisation.
- Détaxation des exportations.
- Achats en franchise.
- Livraisons et acquisitions intracommunautaires.
- Opérations triangulaires.
- Autoliquidation de la TVA intracommunautaire et fraude carrousel.
- Les livraisons à distance et les PBRD.
- Les ventes en consignation et les ventes en dépôt.

**Etude de cas** Déterminer les règles de TVA applicables à différents cas d'acquisition ou de livraison de biens et établir la CA3.

### » Appliquer le nouveau régime des prestations de services

- Nouveaux principes d'imposition.
- Panorama des différentes exceptions au principe en B to B et B to C.
- Règles spécifiques aux immeubles.
- Transports de passagers et transports de biens.
- Locations de moyens de transport.
- Prestations de services culturels, sportifs, scientifiques.
- Ventes à consommer sur place.

**Exercices** Appliquer le nouveau régime applicable sur différents cas de prestations de services.

### » Identifier les obligations déclaratives

- Mentions spécifiques obligatoires sur les factures.
- Règles d'exigibilité de la TVA.
- Informations spécifiques concernant la déclaration de TVA.
- Déclaration d'Echange de Biens (DEB).
- Déclaration Européenne de Services (DES).
- Réforme 2010 de la procédure des remboursements de la TVA étrangère.

**Exercices** Cas de synthèse reprenant toutes les spécificités de la territorialité des biens et prestations de services en UE/ hors UE et réalisation de la CA3. Détermination pour chaque opération de la nécessité de l'inscrire dans la DEB ou la DES.

Ce stage vous permettra de maîtriser les mécanismes essentiels de la fiscalité des opérations internationales des sociétés en matière d'IS et de TVA. Savoir interpréter et utiliser les dispositions des conventions fiscales internationales, de connaître les dispositifs de lutte contre l'évasion fiscale.

## » Sources de la fiscalité internationale

- Le droit interne des Etats.
- Les conventions fiscales : structure des conventions.
- Méthodes pour neutraliser les doubles impositions, méthodologie d'utilisation, illustrations.
- L'harmonisation fiscale européenne.

**Exercices** Analyse d'une convention fiscale conclue par la France puis résolution d'un cas pratique à partir de cette convention.

## » Modalités d'imposition des bénéficiaires

- Le principe de territorialité de l'impôt sur les sociétés.
- L'impact des conventions fiscales.

**Exercices** Résolution d'un cas pratique relatif aux modalités d'imposition des bénéficiaires.

## » Traitement des flux internationaux de dividendes, intérêts ou redevances

- Le traitement des dividendes.
- Le traitement des intérêts.
- Le traitement des redevances.
- Le mécanisme " retenue à la source / crédit d'impôt " et le calcul du crédit d'impôt imputable sur l'IS.

**Exercices** Analyse du traitement de différents flux à partir de cas pratiques.

## » Opérations internationales et TVA

- Principes de base.
- Territorialité des livraisons de biens et des prestations de services.
- Incidences des nouvelles dispositions introduites par le " paquet TVA " 2010.
- Notion d'établissement stable en TVA : critères et conséquences.

**Exercices** Réalisation de cas pratiques en matière de TVA.

## » Dispositifs de lutte contre l'évasion fiscale

- Les risques fiscaux liés aux prix de transfert.
- L'abus de droit et l'acte anormal de gestion.
- Les règles particulières applicables aux Etats à fiscalité privilégiée.

**Exercices** Analyse de jurisprudence et réalisation de cas pratiques.



Réf :	FFI
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 12-13 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables administratifs et financiers, responsables comptables, contrôleurs de gestion, auditeurs, fiscalistes internes.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en fiscalité interne.

# Fiscalité sur les prix de transfert

Cette formation permet de dresser le panorama des contraintes fiscales liées au prix de transfert et d'en comprendre les enjeux financiers. On y acquiert également une méthodologie d'élaboration des prix de transfert qui prend en compte les contraintes et les risques fiscaux.

## » Les enjeux financiers stratégiques des prix de transfert

- La notion de Groupe qui transcende la souveraineté fiscale.
- Le principe de transactions internes en termes de biens et services au sein d'un Groupe.
- Enjeux de la fiscalité des transactions transfrontalières au sein d'un Groupe.
- Enjeux stratégiques d'une démarche de planification fiscale au sein d'un Groupe.

**Exercices** Panorama des jurisprudences les plus sensibles autour de la notion de groupe.

## » Contraintes fiscales domestiques et internationales

- Le dispositif de droit interne français. L'article 57 du Code Général des Impôts.
- Les articles L. 13 AA, L. 13 B et L. 188 du Livre des procédures fiscales. Le dispositif conventionnel.
- Le dispositif international. Les travaux et recommandations de l'OCDE.
- L'investissement de l'administration fiscale.

**Exercices** Définition du périmètre et diagnostic du risque d'exposition financière lié au prix de transfert.

## » Elaboration de la politique "Prix de transfert"

- Principes des prix de pleine concurrence.
- Critères de choix en fonction de la nature des opérations de l'entreprise (modélisation).
- Nouvelles méthodes préconisées par l'OCDE.

- Accords de partage des coûts : recherche et développement, frais de siège, frais d'actionnaires.

**Exercices** Diagnostic de la politique "prix de transfert" et comparaison des différentes méthodes retenues.

## » Gestion de la politique "Prix de transfert"

- L'élaboration et la gestion impérative d'une documentation justificative.
- Le reporting quotidien d'états Prix de transfert.
- La procédure d'accord préalable : dans quelles circonstances y recourir ?

**Exercices** Diagnostic de l'organisation " Prix de transfert " et de la chaîne de remontée et de diffusion de l'information.

## » Défendre la politique "Prix de transfert" dans le cadre du contrôle fiscal

- Les réponses à donner au questionnaire relatif au prix de transfert (article L. 13B).
- La documentation à tenir à la disposition de l'administration (article L. 13AA).
- Les procédures amiables dans le cadre des conventions fiscales bilatérales.

**Exercices** Elaboration d'une documentation pertinente.



Réf :	SFE
Durée :	2 jours
Paris	19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables administratifs et financiers confrontés à des problématiques " prix de transfert " dans le cadre de leur poste, et désirant s'initier à leurs principes fondamentaux.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage permet aux participants de maîtriser la fiscalité applicable aux valeurs mobilières de placement des particuliers, d'améliorer la gestion fiscale des patrimoines, d'optimiser l'impôt dû et enfin de déclarer les revenus et les plus-values afférents aux valeurs mobilières.

**Exercices pratiques**

**dif**

Réf : FIM  
 Durée : 2 jours  
 Paris 16-17 oct./18-19 déc. 2014  
 2-3 avril/15-16 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Responsables administratifs et financiers, responsables comptables, contrôleurs de gestion, auditeurs, gestionnaires de patrimoine, conseillers en investissements, fiscalistes et avocats.

**» PREREQUIS**  
 Connaissances en fiscalité personnelle.

**» Identification des revenus mobiliers imposables et exonérés**

- Les mécanismes d'imposition des dividendes et intérêts.
- Les exonérations dans le cadre des PEA, FCPR et FCPI et les avantages fiscaux liés à certains placements.
- Les fonds d'investissements de proximité.

**» Détermination du revenu mobilier imposable et des modalités d'imposition**

- Passer du revenu brut au revenu imposable : les frais et charges déductibles.
- Les règles particulières aux dividendes.
- L'imposition au barème progressif.
- L'option pour le prélèvement forfaitaire libératoire.

**Exercices** Cas pratique relatif à la détermination du montant des revenus mobiliers imposables et au montant d'impôt dû.

**» Détermination des plus-values mobilières imposables et exonérées**

- Les plus-values de cession de valeurs mobilières.
- Les particularités des PEA, FCPR, FCPI et fonds d'investissements de proximité.
- Les plus-values relevant d'autres régimes d'imposition.
- Détermination du prix de cession et d'acquisition.

**» Calcul de l'impôt dû et connaissance des modalités d'imposition**

- L'imposition au taux forfaitaire et les prélèvements sociaux.
- La gestion des moins-values reportables.
- Application de l'abattement pour durée de détention.

**Exercices** Calcul des plus-values de cession de valeurs mobilières et optimisation fiscale.

**» Le régime fiscal des revenus mobiliers versés à des non-résidents**

- Les dividendes versés à des non-résidents.
- La liquidation de la retenue à la source.
- Les incidences des conventions internationales.
- Les produits de placements à revenu fixe versés à des non-résidents.
- Le prélèvement obligatoire.

**Exercices** Cas pratique relatif à l'imposition de dividendes de source française versés à des non-résidents.

**» Les obligations déclaratives des établissements payeurs**

- Obligations déclaratives en droit interne.
- Personnes tenues de souscrire l'Imprimé Fiscal Unique (IFU).
- Produits et opérations à déclarer.
- Forme, date et lieu de dépôt.



Ce stage vous permettra de connaître les principaux mécanismes en matière de fiscalité immobilière (revenus fonciers, plus-values, ISF), de maîtriser les conséquences fiscales de la détention et de la cession d'un bien immobilier, de la gestion d'une SCI ainsi que des dispositifs d'aide à l'investissement locatif.

**Exercices pratiques**

**dif**

Réf : FIB  
 Durée : 2 jours  
 Paris 20-21 oct./15-16 déc. 2014  
 12-13 mars/11-12 juin 2015  
 Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Les responsables administratifs et financiers, les responsables comptables, les contrôleurs de gestion, les auditeurs, les fiscalistes et les avocats.

**» PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

**» Les conséquences fiscales de la détention d'un bien immobilier**

- Aspects fiscaux de la perception de revenus locatifs : déclaration des revenus fonciers et charges déductibles.
- Détermination du montant imposable.
- Régimes de TVA applicables aux locations : le principe d'exonération et les exceptions conduisant à la taxation.
- Gestion des déficits fonciers.
- Revenus locatifs imposés dans la catégorie des BIC.
- Déclaration des biens immobiliers au titre de l'ISF : biens entrant dans le champ d'application de l'ISF.
- Principes d'évaluation des biens immobiliers.
- Règles d'imposition en matière d'ISF.

**Exercices** Cas pratique incluant l'établissement d'une déclaration n° 2044 (déclaration spécifique aux revenus fonciers). Cas pratique relatif à la déclaration des biens immobiliers dans le cadre de l'ISF.

**» Les conséquences fiscales des mutations immobilières**

- Construction, acquisition : les droits dus.
- Nouveau champ d'application de la TVA et champ d'application des droits de mutation.
- Conséquences fiscales d'une cession immobilière : cession immobilière à titre onéreux, à titre gratuit.
- Régime fiscal des plus-values immobilières : détermination du montant de la plus-value.
- Déclaration et paiement des impôts relatifs à la plus-value.

**Exercices** Cas pratique relatif à la détermination des droits dus dans le cadre de la construction et de l'acquisition de biens immobiliers. Calcul de la plus-value et du montant de l'impôt dû.

**» Les aspects fiscaux de la gestion d'une SCI**

- Règles d'imposition des revenus fonciers perçus par une SCI.
- Calcul de la plus-value de cession des parts de la SCI.
- Détermination de la plus-value sur la vente de l'immeuble.

**Exercices** Cas pratique relatif à la gestion d'une SCI.

**» Les aides fiscales à l'investissement locatif**

- La loi Duflot : produits éligibles et avantages fiscaux.
- La loi Duflot Outre-mer : conditions d'investissement et avantages fiscaux.
- Le dispositif Censi-Bouvard : rappel du dispositif et réduction du taux d'imposition.

**Exercices** Cas pratique incluant un calcul des avantages fiscaux liés à l'application de ces dispositifs.

# finance d'entreprise

Les formations proposées par Orsys dans ce domaine s'adressent aux spécialistes comme aux personnes désirant se familiariser avec les techniques et outils de la finance d'entreprise. Elles couvrent notamment la gestion de trésorerie, le besoin en fonds de roulement, les possibilités de financement, l'évaluation et l'optimisation des investissements, l'analyse des performances financières.

## » Techniques financières »

- Best** Finance d'entreprise, pour non-financiers  
3 j - CFM - p.126
- Mener une analyse financière, pour non-financiers  
2 j - BFI - p.126
- S'initier à la gestion comptable et financière par le jeu  
2 j - GCF - p.292
- Techniques financières appliquées à l'entreprise  
2 j - CVA - p.318
- Introduction à la finance éthique et solidaire  
1 j - FIE - p.323
- Mettre en place un crédit impôt recherche  
2 j - CIE - p.323

## » Investissement, financement, évaluation »

- Evaluer une entreprise, méthodes et pratiques  
3 j - EVE - p.318
- Best** Evaluer la rentabilité d'un investissement  
2 j - RVI - p.319
- Etablir un reporting financier pertinent et efficace  
2 j - RFE - p.319
- Maîtriser le calcul des financements et des investissements  
2 j - LCF - p.322
- Financement de l'entreprise : les opérations de haut de bilan  
2 j - COH - p.322

## » Gestion de trésorerie, BFR »

- Best** Bâtir, négocier et suivre le budget de son unité  
3 j - BUG - p.293
- Best** Pratique de la gestion de trésorerie  
2 j - SOR - p.320
- Optimiser le BFR de l'entreprise  
2 j - BFR - p.321

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.



Ce stage vous permettra d'appréhender la logique de financement des entreprises, de déterminer la rentabilité prévisionnelle et d'acquérir une vision stratégique du développement de l'entreprise.



Réf :	CVA
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 9-10 mars/26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Une large part du temps de l'intervention est consacrée à des études de cas réels et aux réponses aux questions des participants.

**PARTICIPANTS**  
Directeur de Business Unit, futur responsable de centre, chef de projets.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base, forte sensibilisation à la gestion de l'entreprise.

**Comprendre l'organisation des finances de l'entreprise**

- Le bilan source d'informations à décoder.
- Les postes du bilan : l'actif et le passif.
- L'autre logique du bilan : les ressources et les emplois.
- Les "masses" homogènes du bilan.
- Les équilibres financiers de l'entreprise.
- L'analyse par les ratios : l'endettement et l'autonomie financière, la solvabilité et la rentabilité.

**Travaux pratiques** Etude de cas : *appréhension de l'incidence de l'activité commerciale de l'entreprise sur ses ressources et ses besoins de financement.*

**Activité commerciale et rentabilité de l'entreprise**

- Suivre l'activité de l'entreprise : charges, produits, amortissements et provisions. La détermination du résultat.
- Analyser les performances de l'entreprise : les soldes intermédiaires de gestion, la capacité d'autofinancement...
- Suivre ses propres performances : mesure du coût d'une action, incidences des remises sur la marge.

**Travaux pratiques** Etude de cas : *compréhension du rôle de l'analyse par les ratios dans le suivi des performances de l'entreprise.*

**Gestion prévisionnelle et rentabilité des investissements**

- Etude de rentabilité d'un projet : les flux liés à l'investissement, l'exploitation et les C.A.F. prévisionnelles.
- Etude de rentabilité d'un projet : détermination des flux nets annuels, analyse et approche de la rentabilité projets.
- Le tableau des emplois et des ressources : les besoins de l'entreprise et l'évaluation des ressources.
- Le tableau des emplois et des ressources : l'impact de la politique de financement.

**Travaux pratiques** Etude de cas : *appréhension de l'importance de la capacité d'autofinancement dans le processus de création de valeur de l'entreprise.*

**Développer l'entreprise et créer de la valeur**

- La croissance interne et externe.
- L'arbitrage entre la rentabilité à long terme et à court terme.

## Evaluer une entreprise, méthodes et pratiques

Estimer la valeur d'une entreprise autour de quatre pôles : valeur patrimoniale, approche analogique des comparables sectoriels et boursiers, analyse des flux et indicateur de valeur des capitaux, analyse du capital immatériel. Analyse du Business Plan et évaluation des risques financiers.



Réf :	EVE
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./15-17 déc. 2014 23-25 fév./21-23 avril 2015 1-3 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Réalisation d'études de cas avec exercices.

**PARTICIPANTS**  
Dirigeants, membres du Comité de direction, cadres financiers et de gestion.

**PREREQUIS**  
Un minimum de connaissances comptables est souhaitable (notion d'actif, de capitaux, de BFR, savoir lire un compte de résultat).  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**Introduction**

- Introduction à l'évaluation.
- Ne pas confondre : valeur et prix, valeur d'entreprise et valeur des capitaux propres.
- Le business plan.
- L'analyse stratégique au service du BP.

**Etude de cas** Compléter un bilan pour déterminer la valeur d'une entreprise.

**Les principales familles de méthode d'évaluation**

- Méthodes patrimoniales.
- Méthodes analogiques (par comparaison).
- Méthodes par les flux.
- Méthode du capital immatériel.

**Exploiter les principales méthodes patrimoniales**

- Actif net corrigé.
- Actif net corrigé et rente de goodwill.

**Etude de cas** Avec une approche patrimoniale, estimer l'ANR et le goodwill. Déterminer la valeur de l'entreprise avec la méthode de l'actif net réévalué avec Goodwill.

**Utiliser les principales méthodes analogiques**

- Comparables sectoriels.
- Comparables boursiers. L'échantillon. Les corrections (travaux de EG GRENAT).
- Multiples utilisés et valeurs obtenues.
- Focus sur deux multiples. PER. EBITDA.

**Etude de cas** Calcul des multiples sectoriels. Estimer la valeur d'une entreprise sur la base d'un multiple de son CA et de son résultat d'exploitation ainsi que du PER et du PEG.

**Mettre en œuvre les principales méthodes de flux**

- Risque, bêta et taux d'actualisation. L'échantillon. Les corrections (travaux de EG GRENAT).
- Le coût moyen pondéré du capital (WACC).
- Actualisation des dividendes.
- Actualisation des flux de trésorerie disponibles (free cash flow ou méthode DCF).
- Pièges de la méthode DCF. Business plan. Taux de croissance et valeur terminale.

**Etude de cas** Construire un tableau de flux de trésorerie disponibles. Estimation de la valeur de marché des capitaux propres d'une société. Calcul d'un taux de rendement requis pour les actionnaires.

**Evaluer la nouvelle méthode par l'évaluation du capital immatériel**

- Cartographie du capital immatériel en actifs.
- Evaluation extra-financière des actifs et notation.
- Valorisation financière du capital immatériel.
- Analyse et comparaison du résultat avec la méthode DCF.
- Utilisation de l'évaluation extra-financière dans le management.
- " Due diligence " immatérielle.

**Etude de cas** Evaluer une entreprise, synthèse.

# Evaluer la rentabilité d'un investissement



Ce stage pratique vous permettra de maîtriser les notions d'investissement Capital Expenditure (CAPEX), les amortissements et la durée de vie d'une immobilisation. Vous apprendrez en outre à mesurer la rentabilité d'un investissement.

## » Rappels de comptabilité générale

- Le vocabulaire, la partie double, les écritures, l'organisation générale.
- Le plan comptable.
- Amortissements et provisions.
- Le compte de résultat.
- Le traitement des stocks.
- Le bilan.
- Aspects fiscaux.

**Travaux pratiques** Exemples et exercices sur la passation de quelques écritures comptables.

## » L'entreprise en tant qu'investissement

- Le compte de résultat.
- Le bas de bilan. Besoin en fonds de roulement. Trésorerie. Notion de cash-flow.
- Le haut de bilan. Fonds de roulement, actif net, situation nette. Les capitaux propres, permanents.
- Bases de l'analyse financière : ratios d'exploitation et de structure financière.

**Etude de cas** sur un cas réel et une liasse fiscale : analyse financière.

## » L'investissement en tant que projet ponctuel

- Différences entre "investissement" et "fonctionnement", CAPEX et OPEX.
- Caractéristiques d'un projet.
- Critères de conduite d'un projet.

- Budgets : constitution, mise à jour, calculs des écarts : écart temps et écart coût.

**Exercices** Exercices de calcul d'écarts.

## » Les immobilisations

- Le principal.
- L'accessoire.
- L'approche par composants.

## » L'amortissement : les différentes méthodes

- Linéaire.
- Dégressif.
- Autres méthodes.

## » Calculs sur les investissements

- Flux et cash-flows.
- Actualisation. Concept. Calculs financiers : les bases.
- La rentabilité de l'investissement : concept et calcul.
- Les critères de choix d'investissements : VAN, TRI, DRCL...

**Exercices** Exercices sur le choix de différents investissements.

## » Financement des investissements : avantages et inconvénients

- Sur fonds propres.
- Achat à crédit.
- Leasings et locations.

**Exercices** Exercices sur le choix de différents modes de financement pour un même investissement.



Réf :	RVI
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant valider la rentabilité de son investissement, responsable financier, contrôleur de gestion, trésorier, responsable opérationnel.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Etablir un reporting financier pertinent et efficace pour suivre et piloter la performance financière



Ce stage vous présentera les objectifs d'un reporting financier. Il vous montrera comment le structurer et choisir les bons mots afin de mettre en place un suivi financier efficace.

## » Maîtriser les principes généraux du reporting

- Cerner les enjeux du reporting.
- Identifier ses objectifs : contrôle des performances financières, outil d'aide à la décision, instrument de dialogue.
- Recenser les différents destinataires et sélection des informations à communiquer.
- Les acteurs du reporting et leur place dans la fonction finance.

**Travaux pratiques** Echange de pratiques, des difficultés rencontrées, des contraintes et de ses besoins pour mettre en place ou faire évoluer son reporting.

## » Préparer et formaliser un reporting : les conditions d'efficacité

- Périmètre et modalités (périodicité, diffusion...) du reporting.
- Détermination des sources qui serviront à garantir la fiabilité des données et alimenter le reporting.
- Identification des enjeux pour produire dans les délais des informations précises.
- Mise en forme et présentation du reporting.

**Etude de cas** Analyse critique de reporting d'entreprise. Mise en œuvre des recommandations.

## » Structurer, élaborer et maîtriser les éléments du reporting financier

- Mesure du niveau d'activité, de la rentabilité de l'activité et de la structure bilancielle.
- Identifier les objectifs, le choix du contenu et les indicateurs adaptés à son activité et à sa stratégie.
- Définir la démarche à mettre en œuvre et mettre en place un équilibre entre indicateurs financiers et non financiers.

- Concilier des besoins qui peuvent être différents.
- Eléments qualitatifs du reporting : analyses, explications, commentaires.

**Travaux pratiques** Réflexion sur la pertinence des indicateurs suivis par rapport à la stratégie de l'entreprise et des objectifs définis.

## » Les éléments d'analyse budgétaire et financière

- Les périmètres et les applications de suivi budgétaire dans le reporting financier.
- L'analyse budgétaire : les marges, l'analyse des écarts, la distinction coûts fixes/coûts variables.
- L'analyse financière : BFR, stocks, trésorerie...
- L'analyse des écarts entre le budget et le reporting. La mise en place d'actions correctives.

**Travaux pratiques** Analyse et explications des écarts entre budget et reporting. Le plan d'action correctif.



Réf :	RFE
Durée :	2 jours
Paris	2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Contrôleur de gestion, toute personne en charge de la mise à jour d'un reporting financier, comptable ou financier évoluant vers des fonctions de contrôleur de gestion ou de directeur financier.

### » PREREQUIS

Bonne maîtrise des bases comptables et financières.

Apprendre à scénariser les prévisions de trésorerie annuelles afin d'en faire un outil puissant de simulation. Être en mesure de construire des prévisions de trésorerie fiables. Pérenniser sa trésorerie par des actions sur la gestion de son BFR et l'anticipation des défaillances de ses clients.

### Rappels comptables pour la gestion de trésorerie

- Présentation et lecture du bilan : une photographie du patrimoine de l'entreprise à un moment donné.
- Les différents postes à l'actif du bilan : les immobilisations, les créances, les amortissements, les stocks...
- Les différents postes au passif du bilan : les capitaux propres, les provisions, les emprunts, les dettes...
- Le compte de résultat : la mesure de l'activité économique d'une entreprise sur un exercice comptable.
- Les éléments du compte de résultat : les produits et les charges d'exploitation, financières et exceptionnelles.
- L'annexe comptable : les explications des variations d'un exercice à un autre.

**Travaux pratiques** Construire un bilan (actif et passif) et un compte de résultat à partir d'une balance comptable.

### Identifier les sources d'information pour la prévision de trésorerie

- Maîtriser le cycle d'exploitation.
- Comprendre les lois d'encaissement et de décaissement.
- Elaborer les budgets d'investissement et de financement à moyen et long termes.
- Appréhender la notion de Besoin en Fonds de Roulement (BFR) normatif.

**Travaux pratiques** Calcul d'un Besoin en Fonds de Roulement d'Exploitation (BFRE) normatif.

### Evaluer la situation de trésorerie de l'entreprise

- Procéder à une analyse statique à partir du bilan : la règle des équilibres financiers.
- Analyser les équilibres d'exploitation : déterminer le Besoin de Fonds de Roulement (BFR).
- Utiliser les tableaux de flux.
- Analyser la situation à partir du compte de résultat : comprendre et respecter la règle d'optimisation des marges.
- Déterminer la Capacité d'Auto-Financement (CAF) de l'entreprise.
- Connaître les différentes causes traditionnelles de non-fiabilité des prévisions annuelles de trésorerie.

**Etude de cas** Analyser des hauts et bas de bilans. Présenter un bilan fonctionnel. Calculer un Besoin en Fonds de Roulement, évaluer la situation de trésorerie d'une entreprise et analyser ses ratios.

### Construire un budget et plan de trésorerie

- S'initier à la construction budgétaire : la terminologie et la notion de gestion budgétaire.
- Comprendre l'importance de la scénarisation d'un budget de trésorerie.
- Construire un plan de trésorerie.
- Effectuer les redressements indispensables sur les données comptables de base.
- Elaborer et articuler les différents budgets : des ventes, de production, d'approvisionnement, des services généraux...
- Procéder à un contrôle budgétaire : analyser les écarts sur coûts et sur ventes.
- Mettre en place des actions correctives.

**Travaux pratiques** Construire un prévisionnel de trésorerie et procéder à son analyse. Calculer les écarts sur Chiffre d'Affaires et charges.

### Comprendre et mettre en place un système de veille "solvabilité client"

- Comprendre l'importance de la mise en place d'un système de veille client.
- Analyser la solvabilité et la rentabilité des clients : ratios de structure et de liquidité, de gestion et d'activité...
- Sécuriser la transformation de vos créances en trésorerie.
- Détecter les signaux d'alerte avant la défaillance d'un client.
- Comprendre la législation de prévention des entreprises en difficultés (les sept étapes de la loi du 26/07/2005).
- Focus : rappel de la Loi de Modernisation de l'Economie (LME) du 4/08/2008 sur la nouvelle réduction du crédit client.

**Travaux pratiques** Calculer et analyser des ratios de structure et de liquidité et autres indicateurs de la solvabilité d'un client.

### Mettre en œuvre des leviers d'amélioration du Besoin en Fonds de Roulement

- Définir l'équilibre financier de l'entreprise (BFR/ Fonds de Roulement Net Global (FRNG)/trésorerie nette).
- Connaître les actions à mettre en œuvre pour améliorer sa trésorerie.
- Connaître les actions à mettre en œuvre pour améliorer ses marges.
- Optimiser son Besoin en Fonds de Roulement : Culture cash.
- Optimiser les délais de règlement moyens.

**Travaux pratiques** Optimiser le Besoin en Fonds de Roulement de son entreprise, réduire les délais de règlements clients.



Réf :	SOR
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 26-27 fév./28-29 mai 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 19-20 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	6-7 nov. 2014 5-6 fév./6-7 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Alternance d'exercices d'application et d'études de cas réels. Utilisation d'Excel et élaboration de matrices types.

### PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse à des personnes appelées à prendre en charge l'élaboration et le suivi des budgets ainsi que le pilotage de la trésorerie.

### PREREQUIS

Connaissance des mécanismes comptables de base.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

### pour aller plus loin

- > Evaluer la rentabilité d'un investissement p. 319
- > Optimiser le BFR de l'entreprise p. 321
- > Maîtriser le calcul des financements et des investissements p. 322

Réflexions de fond sur les Besoins en Fonds de Roulement (BFR) de l'entreprise. Rappels comptables sur les financements. Evaluation et gestion des stocks. Typologies, politiques et techniques de gestion des comptes clients et fournisseurs. Analyse des liaisons entre besoin, activité et investissement.

## » Rappels comptables

- Définition : le BFR ou Besoin en Fonds de Roulement.
- Rappels comptables : achats et ventes, stocks et encours de service, bilan et compte de résultat...
- Rappels sur le financement de l'entreprise : fonds de roulement, besoin en fonds de roulement et trésorerie...
- Examen de plusieurs situations selon les secteurs : différents BFR pour différents types d'entreprises.
- Chiffres significatifs et exemples.

**Etude de cas** Calcul du BFR dans une PMI du Bâtiment.

## » Le BFR

- Pourquoi le BFR est-il un "mal nécessaire" inhérent ?
- Pourquoi convient-il de le maintenir au minimum, d'un point de vue financier ?
- BFR d'exploitation et BFR global. Examen de comptes spécifiques (dettes fiscales et sociales). Le BFR normatif.

**Etude de cas** Examen détaillé de trois types de comptes.

## » Les stocks (matières, marchandises, produits finis)

- Méthode d'évaluation des stocks.
- Qu'est-ce qu'un encours de service ?
- Comment le calcule-t-on ?

## » Les comptes clients

- Typologie de clientèles.
- Usages commerciaux.
- Pouvoirs des clients.

- Délais de paiement et modes de règlement. Loi LME de 2008. Le problème des mauvais payeurs.
- Les provisions.

## » Les comptes fournisseurs

- Politique de sous-traitance et d'achat.
- Typologie de fournisseurs.
- Usages et pouvoirs des fournisseurs.
- Délais de paiement et modes de règlement.

## » Techniques et outils de gestion

- La gestion des stocks : éléments de politique de production et de logistique.
- La gestion des comptes clients : affacturage, loi Dailly, financement, charges administratives, impact commercial.
- La gestion des comptes fournisseurs : négociation des délais de paiement et moyens de règlement, affacturage inversé.

**Exercices** Comment réduire les deux premiers et augmenter le troisième sur trois exercices sociaux comptables.

## » Finalité

- Les causes d'augmentation du BFR.
- Les sources de financement de cette augmentation.
- L'augmentation de l'activité en général.
- Les investissements.

**Exemple** Exemples chiffrés dans différents secteurs d'activité.



Réf :	BFR
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 2-3 mars/26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Direction, DAF, comptabilité, services financiers, management opérationnel.

## » PREREQUIS

Connaître les fondamentaux de la pratique de la gestion de la trésorerie ou connaissance équivalente au cours réf SOR.

## Nos formateurs experts...

321



Experts et spécialistes reconnus dans leur domaine, les formateurs ORSYS sont sélectionnés puis évalués non seulement en fonction de leurs compétences techniques et pédagogiques mais aussi de leur expérience terrain et leurs qualités relationnelles :

- » **L'expertise métier** : projets de recherche, documents de synthèse (ouvrages de référence parus, articles, conception de supports de cours, ...)
- » **L'expérience pédagogique,**
- » **L'expérience opérationnelle,**
- » **L'indépendance,**
- » **Le comportement,** la motivation et l'adaptation à la culture ORSYS.

Impérative, la validation est une étape incontournable pour tout expert qui souhaite travailler avec Orsys mais aussi pour chaque nouveau cours que celui-ci est amené à animer.

Une formation très opérationnelle pour maîtriser les calculs financiers liés aux investissements et aux financements court terme et long terme ainsi que leur adaptation aux normes IFRS.



Réf :	LCF
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Quiz, exercices et cas pratiques sur des situations usuelles.

### PARTICIPANTS

Responsables administratifs et financiers, comptables, contrôleurs de gestion et toute personne amenée à utiliser les mathématiques financières dans le cadre de leurs activités.

### PREREQUIS

Connaissances de base en mathématiques. Se doter d'une calculatrice avec options financières.

### Introduction aux calculs financiers, taux de référence et modes de calcul

- La notion de valeur en finance.
- Les différents types d'intérêts : intérêts simples et intérêts composés.
- L'actualisation et la capitalisation.
- Présentation des différents taux utilisés en finance.
- Les spécificités des taux longs.

**Exercices** Quiz, calculs de taux, de valeur acquise et actuelle de flux.

### Les calculs financiers liés aux investissements

- Définir le projet d'investissement en termes économiques : flux de trésorerie et valeur résiduelle.
- Etude de la rentabilité économique prévisionnelle : taux d'actualisation et critères de rentabilité.
- Classement des critères de rentabilité : VAN, taux interne de rentabilité, délai de récupération du capital investi...

**Exercices** Détermination de flux de trésorerie d'un projet et calcul des critères de rentabilité.

### Les calculs financiers liés aux financements à long terme

- Etude des principales sources de financement : emprunt indivis, emprunt obligataire et crédit-bail.
- Les tableaux d'amortissement et les modalités de remboursement.
- Le coût de revient des principales sources de financement.

**Travaux pratiques** Elaboration d'un tableau d'amortissement d'un emprunt. Calcul et comparaison du coût de revient de différentes sources de financement.

### Les calculs financiers liés aux financements à court terme

- Les crédits d'exploitation : les facilités de caisse, le découvert bancaire et l'escompte. La loi Dailly.
- Le coût des crédits à court terme : notion de dates de valeur, des jours de banque, des commissions et frais.

**Travaux pratiques** Calcul et comparaison du coût d'un découvert et d'un escompte.

### Adaptation des calculs financiers aux normes IFRS

- La notion de coût amorti.
- Le calcul du taux d'intérêt effectif d'un contrat de crédit-bail.
- La comptabilisation des dettes financières en IFRS.
- L'actualisation des dettes et créances et des provisions à long terme.
- Les différents principes d'évaluation des IFRS relatifs aux actifs financiers.

**Travaux pratiques** Calcul du taux d'intérêt effectif d'un contrat de crédit-bail. Valorisation d'un actif financier.

## Financement de l'entreprise : les opérations de haut de bilan LBO, capital-investissement...

Ce stage vous permettra de maîtriser les enjeux liés aux opérations de haut de bilan afin de comprendre les stratégies des montages en capital-investissement et de vous familiariser avec les techniques juridiques, financières et fiscales des opérations à effets de levier.



Réf :	COH
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 5-6 janv./2-3 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Suite d'échanges constructifs dans une dynamique opérationnelle. Exercices et applications succincts complétés par une étude de cas concrète.

### PARTICIPANTS

Dirigeants de centres de responsabilité, responsables de Business Unit, managers qui éprouvent le besoin de comprendre l'environnement et les mécanismes du Capital-Investissement.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Principes de base de la corporate finance

- Rappel des notions de rentabilité financière, économique et d'investissement.
- Avantages et inconvénients des différentes sources de financement bancaire.
- Stratégie dynamique de création de valeur.
- Principe de l'effet de levier financier.

**Exercices** Série d'exercices techniques d'appropriation des notions abordées.

### Comprendre les différentes opérations en capital-investissement

- Définitions : capital-risque, capital développement, capital transmission.
- Méthodes d'évaluation des sociétés-cibles.
- Relations avec les investisseurs institutionnels : structure, profil et gestion des fonds.
- Valorisation et T.R.I. attendu des fonds d'investissement.
- Sources de financements bancaires spécifiques : obligations convertibles, titrisation...

**Exercices** Comparatif de différents projets et calcul de TIR.

### Principes-clés et mécanismes des LBO

- Trois effets de levier vertueux du LBO : fiscal, financier et juridique.
- Variantes du LBO : MBI, OBO, BIMBO, LBO secondaire.
- Rôle du Holding et impact de l'intégration fiscale.
- Typologies des dettes : dettes hybrides, mezzanines.

- Différentes typologies de situations : cibles éligibles.
- Impact du capital-transmission sur les managers.

**Etude de cas** Projet de reprise d'une société cible en LBO.

### Les modalités juridico-financières

- Pacte entre investisseurs et actionnaires non-managers.
- Clauses relatives au capital : covenants, clauses de sortie, clauses de sauvegarde.
- Fonctionnement des instances dirigeantes et de contrôle.
- Règles de gouvernance et suivi de la participation.
- Montage du financement et documentation juridique.
- Levée des conditions suspensives et closing.

**Exercices** QCM : contrôle des connaissances et approfondissement.

### La sortie de l'investisseur

- Cession de la totalité du capital : spécificités, rôle des participants, processus de cession.
  - Revente ou rachat des participations : différentes modalités.
  - Avantages et inconvénients de l'introduction en bourse.
- Etude de cas** L'après LBO. Echange et réflexion.

Ce séminaire vous sensibilisera aux enjeux de la finance éthique ou Investissement Socialement Responsable (ISR), qui consiste à intégrer des critères éthiques, solidaires, environnementaux et de gouvernance dans les décisions de placements et dans la gestion de portefeuilles.

## » L'investissement socialement responsable

- Emergence d'une dimension nouvelle dans l'économie.
- D'un monde systémique à une prise de conscience individuelle.
- Crises économique-sociales.
- Crises écologiques.
- Réponses collectives aux différentes crises.
- Contours et développement de l'Investissement Socialement Responsable - ISR.

**Travaux pratiques** Partage d'idées et d'expériences.

## » Naissance d'une finance éthique

- Définition et chronique d'un concept nouveau.
- Différence entre finance éthique, morale et responsable.
- Enjeux de la finance « alternative ».
- Les différentes approches. Les points essentiels. Illustrations.
- De l'éthique au développement durable.
- Dimension culturelle de l'éthique.
- Dimension religieuse de l'éthique.
- Actionnariat solidaire et rentabilité financière.

**Travaux pratiques** Partage d'idées et d'expériences.

## » L'éthique au sein du monde financier

- Les produits labellisés « finance éthique » sont-ils un leurre ?
- Pourquoi les réglementations ne suffisent pas ?
- Est-ce un gage de qualité que d'être éthique ?
- La rentabilité et la finance éthique.
- La spéculation sur les matières premières : éthique ou pas éthique ?
- Le rating AAA en éthique.

**Travaux pratiques** Réflexion collective. Discussion autour de quelques exemples.

## » La finance solidaire

- Le développement des entreprises solidaires.
- Le micro-crédit : les origines, les bénéficiaires et les acteurs.
- Les impacts sociaux et les impacts économiques.
- Les acteurs de l'épargne solidaire.
- Les prémices d'une réglementation avec le Label Finansol.
- Les différents produits de finance solidaire en France.
- Présentation des mécanismes d'épargne solidaire.
- Tendances, devenir et défis du secteur.

**Travaux pratiques** Partage de bonnes pratiques.



Réf :	FIE
Durée :	1 jour
Paris	10 oct./12 déc. 2014 20 fév./30 avril 2015 19 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Prix et date 2015 p. 500	

### » EXERCICES

Pédagogie informative. Alternance d'exposés et de discussions avec les participants, partage de bonnes pratiques.

### » PARTICIPANTS

Dirigeant, DAF, manager, banquier, qui souhaite inscrire ses activités dans un cadre éthique et solidaire.

### » PREREQUIS

Aucune condition particulière.

# Mettre en place un crédit impôt recherche



Le Crédit Impôt Recherche (CIR) est actuellement au coeur de l'actualité en termes d'évolution législative et fait l'objet de contrôles fiscaux de plus en plus nombreux. Ce stage vous permettra de maîtriser les règles de ce mécanisme tout en appréhendant sa technicité fiscale et sa pratique opérationnelle.

## » Connaître les principes fondamentaux du CIR et sa mise en place

- Une mesure fiscale de nature incitative : contexte, projets, comparaison avec les autres dispositifs européens.
- Les entreprises éligibles au dispositif.
- Les activités de recherche et développement : apprendre à détecter un projet innovant.
- Focus sur le crédit d'impôt innovation.
- Comment présenter et piloter une démarche CIR dans l'entreprise ?
- Comment guider la perception du CIR par les équipes financières et opérationnelles ?

**Exercices** Analyse de projets de recherche et détermination de leur caractère éligible au dispositif CIR au non.

## » Déterminer le calcul du CIR

- Evaluer l'assiette du CIR : les dépenses éligibles.
- Point d'attention sur les dépenses de sous-traitance réalisées à l'étranger.
- Déterminer le taux du CIR applicable à l'entreprise.
- Chiffrer le CIR : traitement des subventions, des avances remboursables et des dépenses de prestations de conseil.
- Comptabiliser le CIR au niveau de la comptabilité sociale et de la comptabilité consolidée.

**Exercices** Cas pratique de calcul du CIR.

## » Etablir la déclaration du CIR

- Rédiger la déclaration par l'entreprise.
- Mettre en œuvre la déclaration au sein d'un groupe d'intégration fiscale.
- Utiliser le CIR : imputation sur l'impôt sur les sociétés, remboursement en situation déficitaire.
- Mesurer l'impact du CIR sur le calcul de la réserve de participation des salariés.

**Exercices** Cas pratique d'établissement d'une déclaration fiscale de CIR au sein d'un groupe d'intégration fiscale.

## » Sécuriser et contrôler le CIR

- Mesurer l'importance du dossier justificatif.
- Anticiper le contrôle fiscal : préparer les équipes, identifier les échelles de risques, piloter les phases de "test".
- Connaître le contrôle fiscal : procédure et durée, rôle du Ministère de l'Enseignement et de la Recherche.
- S'informer du contentieux fiscal mené au titre du CIR.
- Panorama jurisprudentiel propre au CIR.

**Exercices** Réflexion et échanges sur le déroulement pratique d'un contrôle fiscal portant sur le CIR à partir de cas réels.



Réf :	CIE
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 5-6 mars/11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables financiers, responsables comptables, fiscalistes, avocats, responsables recherche et développement, contrôleurs de gestion, auditeurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# banque et assurance

## » Banque de détail : relation client »

Best

**Introduction aux métiers de la banque** **F**  
2 j - BAF - p.326

**Comprendre les marchés financiers : les métiers**  
**Nouveau**  
1 j - MAH - p.327

**Réussir son management en agence bancaire**  
**Nouveau**  
2 j - BCI - p.327

**Chargé(e) de clientèle : optimisez votre démarche commerciale** **Nouveau**  
2 j - CHC - p.328

**Conseillers bancaires : menez vos négociations commerciales** **Nouveau**  
2 j - NCB - p.328

**Gérer les incivilités de vos clients** **Nouveau**  
2 j - GIV - p.329

Les formations « Banque / Assurance », conçues et animées par des experts du secteur, vous permettent de faire le point sur les différents métiers de la banque. Elles portent sur des savoir-faire techniques et comportementaux autour de sujets comme la gestion de la relation client, la réglementation, le fonctionnement des produits et services bancaires, la gestion de patrimoine, mais aussi sur des sujets pointus destinés à la banque d'investissement (Bâle II/III, MIFID...).

## » Banque de détail : réglementation »

**Comprendre la monétique bancaire** **Nouveau**  
2 j - CMB - p.329

**Conseiller bancaire : vos obligations vis-à-vis de vos clients** **Nouveau**  
1 j - NQE - p.330

**Lutter efficacement contre le blanchiment d'argent**  
**Nouveau**  
1 j - LUB - p.330

## » Banque de détail : produits et services pour les particuliers »

**Gérer les comptes bancaires et les instruments de paiement** **Nouveau**  
2 j - CBI - p.331

**Connaître les produits d'épargne financière et leur fiscalité** **Nouveau**  
2 j - EFI - p.331

**Mise en place des dispositifs d'épargne salariale**  
**Nouveau**  
1 j - GNA - p.332

**Fonctionnement des produits d'assurance bancaire**  
1 j - PAB - p.332

**Connaître les caractéristiques de l'assurance-vie**  
**Nouveau**  
1 j - VIE - p.333

**Maîtriser les produits d'assurances santé et prévoyance** **Nouveau**  
1 j - OYA - p.333

## » Banque de détail : crédits aux particuliers »

**Maîtriser les risques de crédit aux particuliers**  
**Nouveau**  
2 j - RCP - p.334

**Constituer un dossier de crédit à la consommation**  
1 j - ROM - p.334

**Constituer un dossier de crédit immobilier**  
2 j - MMO - p.335

## »» Gestion de patrimoine »

**Établir un bilan patrimonial** **Nouveau**  
2 j - NIA - p.335

**Maîtriser l'imposition du revenu et du patrimoine**  
**Nouveau**  
2 j - IPA - p.336

**Connaître les régimes matrimoniaux et leurs aspects juridiques** **Nouveau**  
2 j - REG - p.336

## »» Banque d'investissement : gestion du risque et réglementation »

**Introduction à la comptabilité bancaire**  
2 j - CAI - p.339

**Banque : mettre en oeuvre un dispositif de contrôle interne**  
2 j - CIB - p.339

**Mesurer les risques de crédit sur les marchés**  
2 j - RIQ - p.340

**Mesure et gestion du risque de contrepartie :  
approche Bâle III**  
1 j - RTI - p.340

**Best** **Introduction aux réglementations Bâle II et Bâle III**  
2 j - FBA - p.341

**De Bâle II IRBA vers Bâle III : nouvelles exigences  
en fonds propres**  
1 j - BLR - p.342

**MiFID 1 et MiFID 2 : principes, enjeux et impacts**  
2 j - MIF - p.342

## »» Banque d'investissement : environnement financier »

**La banque d'investissement et son rôle  
dans l'économie**  
2 j - BNE - p.337

**Best** **Marchés de capitaux et produits dérivés**  
2 j - BMC - p.337

**OPCVM et gestion de portefeuilles**  
2 j - OPV - p.338



Comprendre les fondements de l'organisation bancaire française et connaître les différents métiers de la banque. Appréhender l'activité de la banque de détail, son fonctionnement, son organisation et ses produits.

### Panorama de l'activité bancaire

- La qualification d'établissement de crédit
- Synthèse sur le secteur bancaire français.
- Cadre juridique et organisation du système bancaire. Définition juridique.
- Classification des établissements.
- Les conditions d'accès à la profession : l'agrément de l'ACPR.
- Fondements du système bancaire. Les différentes formes d'établissements, les organismes professionnels.
- Les fonctions de la banque, les acteurs, déontologie.
- Les risques liés à l'activité bancaire: risques bancaires, risque de marché, risques opérationnels ...
- Contrôle et supervision du système: contrôle interne et externe, l'AMF, le conseil de régulation financière, le CCLRF...

**Exercices** Compléter un schéma synthétique des acteurs du système bancaire et de leurs interactions.

### Les métiers, les enjeux et les principes de fonctionnement

- Les différents acteurs de la banque : la banque de détail, les établissements de crédit spécialisés, la BFI
- La banque de détail, de financement et d'investissement, la banque privée et la gestion d'actifs.
- Les activités de la banque : les activités de banque d'investissement (M&A, corporate finance), les activités de marché.
- Présentation générale des principaux acteurs en France. Chiffres clés et stratégies.
- Les enjeux de la relation client.
- Les indicateurs bancaires : Le PNB et le coefficient d'exploitation, la relation client-banquier.

**Exercices** Relier aux différents métiers de la banque ses attributs (fonctions, clients, part de PNB...).

### Zoom sur la banque de détail

- Généralités sur la banque de détail: les activités de la banque de détail, l'organisation, les métiers, les chiffres.
- Les acteurs de la banque de détail, leurs rôles et leurs missions.
- Segmentation du marché bancaire : définition, origines et objectifs de la segmentation. La méthode de segmentation.
- Le cycle de vie du client : tranche d'âge du client, besoins et projets, produits réponse.
- Les différents marchés.

**Exercices** Segmenter des clients fictifs en fonction de leurs caractéristiques.

### Le fonctionnement du compte bancaire

- La gestion des comptes particuliers : les comptes individuels, joints et indivis, les comptes pour les mineurs
- Les formalités pour ouvrir un compte bancaire. La clôture d'un compte.
- La procuration, les incidents : compte débiteur, le contrôle ? lutte contre le blanchiment.
- La gestion des comptes professionnels . Modalités pour ouvrir un compte bancaire professionnel.
- La gestion des comptes entreprises. Généralités et modalités.

- Les conditions de banque : tarification, convention de compte et son contenu.
  - Les services annexes au compte bancaire. Les services « extra bancaires ».
  - Les circuits de transferts interbancaires/ transferts européens : Target 2, le Correspondent Banking.
  - Les circuits d'échanges interbancaires : CORE,
  - Les moyens de paiement : Le chèque, les cartes bancaires, TIP, RIB, le projet SEPA,
- Exercices** Etude commentée d'une convention de compte et d'une grille de tarification d'une banque

### Les incidents sur le compte et leur traitement

- Les incidents de paiement, les différentes formes. La saisie attribution, l'avis à tiers détenteur (ATD).
- La régularisation, la dénonciation et le paiement d'un incident.
- La saisie conservatoire.
- Les fichiers gérés par la Banque de France : généralité, le Fichier des Comptes Bancaires et Assimilés (FICOBA).
- Le Fichier Central des Chèques (FCC), Le Fichier National des Chèques Irréguliers (FNCI).
- Le Fichier Central des Chèques Irréguliers (FCCI).
- Le FIBEN et le Service Central des Risques.

**Exercices** Lire et analyser un relevé bancaire. Présenter les points à surveiller ainsi que les opportunités commerciales d'un exemple de compte.

### Les financements

- Le marché du financement pour les entreprises. Le crédit bail.
  - Le financement des professionnels et des entreprises. Le financement par le crédit, par l'intermédiation.
  - Le financement des particuliers. Les crédits de trésorerie, le découvert bancaire, les crédits à la consommation ...
  - Le crédit immobilier : l'offre de prêt, les garanties de l'emprunteur et du prêteur, le taux...
- Exercices** Analyser et calculer les conditions de financement proposées à différents clients.

### Les autres produits d'épargne et les garanties

- Les différents produits d'épargne bancaire : Le Livret A, le Plan d'Epargne Logement (PEL), le LDD...
  - Les produits d'épargne non-bancaire : PERP, PEE, PEA.
  - Les garanties des financements.
- Exercices** Organiser votre action commerciale afin d'augmenter la collecte d'épargne de votre réseau.

### Evolution de la banque et perspectives

- Les nouveaux produits et services.
- Les modèles de banque.



Réf :	BAF
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 11-12 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur amené à travailler ou à échanger dans le cadre d'une première expérience avec l'univers de la banque de détail.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» pour aller plus loin »**

- » Comprendre les marchés financiers p.327
- » Connaître les produits d'épargne financière p.331
- » Fonctionnement des produits d'assurance bancaire p.332

Cette journée de formation présentera le rôle des marchés financiers dans l'économie et la gestion d'actifs. A l'issue du stage, vous saurez identifier les différents acteurs des marchés financiers et connaîtrez le fonctionnement des principaux produits.

## » Comprendre à quoi servent les marchés

- Les motivations et interrelations au sein des marchés : Etats, entreprises, particuliers, banques...
- Les fonctions des marchés financiers : offre et demande de capitaux.
- Le placement et le financement : le marché primaire, le marché des émissions.
- Le transfert des risques.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs.

## » Identifier les acteurs des marchés financiers

- Les salles de marchés : utilité et fonctionnement.
- L'intervention des sociétés de gestion : rôle.
- Les hedges funds.
- Le rôle et les actions des banques.
- L'autorité des marchés financiers, l'autorité de contrôle prudentiel, Banque centrale européenne.

**Travaux pratiques** Quiz de connaissances.

## » Comprendre la typologie des marchés cash et dérivés

- Les marchés d'actions : fonctionnement, compartiments, indices, risques.
- Les marchés de taux : obligataire et monétaire.
- Le marché des changes et du crédit.
- Le marché des commodities.

**Travaux pratiques** Analyse des rendements.

## » Connaître le fonctionnement des produits de marché cash

- Les actions : caractéristiques, risque, volatilité...
- Les produits monétaires et obligataires : caractéristiques, risque de crédit et de taux...
- Les produits de change.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs.

## » Connaître le fonctionnement des dérivés fermes

- FRA et futures, CFD.
- Swaps de change, de taux et de crédit (CDS).

**Travaux pratiques** Comment un gérant utilise-t-il les produits dérivés pour spéculer ou pour se couvrir ?

## » Connaître le fonctionnement des options

- Qu'est-ce qu'une option ? Leur utilité.
- Le profil de gain des options.

## » Comprendre les produits structurés

- Les briques essentielles.
- L'assemblage. Les ETF.

**Travaux pratiques** Comment construire simplement un produit à capital garanti ?

## » Mesurer le prix et les risques

- Le prix d'un produit financier : méthodes de calcul.
- Les risques : de marché, de contrepartie, de crédit et opérationnels. Comment les mesurer ?

**Travaux pratiques** Etude de cas : comprendre le risque de taux d'une obligation.



Réf :	MAH
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 3 avril/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Conseiller bancaire, conseiller en gestion de patrimoine, Back Office en banque et toute personne souhaitant approfondir les marchés financiers.

### » PREREQUIS

Aucune compétence particulière.

# Réussir son management en agence bancaire

Ce stage vous permettra de comprendre le fonctionnement opérationnel d'une agence bancaire en vue de développer la cohésion d'équipe et de mettre en œuvre un management mobilisateur et porteur d'efficacité commerciale.

## » Comprendre les principes fondamentaux du management

- Connaître son rôle et ses missions.
- Responsabilité et objectifs.
- Cartographier ses activités et tâches.

**Travaux pratiques** Réflexion collective sur les principes fondamentaux.

## » Identifier ses propres forces et faiblesses en management

- Connaître les composantes du management fonctionnel et la matrice PAEI (Produire, Administrer, Entreprendre, Intégrer).
- Rédaction d'un plan d'action intermédiaire de progrès.
- Réflexion sur les pistes pour améliorer son management.

**Travaux pratiques** Construire un diagnostic personnel.

## » Optimiser l'organisation commerciale et fonctionnelle de son agence

- Organiser son équipe pour optimiser l'efficacité commerciale et fonctionnelle de l'agence.
- Identifier la bonne organisation de ses collaborateurs et l'efficacité de leurs activités.
- Identifier les axes d'amélioration possibles.
- Optimiser la gestion des tâches à faible valeur ajoutée.
- Mesurer de façon efficace les compétences de ses collaborateurs et leurs axes de progrès.
- Mesurer les compétences disponibles dans son équipe pour une même activité.

**Travaux pratiques** Construction d'un planning d'organisation pour son équipe et de priorisation des tâches en fonction du temps.

## » Optimiser le management de son équipe

- Déterminer les "terrains" de la motivation en agence bancaire.
- Connaître le niveau d'autonomie des collaborateurs par des critères opérationnels et facilement observables.

**Travaux pratiques** Déterminer le niveau d'autonomie de son équipe.

## » Adapter le management pour son équipe

- Connaître les différents styles de management de la matrice de Blake et Mouton.
- Adapter son management en fonction du degré d'autonomie de ses collaborateurs.
- Connaître les modes de management les mieux adaptés pour chaque collaborateur.
- Elaborer des axes de progrès ou comment faire progresser l'autonomie de son équipe pour une plus grande productivité.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un plan d'axes de progrès individuel.

## » Rédiger son plan d'action personnel

- Déterminer ses objectifs.
- Les actions à entreprendre.
- Les délais de réalisation.

**Travaux pratiques** Rédiger le plan d'action.



Réf :	BCI
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 20-21 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables d'agence, superviseurs d'équipe en CRC.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de booster votre efficacité commerciale tout en valorisant la démarche de conseil auprès de vos clients. Vous serez en mesure d'identifier les leviers permettant de passer de la vente-conseil à la multivente-conseil et d'adopter une posture porteuse de recommandations et de fidélisation.

### » Se préparer et s'organiser avant ses rendez-vous

- S'organiser pour préparer une journée chargée.
- Lister les multibesoins potentiels et les éléments manquants.
- Faire l'état de son portefeuille actuel.
- Se préparer psychologiquement.

**Travaux pratiques** Entraînement sur plusieurs scénarios en sous-groupes.

### » Pratiquer la multivente-conseil

- Définir la multivente-conseil et comprendre son utilisation.
- Passer de la vente-conseil à la multivente conseil.
- Identifier les facteurs de réussite de la multivente-conseil.
- Découvrir vos "croyances limitantes" dans votre approche commerciale.
- Dépasser vos propres freins.

**Jeu de rôle** Les deux postures émotionnelles de la multivente-conseil.

### » Découvrir les multibesoins du client

- Être à l'aise avec l'approche multibesoins.
- Différencier les approches : client connu, client non connu et prospect.
- Maîtriser l'art du questionnement. Les différents types de questions.
- Se centrer sur son client. Pratiquer l'écoute active et faire preuve d'empathie.
- Comprendre les différents types de besoins.

**Travaux pratiques** Utiliser les passerelles pour fluidifier l'entretien grâce à la technique de la marguerite.

### » Argumenter en fonction des zones de sensibilité du client

- Développer les arguments correspondant aux besoins exprimés : l'argumentation sélective.
- Identifier les multi besoins émotionnels du client.
- Amener les solutions multiples en utilisant les multi besoins émotionnels du client.
- Structurer la multi argumentation, un besoin émotionnel après l'autre.

**Travaux pratiques** Apprendre à créer le lien entre les composantes de son offre multiple et les multi besoins émotionnels du client.

### » Conclure grâce aux objections

- Adopter une posture assertive.
- Pré vendre et isoler pour conclure.
- Orienter son client.
- Amener le client vers la multivente-conseil.

**Jeu de rôle** La bataille des objections.

### » Obtenir une bonne recommandation

- L'introduction de la recommandation.
- L'impact du bouche-à-oreille.
- Méthodologie pour obtenir une recommandation de la part de son client.

**Travaux pratiques** La formulation de la recommandation en trois questions.

**df** Exemples pratiques

Réf : CHC  
Durée : 2 jours  
Paris 4-5 déc. 2014  
2-3 avril/1-2 juin 2015  
Prix : 1 350 € HT (prix 2014)  
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Chargé(e) de clientèle, ingénieur conseil, conseiller bancaire.

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base de la démarche commerciale et de la relation client.

Pour être à l'aise dans une démarche de négociation dans le secteur bancaire, il est impératif de savoir identifier les contreparties que l'on peut demander à son client. Vous apprendrez à utiliser les stratégies commerciales de négociation de prêts, de frais d'entrée sur l'assurance-vie et de tarification bancaire.

### » Les règles de la négociation

- Distinguer entre "vendre", "marchander" et "négocier".
- Développer les qualités du "négociateur".
- Les limites à ne pas dépasser pour maintenir une relation équitable.
- Les contreparties : nouveaux capitaux, nouveaux produits, nouvelles recommandations.

**Travaux pratiques** Jeu de rôle : identifier votre profil de négociateur.

### » Préparer de façon efficace la négociation

- Cerner le terrain : prêts, assurance-vie, tarification bancaire.
- Ordonner les enjeux.
- Déterminer et fixer ses objectifs de négociation : taux, frais de dossier, pénalités de RA, frais d'entrée, etc.
- Définir ses marges de manœuvre : identification des contreparties possibles.
- Déterminer le niveau d'exigence initiale.
- L'identification des curseurs du pouvoir.
- L'assertivité et les positions de vie.
- L'adaptation au profil de personnalité de l'interlocuteur.

**Travaux pratiques** Exercice sur la préparation d'une négociation.

### » Savoir entamer une négociation

- L'approche : la loi d'impact, la prise de contact, la règle des 4x20, les aspects à éviter, créer un climat positif.
- La découverte : poser les bonnes questions concernant le décideur et l'environnement concurrentiel.

**Travaux pratiques** Entraînement de l'accueil à la phase de découverte pour un prêt immobilier.

### » Maîtriser la phase d'argumentation dans la négociation

- L'accord de consultation : la reformulation.
- La proposition argumentée : adaptation de la proposition au profil du client et critères de la proposition.
- La présentation et les méthodes de vente du prix (taux) et des conditions financières (frais, tarification).

**Travaux pratiques** Jeu de rôle filmé à la négociation pour les frais d'entrée d'un contrat d'assurance-vie.

### » Utiliser les stratégies de négociation

- Répondre à une concession par un argument.
- Obtenir une contrepartie à toute concession.
- Reculer à petit pas.

**Jeu de rôle** Utiliser les stratégies à bon escient.

### » Conclure une négociation rentable

- Négocier "en bloc" ou "point par point".
- Utiliser les techniques de pré-fermeture.
- Prendre l'initiative de la conclusion.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée sur un entretien complet de négociation.

**df** Vidéo

Réf : NCB  
Durée : 2 jours  
Paris 27-28 nov. 2014  
9-10 mars/25-26 juin 2015  
Prix : 1 350 € HT (prix 2014)  
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Conseiller bancaire, gestionnaire de patrimoine.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous apprendra à gérer les cas de comportement anormal et agressif de vos clients. Vous prendrez connaissance de la notion de profil relationnel afin d'adopter une posture assertive et d'identifier les solutions possibles.

## » Identifier son profil relationnel

- Connaître les types de profil relationnel pour identifier les réactions et les comportements de ses interlocuteurs.
- Apprendre à bâtir son profil relationnel pour identifier ses points forts et ses zones d'amélioration.
- Apprendre à se synchroniser avec ses interlocuteurs pour savoir comment se comporter face à leurs réactions.

**Travaux pratiques** Questionnaire d'identification du profil relationnel.

## » Comprendre la définition, les formes et les motivations des incivilités

- Les 4 formes d'incivilité : un client intolérant, menaçant, insultant ou injuriant.
- Ce qui motive une incivilité : situations de sous-qualité ou de non-qualité et autres causes de tension.
- Les autres causes d'incivilité liées à la conduite du changement et ses résistances.

**Travaux pratiques** Test : êtes-vous incivil ?

## » Comprendre les techniques de pouvoir à l'origine des incivilités

- Les composantes du pouvoir qui s'expriment contre vous au travers de situations vécues.
- Comment canaliser les incivilités pour vous faire respecter sans vous imposer ?
- Adopter une posture assertive : accepter les émotions de l'autre et construire avec lui les solutions possibles.

- Maintenez une relation de confiance entre votre client, votre société et vous-même.
  - Chacune des situations vécues exige de revoir vos attitudes et d'adopter des réactions spécifiques et circonstanciées.
  - Comment ne pas vous faire dominer et manipuler ?
- Travaux pratiques** Mise en situation filmée.

## » Résoudre les incivilités : un acte de communication

- Un protocole de résolution des incivilités en plusieurs étapes.
- Accueillir, écouter, reformuler, questionner, proposer, valider, prouver votre motivation et saluer.
- Adoptez une démarche corrective gagnante en vous recentrant ici et maintenant.
- Savoir gérer les situations de post-incivilités : rendre compte des actions convenues avec son interlocuteur.
- Savoir décompresser après une situation difficile.

**Jeu de rôle** Résoudre les incivilités au travers de cas réels et vécus.



Réf :	GIV
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 9-10 avril/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Chargé(e) d'accueil, conseiller bancaire, responsable d'agence.

### » PREREQUIS

Les bases des techniques de communication.

# Comprendre la monétique bancaire

Cette formation vous présente un panorama complet de la monétique bancaire et des instruments et moyens de paiement. Elle vous apportera des connaissances précises sur leur utilisation, au niveau national comme international, et vous permettra d'apprécier les enjeux et les risques associés.

## » Connaître les moyens et les instruments de paiement

- Les chèques : mentions obligatoires, circuits, spécificités techniques, la réglementation, les fichiers FCC et FNCL.
- Les cartes bancaires : règles et spécificités techniques, circuits, plafonds d'opérations de paiement et de retraits.
- Les prélèvements et les virements : les nouveaux outils SEPA, règles et circuits, notions d'IBAN et BIC.
- Lettre de change et le billet à ordre.
- La Loi Dailly : objectifs, principe de mobilisation et cession de créances.
- Les crédits et remises documentaires.
- Les transferts (SWIFT) : origine, spécificités techniques, codification et sécurisation des messages.

**Travaux pratiques** Atelier sur le circuit des chèques circulants et non circulants.

## » Gérer des flux en Europe

- SEPA : espace unique de paiement en euros. Pays concernés et réglementation.
- Les nouveaux concepts et instances européennes.
- Les évolutions en cours sur les systèmes d'échange.
- Les conventions de comptes de dépôts et leur lien avec les moyens de paiement.
- Les services de paiement.
- Les conventions de comptes courants.
- Les dates de valeur sur les comptes.

**Travaux pratiques** Echange interactif et quiz sur le niveau de connaissance.

## » Utiliser les instruments de dialogue entre la banque et ses clients

- Etebac 3, Etebac 5, IBIC'S, IP : quelles compatibilités et quelles évolutions ?
- Swift Alliance, SwiftNet : fonctionnalités, mises en place et bénéfices.

**Travaux pratiques** Présentation interactive.

## » Prendre conscience des risques et des responsabilités

- Lutte anti-fraude, lutte anti-blanchiment et lutte anti-terroriste et leur lien avec les moyens de paiement.
- Définitions, organisations, rôles des acteurs.
- Obligations, sanctions.
- Modifications suite à la DSP applicable au 1er novembre 2009.

**Travaux pratiques** Etude de cas sur la lutte anti-fraude et anti-blanchiment en lien avec les moyens de paiement.

## » Aller vers l'avenir

- Actualisation des opérations SEPA et le KYC.
- Automatisation grandissante des opérations.
- Nécessité de contrôle systématique.
- Sécurisation des circuits.

**Travaux pratiques** Etude d'un dossier de presse.



Réf :	CMB
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 7-8 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur de back-office bancaire et monétique, conseiller bancaire.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Une formation pour prendre connaissance du contexte réglementaire concernant votre profession de conseiller bancaire et appréhender vos devoirs et obligations vis-à-vis de vos clients particuliers. Vous verrez aussi les principales tâches de gestion qui vous incombent.

» **Respecter les règles de conformité bancaire et financière**

- La conformité : enjeux, définition, évolution.
- Le contexte juridique de la conformité : textes réglementaires, évolution de la réglementation.
- La fonction conformité en France : un métier en pleine expansion, rôles et missions.
- Les attentes des clients en matière de conformité bancaire : protection de ses opérations, devoir de conseil.
- Le respect des engagements et de la réglementation en matière d'information et de contractualisation.

**Travaux pratiques** *Echange sur les avantages et inconvénients de la conformité.*

- L'étendue de ces obligations.
- Limites de l'obligation d'information et de conseil.
- L'obligation légale de connaissance du client : la MIF, la DSP, la D3, etc.

**Travaux pratiques** *Etude d'un document MIF.*

» **Respecter le principe de non-ingérence et le devoir de prudence**

- Le principe de non-ingérence : assurer la protection du client, préserver la banque des actions en responsabilité.
- La mise en pratique du principe de non-ingérence.
- Le devoir de prudence.
- Les anomalies apparentes, anomalies matérielles, fraude documentaire, anomalies intellectuelles, opérations illicites.
- Les dernières jurisprudences.

**Travaux pratiques** *Etude de jurisprudences.*

» **Surveiller les comptes de ses clients**

- Analyser le fonctionnement des comptes pour maîtriser les risques.
- Le fonds de garantie des dépôts.
- La protection des données personnelles : déclarations CNIL et problématiques liées à la conservation des données.

**Travaux pratiques** *Exemple de fonctionnement de compte pour détecter les risques.*

» **Garder le secret professionnel**

- Définition et délimitation de l'information couverte par le secret professionnel.
- Les responsabilités du banquier en matière d'informations.
- Obligations et sanctions encourues en cas de non-respect.
- Les exceptions au secret professionnel : la justice civile, l'administration fiscale, etc.

**Travaux pratiques** *Exemples de cas concrets.*

» **Se conformer aux obligations d'information et de conseil**

- Les obligations d'information et de conseil : définition, focus sur le crédit à la consommation et l'épargne financière.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : NQE  
 Durée : 1 jour  
 Paris : 12 déc. 2014  
 20 mars/29 mai 2015  
 Prix : 840 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

» **PARTICIPANTS**  
 Tout collaborateur de banque en position de relation client.

» **PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de maîtriser le cadre réglementaire de la lutte contre le blanchiment d'argent. Vous identifierez l'ensemble des facteurs de risque de blanchiment pour mettre en application des dispositifs efficaces de lutte anti-blanchiment.

» **Définir les notions du blanchiment d'argent**

- Exemples des techniques de blanchiment.
- Ampleur et conséquences économiques du blanchiment.
- Financement du terrorisme et embargos financiers.
- Les personnes politiquement exposées.
- La fraude fiscale et les places financières sensibles.

**Travaux pratiques** *Analyse d'un montage financier "suspect".*

» **Construire et pérenniser un dispositif de lutte contre le blanchiment**

- Les choix lors de la mise en place d'un dispositif, contrôles manuels et/ou automatisés.
- Définir des procédures internes.
- Les dispositifs de conservation et de traçabilité.
- Détection et surveillance : les indicateurs d'alerte.
- Les dysfonctionnements et les actions correctrices.
- Les techniques d'investigation.
- Coopération entre la banque et les autorités.

**Travaux pratiques** *Procédures de contrôle à mettre en place lors de l'ouverture de compte.*

» **Maîtriser le cadre légal et institutionnel**

- Evolution du cadre international depuis 1991.
- Les acteurs et régulateurs concernés.
- Normes internationales (recommandations du GAFI, directive 2006/70/CE).
- Droit applicable en France : transposition de la 3ème directive Anti-Blanchiment et perspectives de la 4ème.
- Le statut et le fonctionnement de TRACFIN.

**Travaux pratiques** *Identifier les rôles et les acteurs de la lutte anti-blanchiment.*

» **Déclarer un soupçon**

- Portée juridique.
  - La déclaration de soupçon automatisée et ses conséquences.
  - Communiquer les informations relatives à une déclaration de soupçon.
- Travaux pratiques** *Remplir le formulaire de déclaration de soupçon avec l'analyse de risque.*

» **Identifier et classer les risques**

- L'approche par les risques.
- Les clients et les types d'opérations à surveiller.
- Le principe Know Your Customer (KYC) et la 3e directive.
- Clients suspects : profils et typologie.
- Adapter le niveau de vigilance aux opérations.

**Travaux pratiques** *Détecter les risques de fraude dans les opérations complexes.*

» **Prévenir le risque de sanctions**

- Types de sanctions.
  - Le périmètre de la responsabilité du banquier.
  - Exemples de manquement aux obligations de prévention.
- Travaux pratiques** *Exemples de sanctions appliquées aux grandes banques.*

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : LUB  
 Durée : 1 jour  
 Paris : 15 déc. 2014  
 13 avril/22 juin 2015  
 Prix : 840 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

» **PARTICIPANTS**  
 Collaborateurs des établissements bancaires et financiers concernés par les enjeux de lutte anti-blanchiment et de prévention du financement du terrorisme.

» **PREREQUIS**  
 Aucune connaissance particulière.

# Gérer les comptes bancaires et les instruments de paiement

nouveau



Ce stage vous présentera la réglementation applicable aux comptes bancaires, les différents types de comptes, les instruments de paiement. Il vous montrera comment connaître vos clients, gérer leurs comptes et apprécier les risques potentiels.

## » Comprendre la responsabilité du banquier : la MIF, la DSP, la D3, etc.

- La MIF.
- La Directive sur les Services de Paiement.
- Le contrat cadre. Les services de paiement.
- Les PSP. La D3.

**Travaux pratiques** Évaluation de la responsabilité du banquier.

## » Connaître son client : une obligation légale

- Les vérifications préalables à l'ouverture du compte des personnes physiques et entrepreneur et des personnes morales.
- Les obligations légales : interrogation du FCC.
- Les autres fichiers : le FNCI, FICOBA, le GIE Carte bancaire, le FICP, le FIBEN.
- L'évaluation du client : la connaissance de la situation économique.
- La classification du client : les clients professionnels, les non-professionnels.
- Le profil du client : la nécessaire mise à jour des informations clients.
- Se prémunir vis-à-vis des usurpations d'identité.

**Travaux pratiques** Etablir le profil client.

## » Différencier les différents types de comptes

- La convention de compte : la nécessaire cohérence entre les conditions particulières et son fonctionnement.
- Le compte courant : les modalités.
- Les comptes individuels et comptes collectifs.

- Les comptes collectifs : la solidarité passive et active.
- Les comptes usufruit, nue-propriété.
- Les comptes de résidents et comptes de non-résident.

**Travaux pratiques** La gestion des différents comptes d'un client.

## » Gérer les comptes clients

- Les procurations.
- L'obligation d'information et de conseil.
- Le principe de non-ingérence et devoir de prudence.
- La surveillance des comptes.
- Les procédures collectives.

**Travaux pratiques** Les obligations du banquier.

## » Maîtriser les moyens et instruments de paiement

- Les espèces, les chèques, les cartes bancaires, les prélèvements et les virements.
- La lettre de change et le billet à ordre.
- La loi Dailly.
- Les crédits et remises documentaires.
- Les transferts SWIFT.

**Travaux pratiques** Etude de divers cas de paiement.

## » Savoir clôturer un compte

- A l'initiative de la banque ou du titulaire.
- L'insolvabilité et la faillite de la personne morale.

**Travaux pratiques** Exemple de cas de clôture.



Exercices pratiques

Réf :	CBI
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 26-27 mars/1-2 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Assistant(e) en banque, chargé(e) d'accueil en agence, Back-Office en banque et toute personne souhaitant développer sa culture bancaire.

### » PREREQUIS

Aucune compétence particulière.

# Connaître les produits d'épargne financière et leur fiscalité

nouveau



Pour sélectionner le produit le plus adapté au besoin de son client, le conseiller bancaire doit connaître les principales caractéristiques financières et fiscales des différents produits. Vous apprendrez également durant ce stage à analyser le rapport risque/rendement pour chaque produit d'épargne.

## » Bien conseiller un investisseur

- Les obligations de conseil, d'information et d'adéquation.
- L'analyse du profil et des objectifs de l'investisseur.
- L'appétence au risque.
- Les exigences de liquidité et les ressources financières.
- Les situations fiscales.
- Le niveau de maîtrise de son client des produits financiers.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs en groupe.

## » Intégrer des produits financiers dans une démarche patrimoniale globale

- Le poids relatif des supports d'investissement.
- Le principe de diversification du patrimoine : CT, LT, liquide, financier ou bancaire, etc.
- Le principe de neutralité fiscale.
- La notion d'aversion au risque : indicateur synthétique du risque de 1 à 7.

**Etude de cas** Quel conseil patrimonial ?

## » Maîtriser l'épargne financière

- La logique durée/rendement/risque.
- L'épargne bancaire régulière (Livret, CEL / PEL etc.) et les comptes à terme.
- Les fonds euros des contrats d'Assurance Vie : taux garanti, fonctionnement et perspectives.
- Les actions : caractéristiques, risque, volatilité, marchés, dividendes.

- Les obligations : caractéristiques, risque, sensibilité et risque de taux, coupons.
- Les OPCVM et les fonds en UC d'Assurance Vie : typologie des gestions.
- Les FCPR/FCPI/FIP.

**Travaux pratiques** Analyse de chaque support : rendement, liquidité, niveau de risque et de complexité.

## » Analyser l'épargne immobilière

- L'immobilier direct : résidence principale, secondaire ou locative.
- La "pierre papier" SCPI/OPCI.
- Intérêt et avantage de chaque support.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs.

## » Connaître les modes de détention de l'épargne et leurs traitements fiscaux

- L'épargne bancaire et monétaire.
- Le compte titres et le PEA bancaire et assurance.
- Les contrats d'Assurance Vie : fiscalité en cas de rachat et en cas de décès.
- Le PERP : avantages fiscaux et fiscalité de la rente.
- Les supports d'épargne salariale.
- Les différentes modalités de souscription et de détention.
- Les conditions de sortie.
- Les frais et les rémunérations : garanties ou potentielles.

**Travaux pratiques** Analyse comparée des supports d'investissement.



Exercices pratiques

Réf :	EFI
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 7-8 avril/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Assistants en banque, chargés d'accueil en agence, conseillers bancaires, Back Office en banque et toute personne souhaitant développer sa culture financière.

### » PREREQUIS

Aucune compétence particulière.

Cette formation vous permettra d'évaluer les dispositifs d'épargne salariale tant du point de vue des salariés, des employeurs, des partenaires sociaux que des gestionnaires et des distributeurs.

» **Comprendre le cadre de la gestion financière de l'épargne des salariés**

- Taux d'équipement des entreprises.
- Acteurs du marché.
- Encours sous gestion.

**Travaux pratiques** *Réflexion collective sur la place de l'épargne salariale aujourd'hui.*

» **Connaître les dispositifs d'épargne salariale**

- Partager les résultats et intéresser à la performance de l'entreprise : participation et intéressement.
- Epargner dans des conditions avantageuses avec le PEE, PERCO et PEI : réceptacles de l'intéressement et participation.
- Intéresser les salariés à la valeur de leur entreprise : actionnariat salarié.
- Les objectifs des différents dispositifs.
- Comparaison des modalités propres à chacune des solutions.

**Travaux pratiques** *Utilité et efficacité des différentes solutions d'intéressement.*

» **Connaître les dispositifs d'assurance retraite**

- Le fonctionnement du complément retraite.
- Le plan article 83 et le Plan d'Epargne Retraite Entreprise (PERE).
- Le régime "chapeau" : un régime qui se fait rare.
- Le régime "additif" : un niveau de retraite supplémentaire indépendant de celui des régimes obligatoires.

**Etude de cas** *Une entreprise hésite entre la mise en place d'un PERCO ou d'un article 83.*

» **Savoir utiliser le compte épargne temps**

- Principes et fonctionnement du Compte Epargne Temps.
- CET : les passerelles vers l'épargne retraite Perco et article 83 et PERE.

**Travaux pratiques** *Analyse d'accords d'entreprise réels.*

» **Maîtriser les modalités des différents dispositifs**

- Fonctionnement et combinaisons possibles.
- Définition des bénéficiaires et modulation de la contribution patronale.
- Financement des plans.
- Modes de mise en place et parties prenantes aux décisions.
- Traitement fiscal et social des dispositifs : à l'entrée, à la sortie, en phase épargne.
- Modes de sortie au terme et mécanisme de la rente viagère.
- Gestion administrative des comptes des salariés et communication : fonctions et coûts.

**Travaux pratiques** *Élaboration de tableaux de comparaison des différents dispositifs pour la mise en place.*



Réf :	GNA
Durée :	1 jour
Paris	7 nov. 2014 10 avril/5 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

» **PARTICIPANTS**

Toute personne en charge de la mise en place d'un dispositif d'épargne salariale, comité d'entreprise.

» **PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.



# Fonctionnement des produits d'assurance bancaire

Ce stage vous présentera les principaux types de produits d'assurance commercialisés par les banques. Il vous apportera les connaissances indispensables sur ces produits pour être en mesure de les proposer à vos clients et de les renseigner efficacement à leur sujet.

» **Introduction au marché d'assurance de particuliers**

- L'environnement et les principaux acteurs de l'assurance.
- Les différentes entreprises d'assurance.
- Les réseaux de distribution des produits d'assurance et le rôle des banques de réseau.
- La Fédération Française des Sociétés d'Assurance (FFSA) : rôle et missions.

**Travaux pratiques** *Echanges entre participants.*

» **Les fondamentaux des produits d'assurance**

- La notion d'assurance et les aléas.
- Le cadre juridique de l'assurance.
- Assurance indemnitaire et forfaitaire.
- Positionnement des produits d'assurance de biens et de personne.

**Travaux pratiques** *Savoir distinguer les produits d'assurance indemnitaires et forfaitaires.*

» **Les assurances de biens et de responsabilité**

- Les chiffres clés de l'assurance de biens et de responsabilité.
- L'assurance automobile.
- Assurances pour incendie, accidents et risques divers (IARD), multirisque habitation (MRH).
- Les autres catégories d'assurance : assurance des entreprises, agricole, construction, événements extrêmes...
- La protection juridique.

- Détermination des biens et de la valeur assurée.
- Les responsabilités civiles des particuliers et des professionnels.

**Etude de cas** *Analyse d'un produit d'assurance MRH.*

» **L'assurance de personne**

- Les différentes catégories d'assurance de personne.
- Bases du contrat d'assurance : parties au contrat, souscription, clause bénéficiaire, formation et renouvellement.

**Etude de cas** *Analyse d'une clause bénéficiaire.*

» **Les produits indemnitaires d'assurance de personne**

- Les données clés de l'assurance santé.
- L'assurance Garantie des Accidents de la Vie (GAV).
- Les garanties individuelles accident.
- L'assurance de personnes : invalidité, maladie, retraite, décès, assurance emprunteur, assistance voyage...

**Etude de cas** *Analyse d'un produit d'assurance Garantie des Accidents de la Vie et les indemnités prévues.*

» **Les produits d'assurance vie**

- L'assurance vie individuelle et collective.
- Les offres en cas de décès : les solutions de prévoyance.
- Les offres en cas de vie : les produits d'épargne.
- Les garanties annexes.

**Travaux pratiques** *Etude d'un contrat assurance épargne.*



Réf :	PAB
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 27 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

» **EXERCICES**

Alternance d'exercices d'application et d'études de cas.

» **PARTICIPANTS**

Chargés de clientèle dans les banques de réseau. Téléconseillers bancaires. Fonctions supports.

» **PREREQUIS**

Aucune connaissance préalable.

Cette journée de formation vous permettra de maîtriser le cadre juridique et fiscal de l'assurance-vie, de connaître l'évolution des produits et du marché et d'appréhender les obligations de conseil et d'information.

## » Comprendre le marché de l'assurance-vie

- Les chiffres et acteurs clés.
- La dynamique du marché face à la crise.
- L'évolution des taux garantis : pourquoi les taux de rendement du fond euros varient ?
- Répartition des encours euros/UC.

**Travaux pratiques** Etude de dossier de presse.

## » Connaître les parties au contrat d'assurance-vie

- Le souscripteur : qualité, capacité et droit.
- La nécessité du consentement dans les assurances en cas de décès.
- Le cas des mineurs de moins de 12 ans et les incapables majeurs.
- Le cas des mineurs de plus de 12 ans et des autres incapables majeurs.
- Les généralités sur le bénéficiaire : qualité, désignation, cadre juridique, acceptation, renonciation, révocation.
- Les droits du bénéficiaire : face aux héritiers et aux créanciers du souscripteur, à la communauté conjugale.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs sur les différentes situations vues.

## » Comprendre les cas de souscription complexes

- Les souscriptions par des incapables : mineurs, majeurs sous sauvegarde de justice, sous curatelle, sous tutelle.
- La co-adhésion.

- La clause bénéficiaire démembrée : notion de nue-propriété et usufruit.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs sur les différents cas de souscription.

## » Connaître le cadre fiscal de l'assurance-vie

- La fiscalité en cas de vie : quote-part taxable, prélèvements (libératoire forfaitaire, sociaux), durée fiscale.
- La fiscalité des primes : versées avant ou après 70 ans.
- La fiscalité des produits : la répartition intérêts/capital dans les rachats, versements avant et après 26/09/97.
- La fiscalité des rentes viagères à titre onéreux.
- La fiscalité de l'assurance-vie dans le cadre de l'impôt sur la fortune.
- La fiscalité en cas de décès : taux de prélèvement sur les capitaux décès, limite d'application du taux de 20%.

**Etude de cas** Quel conseil pour mes clients ou mon contrat ?

## » Etudier un cadre proche de l'assurance-vie, le contrat de capitalisation

- Le cadre juridique.
- Le cadre fiscal.
- Une alternative à l'assurance-vie. Devoir de conseil dans le cadre de l'assurance-vie.
- Le cadre réglementaire de la protection de la clientèle.
- Les recommandations de l'ACPR.

**Travaux pratiques** Echanges autour du contrat de capitalisation.



Réf :	VIE
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 17 avril/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Gestionnaires de patrimoine, conseillers bancaires.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Maîtriser les produits d'assurances santé et prévoyance

Cette journée de formation vous montrera comment sont construits les contrats d'assurances complémentaire santé, prévoyance décès, invalidité et dépendance. Vous comprendrez leurs mécanismes et connaîtrez les niveaux de remboursement en cas de sinistre.

## » Comprendre le marché de l'assurance prévoyance et santé

- L'analyse du marché français : origine et spécificités.
- Les nouveaux enjeux : point sur l'évolution des dépenses de santé et de prévoyance sur les prochaines années.
- L'analyse des attentes des consommateurs : pour les particuliers, les TNS et les entreprises.

**Travaux pratiques** Etude d'articles de presse.

## » Connaître les régimes sociaux et prérequis sur les prestations en nature

- L'organisation des régimes sociaux. Rappels des régimes de base obligatoires et complémentaires.
- Les prestations accordées.
- L'approfondissement des prestations en nature.
- Les notions d'ouvrant droit et d'ayant droit en matière de prestations en nature.
- Le remboursement sécurité sociale prestations en nature.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs.

## » Comprendre les principales solutions d'assurance prévoyance

- Les typologies des contrats d'assurance.
- L'assurance prévoyance décès : objectifs, fonctionnement et couverture ; quelle réponse aux besoins des clients ?
- L'assurance emprunteur : objectifs, fonctionnement et couverture ; quelle réponse aux besoins des clients ?

- L'assurance dépendance : objectifs, fonctionnement et couverture ; quelle réponse aux besoins des clients ?
- L'assurance obsèques : objectifs, fonctionnement et couverture ; quelle réponse aux besoins des clients ?

**Travaux pratiques** Quelle couverture conseillez-vous ?

## » Connaître le cadre légal de l'assurance santé et la loi Evin

- Les garanties de l'assurance santé.
- Les principes de la loi Evin.
- La notion d'équivalence de couverture santé.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs sur l'assurance santé.

## » Maîtriser les garanties du contrat complémentaire-santé

- Les garanties accordées au titre des risques courants : les garanties de base et additionnelles.
- Les garanties accordées au titre de l'hospitalisation : les garanties de base et additionnelles.
- Les autres garanties et postes d'indemnisation.
- Les multiples formules et niveaux de remboursement d'une complémentaire santé.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs sur le contrat complémentaire-santé. Réflexion collective sur les garanties.



Réf :	OYA
Durée :	1 jour
Paris	21 nov. 2014 24 avril/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Conseiller bancaire, gestionnaire de patrimoine.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra de connaître les différentes catégories de risques liés aux crédits aux particuliers. Vous développerez les bons réflexes pour une interprétation pertinente de la situation financière et patrimoniale de vos clients emprunteurs.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	RCP
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 26-27 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Assistant(e) en banque, conseiller bancaire et tout collaborateur commercialisant du crédit à la consommation et/ou immobilier.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Identifier les grandes catégories de risques**

- Les risques liés à l'emprunteur et au bien financé.
- Les risques juridiques et réglementaires.
- Le risque de marge et de taux d'intérêt.
- Le risque commercial et le risque administratif.

**Travaux pratiques** Evaluation des risques d'un prêt.

**» Connaître les caractéristiques d'un contrat de crédit**

- Le contrat de base. La protection du consommateur.
- Les indicateurs de risque.
- Les articles-clés du Code de la Consommation.
- Les TEG et taux usuraire.

**Travaux pratiques** Etudier un contrat de crédit.

**» Analyser la situation personnelle de l'emprunteur**

- L'élaboration de la "Carte d'identité".
- La capacité juridique.
- Le régime matrimonial et ses conséquences sur les engagements des emprunteurs.

**Travaux pratiques** Exemples de situations réelles.

**» Etudier la situation financière et patrimoniale**

- Les données entrant dans la connaissance de la situation patrimoniale.
- La détermination de la capacité d'endettement.
- Le calcul des mensualités maximales de remboursement.
- La situation bancaire de l'emprunteur.

**Travaux pratiques** Etudier la situation financière.

**» Prendre en compte la situation professionnelle**

- L'importance et les limites de l'analyse de la situation professionnelle.
- L'analyse de l'endettement ou de l'évolution prévisionnelle des risques.

**Travaux pratiques** Construire le profil de l'emprunteur.

**» Connaître le fonctionnement des crédits réglementés**

- Les PEL et CEL. Le PTZ +.
- Le prêt conventionné et le prêt à l'accession sociale.

**Travaux pratiques** Construire un tableau comparatif des modalités de crédit.

**» Demander des garanties**

- Le rôle des garanties vis-à-vis de l'emprunteur et du risque de non-remboursement.
- Le rôle des garanties vis-à-vis du prêteur.
- Les sûretés réelles : gage, nantissement, hypothèque...
- Le cautionnement personne physique et mutuel.
- La place des assurances dans les garanties.

**Travaux pratiques** Quelles garanties demander ?

**» Synthétiser et décider**

- Le rapport entre le type de financement et les points à analyser.
- L'identification des points primordiaux et secondaires.

**Travaux pratiques** La prise de décision.

## Constituer un dossier de crédit à la consommation

Ce stage vous présentera les différentes étapes de la constitution d'un dossier de crédit à la consommation, dans ses aspects administratifs, réglementaires et techniques. Il vous montrera comment constituer un dossier de crédit dans le respect du droit et de la déontologie.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	ROM
Durée :	1 jour
Paris	19 déc. 2014 13 mars/5 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Atelier pratique autour de nombreuses études de cas.

**» PARTICIPANTS**  
Chargés de clientèle dans la banque. Collaborateurs des services Conformité, Juridique, Risques et autres, concernés par l'octroi ou le contrôle des crédits à la consommation.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre le contexte juridique du crédit à la consommation**

- La loi Lagarde du 1er juillet 2010 : les mesures de protection du client et celles concernant la transparence.
- Les prêts concernés : les besoins du client, les typologies de biens financés.
- Les exclusions.
- OPC : l'offre préalable de crédit OPC.

**Travaux pratiques** Echange : s'orienter dans la législation en vigueur.

**» Connaître les obligations du conseiller avant la signature du contrat**

- La responsabilité commerciale en fonction du canal de distribution : agence, démarchage financier, vente à distance...
- L'obligation d'informer le client avant la signature du contrat.
- Le devoir de conseil : les nouvelles informations obligatoires à fournir.
- La fiche d'information.
- Evaluer la solvabilité d'un client.

**Travaux pratiques** Jeu de rôle : simulation d'un entretien découverte (client / banquier). Etude d'une fiche d'informations pour une demande de crédit.

**» Discerner les obligations contractuelles du partenaire financier**

- La rédaction du contrat de crédit : conclusion, réflexion, rétractation.
- Le contenu du contrat : les points généraux à expliciter.
- Spécificité des prêts personnels.
- Spécificité des crédits renouvelables.
- Spécificité des LOA : Location avec Option d'Achat.
- Cas de découvert en compte.
- La situation matrimoniale et la solidarité ou non des contractants : mariage, PACS, concubinage.

**Travaux pratiques** Montage d'une opération de crédit. Rédaction du contrat de crédit.

**» Appréhender les obligations post-contractuelles du partenaire financier**

- Les droits et obligations de l'emprunteur : obligation de remboursement et remboursement anticipé.
- Les droits et obligations du prêteur : obligation d'information des cautions et observation du fichier BdF.
- Les modifications contractuelles potentielles.
- Comment prévenir la défaillance de l'emprunteur ?
- La notion de surendettement et les grands principes d'une procédure de surendettement.

**Travaux pratiques** Identification des événements pouvant impacter la vie du crédit.

Ce stage est conçu pour vous permettre de maîtriser toutes les étapes dans la constitution d'un prêt immobilier. Il vous présentera les différents types de prêts et vous montrera comment analyser la situation de vos clients afin de leur proposer les formules de financement les plus appropriées.

## » Le besoin de l'emprunteur et l'accèsion à la propriété

- Les modes d'accèsion à la propriété.
- L'acquisition d'un bien existant avec financement de travaux.
- L'investissement locatif.
- Le contrat de construction de maison individuelle.

**Travaux pratiques** *Elaboration d'un tableau des différents investissements.*

## » Analyser la situation de l'emprunteur

- La situation personnelle et professionnelle.
- Les conditions pour les personnes physiques.
- Les régimes matrimoniaux.
- Les opportunités de défiscalisation.

**Travaux pratiques** *Elaborer un diagnostic patrimonial.*

## » Connaître les différents types de crédits du secteur réglementé

- Les prêts épargne logement (PEL).
- Les prêts classiques et conventionnés.
- Les prêts VEFA.
- Franchises et différés.
- Intérêts intercalaires.

**Travaux pratiques** *Calculer le montant des intérêts intercalaires.*

## » Maîtriser les caractéristiques des crédits du secteur libre

- Les composantes du prêt.
- Les types de crédits : échelonnés ou non.
- Les taux variables capés ou non et évolutifs.
- Les taux mixtes. Les crédits "in fine".

**Travaux pratiques** *Chiffrer un crédit amortissable.*

## » Estimer les aspects fiscaux des intérêts d'emprunt

- L'impact sur la résidence principale.
- L'impact sur l'investissement locatif.

**Travaux pratiques** *Estimer les économies fiscales pour la résidence principale, les bénéfices et déficits fonciers.*

## » Sélectionner les garanties

- Le droit de gage général et les sûretés réelles.
- Le cautionnement personne physique.
- Le cautionnement mutuel.

**Travaux pratiques** *Comparaison des différentes garanties.*

## » Préparer le contrat de crédit et le plan de financement

- Les contrats organisés par les dispositions du Code de la consommation.
- Le TEG et les taux usuraire.
- Les débloquages des fonds.
- Les assurances.

**Travaux pratiques** *Analyse d'un plan de financement.*



Réf :	MMO
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Atelier pratique autour de nombreuses études de cas.

### » PARTICIPANTS

Chargés de clientèle dans la banque. Collaborateurs des services Conformité, Juridique, Risques... concernés par l'octroi ou le contrôle des crédits à la consommation.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Etablir un bilan patrimonial gestion de patrimoine

nouveau



Cette formation a pour objectif d'identifier et recueillir les informations nécessaires à l'analyse d'une situation patrimoniale afin de définir les objectifs de son client et de construire une solution appropriée.

## » Comprendre pourquoi établir un bilan patrimonial

- Dichotomie entre vente-produit et vente-conseil ou comment proposer plus de solutions grâce au bilan patrimonial ?
- Comment traiter les sujets délicats ? Décès, invalidité, perte de revenus, etc.
- Lister les documents à produire : patrimoine, juridique, financier et fiscal.
- Les étapes du bilan patrimonial : récolter les informations et définir les stratégies patrimoniales et d'investissement.

**Travaux pratiques** *Exemple de bilan patrimonial.*

## » Dresser un état des lieux patrimonial

- Poser les questions incontournables pour l'état des lieux patrimonial : revenus, patrimoine, dispositions, etc.
- Bilan des objectifs et contraintes : protection, transmission, défiscalisation, retraite, études des enfants, etc.
- Bilan civil et familial.

**Mise en situation** *Savoir poser les bonnes questions patrimoniales.*

## » Faire le bilan des actifs et passifs, des flux annuels et futurs

- Bilan fiscal de l'impôt sur le revenu : tranche, réductions et déductions d'impôt, quotient familial, etc.
- Bilan fiscal de l'impôt sur la fortune : actif et passif assujettis à l'ISF.

- Bilan successoral : qui hérite ? De quoi ? Comment ? A quel coût ? Quel est le partage ?
- Les engagements hors bilan : cautions, prévoyance.
- Le calcul des droits à retraite.
- La protection du patrimoine et des revenus de la famille : la couverture décès.

**Travaux pratiques** *Compléter un bilan patrimonial.*

## » Construire une proposition adaptée et une allocation d'actifs

- Remettre une synthèse patrimoniale dans les formes : bilan, stratégie et préconisations.
- Bâtir la stratégie patrimoniale adaptée à son client.
- Comment faire vivre les décisions issues de la stratégie patrimoniale ? Valider dès à présent les prochaines étapes.
- Méthodes et outils de suivi de la stratégie.

**Travaux pratiques** *Construction d'une stratégie patrimoniale pour une situation donnée.*

## » Analyser les limites de l'exercice

- Limites d'utilisation des logiciels.
- L'éthique en Banque Privée.

**Etude de cas** *Exemples de cas "limites".*



Réf :	NIA
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Conseiller en gestion de patrimoine, conseiller bancaire, agent général d'assurance.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de maîtriser l'imposition sur le revenu et la fiscalité de l'épargne. En intégrant les principes fondamentaux d'optimisation fiscale, vous professionnaliserez vos conseils auprès de vos clients.



Réf :	IPA
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 13-14 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Étude de cas fil rouge : analyse de situations fiscales de particuliers. Comment optimiser leur situation ?

**PARTICIPANTS**  
Conseillers en gestion de patrimoine, conseillers bancaires.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Connaître les règles générales de l'impôt sur le revenu

- La description des revenus catégoriels.
- La détermination du revenu imposable.
- Le calcul de l'impôt : les grandes étapes.
- Le barème de l'impôt sur le revenu, les notions de taux marginal et de taux moyen.
- Le foyer fiscal et le plafonnement du quotient familial.
- Les règles de réductions d'impôt et de crédits d'impôt.

**Travaux pratiques** Utiliser les barèmes pour le calcul de l'impôt sur le revenu.

» Identifier les revenus du travail

- Les salaires : revenu déclarable et frais professionnels.
- Les pensions et les rentes.
- Les bénéficiaires industriels et commerciaux (BIC).
- Les bénéficiaires non commerciaux (BNC).
- Les bénéficiaires agricoles (BA).

**Travaux pratiques** Construction d'un tableau comparatif de la fiscalité des différents revenus.

» Déclarer les capitaux mobiliers

- Les revenus de capitaux mobiliers.
- Les plus-values effectuées sur des valeurs mobilières.
- Les produits spécifiques : le PEA et le contrat d'assurance-vie.

**Travaux pratiques** La déclaration des capitaux.

» Intégrer les revenus fonciers à son impôt sur le revenu

- Les régimes de droit commun.
- Les régimes spécifiques.
- La plus-value immobilière.

**Echanges** Identification des différences entre les régimes.

» Déclarer la location meublée

- La différence entre location nue et location meublée.
- La présentation des différents régimes fiscaux applicables : micro BIC, LMNP, LM.
- La description de chaque régime.

**Travaux pratiques** Savoir choisir le régime adapté à chaque investisseur.

» Calculer les prélèvements sociaux des particuliers

- CSG, CRDS et PS sur les revenus et plus-values du patrimoine : assiette, taux, CSG déductible.
- L'Impôt Sur la Fortune : la nouvelle donne.
- Quelle incidence ces changements ont-ils sur les placements ?

**Travaux pratiques** Les méthodes de calcul des prélèvements sociaux.

» Optimiser la situation fiscale des particuliers

- L'analyse de la situation fiscale des particuliers.
- Les clés de l'optimisation fiscale.

**Travaux pratiques** Etude de situations fiscales.

Cette formation vous apprendra le fonctionnement des différents types de régimes matrimoniaux et leurs impacts sur le patrimoine. L'ensemble des compétences acquises vous permettront de conseiller vos clients et faire le choix le plus approprié en fonction du contexte et des objectifs personnels préfixés.

» Comprendre l'organisation patrimoniale d'un couple marié

- Le principe d'enrichissement commun du couple : la communauté réduite aux acquêts.
- La distinction entre les biens communs et les biens propres.
- Le choix de l'autonomie des patrimoines : la séparation de biens passée devant notaire.
- Les biens propres et biens en indivision.
- La gestion du mélange des genres : utilité de la clause de remploi et véritable enjeu des récompenses.
- La portée de la réponse ministérielle Bacquet.

**Travaux pratiques** Etude de situations patrimoniales.

» Rechercher une organisation plus adaptée

- Les modalités et raisons d'un changement de régime matrimonial.
- Le choix de la communauté universelle : pour un couple avec ou sans enfants communs ou d'une précédente union.
- Le choix de la séparation de biens avec la participation aux acquêts.

**Travaux pratiques** Réflexion collective pour identifier quel régime est le plus adapté selon les situations.

» Comprendre l'organisation patrimoniale des couples non mariés

- Similitudes et différences entre le mariage et le PACS.
- La retranscription commune sur acte de naissance et livret, foyer fiscal commun, régime de la séparation de biens.
- Les différences au début et à la fin du régime.
- Les différences irréductibles avec le concubinage.
- L'absence de reconnaissance du concubinage notoire et exceptions éventuelles.
- Comment le couple constitue le patrimoine qu'il souhaite partager ? Compte joint, achats communs etc.

**Travaux pratiques** Construction d'un tableau comparatif des différences de régime.

» Comprendre la relation entre le couple et la banque

- La constitution du couple face à la banque : choix de gestion et enjeu patrimonial.
- La désunion du couple face à la banque.
- Les divorces à l'amiable et contentieux.
- Le solde bancaire pour appréciation de la masse commune.
- Le recours au crédit pendant un divorce.
- Le couple face au crédit : garanties et modes de financement.

**Travaux pratiques** Influence de la situation du couple sur les interactions avec la banque.



Réf :	REG
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 2-3 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Conseiller en gestion de patrimoine, conseiller bancaire, agent général d'assurance.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra d'appréhender le rôle des banques dans l'économie, les concepts de marchés financiers ainsi que l'organisation du secteur bancaire dans son ensemble, cela afin de cerner avec clarté les activités de la Banque de Financement et d'Investissement (BFI).

## » Environnement économique du secteur bancaire

- Les fondements historiques de la banque.
- La diversité des activités bancaires.
- La typologie des organismes bancaires.
- Les systèmes bancaires et la politique monétaire.

**Travaux pratiques** Déterminer les fonctions de la banque dans l'économie.

## » Les grandes évolutions du secteur bancaire

- La mutation de la banque en Europe et dans le monde.
- Le concept "latin" : la banque universelle.
- Le concept "anglo-saxon" : la banque par métiers.
- Les résultats bancaires.
- Les causes et impacts des crises financières.
- Les impacts de la crise des subprimes sur les systèmes bancaires.

**Echanges** Identifier les avantages et les inconvénients des systèmes bancaires "latin" et "anglo-saxon".

## » La Banque de Financement et d'Investissement (BFI)

- L'historique de la BFI.
- Les structures organisationnelles des BFI dans les systèmes "latin" et "anglo-saxon".
- La typologie clientèle des BFI.
- Les activités de financement des grandes entreprises.
- Les activités de la banque d'investissement.
- Focus sur les activités de marché.
- Panorama des métiers de la BFI : Sales, Traders, Front / Middle / Back, Risques, etc.

**Travaux pratiques** Classifier les opérations de la BFI par lignes de métiers.

## » Les BFI et les marchés de capitaux

- Le rôle des BFI sur les marchés financiers.
- Les marchés réglementés et organisés.
- Les marchés OTC.
- Le marché monétaire.
- Le marché des actions.
- Les marchés dérivés.

**Etude de cas** Comprendre une opération de couverture de risques de marché par un produit dérivé.

## » Aperçu de l'environnement réglementaire

- Les origines du droit bancaire.
- Les autorités de tutelle et de surveillance.
- La notion de conformité et de déontologie.
- La réglementation bancaire internationale.

**Travaux pratiques** Cartographier le périmètre de responsabilité de la fonction conformité.

## » La maîtrise des risques d'une BFI

- La typologie des risques : crédit, marché, risques opérationnels, autres types de risques.
- Les dispositifs de contrôle et de maîtrise des risques.
- Les ratios prudentiels et le capital bancaire : Bâle I, II et III.

**Travaux pratiques** Comprendre le ratio de fonds propres.



Réf :	BNE
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 16-17 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance d'apports théoriques, d'échanges, d'exercices pratiques permettant une appropriation optimale.

## » PARTICIPANTS

Tout collaborateur de la banque.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance préalable.

# Marchés de capitaux et produits dérivés

Ce stage vous présentera les acteurs, l'organisation et les enjeux des activités de finance de marché. Il vous expliquera le fonctionnement des produits dérivés, des changes, des taux, des obligations, des actions, etc. Il vous permettra d'appréhender les standards de mesure des risques liés aux marchés de capitaux.

## » Présentation des marchés de capitaux

- Les principaux acteurs du secteur financier.
- Les marchés de capitaux dans le secteur financier.
- Activité du front-office, du middle-office et du back-office.

**Exercices** Compléter un organigramme de l'organisation Front to Back d'un département de trading.

## » Vocabulaire financier et classes d'actifs

- Les taux, les obligations et le change.
- Les actions et indices, les matières premières et les dérivés de crédit.
- Marché organisé et négociation de gré à gré.
- Produits dérivés, sous-jacents et titres.
- Produits vanilles, exotiques et hybrides.

**Exercices** Traduction en langage courant de situations décrites en salles de marché.

## » Typologies des produits dérivés bancaires

- Swap. Forward et future. Repo.
- Options vanilles (call et put) et volatilité.
- Options barrières et exotiques.

**Travaux pratiques** Identification de produits financiers à partir de leur description. Evaluation de la position résiduelle d'un portefeuille de produits dérivés.

## » Produits de taux et obligations

- Le marché des taux et marché obligataire.
- Swap de taux, FRA (forward rate agreement), future de taux.

- Cap-floor et swaption. La courbe de taux.
- Obligations, coupons, yield, duration.
- Future sur obligations.

**Travaux pratiques** Calcul de pay-off de FRA, de cap-floor et swaption. Calcul de yield et de duration d'une obligation.

## » Produits de change et produits actions et indices

- Le marché des changes et le marché action et indices.
- Spot, forward, NDF (non deliverable forward), swap de change.
- Option de change, option quanto.
- Achat et vente d'action, dividendes, future et forward.
- Option sur actions et indices (quanto et composite), warrant.

**Travaux pratiques** Calcul de pay-off de forward, NDF et d'options. Mesure d'impact d'une tombée de dividende sur le prix d'une action.

## » P&L, market value et risque de marché

- Market value (principe de calcul).
- P&L (Product & Loss) : notion et composants.
- Risque de marché, de crédit et opérationnel.
- Les sensibilités (delta, gamma, vega, theta, rho).
- La Value at Risk. Les stress tests.

**Travaux pratiques** Identifier les paramètres déterminant le P&L d'un portfolio. Calcul de P&L. Calcul de market value de produits simples. Calcul de delta, de gamma et de vega.



Réf :	BMC
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 15-16 janv./23-24 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Sales et traders juniors, acteurs au sein de middle-office ou des back-office. Comptables, trésoriers et financiers. Consultants métiers et maîtrise d'ouvrage.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous présentera le fonctionnement de la gestion d'actifs, notamment ses aspects réglementaires et financiers. Vous comprendrez l'organisation des OPCVM et des sociétés de gestion de portefeuilles. Vous appréhendez également les notions de performance et de risques associés.



Réf :	OPV
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./1-2 déc. 2014 2-3 avril/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**

Gérants de portefeuilles juniors. Analystes financiers juniors. Conseillers en gestion de patrimoine. Opérateurs back office. Déontologues et contrôleurs internes. Juristes OPCVM.

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» Environnement et organisation d'une société de gestion de portefeuilles**

- La place et le rôle de l'Asset Management en France.
- La structure environnementale d'une SGP : SGP, clients, autorité de tutelle, promoteurs.
- Les distributeurs, dépositaires, promoteurs.
- La structure logistique d'un OPCVM : SGP, autorité de tutelle, dépositaires, contrôle interne, distributeurs.
- Les valorisateurs, les commissaires aux comptes.

**Travaux pratiques** Reconstituer l'environnement d'une SGP.

**» Caractéristiques générales et présentation des principaux OPCVM**

- Les OPCVM monétaires, obligataires, actions et diversifiés.
- Les OPCVM à formule / garantis.
- Les OPCVM pour matières premières.
- Les OPCVM Hedge Funds.
- Les OPCVM private equity : FCPR / FCPI / FIP.
- Les OPCVM ARIA / ARIA EL.
- Les OPCVM de type immobilier : OPCI.
- Les OPCVM humanistes : ISR / solidaires / partages / éthiques. OPCVM thématiques : SOFICA / SOFIPECHE.

**Travaux pratiques** Déterminer l'OPCVM adéquat en fonction d'un objectif de gestion.

**» Les aspects réglementaires et fiscaux**

- Rôle de l'AMF : agrément produits, prospectus, note d'information, PSI.
- Valeurs mobilières et instruments financiers.
- Règles de composition de l'actif.
- Notion de distribution / capitalisation des revenus.
- Fiscalité spécifique à certains OPCVM.
- Valeur liquidative.
- Opérations sur titres (OST).

**Travaux pratiques** Etudier un prospectus simplifié.

**» Les principaux styles de gestion**

- La gestion directe (mandat) et collective (OPCVM).
- La gestion active et indicielle.
- La gestion classique et alternative.
- La gestion fondamentale et quantitative.
- La gestion value / growth.

**» Les principaux types de gestion**

- La gestion "Actions" : top down / bottom up, ratios, analyse financière.
  - La gestion "Obligations" : notion de courbe de taux, risque crédit, rating, risque de liquidité, sensibilité, duration.
  - La gestion "Diversifiée" : association rendement / durée, notion de fonds de fonds.
- Travaux pratiques** Calcul de performance d'un fonds actions et d'un fonds obligations.



**Etat de l'Art et retours d'expérience**  
Plus de 100 séminaires de haut niveau

Destinés aux dirigeants et à leurs collaborateurs directs, les séminaires Orsys permettent de faire le point sur les nouvelles méthodes et les approches les plus novatrices en matière de conduite de projets ou de management.

- » direction d'entreprise >
- » gestion et finance >
- » droit et contrats >
- » management des hommes >



Pour rencontrer les meilleurs experts  
et connaître les solutions de demain

Organisés dans un cadre privilégié, nos séminaires se déroulent dans des hôtels de grand standing idéalement placés.

Cette formation permettra d'appréhender l'organisation de la fonction comptable, notamment les méthodes et les processus de la comptabilité bancaire, le SI comptable, les obligations réglementaires et les normes comptables (IFRS), la consolidation et le contrôle comptable bancaire.

## » Présentation de l'organisation de la fonction comptable d'une banque

- Le rôle, les enjeux et les objectifs de la fonction financière et comptable d'un groupe bancaire.
- Les quatre fonctions clés de l'organisation comptable.

**Exercices** QCM pour valider les acquis.

## » Le système d'information comptable

- Caractéristiques du SI comptable et financier.
- Architecture type bancaire et comptable.
- Interdépendances avec le reste du SI bancaire.

**Exercices** Macro-modélisation d'un SI bancaire.

## » Les obligations réglementaires et le plan de compte

- Le contrôle interne, la piste d'audit, la documentation, la conservation des données et des traitements.
- Caractéristiques et présentation du PCEC.

**Travaux pratiques** Quiz sur la réglementation et les obligations comptables. Exercice sur le contenu du Plan de compte.

## » Règles et méthodes d'évaluation comptable

- Normes comptables françaises et IFRS.
- Les traitements et contrôles comptables.
- Les règles de traitement des écritures.
- Les traitements particuliers, les arrêtés.

**Travaux pratiques** Passage d'écriture, de calcul, d'évaluation et de comparaison entre les normes.

## » Les restitutions de la comptabilité générale

- Inventaires et présentation des restitutions.
- Les états comptables classiques et les états de la Commission Bancaire (BAFI).
- Les états BCE, états de balance des paiements, états statistiques, états fiscaux, états de consolidation.
- Les outils du comptable : le grand-livre, le journal, la balance comptable, les états de justification de solde...

**Travaux pratiques** Analyse d'états et de leur contenu.

## » Points spécifiques sur la consolidation

- Présentation du cadre réglementaire, de la notion de contrôle et des référentiels.
- Méthodes et processus de consolidation.

**Exercices** Exercices sur les différentes méthodes de consolidation.

## » Points spécifiques sur le contrôle comptable bancaire

- Typologie des risques comptables.
- Typologie des anomalies d'opérations.
- Les catégories et acteurs du contrôle comptable bancaire.
- L'optimisation d'un processus de contrôle comptable.

**Exercices** Savoir identifier des opérations en anomalies, les risques et les contrôles.



Réf :	CAI
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 8-9 janv./23-24 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur qui est amené à travailler ou à échanger avec des organisations comptables dans la banque.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Banque : mettre en œuvre un dispositif de contrôle interne

Ce stage vous présentera les éléments essentiels de la gouvernance et du contrôle interne dans les banques. Il vous montrera comment mettre en place des stratégies et des outils de sécurisation efficaces dans les activités bancaires.

## » Concepts fondamentaux du contrôle interne et conformité dans la banque

- Différentes définitions du contrôle interne : objectifs et vocation.
- Textes réglementaires (SOX et LSF, COMOFI, CRBF 97-02, réglementation bâloise).
- Rappel des risques "traditionnels" de la banque (risques de crédit, de marché, opérationnels).
- Les référentiels de contrôle interne (COSO 1 et 2, COCO, Turnbull Guidance, cadre de référence de l'AMF).

**Echanges** Comparer les référentiels de contrôle interne.

## » Gouvernance et pilotage du contrôle interne

- Les acteurs du contrôle interne, les différents niveaux de contrôle dans une banque.
- Organes et concepts de gouvernance indispensables (tolérance aux risques, seuils).
- Fonctions et organisations dédiées au contrôle interne (compliance, contrôle permanent et périodique, risques).

**Travaux pratiques** Identifier les tâches spécifiques aux différents niveaux du contrôle interne.

## » Stratégies et outils de sécurisation de l'activité

- Mise en place de la cartographie des risques et d'une base d'incidents.
- Procédures réglementaires et procédures métier.
- Contrôles périodiques (planification, exécution, documentation).
- Mise en œuvre des reportings, organisation des comités et les bonnes pratiques.

- Sensibilisation et formation des effectifs.

**Travaux pratiques** Mise en place d'une cartographie des risques.

## » Organisation et suivi de l'efficience du contrôle interne

- Organisation (mise en place d'une filière contrôle permanent/risque opérationnel).
- Mesure de l'efficacité du contrôle interne avec la mise en place de KPI.

- Elaborer ses tableaux de bord.

**Travaux pratiques** Analyse de KPI.

## » Traitement du risque de fraude

- Définition de la fraude.
- Différentes catégories de fraude.
- Les mécanismes de prévention des fraudes.
- Les limites du processus de contrôle et gestion des risques.

**Etude de cas** Etudes de cas de fraudes de plus en plus complexes qui rendent difficile leur détection.

## » Lutte anti-blanchiment

- Contexte réglementaire / self assessment.
- Approche par les risques.
- Contrôles et documentation.

**Travaux pratiques** Mise en place d'une matrice d'approche par les risques.



Réf :	CIB
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Atelier pratique autour de nombreuses études de cas.

### » PARTICIPANTS

Auditeurs et contrôleurs internes juniors. Commissaires aux comptes. Comptables. Responsables métiers. Risk managers.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance préalable.

Ce stage vous apportera l'ensemble des connaissances indispensables pour travailler dans le domaine du risque de crédit : risque émetteur et de contrepartie, individuel ou collectif, spread de crédit, rating. Vous apprendrez aussi à mesurer les risques et verrez les normes réglementaires liées aux instruments de crédit.

### » Typologie de risque de crédit

- La cause du risque de crédit : la qualité de crédit de l'émetteur et celle de la contrepartie.
- L'effet du risque de crédit : défaut, transition de rating et notion d'événement de crédit.
- Le périmètre du risque de crédit : le risque individuel (single-name), collectif (multi-name).
- Distinction entre risque de crédit et risques de marché.

**Travaux pratiques** Risques de marché vs risque de crédit : point de vue du statisticien.

### » Principes de valorisation

- La notation et le scoring : une information fondamentale.
- La notion de spread ou marge de crédit : une information de "marché".
- La probabilité de défaut/transition de rating : historique versus implicite (risque-neutre).
- La corrélation de défaut/transition.

**Travaux pratiques** Lien entre rating, spread et probabilité de défaut.

### » Rôles de place et risque de crédit

- Les marchés organisés.
- L'Initial Margin et la Variation Margin.
- Les marchés OTC.
- Les contrats de compensation et la gestion du collatéral.

**Travaux pratiques** Les contrats futurs et appels de marge. Le Credit Support Annex d'un contrat ISDA.

### » Traitement prudentiel du risque de crédit

- Les concepts Bâle II - Bâle III.
- La probabilité de défaut (PD). Les pertes en cas de défaut (LGD). L'exposition en cas de défaut (EAD).
- La maturité résiduelle. Les pertes attendues (EL) et les pertes inattendues (UL).
- Actifs pondérés du risque (RWA). Corrélations des actifs.
- Approche standard. Le PD, LGD imposées. La formule imposée.
- L'approche IRBF. Le PD interne, LGD imposée. La formule imposée.
- L'approche IRBA. Le PD, LGD internes. Le modèle externe avec paramètres internes.
- Stratégie de la banque et choix dans l'approche de la mesure de risque de crédit.

**Travaux pratiques** L'impact des coûts du risque de crédit sur les fonds propres.

### » Produits dérivés et stratégies de gestion

- Le Single-name.
- Exemple de produits dérivés sur événement de crédit (Credit Default Swap, Credit Linked Note, etc.).
- Le Multi-name.
- Exemple de Credit Default Swap Index (CDX), Itraxx et portefeuilles de créances, tranches d'indices.
- Autre exemple d'obligations adossées à des actifs (CDO).
- Couverture et arbitrage de risque de crédit.
- Spéculation sur le risque de crédit.

**Travaux pratiques** Valorisation d'un CDS.

**df** Exercices pratiques

---

Réf : RIQ

Durée : 2 jours

Paris 2-3 oct./4-5 déc. 2014  
23-24 mars/25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Analystes financiers. Ingénieurs risques. MOA en front et middle office ou risques.

---

**» PREREQUIS**

Connaissances de base des marchés financiers et des instruments financiers.

# Mesure et gestion du risque de contrepartie : approche Bâle III

Ce stage présente les mesures de l'exposition au risque de contrepartie sur les opérations de marché. Vous verrez les aspects quantitatifs et réglementaires des modèles internes afin d'avoir une approche globale de la problématique. Ce stage vous permettra notamment de comprendre la modélisation de l'exposition stochastique.

### » Introduction

- Risques de marché et risque de crédit sur les opérations de marché.
- Définition du risque de contrepartie.
- Contexte et historique.
- Pourquoi la modélisation de l'exposition au risque de contrepartie est-elle compliquée ?

### » Notion de l'exposition au risque de contrepartie

- Pertes liées au risque de contrepartie.
- Principaux paramètres : exposition, probabilité de défaut, pertes en cas de défaut.
- Définition de la mesure de l'exposition.
- Modèle simple de l'exposition.
- Analyse du profil d'exposition.
- Credit Value Adjustments (CVA).
- Debt Value Adjustment (DVA) et CVA bilatéral.
- Risque de contrepartie et PnL de la banque.

**Travaux pratiques** Profils d'exposition pour différents types de produits : swaps, forwards, options, etc.

### » Réglementation Bâle II - Bâle III et indicateurs d'exposition

- L'exigence en fonds propres et le risque de contrepartie.
- Méthode de l'exposition courante et méthode des modèles internes.
- Les indicateurs des expositions.
- L'exposition potentielle (PFE). L'exposition attendue (EE). L'exposition positive attendue effective (EEPE).

- Calcul de l'EAD avec la méthode EEPE et le paramètre alpha.
- Calcul de l'échéance effective (Effective Maturity).
- Critères d'homologation à l'utilisation de la méthode des modèles internes.

### » Focus sur les innovations Bâle III

- Indicateur de l'EEPE stressé.
  - La charge en capital liée à la variabilité de la CVA (la VaR CVA).
  - Contraintes pour la prise en compte du collatéral.
  - Exigences de back-testing et stress-testing.
- Travaux pratiques** Analyse du coût de risque de contrepartie en fonds propres.

### » Principaux aspects de la modélisation

- Vision système d'un modèle du risque de contrepartie.
  - Modélisation des facteurs de risque.
  - Valorisation d'un portefeuille de produits dérivés.
  - Unités de calcul et netting.
  - Modélisation du collatéral et la période de marge en risque.
  - Mise en place de Back-testing.
  - Mise en place de Stress-testing.
  - Risque de corrélation défavorable (Wrong Way Risk).
- Travaux pratiques** Calibration d'une diffusion de facteurs de risque. Scénarios d'exposition au risque de contrepartie avec appels de marge. Lecture d'un Master Agreement et d'un Credit Support Annex (CSA).

**df** Exercices pratiques

---

Réf : RTI

Durée : 1 jour

Paris 3 oct./15 déc. 2014  
27 mars/26 juin 2015

Prix : 840 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Ingénieurs risques et calcul de capital économique. Consultants en finance quantitative.

---

**» PREREQUIS**

Connaissances élémentaires du risque de crédit et du contexte Bâle II. Connaissances de base des produits dérivés et des risques de marché.

# Introduction aux réglementations Bâle II et Bâle III



Comprendre les éléments fondamentaux de la réglementation Bâle II et ses impacts sur l'activité bancaire. Acquérir les méthodes de mesure des risques de crédits, de marché et opérationnels. Expliquer les raisons de la transition vers Bâle III et les principaux éléments de cette réforme.

## Quelques définitions et points de repère réglementaires

- Typologie des risques : le risque en finance.
- Risques de crédit, de marchés, opérationnels et systémiques.
- Le Comité de Bâle sur le contrôle bancaire (Basel Committee on Banking Supervision).
- Panorama réglementaire : agrément, réglementation et contrôle.
- Les différents organes et les principales évolutions réglementaires.
- Calendrier global.

**Exercices** Classement de différents types de situation de risques dans les quatre catégories bâloises.

## Origines et objectifs de Bâle II

- Pourquoi une évolution réglementaire de Bâle I à Bâle II ?
- Une couverture plus fine et plus complète des risques bancaires
- De Cooke à Mc Donough : les principaux enjeux et les limites de la réforme Bâle II.
- Les accords de Bâle I et le ratio COOKE. Objectifs recherchés, le ratio Cooke.
- Les réflexions sur la réforme du ratio de solvabilité « Bâle I »
- Les accords Bâle II et le Ratio Mc Donough. Principales innovations des accords Bâle II.
- Calendrier de mise en œuvre.

**Exercices** Echanges et réflexion autour du dispositif Bâle II.

## Principales exigences de Bâle II : présentation des piliers

- Pilier 1 : exigence minimale en fonds propres.
- Mesure des trois catégories de risques.
- Les paramètres Bâlois, la notion de défaut, la perte économique, les paramètres de perte.
- Pilier 2 : un processus de surveillance prudentielle renforcé.
- La procédure de surveillance de la gestion des fonds propres.
- Pilier 3 : mise en place d'une discipline de marché.
- Des règles de transparence financière, uniformisation des bonnes pratiques bancaires...
- L'agencement des trois piliers.

**Exercices** Revue critique de la communication d'une banque sur le pilier 3.

## Maîtriser le fonctionnement et la méthode Bâle II : zoom sur le pilier 1

- L'approche Standard.
- L'approche notation Interne (IRB).
- Les paramètres de défaut. Le taux de perte et l'exposition en cas de défaillance.
- Les principales formules de calcul : les pertes économiques et les fonds propres, la perte moyenne, la perte inattendue.
- Principes de calcul de l'exigence de fonds propres. Risque de crédit. Risque de marché. Risque opérationnel.
- Algorithme déterminant le RWA et de l'EF. Déterminer le coefficient de pondération.

- Impacts sur le SI et les procédures des banques.
  - Points de vigilance dans la mise en œuvre du pilier 1.
- Exercices** Calcul simple de RWA.

## Bâle III - Enjeux et perspectives

- Contexte général : conséquences de la crise financière de 2008.
- Revue des normes prudentielles par le comité de Bâle en 2009.
- Pourquoi une évolution réglementaire de Bâle II à Bâle III ?
- Les principaux enjeux de Bâle III. Les grands axes de la réforme.
- Planning de mise en œuvre Bâle III. Dispositions transitoires.
- Aperçu du calendrier de la réforme.

**Exercices** Partage autour du calendrier de la réforme.

## Les principales exigences de Bâle III

- Renforcement des exigences en capital.
- Améliorer la qualité et le niveau des fonds propres de base.
- Accroissement important des exigences en capital.
- SOLVA de Bâle II à Bâle III. Niveaux actuels des ratios SOLVA.
- Instaurer un ratio de levier : définition et objectifs de ce ratio.
- Ratio d'adéquation entre les fonds propres et le total des engagements.
- Panorama de la réforme Bâle III : le cœur se situe au niveau de la liquidité.
- Instaurer un cadre de contrôle de la liquidité à court terme et à long terme : cadre français, Bâle III, LCR, NSFR...
- Liquidity coverage Ratio : principaux stress mis en œuvre dans le calcul du ratio.
- LCR : points d'attention et points en suspens. Notion de "dépot stable". Segmentation des clientèles.
- Renforcer les besoins en fonds propres de certaines activités : titrisation, trading, dérivés...
- Position de la FBF sur la liquidité.
- La réforme du capital requirement directive - Focus sur le CRD III. Augmentation des fonds propres du trading book.

**Exercices** Calcul d'un LCR à partir d'un bilan simplifié.



Réf :	FBA
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 12-13 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur amené à appliquer de manière opérationnelle les textes des réglementations Bâle II et Bâle III.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » pour aller plus loin »

- Mesure et gestion du risque de contrepartie : Bâle III p.340
- De Bâle II IRBA vers Bâle III : nouvelles exigences en fonds propres p.342

Les normes Bâle III sont un élément clé du plan de réforme du secteur bancaire prévoyant un relèvement significatif des fonds propres des établissements financiers. Ce séminaire vous permettra de maîtriser les principaux aspects de ces réformes en cours et d'améliorer la gestion des risques.





---

Réf : BLR

Durée : 1 jour

Paris 10 oct./12 déc. 2014  
20 mars/26 juin 2015

Prix : 970 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Ingénieurs risques, front office. MOE et MOA en risque réglementaire et économique.

---

**» PREREQUIS**

Connaissances de base des normes Bâle II et des risques bancaires.

### » Introduction

- Rappel de la hiérarchie des normes réglementaires.
- Calendrier de mise en œuvre des Accords Bâle III.
- Les normes européennes CRD II, CRD III et CRD IV.
- Implication pour les projets "Bâle III" au sein des établissements financiers.

### » Rappels sur le risque de crédit, approche bâloise

- Accords Bâle II et risque de solvabilité.
- Modélisation bâloise du risque de crédit.
- Principales variables : probabilité de défaut (PD), pertes en cas de défaut (LGD) et Maturité.
- Actifs pondérés des risques (RWA).
- Exigences en fonds propres (EFP) et pertes attendues (EL).
- Rappel sur les différentes approches Bâle II pour le risque de crédit.

### » Limites des Accords Bâle II

- Impacts de la crise financière de 2008.
- Problèmes de quantité et de qualité de fonds propres.
- Problèmes de liquidité.
- Problèmes liés au risque de contrepartie.
- « Proccyclicité » des fonds propres.

### » Normes Bâle 2.5 et Bâle 3 : redéfinition des fonds propres réglementaires

- Adéquation fonds propres et risques.
- Renforcement des exigences en capital.
- Qualité des fonds propres : redéfinition des tier 1/tier 2.

- Mise en place du Leverage Ratio.
- Le Capital Buffer et la procyclicité des provisions.
- Mise en place des stress-tests.

### » Traitement du risque de liquidité

- Mise en place de nouveaux ratios de liquidité.
- Contrainte de liquidité moyen/long terme : Net Stable Funding Ratio (NSFR).
- Contrainte de liquidité courte terme : Liquidity Coverage Ratio (LCR).
- Impacts des règles Bâle III sur les fonds propres.
- Critiques de la réglementation du risque de liquidité.

### » Evolutions réglementaires du risque de contrepartie

- Règles relatives au collatéral.
- Mesures de l'exposition stressée.
- Exigences de back-testing et stress-testing.

### » Evolutions réglementaires du risque de marché

- Risque de crédit dans le trading book : volet IRC (Incremental Risk Charge).
- Conditions défavorables du marché et la Value-at-Risk : le volet VaR Stressée.
- Titrisation et Portefeuille de Corrélation Crédit.
- Variabilité des coûts du risque de contrepartie et la VaR CVA (Credit Value Adjustment).
- Couverture du risque de contrepartie.
- Critiques de la réglementation du risque de marché et de contrepartie.

## MiFID 1 et MiFID 2 : principes, enjeux et impacts

De nombreuses réglementations sont apparues ces dernières années dans le paysage bancaire. Ce stage vous présentera les principaux dispositifs des directives MiFID 1 et MiFID 2, directives qui concernent les marchés d'instruments financiers. Il vous permettra d'en mesurer les enjeux et les impacts métier.





---

Réf : MIF

Durée : 2 jours

Paris 9-10 oct./11-12 déc. 2014  
19-20 mars/11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Toutes les fonctions de la banque/assurance en relation avec les marchés financiers.

---

**» PREREQUIS**

Connaissances des fondamentaux de marchés financiers.

### » Connaître l'histoire et comprendre les enjeux de MiFID

- Origines et contexte économique de la réglementation MiFID.
- Instaurer une concurrence entre lieux d'exécution des ordres.
- Harmoniser les conditions de l'offre de service d'investissement.
- Faciliter l'exercice du passeport européen.
- Organiser un système de surveillance pan-européen.
- Les volets de MiFID1 et MiFID2 : organisation des marchés, relation PSI/clients, régulation...

**Exercices** Evaluation des connaissances dans le domaine de la réglementation.

### » Organisation des marchés : principes de MiFID1

- Suppression de la règle de concentration des ordres.
- Types de lieux d'exécution reconnus.
- Obligation de transparence pré-trade et post-trade.
- Déclaration des transactions aux régulateurs.

**Travaux pratiques** Comparaison des opérations d'achat d'actions par un particulier, une société de gestion, une banque, une entreprise non-financière.

### » Organisation des marchés : principes de MiFID2

- Constat post-MiFID1 et enjeux de MiFID2.
- Améliorer la transparence pré-trade et post trade.
- Reconnaissance des OTF (Organised Trading Facility) pour les transactions sur dérivés.

- Création d'un réseau de marchés dédiés aux PME et TPE.

**Travaux pratiques** Impact des OTF sur le déroulement des transactions sur les dérivés.

### » Relation PSI/clients et protection des clients : principes de MiFID1

- Segmentation de la clientèle.
- Principe de bonne conduite.
- Information, devoir d'évaluation des clients.
- Obligation de meilleure exécution ("best execution").

**Jeu de rôle** Application des critères d'évaluation du client. Déterminer les conditions de la meilleure exécution.

### » Relation PSI/clients et protection des clients : principes de MiFID2

- Constat post-MiFID 1 et enjeux de MiFID2.
- Reclassification de contrepartie non éligible (par exemple, les collectivités territoriales).
- Reclassification de produits en complexes.
- Information sur le caractère indépendant des CIF.

**Travaux pratiques** Détecter les produits "complexes".

### » Offres de service d'investissement et régulation

- Organisation interne des PSI.
- Coopération entre autorités au sein de CESR (devenu ESMA).

**Travaux pratiques** Echanges sur les impacts prévisibles sur les métiers.

# Secteur Public

» Management et pilotage p. 345

» Comptabilité, RH, concours p. 355

» Achats p. 363

» Travailler avec le secteur public p. 370

343



compétences

Carrières

ressources

humaines

charte

Marianne

service

public

achats publics

Concours

# Nos experts en Secteur public

Consultant et formateur collectivité (bilan, recrutement, outplacement), titulaire d'un master en Ressources Humaines et d'un MBA international et après 7 ans d'ancienneté dans la Fonction Publique Territoriale, **» Vincent BOGAERS »** a fondé son propre cabinet de conseil et formation, spécialiste des collectivités territoriales et qui traite des problématiques RH et managériales. Il est aussi auteur d'ouvrages, notamment : « Intercultural management thanks to IJTI Process ».



**»»** Ingénieur documentaire depuis 1993, exerçant tour à tour dans un grand groupe industriel puis dans une PME proposant des prestations de gestion électronique de documents (GED), **»» Cyril GUILHAMET »** est également vice-président du Pôle E-Business Sud Aquitain et Adour, et administrateur d'entités publiques et professionnelles.



Pour répondre à une demande croissante des entrepreneurs, interlocuteurs qu'il rencontre au quotidien lors des formations qu'il anime, il a créé en 2010 une société de services qui propose des conseils, relectures-corrrections des réponses des entreprises aux marchés publics avant envoi.

Le parcours **»» d'Hamid MELIA »** lui permet aujourd'hui de concilier la vision des structures institutionnelles avec celles des entreprises. En effet, après dix années passées au sein d'un cabinet d'avocats puis deux années dans une collectivité territoriale, il capitalise l'ensemble des problématiques traitées auprès des chefs d'entreprise et décide de créer son cabinet de conseil. Responsable juridique au sein d'une société d'expertise comptable et formateur indépendant en droit, il conseille de nombreux dirigeants.



**»» Sabine VANSAINGELE »** est consultante en ressources humaines pour le secteur public comme pour le secteur privé. Après 20 ans comme cadre supérieure RH dans la Fonction publique de l'Etat, elle a pris la direction du cabinet STB Conseil spécialisé en développement RH. Elle assure des formations en management, accompagne les cadres en bilan de compétences et coaching, conseille les entreprises en audit RH et recrute des cadres et cadres dirigeants.



**»» Jean-Claude SATTONAY »** dirige depuis 1987 un cabinet spécialisé en Distribution logistique et contrats nationaux/internationaux concernant les acheteurs. Il établit des partenariats ou intervient en sous-traitance. Il est spécialiste des relations avec les prestataires, droit des contrats notamment, et a travaillé entre autres avec des organismes publics comme les CPAM et CRAM ou les hôpitaux publics.



# Management et pilotage dans le Secteur Public

Pour travailler efficacement dans le secteur public, il est indispensable d'en connaître les rouages et d'en comprendre les spécificités. Nos formations en gestion, pilotage et management dans ce secteur sont conçues et animées par des intervenants ayant une forte expérience en environnement public et une grande expertise des sujets couverts.

## »» Fonctionnement de l'Etat et des institutions publiques »

Secteur public : comprendre l'organisation de l'Etat et des institutions publiques **Nouveau**  
2 j - PUE - p.346

Secteur public : rôle et fonctionnement des administrations de l'Etat **Nouveau**  
1 j - ADI - p.346

Secteur public : rôle et fonctionnement des collectivités territoriales **Nouveau**  
1 j - RRI - p.347

Secteur public : fonction publique hospitalière et économie de la santé **Nouveau**  
1 j - HES - p.347

Secteur public : actualités législatives et veille juridique **Nouveau**  
1 j - ELJ - p.348

## »» Pilotage et gestion publique »

Les clés de la communication publique et territoriale  
2 j - UBI - p.348

Lancer et suivre un projet dans le secteur public **Nouveau**  
2 j - LPL - p.349

Mettre en place un contrôle de gestion dans le secteur public  
3 j - CGI - p.352

Mettre en œuvre les tableaux de bord de gestion dans le secteur public  
2 j - TSP - p.352

## »» Management »

Devenir manager dans le secteur public  
2 j - MUB - p.350

**Best** Manager du secteur public, accompagner le changement  
2 j - MAU - p.350

Manager la diversité dans le secteur public  
2 j - DIV - p.351

Conduire l'entretien annuel dans le secteur public  
2 j - CPU - p.351

Préparer un entretien de recrutement dans le secteur public  
2 j - ECR - p.362

## »» Qualité dans le secteur public »

Evaluer la qualité des services publics  
2 j - POL - p.353

Mener une démarche qualité dans le secteur public  
2 j - DQS - p.353

Charte Marianne : améliorer l'accueil dans le secteur public  
2 j - APB - p.354

Optimiser la relation client dans le secteur public  
2 j - UBL - p.354

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.



Cette formation vous permettra d'approfondir vos connaissances sur l'organisation de l'Etat et du secteur public. Vous apprendrez notamment à identifier les rôles, compositions, attributions et modes de fonctionnement des principales institutions publiques et des collectivités territoriales.



Réf :	PUE
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 23-24 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques, échanges et réflexions collectives, exercices pratiques et études de cas.

**PARTICIPANTS**  
Agents et cadres du secteur public ainsi que toute personne désirant travailler avec les administrations et opérateurs de l'Etat.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Connaître les principes fondamentaux du droit constitutionnel**

- L'Etat, sa souveraineté et sa légitimité.
- La constitution du 4 octobre 1958.
- Les institutions de la Vème République.
- L'Etat, l'administration française et l'Europe.

**Travaux pratiques** Quiz sur la constitution française et l'Europe.

**» Comprendre l'organisation et le fonctionnement de l'Etat**

- La présidence de la République.
- Le gouvernement.
- Le parlement : Assemblée Nationale et Sénat.
- Le pouvoir judiciaire.
- L'Etat central : définition, missions, ressources, moyens, organisation locale et territoriale.
- Les relations Etat/collectivités : les principes de décentralisation et de déconcentration.

**Travaux pratiques** Cartographie des acteurs-clés de l'Etat.

**» Focus sur le secteur public et la fonction publique**

- Les services publics : fonctions régaliennes, services marchands et non-marchands.
- Les établissements publics : EPA, EPIC, communautés et entreprises publiques.
- Les trois fonctions publiques : d'Etat, territoriale et hospitalière.

- Organisation de la fonction publique et statut des personnels.

**Réflexion collective** Echanges sur l'organisation et le fonctionnement des différents organismes publics.

**» Comprendre les évolutions de l'Etat et du contexte public**

- La modernisation de l'Etat : les réformes de l'organisation et du fonctionnement interne de l'Etat.
- Les exigences croissantes des usagers en termes de qualité, de réactivité et d'efficacité.
- Les évolutions internes aux organismes et les attentes de leurs collaborateurs.
- Les changements technologiques : dématérialisation, e-administration...

**Etude de cas** Mise en place d'un processus de dématérialisation au sein d'une administration.

**» Focus sur les collectivités territoriales**

- Les compétences et l'organisation des collectivités territoriales.
- Les instances et les circuits de décision.
- La réforme des collectivités territoriales : les lois de finances, la loi de décentralisation...
- Le renforcement des compétences départementales et régionales et la recomposition des territoires.

**Etude de cas** Les dernières actualités réglementaires et législatives impactant les collectivités territoriales.



Cette formation vous permettra d'identifier les différents opérateurs de l'Etat et de comprendre leur rôle et leurs attributions. Elle vous présentera également les spécificités du fonctionnement budgétaire du secteur public et les principales procédures de gestion notamment en matière de passation des marchés.



Réf :	ADI
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 13 mars/29 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Agents et cadres du secteur public ainsi que toute personne désirant travailler avec les administrations et opérateurs de l'Etat.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre le rôle du gouvernement dans l'administration de l'Etat**

- Le Premier Ministre : son rôle et ses missions.
- Les ministres : organigramme du gouvernement et missions.
- Les ministres délégués et les secrétaires d'Etat : organigramme et missions.

**Exercices** Quiz sur la composition du gouvernement.

**» Connaître la définition et le rôle d'un opérateur de l'Etat**

- Le statut juridique de l'opérateur d'Etat.
  - L'activité de service public de l'opérateur.
  - Le financement de l'opérateur assuré par l'Etat.
  - La mise sous contrôle direct de l'opérateur par l'Etat.
- Réflexion collective** Réflexion collective et échanges sur les périmètres d'action des opérateurs de l'Etat.

**» Connaître la répartition des opérateurs de l'Etat par types de missions**

- La recherche, l'enseignement supérieur et l'enseignement scolaire.
- Le sport, la jeunesse et la vie associative.
- L'écologie et le développement durable.
- La solidarité, l'insertion et l'égalité des chances.
- L'agriculture, l'alimentation, la forêt et les affaires rurales.
- Les régimes sociaux et la retraite.
- Le travail et l'emploi.
- La culture.

**Travaux pratiques** Exercice collectif sur la présentation des opérateurs de l'Etat en quelques chiffres (PLF 2014).

**» Comprendre le budget et la gestion des opérateurs de l'Etat**

- La participation de l'opérateur d'Etat aux objectifs de maîtrise des dépenses publiques.
- L'inscription de la gestion de l'opérateur d'Etat dans le cadre budgétaire et comptable de la LOLF.
- La réponse à l'exigence d'information et de contrôle sur l'emploi.
- La description détaillée des comptes dans les documents budgétaires de l'Etat.
- Identifier les pratiques d'achat des opérateurs de l'Etat : les procédures de passation de marchés publics...
- Sur les règles de l'exercice de la tutelle qu'assure l'Etat sur le suivi et les orientations prises par les opérateurs.

**Exercices** Quiz sur les procédures de passation des marchés publics. Etude de cas sur la tutelle exercée par l'Etat sur le suivi et les orientations prises par les opérateurs de l'Etat.

# Secteur public : rôle et fonctionnement des collectivités territoriales

nouveau



Cette formation vous permettra d'approfondir vos connaissances sur les rôles, organisations, fonctionnements et modes de gestion des collectivités territoriales (communes, départements et régions) et des Etablissements Publics de Coopération Intercommunale.

## » Comprendre le rôle et le fonctionnement d'une commune

- La composition du conseil municipal et son élection.
- Les prérogatives du conseil municipal.
- Les rôles et responsabilités du maire et de ses adjoints.
- La délégation spéciale.
- Les domaines d'action et de compétences des communes.
- Les pouvoirs de police du maire.
- Le budget municipal et la gestion d'une commune.

**Travaux pratiques** Exercice collectif sur la mise en place d'actions de démocratie participative et de concertation locale.

## » Découvrir les Etablissements Publics de Coopération Intercommunale

- Les rôles et responsabilités du président, des vice-présidents et du bureau d'un E.P.C.I.
- Les principales compétences des E.P.C.I.
- La communauté de communes.
- La communauté d'agglomération.
- Les communautés urbaines et les SAN (Syndicats d'Agglomérations Nouvelles).
- Les syndicats de communes.
- Les principaux enjeux et les impacts de la réforme territoriale.

**Travaux pratiques** Exercice collectif sur l'élaboration et la mise en œuvre d'un schéma directeur de mutualisation des services.

## » Connaître l'organisation et le fonctionnement d'un Conseil Général

- La composition d'un Conseil Général et son élection.
- Les rôles et responsabilités du président et des vice-présidents.
- Les prérogatives du Conseil Général.
- Les domaines d'action et les compétences des départements.
- Le budget et la gestion d'un département.

**Travaux pratiques** Focus sur les derniers textes à l'ordre du jour.

## » Connaître l'organisation et le fonctionnement d'un Conseil Régional

- La composition d'un Conseil Régional et son élection.
- Les rôles et responsabilités du président et des vice-présidents.
- Les prérogatives du Conseil Régional.
- Le conseil économique, social et environnemental régional.
- Les domaines d'action et les compétences des régions.
- Le budget et la gestion d'une région.

**Travaux pratiques** Focus sur les derniers textes à l'ordre du jour. Quiz sur la clarification des compétences (Région, Département, Commune, E.P.C.I.). Etude sur l'évolution du couple Département/Région.



Réf :	RRI
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 17 avril/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Agents et cadres du secteur public ainsi que toute personne désirant améliorer ses connaissances des collectivités territoriales.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Secteur public : fonction publique hospitalière et économie de la santé

nouveau



Cette formation vous permettra de comprendre l'organisation et le fonctionnement de la fonction publique hospitalière et des établissements privés ou publics qui la composent. Vous verrez notamment leurs rôles, missions et types de gouvernances et identifierez les interlocuteurs au sein de ces établissements.

## » Connaître l'organisation administrative du secteur hospitalier

- La Direction Générale de l'Offre de Soins (DGOS).
- Les Agences Régionales de Santé (ARS).
- Les autres organismes du secteur hospitalier.

**Travaux pratiques** Exercice collectif sur l'organisation territoriale de l'offre sanitaire (cartographie des différentes structures : ARS, DRASS, DDASS, URGAM, CRAM, RSI, MSA...).

## » Comprendre le fonctionnement de la fonction publique hospitalière

- Le périmètre de la fonction publique hospitalière.
- Les agents de la fonction publique hospitalière : titulaires, stagiaires et contractuels de droit public.
- Les politiques de ressources humaines et la gestion du personnel au sein de la fonction publique hospitalière.

**Travaux pratiques** Réflexion collective et échanges sur la politique de gestion des ressources humaines de la fonction publique hospitalière.

## » Connaître les établissements publics de santé et leur fonctionnement

- L'autonomie administrative.
- L'autonomie financière.
- Les particularités de fonctionnement des fondations hospitalières.

**Etude de cas** La gouvernance de l'hôpital public : rôles du conseil de surveillance, de la commission médicale d'établissement et de la commission des relations avec les usagers...

## » Connaître les établissements privés de santé et leur fonctionnement

- Le fonctionnement et les spécificités des établissements à but non lucratif : les EPSPH, les ESPIC, les CRLCC.
- Les différentes formes juridiques des établissements privés à but lucratif.
- Les règles de fonctionnement des établissements privés à but lucratif.
- Le financement des établissements privés à but lucratif.

**Travaux pratiques** Réflexion collective et échanges sur le fonctionnement des établissements privés de santé.

## » L'actualité réglementaire et législative du secteur hospitalier

- Les derniers textes de loi relatifs au secteur hospitalier.
- Les évolutions jurisprudentielles les plus récentes concernant le secteur hospitalier.

**Etude de cas** Focus sur la loi "Hôpital, patients, santé et territoires" et son application.



Réf :	HES
Durée :	1 jour
Paris	28 nov. 2014 10 avril/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Agents et cadres du secteur public ainsi que toute personne désirant améliorer ses connaissances du secteur de la fonction publique hospitalière.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

347

Management dans le Secteur Public

Cette formation vous permettra de connaître les dernières évolutions législatives et jurisprudentielles relatives au secteur public, notamment leurs impacts sur les différents acteurs du secteur public ou privé. Vous apprendrez également à mettre en place votre propre veille juridique.

» Les évolutions relatives aux institutions publiques

- La réforme territoriale "Acte III" et les projets de réforme des régions et départements.
- Les modifications des rôles et modes d'élection des conseillers territoriaux et conseillers communautaires.
- La clarification des compétences dans les institutions publiques.
- Les évolutions du droit électoral : nouvelles dispositions et obligations des candidats, le contentieux électoral...
- Les autres éléments d'actualité juridique relatifs aux institutions publiques.

**Réflexion collective** Echanges sur les actualités en matière d'évolution des compétences des institutions publiques et sur la réforme du cumul des mandats.

» Les évolutions des responsabilités des élus et agents de l'Etat

- Les infractions pénales applicables aux dépositaires de l'autorité publique.
- Les infractions non intentionnelles.
- Les fautes de gestion et la gestion de fait.
- Les autres éléments d'actualité juridique relatifs aux responsabilités des élus et agents de l'Etat.

» Les modifications des règles des contrats et marchés publics

- Les modifications réglementaires des procédures de passation.

- L'évolution des obligations du pouvoir adjudicateur.
- Les nouvelles règles de déontologie et de transparence de l'achat.
- Les autres éléments d'actualité juridique relatifs aux marchés publics.

**Travaux pratiques** Quiz sur la réglementation des marchés publics.

» L'actualité fiscale : les lois de finance

- La loi de finance 2014.
- Le projet de loi de finance 2015.

» Les autres actualités législatives et réglementaires

- L'actualité juridique relative au droit européen : l'impact du droit communautaire sur la fonction publique...
- Les derniers textes à l'ordre du jour et évolutions jurisprudentielles les plus récentes.

» Mettre en place une veille juridique

- La veille juridique sur internet : sites et bases de données.
- Les outils et méthodes de veille.
- Le traitement et la valorisation des informations recueillies.

**Travaux pratiques** Exercices de recueil et de traitement d'informations juridiques.



Réf :	ELJ
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 17 avril/12 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

» PARTICIPANTS

Agents et collaborateurs du secteur public et toute personne travaillant avec un organisme relevant du secteur public.

» PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



**Les clés de la communication publique et territoriale**

Ce stage vous permettra d'appréhender les enjeux et les spécificités de la communication publique et territoriale. Il vous montrera comment établir votre stratégie de communication (gestion de crise, communication responsable...) et choisir les actions et les supports les mieux adaptés.

» Connaître les enjeux de la communication publique et territoriale

- Communication citoyenne, politique et démocratie participative.
- Des premières campagnes d'Etat à Internet : 30 ans d'évolution.
- Le droit de la communication publique.

**Echanges** Brainstorming sur les spécificités de la communication publique et territoriale.

» Concevoir sa stratégie de communication publique

- Analyser la politique de l'organisation publique, les différents acteurs et émetteurs.
- Identifier et prioriser les parties prenantes internes et externes.
- Définir ses objectifs : communication d'information, financière, d'influence ou de prescription.

**Travaux pratiques** Diagnostic de l'existant et définition d'objectifs prioritaires de communication.

» Choisir ses actions et ses supports de communication

- Planifier les actions en communication interne/externe.
- De l'édition aux nouveaux médias : panorama des différents supports.
- Gérer les relations avec la presse.

**Travaux pratiques** Construction de son plan d'actions et choix des supports.

» Animer ses différents supports

- Le cycle de l'animation.
- Rédiger efficacement : message essentiel, construction des articles, style...
- S'assurer de la cohérence interne/externe.

**Travaux pratiques** Rédaction d'articles.

» Intégrer RSE et développement durable dans ses pratiques de communication

- Le rapport technique en matière de développement durable (art. 255).
- Communication autour de l'agenda 21.
- La démarche de communication et d'achats responsables.

**Travaux pratiques** Echanges sur les bonnes et les mauvaises pratiques.

» Maîtriser la communication de crise

- Identifier les différents types de crise.
- Connaître les règles à respecter et les écueils à éviter.
- Bâtir un plan d'information et de communication.

**Etude de cas** Analyse de cas de crises et de leur traitement.

» Evaluer et adapter sa communication publique

- Pourquoi et comment évaluer ?
- Les méthodes et outils d'évaluation.
- Savoir adapter sa communication.

**Travaux pratiques** Construction de tableaux de bord de pilotage.



Réf :	UBI
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév./21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

» EXERCICES

Etudes de cas, apports théoriques, retours d'expériences et exercices de rédaction.

» PARTICIPANTS

Cadres appelés à prendre la responsabilité de la communication publique et territoriale, toute personne ayant à rédiger des articles, des communiqués, des notes d'information, cadres RH ou formation.

» PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage a pour but de vous présenter comment conduire un projet dans le cadre d'une organisation du secteur public. Adapté à tous les types de projets, de services ou de déploiement d'infrastructures, il vous proposera une démarche prenant en compte la conduite du changement et la gestion des risques.

## » Les concepts essentiels de la gestion de projet

- Définir la notion de projet.
- Cerner les avantages du fonctionnement en mode projet.
- Clarifier les facteurs clés de succès et facteurs d'échec.
- Evaluer la culture et la maturité de l'organisation en matière de projet : anticiper le changement et les risques.
- Segmenter les différents types de projets.
- Appréhender le cycle de vie de projet.

**Réflexion collective** Echanges d'expériences et difficultés éprouvées.

## » Les 4 étapes d'un projet et les principaux outils

- Réaliser la fiche d'étude d'opportunité et la fiche projet.
- Construire le tableau de bord de pilotage et les indicateurs pertinents.
- Elaborer et mettre en œuvre le plan de communication.
- Animer un retour d'expérience réussi.

**Mise en situation** Construire la lettre de mission et la note de cadrage. La présenter au comité de pilotage.

## » Le pilotage de projet

- Identifier les acteurs, mobiliser les instances de gouvernance et de pilotage.
- Elaborer le plan de management du projet et constituer l'équipe.
- Estimer les charges et les éléments clés de la planification.
- Gérer les risques et les marchés.

- Mettre en place le reporting.
- Conduire la recette et réceptionner le projet : la bascule opérationnelle et le passage en post projet.
- Clore le projet : capitalisation et reconnaissance.

**Mise en situation** Elaborer un scénario alternatif de réalisation.

## » La conduite du changement

- Comprendre les principes généraux de la conduite du changement.
- Accompagner les collaborateurs dans la démarche de changement.
- Réaliser la première étape du changement : la réunion de lancement du projet.
- Intégrer la démarche de changement dans les étapes du projet.

**Travaux pratiques** Choisir les modes de communication les plus adaptés dans le cas d'un projet des stagiaires.

## » La gestion des risques

- Planifier la fonction de gestion des risques.
- Identifier les risques.
- Identifier les domaines d'impact et les signaux d'alerte.
- Sélectionner les stratégies appropriées.
- Intégrer la gestion des risques dans le processus de reporting et les tableaux de bord.

**Mise en situation** Calculer le coût probable des risques, en mesurer l'impact sur le ROI.



Réf :	LPL
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 16-17 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance d'apports méthodologiques, d'exercices pratiques à l'aide d'une boîte à outils et de mises en situation. Pédagogie active et participative.

## » PARTICIPANTS

Tout manager en charge d'organiser et piloter un projet.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Des centres près de chez vous...



- » 12 centres en France
- » 3 implantations à l'étranger
- » Plus de 130 salles de cours équipées

Aix-en-Provence  
Bordeaux  
Grenoble  
Lille  
Lyon  
Montpellier  
Nantes  
Paris

Rennes  
Sophia-Antipolis  
Strasbourg  
Toulouse  
Bruxelles  
Genève  
Luxembourg

Toutes nos formations peuvent être aussi bien organisées dans l'un de nos centres, dans les locaux de votre entreprise, ou encore dans tout autre lieu approprié dans la ville de votre choix.

Très pratique et adapté aux spécificités du secteur public, ce stage vous permettra d'acquérir les réflexes essentiels d'un bon manager. Vous développerez vos compétences relationnelles et saurez prendre les bonnes décisions en vue d'optimiser le fonctionnement de votre équipe.

	
Réf :	MUB
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Apports théoriques, échanges collectifs et retours d'expérience. Exercices pratiques et mises en situation.

### PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement aux cadres du secteur public amenés à prendre la tête d'une équipe, mais aussi à tous ceux qui souhaitent structurer leur pratique.

### PREREQUIS

Aucune connaissance nécessaire.

#### » Répondre aux attentes du management dans le secteur public

- Connaître les attentes de l'administration et du secteur public vis-à-vis de ses managers.
- Comprendre les défis du management dans le secteur public.
- Appréhender la place du manager dans l'organisation.

**Réflexion collective** Réflexions individuelles et collectives, échanges et retours d'expérience.

#### » Développer ses compétences managériales

- Analyser son rapport aux autres et ses compétences managériales.
- Positionner son équipe dans son environnement professionnel.
- Dynamiser son équipe : animer les réunions, déléguer...
- Gérer les situations délicates et les conflits.
- Comprendre et agir sur les leviers de la motivation individuelle.
- Utiliser les outils du management : entretiens d'évaluation, délégation, organisation, reporting...

**Exercices** Analyse des compétences managériales, mises en situations de direction sur les aspects motivation d'équipe, gestion de conflits, délégation et/ou d'animation de réunions.

#### » Analyser son service et ses performances

- Identifier les objectifs et l'organisation mise en place pour les atteindre.
- Analyser les performances de l'équipe et son climat (confiance, motivation...).
- Identifier les risques RH dans son équipe.
- Définir des modalités de professionnalisation pertinentes.

**Exercices** Analyse d'un service en termes d'organisation et de risques RH et proposition de solutions pour améliorer les performances et gérer les risques humains.

#### » Coacher ses collaborateurs dans le secteur public

- Comprendre le rôle d'un manager-coach et sa plus-value pour son équipe.
- Connaître les types de problèmes pouvant être accompagnés en mode coaching par le manager.
- Résoudre un problème individuel par le coaching.

**Etude de cas** Mise en situation de coaching d'un agent sur la base de problématiques individuelles portant sur des thèmes comme la compétence, le relationnel, le travail en équipe.

# Manager du secteur public, accompagner le changement

Cette formation vous permettra de comprendre les étapes clés pour réussir dans l'accompagnement du changement dans le secteur public. Elle vous montrera les comportements managériaux à adopter pour vaincre les résistances et vous présentera les stratégies de communication à employer pour susciter l'adhésion.

		
Réf :	MAU	
Durée :	2 jours	
Paris	15-16 déc. 2014 16-17 mars/15-16 juin 2015	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)	
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545		

### EXERCICES

Apports théoriques, échanges collectifs et retours d'expérience. Exercices pratiques et mises en situation.

### PARTICIPANTS

Tout manager ou responsable d'équipe du secteur public amené à accompagner son équipe dans le cadre d'un changement.

### PREREQUIS

Expérience en management d'équipe dans le secteur public.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

#### » Comprendre le changement dans le secteur public

- La typologie du changement et les différentes approches sociologiques.
- Le rôle des contextes internes et externes dans le changement.
- Ce qui peut et ce qui doit changer dans une organisation.
- L'importance du timing dans le changement.
- La place de l'innovation dans le changement.

**Exercices** Identification et analyse des éléments d'organisation interne à un service pouvant nécessiter une réorganisation.

#### » Comment changer ? Conduire le changement dans le secteur public

- Les différents modèles du changement et leur retranscription dans le secteur public.
- L'identité professionnelle.
- Les étapes du changement : la courbe du changement ou courbe du deuil.
- Les acteurs du changement : moteurs, freins, déchirés et indifférents.

**Exercices** Mise en place de l'organisation d'un changement à partir du cas précédent.

#### » Faire face aux résistances

- Comprendre les raisons de la résistance : résilience, dévalorisation, déshumanisation, pouvoir...
- Déceler les résistances au sein de son équipe.

- Gérer les résistances : favoriser l'écoute et faire preuve d'empathie.
- Intégrer le facteur temps pour favoriser l'acceptation.
- Restaurer la confiance : insister sur les aspects positifs du changement.

**Exercices** A partir de situations types, identification des résistances et propositions de solutions pour les surmonter.

#### » Communiquer sur le changement et susciter l'adhésion

- Définir les besoins et les contenus de la communication sur le changement.
- Elaborer sa stratégie et le processus de communication appliqué au changement.
- Identifier les vecteurs de communication et leurs usages.
- Trouver les arguments adaptés au public concerné, préparer les réponses aux objections.
- Préparer sa communication écrite et ses interventions orales : choisir les bons mots.

**Mise en situation** Exercices pratiques de communication sur le changement à partir de cas réels.

S'adapter aux différentes particularités des agents comme la diversité de générations, de métiers, de secteurs ou de grades, est un atout majeur pour le manager. Vous apprendrez à fédérer les agents de profils hétérogènes autour d'objectifs communs et à prévenir efficacement les conflits au sein des équipes de travail.

## » Comprendre les politiques de management de la diversité dans le SP

- L'emploi des seniors.
- La discrimination positive.
- L'échange interculturel.
- L'emploi des travailleurs handicapés.
- La mobilité interfonctions publiques et interministérielle.
- La politique de genre.

**Travaux pratiques** Construire en sous-groupes la cartographie de la diversité.

## » Manager des équipes hétérogènes

- La typologie de l'intergénérationnel : seniors, boomers, Y, X.
- Identifier les caractéristiques de chaque catégorie d'âge.
- Fidéliser les juniors.
- L'interculturel dans les équipes.
- Faire coexister deux cultures différentes lors de fusions.

**Travaux pratiques** Construction d'une grille des profils de l'intergénérationnel.

## » Adapter votre mode de management à chaque agent

- Identifier les cadres de référence, les représentations, les chocs culturels.
- Les attentes et besoins de ses collaborateurs.

- Créer une dynamique d'équipe tenant compte des particularités de chacun.
- Fédérer l'équipe autour de projets transverses.
- Méthodologie de management d'une équipe en mode projet.
- Adapter son mode de communication à la culture des individus.
- Communiquer au sein d'une équipe : technique écrite, orale, formelle, informelle.

## » Gérer les conflits et les situations difficiles

- Anticiper les tensions et faciliter le dialogue.
- Faire coexister statut, grade, responsabilité et hiérarchie.
- Prévenir les conflits : faire cohabiter les différences.
- Gérer les situations conflictuelles : méthodologie de sortie de conflits.

## » Utiliser les outils RH pour manager des équipes hétérogènes

- Cartographier les compétences des agents.
- Développer la formation.
- Définir des parcours professionnels adaptés à chaque agent.
- Fixer des objectifs aux équipes.
- Mettre en place le tutorat et le mentorat pour organiser la transmission des savoirs.

**Travaux pratiques** Construire un plan d'actions de management d'équipe pour favoriser la cohésion et créer une dynamique.



Réf :	DIV
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Managers d'équipes évoluant dans le secteur public.

### » PREREQUIS

Expérience souhaitable en management. Connaissances de base en management.

# Conduire l'entretien annuel dans le secteur public

Conduite et fixation des objectifs de l'entretien annuel dans les trois fonctions publiques. Critères réglementaires de notation et grilles d'évaluation, rédaction des écrits idoines. Positionnement de l'évaluateur, techniques de communication en face à face. Valorisation hiérarchique des performances auditées.

## » De la notation à l'entretien professionnel

- Rappel des objectifs de la notation.
- Présentation des objectifs et du contenu de l'entretien professionnel.
- Les attentes de l'agent.

**Exercices** Etude de textes réglementaires et échange avec les participants.

## » L'appréciation de la valeur professionnelle des agents

- Définition.
- Présentation et analyse des critères réglementaires.

**Exercices** A partir d'une fiche de poste, les participants, en sous-groupes, élaboreront une grille de critères d'appréciation de la valeur professionnelle nécessaire pour tenir le poste concerné.

## » La préparation de l'entretien

- Tout au long de l'année : la mise en place de la posture de l'évaluateur.
- Au moment de l'évaluation : préparation matérielle et de bilan.

**Réflexion collective** Echanges participatifs sur les conditions de préparation d'un entretien.

## » Les outils de l'entretien

- La fiche de poste.
- Le formulaire de compte rendu d'entretien professionnel.
- Le guide de l'entretien.

**Travaux pratiques** Analyse du formulaire type de compte rendu d'entretien. Proposition et présentation d'un guide d'entretien de l'évaluateur. Définitions d'objectifs.

## » Les étapes de l'entretien

- Accueillir l'agent.
- Engager l'entretien.
- L'appréciation des résultats professionnels.
- La détermination d'objectifs spécifiques.
- Les perspectives professionnelles éventuelles.
- Conclure.

**Mise en situation** Mises en situation d'entretien destiné à apprécier les résultats professionnels d'un agent et à lui présenter ses objectifs.

## » Les techniques de communication en entretien

- L'écoute.
- La perception.
- L'assertivité.
- La reformulation.
- La stratégie de questionnement.

**Mise en situation** Mises en situation d'entretien. Débriefing collectif.

## » La valorisation de l'entretien professionnel

- Auprès de la hiérarchie.
- Auprès de l'équipe.
- Au profit du responsable et de son agent.

**Exercices** Echanges participatifs sur la démarche de valorisation.



Réf :	CPU
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 12-13 fév./16-17 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas, construction d'un guide d'entretien, jeux de rôles portant sur la communication. Retours d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Cadres de la fonction publique en situation de management d'équipe (directeurs, chefs de service, chefs de bureau...).

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Pratique **Mettre en place un contrôle de gestion dans le secteur public**

Ce stage vous donnera les clés pour mettre en place un contrôle de gestion performant, en sélectionnant les indicateurs pertinents pour votre établissement. Par ailleurs, votre démarche pourra se centrer sur les évolutions induites par la LOLF.



Réf :	CGI
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./8-10 déc. 2014 2-4 mars/11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Validation des acquis par la réalisation de cas pratiques réels déguisés. Ils seront mis en œuvre par les participants autour de groupes de travail.

## PARTICIPANTS

Contrôleur de gestion, directeur financier, responsable de l'audit, secrétaire général, directeur administratif et financier, agent comptable.

## PREREQUIS

Maîtriser les principes essentiels de l'organisation et du fonctionnement des structures publiques. Des notions concernant les principaux outils de gestion pourraient également être utiles.

## Pourquoi un contrôle de gestion dans le secteur public ?

- Piloter votre organisation avec un contrôle de gestion.
- Décliner les objectifs jusqu'au niveau opérationnel.
- Comprendre et maîtriser les coûts.
- Les notions d'indicateurs et de tableaux de bord.
- Les liens avec la comptabilité analytique.

**Travaux pratiques** Restituer le contrôle de gestion par rapport aux spécificités des organisations publiques.

## Généraliser le contrôle de gestion à l'échelle de l'Etat : LOLF

- Les objectifs de la LOLF : passer d'une logique de moyens à une logique de résultats.
- Généraliser la démarche : décliner les missions et les programmes dans les services et les établissements.
- Les outils du nouveau processus budgétaire.
- Le rôle central des indicateurs de performance : les différents types d'objectifs et d'indicateurs de performance.

**Travaux pratiques** Piloter la performance et mettre en place le contrôle de gestion dans un organisme public ; bonnes pratiques et retours d'expériences.

## Monter une stratégie de développement de CDG dans votre administration

- Positionner le contrôle de gestion par rapport aux autres contrôles exercés sur les structures publiques.
- Le contrôle budgétaire et comptable.
- L'analyse financière.

- Le contrôle interne et l'audit.
- Impliquer tous les acteurs concernés dans la démarche : direction, contrôleur de gestion, opérationnels...

**Travaux pratiques** Diagnostiquer les enjeux propres à votre établissement. A partir d'une grille d'évaluation, identifier les objectifs du contrôle de gestion dans votre établissement et analyser les manquements.

## Construire et mettre en place vos tableaux de bord

- Analyser l'organisation : missions, politiques publiques, système d'information, niveau de culture de gestion.
- Définir vos objectifs précis : présentation d'une méthode illustrée d'exemples.
- Sélectionner des indicateurs pertinents : monter une fiche pour documenter vos indicateurs.

**Travaux pratiques** Elaborer le système de tableau de bord ; identifier les indicateurs caractéristiques. Définir des objectifs et sélectionner les indicateurs correspondants.

## Pérenniser et intégrer la démarche dans la culture de votre structure

- Adopter une démarche pédagogique et participative.
- Définir clairement le périmètre de votre action.
- Monter un comité de pilotage et des groupes de travail.
- La nécessité d'un contrôle de gestion performant.

**Travaux pratiques** Faire face aux restrictions budgétaires sans impacter la qualité du service rendu ; disposer d'un outil de gestion rigoureux et d'un cadre méthodologique éprouvé.

# Pratique **Mettre en œuvre les tableaux de bord de gestion dans le secteur public**

Durant ce stage, vous verrez l'utilité des tableaux de bord. Vous apprendrez à les créer étape par étape et à les présenter de manière efficace. Vous identifierez les éléments essentiels pour mesurer la qualité des services délivrés par votre unité ou votre direction à l'aide d'indicateurs pertinents.



Réf :	TSP
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Nombreux exemples de tableaux d'administrations et de collectivités, vidéo de présentation, exercices pratiques, échanges participatifs.

## PARTICIPANTS

Cadres A et B de la fonction publique.

## PREREQUIS

Etre acteur du processus décisionnel de votre direction, de votre collectivité ou administration. Une connaissance d'Excel est un plus. Venir avec vos projets de tableaux ou vos tableaux existants.

## Comprendre l'utilité d'un tableau de bord

- Les raisons de mise en place d'un tableau de bord.
- L'utilisation des tableaux de bord pour gérer, contrôler, décider, anticiper.
- Les différents types : tableaux de suivi, tableau de bord de gestion et tableau de bord prospectif.
- Les quatre éléments indispensables à tout tableau.
- Le tableau de bord comme outil d'aide à la décision.

**Travaux pratiques** Construction en groupe d'une carte mentale sur les finalités d'un tableau de bord.

## Concevoir un tableau de bord de gestion

- Interroger les orientations grâce à la méthode P.E.S.T.E.L. et à la matrice S.W.O.T.
- Analyser la situation grâce à "l'arbre des causes" et le diagramme Ishikawa.
- Concevoir de véritables objectifs "M.A.L.I.N.S".
- Identifier les critères de réussite.
- Répertoire des facteurs clés de succès dans la conception de tableaux.

**Travaux pratiques** Analyse P.E.S.T.E.L. et S.W.O.T.

## Eviter les erreurs dans la conception

- Un tableau de bord déconnecté des objectifs.
- Un tableau comptable pour suivre ou un tableau de bord pour décider.
- Un tableau de bord ou un autre Système d'Information.
- Des indicateurs inexploitable.
- Des données non fiables.

**Travaux pratiques** Identifier les incohérences en atelier.

## Déterminer des indicateurs pertinents

- Les différents types d'indicateurs.
- Etablir ses indicateurs.

**Travaux pratiques** Réalisation d'indicateurs pertinents, puis enrichissement par le groupe.

## La forme du tableau de bord de gestion

- Présenter les faits : un tableau avec données chiffrées.
- Montrer la tendance : choisir le bon graphique en appui des données.
- Expliquer : le commentaire.
- Reconnaître : le cartouche.

**Travaux pratiques** Echanges d'expérience et détermination des bonnes pratiques.

## Le tableau de bord sur Excel

- Présentation des principales fonctionnalités d'Excel.
- La base de données.
- La création de liaisons.
- Le tableau croisé dynamique, un bon complément.
- Saisies et contrôles automatiques.

**Travaux pratiques** Présentation d'un tableau de bord sous Excel.

## Le tableau de bord, outil de communication

- Le bon tableau pour le bon niveau hiérarchique.
- Une vision transversale plutôt que verticale.
- Comment présenter votre tableau en réunion ?
- Mettre en place une démarche d'amélioration continue.

**Travaux pratiques** Pratiques et facteurs clés de succès.

Pour mesurer la qualité des services rendus aux administrés, il est essentiel d'évaluer l'application des politiques publiques. Durant ce stage, vous apprendrez à mener un tel projet, mettre en œuvre les méthodes et outils nécessaires, définir des critères et indicateurs de mesure et proposer des axes de progrès.

## » Connaître les fondamentaux de l'évaluation

- Les origines de l'évaluation des politiques publiques.
  - L'analyse des liens de causalité.
  - La place de l'évaluation dans le cycle d'une politique publique.
  - Les défis de l'action publique.
  - La démarche Qualité : conduite de projet et conduite du changement.
  - La direction générale et les services concernés : une vision transverse.
  - Les acteurs de l'évaluation des politiques publiques en France et à l'international. Les organismes ressources.
- Travaux pratiques** *Réflexion collective sur les finalités de l'évaluation.*

## » Acquérir les principaux repères théoriques

- Les trois temps de l'évaluation.
  - Le processus décisionnel.
  - Les acteurs et leurs rôles : chef de projet, sponsors, gestionnaires.
  - Les indicateurs d'impact : des indicateurs de flux et physiques aux indicateurs composites.
- Etude de cas** *En sous-groupes, cerner les enjeux de l'évaluation et cartographier les acteurs.*

## » Maîtriser la méthodologie d'évaluation

- Effectuer l'audit de la situation initiale.
- Déterminer l'orientation.
- Définir des objectifs évaluable.

- Partager et co-construire la démarche pour renforcer l'adhésion des équipes.
  - Déterminer la maturité des équipes : pouvoir et implication des agents.
  - Construire les indicateurs et savoir choisir ceux qui sont stratégiques.
- Travaux pratiques** *Collecter, ordonner et analyser les informations : PESTEL, SWOT, Ishikawa et arbre des causes. Exercices sur la fixation des critères de réussite et la construction d'indicateurs.*

## » Réinterroger les orientations et améliorer les services et missions

- Mesurer de façon efficiente les résultats et écarts entre les attendus et les services produits.
  - Pratiquer une analyse systémique : pertinence, efficacité, cohérence et efficience.
  - Construire un tableau de bord prospectif : suivre, décider, communiquer.
  - Adapter l'organisation.
  - Optimiser les services délivrés.
  - Tenir compte de l'évolution des besoins des administrés et bénéficiaires.
- Travaux pratiques** *Concevoir un tableau de bord prospectif.*



Réf :	POL
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 9-10 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports méthodologiques sur le pilotage et l'évaluation des politiques publiques. Etudes de cas, retour d'expériences. Ateliers en petits groupes.

### » PARTICIPANTS

Directeurs généraux, directeurs et/ou tout cadre en charge de l'évaluation des politiques publiques en collectivité et dans les administrations.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière. Les stagiaires sont invités à apporter tout document lié à la thématique afin de travailler sur ceux-ci.

# Mener une démarche qualité dans le secteur public

Ce stage vous présentera les spécificités des différentes démarches Qualité dans le secteur public. Il vous permettra d'identifier la démarche qui répond le mieux aux problématiques de votre structure afin d'établir un plan d'action Qualité pertinent et de le mettre en œuvre.

## » Etude comparative des différentes démarches qualité

- Chartre et label Marianne.
- Qualiville, Qualité Service Public.
- AFAQ 26000 Collectivités.
- Normes ISO pour le secteur public.

**Travaux pratiques** *Déterminer le référentiel adapté à son organisation. Echanges collectifs.*

## » Enjeux et contraintes de sa structure pour choisir la démarche adaptée

- Les évolutions sociétales et les contraintes pesant sur le secteur public.
- Les attentes des administrés.
- L'Autorité et les élus.
- L'administration, la direction générale, les services et les agents impliqués.
- Les compétences requises, possédées, et la mesure des écarts.

**Travaux pratiques** *Evaluer le degré de qualité actuel de sa structure.*

## » Cartographie des acteurs

- Définitions : Qualité, Management de la Qualité, Système de Management de la Qualité, Manuel Qualité, Processus.
- Les acteurs : membres du comité stratégique et du comité de pilotage, personnes ressources, sponsors.
- Les neuf "qualités personnelles" des acteurs de la Qualité selon la norme NF EN ISO 19011 : 2002.

- Le profil de l'Auditeur Interne Qualité.
- Les organismes certificateurs.

**Travaux pratiques** *Rédiger son cahier des charges Qualité.*

## » Rôle du chef de projet qualité

- Bien se positionner dans l'organisation.
- Comprendre les possibilités organisationnelles.
- Comprendre les interdépendances entre les processus.
- Bien comprendre les rôles et responsabilités.
- Communiquer : avec son équipe, les parties prenantes en interne et en externe.
- Définir les actions de chacun.
- Mesurer et évaluer : disposer et analyser des données et des informations accessibles et fiables.

## » Elaboration d'un plan d'action personnel

- Faire le lien entre la qualité et l'évaluation des politiques publiques.

## » Définir des indicateurs de résultats

- Piloter par objectifs : méthode "QQOQCP", les "5 M" et "l'arbre des causes" ; rédaction par la méthode "MALINS".
- Analyser les modes de défaillances, leurs effets et leur criticité : méthode "AMDEC".
- Elaborer et présenter le plan d'actions : roue de Deming.
- Décliner les actions prioritaires à mettre en œuvre.

**Travaux pratiques** *Rédaction du plan.*



Réf :	DQS
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 12-13 fév./28-29 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas, construction d'un guide d'entretien, jeux de rôles portant sur la communication. Retours d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Collaborateurs impliqués dans la mise en place d'une démarche Qualité, directeur, chef de projet, responsable d'un service accueil ou de services à la population.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous permettra de prendre connaissance de la Charte Marianne afin de définir vos propres engagements qualité ainsi qu'une charte d'accueil adaptée à votre structure. Vous apprendrez à vous servir des outils de cette démarche afin de renforcer l'esprit qualité de vos agents.

	
Réf :	APB
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 8-9 janv./19-20 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Formation active qui se base sur l'échange de pratiques entre les participants et la réalisation d'un plan d'actions à partir d'un autodiagnostic.

**PARTICIPANTS**  
Responsable de services accueil, responsable de services à la population, chef de projet qualité, responsable administratif de collectivités, de l'Etat et d'EPA.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière. Etre concerné par l'amélioration de la relation aux usagers.

**» Cerner les principes et enjeux de la Qualité**

- Les grands principes de l'amélioration de l'accueil.
- Les acteurs de la Qualité.
- Les principaux concepts : Management de la Qualité, Système de management de la qualité, Manuel Qualité.
- La roue Plan-Do-Check-Act de DEMING, le diagramme d'Ishikawa...

**Travaux pratiques** A partir d'exemples, présentation d'une démarche qualité.

**» Etablir ses propres engagements de qualité de service**

- Connaître les engagements de la Charte Marianne et du label Marianne.
- Définir ses objectifs Qualité : temps d'attente, qualité des informations délivrées, accès des services, ouverture...
- Répertoire des non-conformités : temps d'attente trop long, informations erronées...
- Gérer les non-conformités : les actions préventives, curatives, correctives...
- Fixer ses objectifs de progrès et formaliser ses engagements qualité à partir de modèles de charte d'accueil.
- Les spécificités de l'accueil du public handicapé.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un autodiagnostic par les participants de leur service d'accueil et formalisation d'un plan d'actions.

**» Mettre en place le plan d'actions Qualité**

- Définir les objectifs opérationnels : l'accès, l'accueil, la gestion des demandes et des réclamations.
- Déterminer les responsables par objectif opérationnel et/ou service.
- Communiquer les objectifs et éléments de conduite du changement à ses agents : atouts, difficultés et stratégies.
- Décrire le processus : fiche d'identité des processus, logigramme, évaluation des risques.

**Travaux pratiques** Cartographie d'un processus d'accueil et rédaction du logigramme de ce processus.

**» Contrôler et mesurer les résultats**

- Le tableau de bord Qualité : des tableaux de suivi au tableau de bord.
- Les indicateurs : physiques, sociaux, de performance et de progrès.
- Les principaux indicateurs de la Qualité de la relation aux usagers.
- L'audit interne.
- L'évaluation de la satisfaction : rédiger, diffuser et exploiter le questionnaire de satisfaction.
- Fixer de nouveaux objectifs. Correction des écarts et établissement d'un nouveau plan d'actions.

**Travaux pratiques** Elaborer le tableau de bord qualité de l'accueil de sa structure. Echanges sur les pratiques d'évaluation.



Ce stage pratique vous permettra de développer vos aptitudes commerciales et vous montrera comment établir une relation saine et productive avec vos interlocuteurs. Vous apprendrez à insuffler un esprit de relation client et une dimension commerciale au sein de votre organisme du secteur public.

	
Réf :	UBL
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques, retours et partages d'expérience, analyses individuelles et collectives, mises en situation filmées.

**PARTICIPANTS**  
Tout agent ou manager du service public souhaitant développer l'esprit de la relation client dans son activité et améliorer la satisfaction de ses interlocuteurs.

**PREREQUIS**  
Expérience souhaitée de la relation client.

**» Intégrer l'esprit de la relation client à la notion de service public**

- Découvrir ses résistances personnelles.
- Confronter ses points de vue.
- Adopter une vision plus large.
- Transformer les freins en ressources pour le succès de sa démarche.

**Réflexion collective** Analyse individuelle de son rapport à la démarche commerciale, partages en groupe et recherche de solutions.

**» Comprendre les enjeux de la relation client**

- Hiérarchiser les besoins du client.
- Prendre conscience de l'impact de la satisfaction du client sur la relation.
- Mesurer la fidélisation.

**Exercices** Exercice d'empathie vis-à-vis du client, structuration de ses attentes et recherche de solutions adaptées.

**» Réussir la prise de contact**

- Comprendre l'impact du non-verbal sur la première impression du client.
- Structurer sa démarche.
- Dérouler une introduction construite.
- Prendre le leadership lors de l'échange.

**Jeu de rôle** Mise en situation filmée, analysée en groupe et débriefée.

**» Apprendre à connaître son client**

- Prendre conscience du fonctionnement des filtres.
- Maîtriser l'art du questionnement de découverte.
- Développer son écoute active.
- Repérer les motivations rationnelles et irrationnelles du client.

**Exercices** Exercices de questionnement et d'écoute active.

**» Savoir convaincre**

- Respecter les étapes indispensables pour convaincre.
- Transformer les avantages de son offre en bénéfices sur-mesure.
- Eviter les mots et les comportements inadaptés.
- Souligner son discours par une attitude congruente.

**Mise en situation** Travail de construction et d'argumentation. Mise en situation filmée, analysée en groupe et débriefée.

**» Rassurer l'interlocuteur et conclure**

- Gérer son comportement lors d'une situation de tension ou conflictuelle.
- Différencier les types de résistance du client.
- Traiter les objections exprimées ou non exprimées.
- Savoir quand et comment amener la conclusion.

**Mise en situation** Exercice de traitement des objections. Mise en situation filmée, analysée en groupe et débriefée.

# Comptabilité, rh et Concours dans le Secteur Public

La comptabilité et la gestion des ressources humaines dans le secteur public obéissent à des règles et méthodes spécifiques. Nos formations permettent d'acquérir des connaissances précises dans ces domaines. Elles préparent également les candidats aux exigences particulières des concours publics.

## » Comptabilité publique »

- Introduction à la comptabilité publique **Nouveau**  
2j - PUL - p.356
- La comptabilité des établissements d'Etat **Nouveau**  
2j - CEB - p.356
- La comptabilité des collectivités territoriales **Nouveau**  
2j - MCT - p.357
- Obtenir des aides publiques et subventions auprès de l'Union Européenne **Nouveau**  
1j - UEP - p.357

## » Ressources humaines »

- Actualités RH dans la fonction publique **Nouveau**  
1j - ARP - p.358
- Evaluer et prévenir les risques psychosociaux dans la fonction publique **Nouveau**  
2j - EVR - p.358
- Best** Gestion des compétences et des carrières dans le secteur public  
2j - CCP - p.359
- Transmettre les savoirs dans la fonction publique **Nouveau**  
2j - CSU - p.359
- Organiser la mobilité interne dans la fonction publique  
2j - MIU - p.360
- Préparer un entretien de recrutement dans le secteur public  
2j - ECR - p.362

## » Préparation aux concours »

- Concours du secteur public : rédiger une note de synthèse **Nouveau**  
2j - ULI - p.361
- Best** Se préparer à un oral de concours public  
2j - OCP - p.361
- Présenter son parcours professionnel à l'oral dans le secteur public  
2j - PAS - p.362

355

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.



Cette formation pratique vous permettra de prendre connaissance de l'organisation et des principales règles de la comptabilité publique. Vous apprendrez notamment à maîtriser les principaux processus d'élaboration et d'exécution des budgets, à la fois chez le comptable et chez l'ordonnateur.

	
Réf :	PUL
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 26-27 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Apports théoriques et exercices pratiques, études de cas et démonstrations.

### PARTICIPANTS

Comptable général, chef comptable adjoint, agent administratif, collaborateur comptable et toute personne impliquée dans la gestion administrative ou la préparation d'un budget.

### PREREQUIS

Connaissances générales de l'organisation administrative de son établissement ou de sa collectivité.

#### Connaître les spécificités de la comptabilité publique (décret nov. 2012)

- La définition de la comptabilité publique, comparaison avec la comptabilité générale.
- L'organisation et le processus budgétaire public.
- La présentation des fonctions de l'ordonnateur et du comptable public.
- La notion de régie (d'avances, de dépenses...).

#### Maîtriser le processus d'élaboration du budget

- L'annualité, le vote du budget unique, la spécialisation et la non-contraction.
- Le débat d'orientation budgétaire.
- L'état des prévisions de recettes et de dépenses et le budget primitif.
- Le délai de remise et les possibilités de recours et de contrôle de la Cour des Comptes.
- Les décisions modificatives et les virements de crédit budgétaire.

**Travaux pratiques** *Elaborer un budget de fonctionnement (frais généraux, salaires net, charges sociales...) et présenter le budget simplifié.*

#### Comprendre l'exécution budgétaire chez l'ordonnateur

- Les opérations budgétaires et semi-budgétaires.
- Les notions d'engagement, de liquidation et d'ordonnement.
- Les contraintes de l'ordonnateur.

- Les engagements, les commandes, le service fait et la liquidation.
- La transmission des mandats et titres au comptable.

#### Maîtriser l'exécution budgétaire chez le comptable

- Les opérations d'ordre non budgétaire et de trésorerie.
- Le contrôle et la validité des créances et dettes.
- Les dépenses payées sans ordonnancement préalable.
- La suspension et la réquisition de paiement.
- Le délai global de paiement.

**Travaux pratiques** *Exécuter le budget : de l'engagement au mandatement.*

#### Procéder aux opérations de base de clôture

- Les charges à payer ou factures non parvenues.
- Les charges constatées d'avance.
- Les amortissements et les provisions.
- Les intérêts courus non échus.

#### Approcher les états de l'ordonnateur et du comptable

- La situation budgétaire périodique et l'état des engagements en cours.
- Les restes à réaliser et le compte administratif.
- Les charges à payer et les créances en cours.
- L'état des dettes à payer et le compte de gestion.
- La comparaison entre le compte administratif et le compte de gestion.

**Exemple** *Présenter les états suite aux écritures comptabilisées.*

Cette formation vous permettra d'approfondir vos connaissances de la comptabilité des établissements de l'Etat. Vous apprendrez notamment à maîtriser un budget depuis son élaboration jusqu'à la clôture des comptes et la présentation des états financiers.

	
Réf :	CEB
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 5-6 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Apports théoriques et exercices pratiques, études de cas et démonstrations.

### PARTICIPANTS

Responsable du budget, chef comptable, contrôleur de gestion, contrôleur budgétaire et tout responsable opérationnel impliqué dans la comptabilité des établissements de l'Etat.

### PREREQUIS

Compétences comptables de base et connaissances approfondies du processus budgétaire de son établissement.

#### Détailler les instructions comptables M91, M93 et M95

- La double tutelle des deux ministères.
- L'impact de la concurrence sur le management comptable.
- La double gestion des comptabilités publique et privée.
- Les organes de gouvernance et le contrôle interne des processus.

**Réflexion collective** *Echanges sur les particularités de ces instructions comptables.*

#### Distinguer les EPA et les EPIC

- Le droit applicable et la compétence juridictionnelle.
- Le statut du personnel.
- La tutelle et le contrôle de l'Etat.

#### Détailler l'élaboration du budget dans les établissements de l'Etat

- Le compte de résultat prévisionnel.
- Le tableau de financement prévisionnel.
- La capacité d'autofinancement.
- Le calcul du FRNG (Fonds de Roulement Net Global).
- La présentation des Autorisations d'Engagement (AE) et des Crédits de Paiement (CP).

**Travaux pratiques** *Elaborer le budget de fonctionnement (dépenses par chapitres budgétaires, investissements pluriannuels...) et présenter le budget détaillé.*

#### Maîtriser le processus budgétaire des établissements de l'Etat

- Le comptable public chef du service comptable.
- L'impact de la gestion LOLF.
- Les contraintes du contrôle interne.
- La gestion de la masse salariale.

**Travaux pratiques** *Maîtriser le processus budgétaire des établissements de l'Etat.*

#### Gérer les opérations de clôture pour les établissements de l'Etat

- La production immobilisée.
- La gestion du transfert des charges et des charges à répartir.
- Les amortissements et provisions (prorata temporis).

#### Etablir les états financiers de l'ordonnateur et du comptable

- Les réalisations budgétaires périodiques.
- La détermination de la CAF et le montage du tableau de financement.
- Le compte de résultat, les charges et les produits.
- Le tableau de financement pluriannuel.
- Le document prévisionnel de gestion des effectifs.

**Travaux pratiques** *Comparer les états de l'ordonnateur et du comptable (le compte administratif, le bilan et le compte de résultat).*

Cette formation vous permettra d'approfondir vos connaissances et votre maîtrise des spécificités de la comptabilité des collectivités territoriales. Vous apprendrez notamment à élaborer un budget, consolider un budget annexe, traiter les opérations de fin d'année et présenter les états financiers.

## » Détailler les instructions M14, M52 et M71

- Les fonctions spécifiques à ces instructions.
- Les modalités de gestion interne des Autorisations de Programmes.
- Les recettes spéciales : FNPTP, DGF, DGE.
- Le contrôle budgétaire de l'affectation du résultat.

## » Parcourir les instructions M4, M61 et M31

- Les subventions spéciales du département pour les SDIS.
- Les budgets des SPIC.
- Le plan de comptes adaptés et le lien avec le PCG.
- Les OPH : compétences et présentation de leurs états.

**Réflexion collective** Echanges sur les particularités de ces instructions comptables.

## » Connaître les spécificités du budget des collectivités territoriales

- Les chapitres budgétaires votés par nature ou par fonction.
- Les règles d'équilibre et d'acceptation du budget.
- Le planning d'élaboration puis de remise du budget.

## » Comprendre le budget annexe et la gestion de la TVA

- Le rôle du budget annexe. Le principe de consolidation.
- Le principe de base et le calcul de la TVA.
- L'établissement de la déclaration puis le paiement.

**Travaux pratiques** Elaborer le budget de fonctionnement et présenter le budget détaillé.

## » Appréhender les relations entre l'ordonnateur et le comptable

- Les relations entre l'ordonnateur et le trésorier de la DGFIP.
- Les protocoles informatiques de communication (Indigo).
- Les particularités de l'utilisation de Helios.
- Le planning de la clôture des comptes.
- Les différents types de mandats.

**Travaux pratiques** Détailler l'exécution budgétaire par l'ordonnateur.

## » Traiter les opérations de fin d'année des collectivités territoriales

- Les amortissements et provisions (base annuelle).
- Les quotes-parts d'affectation de subvention.
- La provision pour les créances douteuses.

## » Etablir les états des collectivités territoriales

- Les sections de fonctionnement et investissement.
- La présentation par nature et par fonction.
- La situation périodique et budgétaire, les budgets annexes.
- La détermination et l'affectation du résultat des différentes sections.
- La ventilation du résultat et la détermination des restes à réaliser.

**Travaux pratiques** Comparer les états de l'ordonnateur et du comptable.



Réf :	MCT
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 7-8 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques et exercices pratiques, études de cas et démonstrations.

### » PARTICIPANTS

Responsable du budget, chef comptable, contrôleur de gestion, contrôleur budgétaire et tout responsable opérationnel impliqué dans la comptabilité des collectivités territoriales.

### » PREREQUIS

Compétences comptables de base et connaissances approfondies du processus budgétaire de sa collectivité y compris les relations avec les trésoriers payeurs.



# Obtenir des aides publiques et subventions auprès de l'Union Européenne

Cette formation vous permettra de mieux comprendre le système complexe des aides publiques et des subventions européennes et de tirer parti de leurs avantages pour votre entreprise. Vous apprendrez à identifier le programme qui vous conviendra et à préparer efficacement votre dossier de demande de financement.

## » Comprendre le fonctionnement des aides publiques et européennes

- Connaître les différents niveaux d'aides : local, national, européen...
- Comprendre les différents types d'aides : subventions, primes, allègements fiscaux, aide au conseil...
- Connaître leurs principaux critères d'éligibilité.
- Identifier les acteurs en charge de la gestion des aides publiques.

**Réflexion collective** Echanges sur les types d'aides envisageables pour chaque participant.

## » Faire appel aux aides publiques au niveau national

- Les aides à la création d'entreprise : allègements fiscaux et exonérations de charges sociales.
- Les aides à l'innovation : statut de jeune entreprise innovante, crédit d'impôt recherche...
- Le financement légal de la formation professionnelle.
- Les aides à la formation : FNE, EDEC, aide à la GPEC...
- L'aide au développement à l'international.

**Etude de cas** Les aides accordées par le Conseil Régional pour le financement des formations professionnelles.

## » Solliciter les aides et subventions européennes

- Les aides directes de la Commission Européenne : subventions FSE, subventions FEDER, INTERREG...
- Les subventions européennes pour les projets de recherche et d'innovation : Marie Curie, ERC...

- Les autres aides et subventions européennes.

**Etude de cas** Accéder aux subventions 2014-2020 de la Commission Européenne.

## » Identifier les avantages pour l'entreprise

- Une prise de risque partagée.
- Un effet de levier financier.
- Une atteinte plus rapide du seuil de rentabilité.
- Un accès à d'autres canaux de financements.
- Une plus grande notoriété.

**Réflexion collective** Echanges et retours d'expérience sur les bénéfices du recours à des aides et subventions.

## » Remplir efficacement un dossier de demande d'aides et de subventions

- Identifier le programme de financement le plus adapté à votre entreprise et accéder aux formulaires de demandes.
- Connaître les règles et procédures d'attribution.
- Définir son projet, en préciser les éléments financiers et réussir son montage budgétaire.
- Mettre en place une veille sur les aides et subventions.

**Travaux pratiques** Préparer son dossier de candidature : diagnostiquer les forces et faiblesses du projet, identifier les pièces justificatives à communiquer.



Réf :	UEP
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 27 mars/22 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques et retours d'expériences. Echanges et exercices pratiques sur la rédaction de dossiers de demandes d'aides et de subventions.

### » PARTICIPANTS

Dirigeants de PME et de groupe, directeurs administratifs et financiers, chargés de développement et autres porteurs de projets, entrepreneurs, freelance, responsables d'association...

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Une journée pour retracer l'actualité de l'année en matière de ressources humaines dans la fonction publique. Les réformes, les actions entreprises, la mise en place de nouveaux outils, les textes juridiques... sont expliqués tant dans leur contenu que dans leur mise en œuvre.

» Modification du régime indemnitaire des fonctionnaires

- Appréhender la création de l'indemnité de fonction, de sujétion et d'expertise - IFSE.
- Distinguer les apports de cette nouvelle indemnité.
- Identifier la composition de l'IFSE.
- Comprendre les modalités d'attribution de l'IFSE.
- Cerner l'application juridique de l'IFSE.

» Renforcement de la prévention en matière de risques psychosociaux

- Rappel des accords cadres 2008 et 2009.
- Connaître l'accord cadre du 22 octobre 2013.
- Discerner la responsabilité des chefs de service en matière de prévention des RPS.
- Elaborer un dispositif d'appui à l'élaboration et à la mise en œuvre des plans de prévention.

» La lutte contre le harcèlement sexuel dans la fonction publique

- Définir et comprendre ce qu'englobe le harcèlement sexuel.
- Définir et cerner les comportements relevant du harcèlement moral.
- Cerner le cadre du statut général de la fonction publique.
- Déterminer les éléments contribuant à la prévention du harcèlement sexuel.

» Modification du cadre de gestion des contractuels

- Cerner l'évolution de l'entretien d'évaluation.
- Prendre en compte les modifications sur le recrutement des contractuels de nationalité étrangère.
- Appliquer les changements à la rédaction du contrat.

» La réforme des parcours professionnels, carrières et rémunérations

- Appréhender les améliorations effectuées en matière de gestion des emplois.
- Connaître les rénovations et simplifications de l'architecture statutaire.
- Connaître les simplifications des règles et dispositifs effectués dans la gestion des agents.
- Connaître les dispositions en matière de rénovation de grilles indiciaires.

» Les dernières évolutions de l'actualité RH

- Identifier les différentes évolutions ou réflexions en cours.
- Comprendre l'impact de ces modifications éventuelles sur la fonction RH.
- Envisager les modifications de fonctionnement à anticiper.



Réf :	ARP
Durée :	1 jour
Paris :	12 déc. 2014 27 mars/19 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

» PARTICIPANTS

Responsables RH ainsi que tout agent souhaitant être informé.

» PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



Evaluer et prévenir les risques psychosociaux dans la fonction publique

Cette formation vous permettra de prendre conscience des enjeux liés aux risques psychosociaux. Vous apprendrez à identifier les principaux facteurs nécessaires pour mettre en œuvre une démarche préventive du stress et des situations de souffrance au travail au sein de votre organisation.

» Comprendre les risques psychosociaux

- Repérer les enjeux des risques psychosociaux au sein de l'organisation.
- Maîtriser le cadre réglementaire et législatif.
- Comprendre l'impact de la prise en compte des RPS sur l'organisation et la santé.
- Repérer les situations de mal-être au travail : de la souffrance au burnout.
- Identifier des facteurs de risques et leurs conséquences.
- Différencier les rôles et responsabilités des différents acteurs.
- Distinguer les différents types de prévention : primaire, secondaire, tertiaire.

**Réflexion collective** Repérer les risques psychosociaux à travers plusieurs situations professionnelles.

» Evaluer les risques psychosociaux au sein de l'organisation

- Initier la démarche auprès des différents acteurs.
  - Mettre en place un comité de pilotage.
  - Communiquer sur le projet aux différents acteurs.
  - Préparer le pré-diagnostic permettant de faire émerger le risque.
  - Organiser la collecte des données disponibles.
- Exercices** Définir des indicateurs clés et créer une grille de diagnostic.

» Analyser les risques psychosociaux au sein de l'organisation

- Réaliser le diagnostic approfondi permettant d'identifier les sources de stress.
- Cartographier les facteurs de risques au sein de l'organisation.
- Restituer et partager les résultats du diagnostic.
- Définir le plan d'action avec le comité de pilotage et le valider.
- Informer le personnel sur le projet.

**Travaux pratiques** Réaliser une cartographie des risques et établir un plan d'actions.

» Déployer une politique de prévention des RPS au sein de l'organisation

- Déployer le plan d'actions.
- Mettre en place des groupes de travail.
- Organiser le suivi par le comité de pilotage.
- Evaluer et pérenniser la démarche.
- Mettre en place une veille pour anticiper et traiter les situations individuelles et/ou collectives sensibles.
- Actualiser le DUERP (Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels).

**Travaux pratiques** Organiser une campagne de communication sur la politique de prévention de l'organisation.



Réf :	EVR
Durée :	2 jours
Paris :	20-21 nov. 2014 5-6 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

» PARTICIPANTS

Managers, collaborateurs des ressources humaines.

» PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous présentera les principaux enjeux de la gestion de carrière dans le secteur public. Vous apprendrez à identifier les nouveaux leviers d'évolution des agents et à évaluer les compétences individuelles au regard des compétences requises afin de construire un dispositif performant.

## » Comprendre les enjeux de la gestion des compétences et des carrières

- Les définitions et le cadre juridique.
- Les évolutions des métiers : progrès technologiques, enjeux économiques, méthodes de travail, styles de management.
- La continuité de carrière et la séparation du grade et de l'emploi.
- Les nouvelles règles de recrutement et d'intégration d'un collaborateur : CDI, intérim...
- Les impacts de la L.O.L.F.
- Les apports de la G.P.E.E.C : Gestion Prévisionnelle des Emplois, des Effectifs et des Compétences.

**Travaux pratiques** *Réflexion collective : travail en sous-groupes sur les points d'attention et les enjeux principaux. Restitution en grand groupe.*

## » Gérer les carrières

- Les promotions et procédures d'avancement.
- La mobilité interne dans la fonction publique.
- Les disponibilités pour convenances personnelles.
- Les procédures de reclassement.
- La mise en disponibilité d'office et la cessation d'activité.

**Travaux pratiques** *Echanges participatifs sur les éléments prépondérants entrant dans l'élaboration d'une stratégie systémique de gestion de la compétence.*

## » Identifier et optimiser les compétences au regard de l'organisation

- L'évaluation des compétences des agents : de la notation à l'entretien annuel d'évaluation.
  - L'évaluation et la progression des agents : manière de servir, demande, besoin et potentiel individuel.
  - Les possibilités de son organisation : pyramide des âges, structure de l'emploi, quotas, postes budgétaires.
- Travaux pratiques** *Autodiagnostic de son organisation et rédaction d'un plan d'actions de progrès. Echanges participatifs sur les moyens efficaces d'identifier les compétences des agents.*

## » Gérer les compétences des agents

- Les compétences nouvelles ou rares.
  - Créer un référentiel de compétences.
  - Les entretiens individuels et la détermination des écarts par rapport aux exigences du poste.
  - Le rôle de la formation professionnelle, du bilan de compétences, de la VAE et de la R.A.E.P.
  - Les instances de régulation et de décision : C.T.P, C.A.P, commissions, réunion de revue des compétences.
- Travaux pratiques** *Mises en situation d'entretiens individuels de mesure des écarts. Débriefing collectif. Construction en groupe d'une analyse S.W.O.T. sur les rôles des instances dans la gestion des compétences.*



Réf :	CCP
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 8-9 janv/19-20 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques et méthodologiques, nombreux échanges et analyses de pratique, mises en situation.

### » PARTICIPANTS

Agents de catégorie A et B de la Direction des Ressources Humaines.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Transmettre les savoirs dans la fonction publique

nouveau

Ce stage vous montrera comment assurer un transfert efficace des savoirs et des compétences dans le secteur public. Vous verrez aussi les processus à mettre en place pour assurer un transfert des connaissances plus particulièrement des seniors vers les juniors.

## » Placer le transfert des savoirs au niveau stratégique de son organisation

- Cerner les enjeux de son administration en matière de transfert de savoir : départs à la retraite, mobilité...
- Distinguer les spécificités de la collaboration professionnelle entre générations.
- Prendre conscience des avantages du transfert des savoirs : préservation des connaissances, innovation...
- Identifier les avantages à manager des seniors dans la mise en place d'un transfert des savoirs.

**Travaux pratiques** *Les participants réalisent une analyse de leur organisation sur la base d'un support remis lors de la formation.*

## » Créer les conditions du transfert des savoirs dans son administration

- Connaître les modes de transfert des savoirs : tutorat, formation, groupes de pairs...
- Maîtriser la méthode de l'entretien de succession.
- Identifier les connaissances stratégiques à transférer : méthodes de recueil et forme de transmission.

**Travaux pratiques** *Les participants établiront un plan d'actions du transfert des savoirs pour leur organisation.*

## » Capitaliser sur les compétences

- Adapter les pratiques professionnelles à la capitalisation et au partage des savoirs : le digital management.
- Restituer les compétences stratégiques : décrire le travail réel par l'analyse des situations professionnelles.
- Organiser le suivi de l'évolution des compétences stratégiques.

**Travaux pratiques** *Les participants décriront les processus et procédures à suivre pour gérer les compétences stratégiques.*

## » Mettre en place le transfert des compétences

- Produire les documents de transfert des compétences et les valoriser.
- Organiser le transfert des savoirs : formation des agents à l'entretien de succession, permettre l'apprentissage...
- Faciliter la coopération entre les seniors et les juniors, entre managers et opérationnels.

**Travaux pratiques** *Les participants décriront un processus d'actions permettant la mise en place d'un transfert de compétences.*



Réf :	CSU
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 23-24 avril 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de notions théoriques et de mise en pratique personnalisée des savoirs.

### » PARTICIPANTS

Tout responsable d'équipe ou d'administration souhaitant développer le transfert des savoirs.

### » PREREQUIS

Expérience du management d'équipe et de projets.

A la fin de ce stage, vous serez en mesure de gérer efficacement un processus de mobilité interne intégré dans votre stratégie RH. Vous apprendrez à accompagner les services et les agents dans cette démarche, à évaluer les compétences de vos collaborateurs et à mener un entretien de mobilité.



Réf :	MIU
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Cas pratiques sur la méthodologie et les outils d'un dispositif de mobilité interne. Mises en situation d'entretiens.

**PARTICIPANTS**  
Tout responsable Ressources Humaines en charge de la mobilité interne.

**PREREQUIS**  
Travailler sur des missions liées à la mobilité interne en administration, collectivité, EPCI et EPA.

**» Connaître les dispositifs de mobilité interne et de redéploiement**

- Les dispositifs propres à chaque fonction publique : FPT, FPH, FPE.
- Les dispositifs de mobilité interfonctions publiques.
- La mobilité interne : définition de son périmètre.
- Les formes de mobilité : déroulement de carrière, reconversion, mobilité obligatoire, reclassement professionnel...

**Travaux pratiques** *Réflexion collective sur les éléments statutaires de la mobilité interne.*

**» Cerner les enjeux de la mobilité interne**

- La mobilité au cœur de la GPEC.
- Les causes inhérentes : allongement de la durée de vie, usure professionnelle, prévention des risques psychosociaux...
- Les freins et ressorts de la mobilité.

**Travaux pratiques** *Diagnostic du processus actuel de mobilité au sein de sa structure. Echanges participatifs.*

**» Construire un dispositif de mobilité interne**

- Transmettre la connaissance : la pyramide des âges.
- Maintenir les compétences clés : le plan de remplacement.
- Adapter les effectifs aux missions : problèmes de sur- et sous-effectifs.
- Favoriser la loyauté des agents : donner des perspectives et diversifier les parcours professionnels.
- Détecter les potentiels : le comité de carrière.

• Identifier des passerelles : intégrer votre dispositif de mobilité interne à vos plans recrutement et formation.  
**Travaux pratiques** *Présentation de dispositifs et recherche par les stagiaires d'axes d'amélioration.*

**» Conduire l'entretien de mobilité**

- Construire un cadre : charte de mobilité interne, entretien d'évaluation, supports pour exprimer les souhaits.
  - Préparer l'entretien : répertoire des métiers et des compétences, régime indemnitaire, tableau des effectifs...
  - Maîtriser les étapes de l'entretien : compétences acquises transférables, motivation, projet, formation, plan d'action.
  - Rédiger le compte rendu de l'entretien de mobilité. Vérification, diffusion, confidentialité.
- Travaux pratiques** *Mises en situation : conduire un entretien de mobilité. Echanges de bonnes pratiques.*



## Le conseil Orsys : un interlocuteur dédié

90 consultants vous informent de l'évolution de nos formations et vous conseillent dans le choix des programmes et des cursus ORSYS.



- » analyse vos besoins au travers de l'étude de votre plan de formation.
- » identifie les programmes et cursus ORSYS correspondant aux profils et objectifs des personnes concernées.
- » valide la bonne adéquation des cours proposés, des objectifs et des prérequis.
- » vous accompagne dans vos choix de formation et leur mode de réalisation.
- » assure le suivi qualité des formations.

Votre consultant est accompagné par l'équipe Offre et Qualité qui dispose d'une connaissance approfondie de notre offre pour répondre aux questions les plus techniques et vous aider dans l'élaboration de votre plan de formation.

# Concours du secteur public : rédiger une note de synthèse

nouveau



Cette formation est conçue pour vous permettre d'acquérir des méthodes éprouvées de préparation à l'épreuve de synthèse des concours publics. Vous vous exercerez à analyser finement des sujets et des dossiers, à élaborer des plans structurés adéquats et à rédiger rapidement vos synthèses.

## » Comprendre les attentes d'une épreuve de synthèse

- Connaître les objectifs et les contraintes de l'épreuve de synthèse.
- Savoir exploiter des connaissances métiers.
- Savoir intégrer des éléments de culture générale.

**Réflexion collective** Informations. Débat et échanges. Analyses individuelles des notes de cadrage.

## » Analyser un sujet de synthèse

- Savoir analyser des sujets de concours.
- Dégager les enjeux et les pièges.
- Dégager une problématique.
- Construire un plan a priori à partir des notes prises et l'affiner.

**Exemple** Exemples et analyses de sujets de synthèse. Exercices pratiques pour réinvestir les acquis dans la construction de plans.

## » Acquérir des techniques de lecture rapide

- Savoir classer en fonction de la nature des documents.
- Pratiquer cinq techniques de lecture rapide : survol, repérage, écrémage, approfondissement et reformulation.

**Exercices** Exercices pratiques de lecture rapide.

## » Maîtriser les contraintes techniques rédactionnelles

- S'adapter au type de plan attendu.
- Grouper, ordonner et répartir les notes pour équilibrer

un plan : les paragraphes, les parties.

- Savoir rédiger dans l'ordre : développement, conclusion, introduction.
- Respecter la longueur attendue pour la note de synthèse.
- Choisir un style rédactionnel adéquat.

**Exercices** S'exercer à la rédaction de différentes parties d'une note de synthèse.

## » Savoir prendre des notes

- Technique spécifique de prise de notes pour l'épreuve de synthèse écrite des concours publics.
- Exploiter un tableau à double entrée.
- Gérer le "tout papier" : documents, notes, copie.
- Savoir lire, noter, répartir et mettre en relation.

**Exercices** Prendre des notes en vue d'une synthèse de documents.

## » Gérer une épreuve de concours

- Chronométrer les étapes d'élaboration de la synthèse le jour de l'épreuve.
- Planifier sa préparation.
- Matériel à prévoir et ergonomie de son espace de travail.
- Organisation logistique.
- Gérer l'avant jour J.
- Quelques remèdes au stress.

**Echanges** Conseils pratiques, échanges et retours d'expérience.



Réf :	ULI
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 26-27 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices d'analyse de sujets, de prise de notes, de lecture rapide et de rédaction. Echanges, debriefings et réflexions collectives.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant se préparer à l'épreuve de synthèse écrite d'un concours public.

### » PREREQUIS

Avoir une pratique rédactionnelle et des capacités de synthèse adaptées au concours présenté.

# Se préparer à un oral de concours public



Préparer un oral de concours est souvent source de stress. Vous apprendrez à construire votre discours de façon efficace et à valoriser votre image en maîtrisant votre attitude et vos émotions. Vous acquerez par ailleurs une méthodologie fiable pour cerner le sujet et répondre aux questions qui vous seront posées.

## » Susciter l'intérêt du jury

- Cohérence du parcours, du profil et du concours : donner confiance au jury.
- Etre présent, occuper l'espace et le temps de l'épreuve.
- Quoi dire et comment le dire ? Le langage verbal, non verbal et paraverbal.

**Travaux pratiques** Construction collective d'une carte mentale pour identifier les facteurs clés de succès. Autodiagnostic de ses forces et points d'amélioration.

## » Améliorer sa communication et gérer son stress

- Identifier ses réactions instinctives lors d'un oral à fort enjeu.
- Prendre conscience de l'image de soi : image projetée et image reçue.
- Bien se synchroniser sur la communication de ses interlocuteurs.
- Poser des questions, formuler une demande, répondre à une critique.
- Savoir reformuler : préciser les attentes, comprendre le schéma mental de son interlocuteur, avoir du temps.
- Identifier ses facteurs de stress lors d'un oral de concours.
- Gérer son stress et développer son empathie.
- Répondre aux questions du jury et s'entraîner à savoir improviser.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées sur les techniques de communication. Exercices d'improvisation pour être plus à l'aise à l'oral.

## » Répondre aux attentes du jury

- Les notes de cadrage, culture "d'entreprise", codes et repères : renforcer le sentiment d'appartenance.
- Les différents types de membres des jurys.
- Rattraper des erreurs et conserver ses chances de succès.

**Travaux pratiques** Cerner les attentes du jury.

## » S'organiser avant l'oral

- Le code vestimentaire.
- La veille de l'oral.
- L'organisation logistique.
- La visualisation positive : se mettre dans de bonnes conditions mentales.

**Travaux pratiques** Etude de cas basée sur le sport de haut niveau et les techniques de visualisation positive.

## » Préparer et optimiser sa présentation

- Utiliser la carte mentale ou un schéma pour représenter son propos.
- Se présenter de façon optimale.
- Introduire son sujet avec impact.
- Construire son plan.
- Savoir conclure efficacement.
- Faire passer son message : utiliser le concept d'intelligences multiples pour s'assurer d'être compris.
- Faire face efficacement aux objections.

**Travaux pratiques** Mises en situation : simulations d'oraux suivies de restitutions personnalisées.



Réf :	OCP
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 23-24 fév./7-8 avril 2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 30-31 mars/15-16 juin 2015
Groupe 2	6-7 nov. 2014 30-31 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mises en situations filmées suivies d'une restitution individualisée. Chaque stagiaire expérimente plusieurs oraux. Echanges participatifs.

### » PARTICIPANTS

Agents de la fonction publique ou étudiants souhaitant s'entraîner aux épreuves orales.

### » PREREQUIS

Etre candidat à un concours interne, externe ou à un examen professionnel.

# Préparer un entretien de recrutement dans le secteur public

Cette formation, destinée aux managers de la fonction publique, vous permettra de maîtriser la posture du recruteur lors des entretiens. Vous disposerez de la méthodologie pour promouvoir le poste et saurez objectiver vos choix de candidats sur des critères concrets d'adéquation profil-poste-compétences.



Réf :	ECR
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 12-13 fév./28-29 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Analyse d'une fiche de poste, d'un CV et d'une lettre de motivation, mises en situation d'entretiens, étude de cas, exercices collectifs.

**PARTICIPANTS**  
Cadres de la fonction publique en situation de management d'équipe, directeurs, chefs de service, chefs de bureau...

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## La réglementation des entretiens de recrutement

- Les informations que l'on ne peut pas demander.
- La notion de discrimination.

## Définir le besoin

- Les objectifs.
- Les caractéristiques du poste à pourvoir.
- Le profil de la personne recherchée.

## Analyser la situation professionnelle

- Présenter la situation de travail.
- Identifier le contexte de la situation de travail.
- Analyser les exigences professionnelles.
- Le champ de relation du poste.

**Réflexion collective** Echanges sur l'analyse du contexte du recrutement.

## Rédiger la fiche de poste

- L'intitulé du poste.
- Les missions et activités.
- Le champ de la technicité et les compétences exigées.
- La durée d'occupation.
- Les opportunités envisageables.
- Le profil requis.

**Mise en situation** Analyse d'une fiche de poste type et échange entre les participants sur un métier type. A partir d'une grille de sélection, analyse d'un curriculum vitae et d'une lettre de motivation.

## Rédiger une annonce

- Identifier son objectif.
- Identifier les cibles de l'annonce.
- Trier et hiérarchiser les informations.
- Valoriser les caractéristiques essentielles du poste.
- Rédiger un plan.

## Préparer l'entretien

- Définir son objectif personnel pour l'entretien.
- Préparer un plan de conduite de l'entretien.

**Exercices** Elaboration d'une grille d'entretien sur la base d'une fiche de poste.

## Les étapes de l'entretien

- L'accueil.
- Présentation du poste : le marketing du poste.
- Présentation de l'agent.
- Analyse du profil du candidat : la détection de son potentiel en rapport avec le poste.
- La conclusion de l'entretien.

**Mise en situation** Mises en situation d'entretiens et proposition d'une grille d'analyse.

## Les techniques pour mener un entretien efficacement

- La prise de notes lors de l'entretien.
- La communication en entretien, l'écoute, le questionnement et la reformulation.

**Mise en situation** Exercices de communication.

# Présenter son parcours professionnel à l'oral dans le secteur public

Cette formation vous permettra d'identifier vos compétences clés, de décrire et communiquer à l'oral votre projet professionnel. Vous apprendrez à clarifier vos objectifs professionnels pour ensuite bâtir votre plan de développement.



Réf :	PAS
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 5-6 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Rédaction de son curriculum vitae, présentation de son parcours professionnel, mises en situation d'intervention.

**PARTICIPANTS**  
Cette formation s'adresse à toute personne devant passer un concours ou un entretien de recrutement.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

## Elaboration de son bilan professionnel

- Présentation de verbes et d'adjectifs de compétence.
- Identifier ses savoir-être : attitudes et rapport au travail, valeurs, motivations, moteurs et freins.
- Analyser son parcours professionnel, les activités principales réalisées, les compétences acquises.
- Valoriser les expériences personnelles.
- Identifier les potentiels.
- Situer son parcours professionnel.
- Présenter les métiers des fonctions publiques.
- Analyser les fiches emploi types correspondant aux compétences des participants.

**Exercices** A l'aide du bilan professionnel réalisé, rédaction et présentation orale de son curriculum vitae.

## Elaboration et présentation de son projet professionnel

- Clarifier ses objectifs professionnels, tenir compte de ses valeurs et aspirations.
- Identifier les freins et résistances.
- Constituer un dossier de mobilité pertinent.
- Elaborer son plan de développement professionnel.
- Clarifier ses besoins en formation.
- Identifier les pistes de mobilité en interne et en externe, envisager l'environnement cible.
- Déterminer une stratégie de mise en œuvre de ses objectifs.
- Formaliser un cahier des charges de son projet professionnel.

**Exercices** Présentation à l'oral des projets professionnels.

## Présentation de son parcours et de son projet professionnel à l'oral

- Préparer son intervention orale.
- Choisir le ou les objectifs de communication.
- Rédiger son message clé.
- Préparer le plan de son intervention. Introduire le sujet. Construire le sujet. Conclure.
- Les techniques efficaces de l'intervention orale.
- Soigner son attitude : voix, regard, corps, geste.
- Capter l'attention de l'auditoire.
- Faire face à des questions embarrassantes ou imprévues.

**Mise en situation** Présentation de son parcours et projet professionnel. Analyse des points forts et points d'amélioration. Feedback pour améliorer le discours.

Les stages pratiques Orsys dans ce domaine sont conçus et dispensés par des experts des marchés publics. Ils permettent aux acheteurs d'approfondir leur connaissance de la réglementation, de mieux préparer leurs appels d'offres et de gérer efficacement les marchés conclus.

### » Offre publique : préparation, négociation, suivi »

Préparer et rédiger un dossier de consultation pour un marché public **Nouveau**  
2j - DON - p.365

Techniques d'achats dans les marchés publics **Nouveau**  
2j - TPU - p.365

Négocier efficacement ses achats publics  
2j - NAC - p.366

Préparer et lancer un appel d'offres dans le secteur public  
2j - AOU - p.366

Marchés publics : techniques d'analyse des offres **Nouveau**  
1j - PMT - p.367

Gérer un contentieux de marché public **Nouveau**  
2j - CTT - p.367

**Best** Intégrer le développement durable dans les achats publics  
2j - DDA - p.368

### » Marchés publics : actualités, réglementation »

Actualités des marchés publics **Nouveau**  
1j - AMR - p.364

**Best** Maîtriser la réglementation des achats publics  
3j - APU - p.364

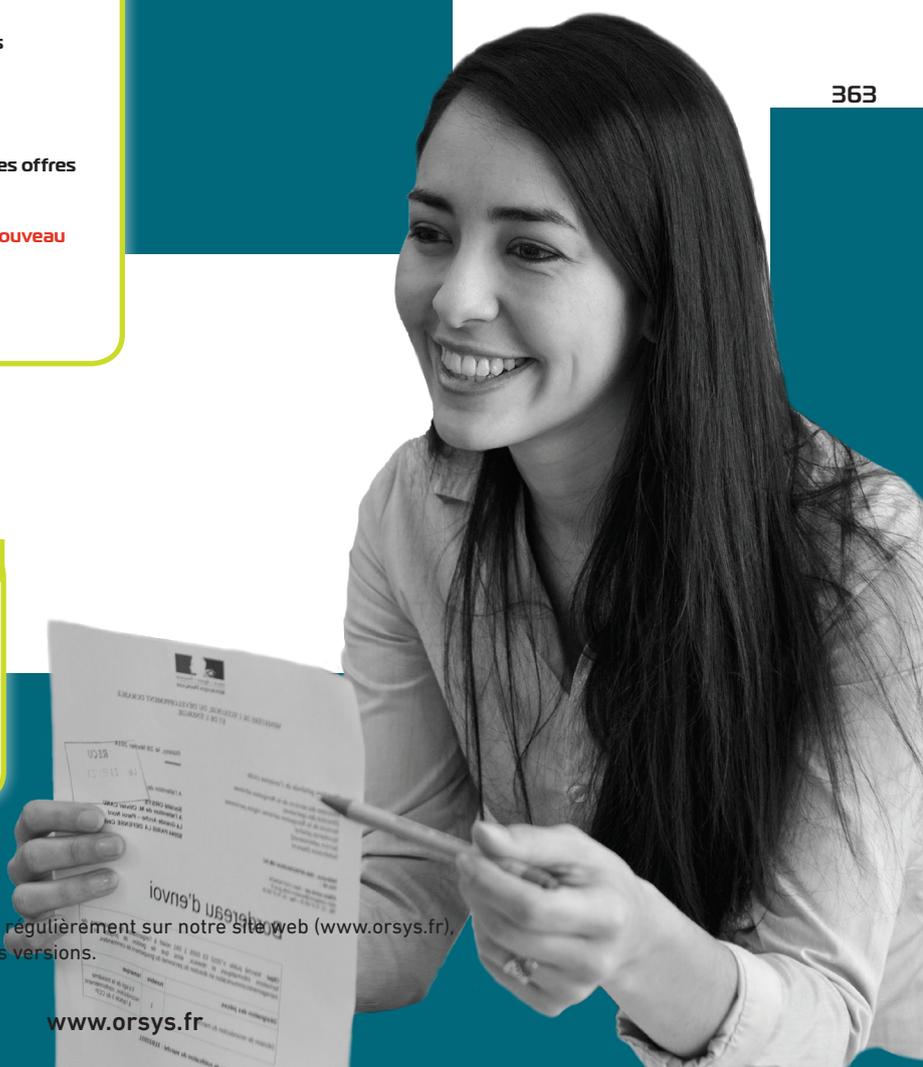
**Best** Intégrer le développement durable dans les achats publics  
2j - DDA - p.368

### » Achats publics sectoriels »

Secteur public : l'achats des prestations informatiques  
2j - CPS - p.368

Marchés de travaux publics  
2j - TUC - p.369

Secteur public : l'achats des prestations de services **Nouveau**  
2j - STP - p.369



Ce séminaire vous présentera les évolutions récentes du droit et les dernières actualités réglementaires et jurisprudentielles concernant les marchés publics. Vous verrez également les nouvelles pratiques en matière de passation, de montage, d'achèvement et d'exécution d'un marché.

#### » Les évolutions en matière de passation d'un marché

- L'évolution des seuils de publicité.
- Les nouvelles procédures de passation des marchés.
- La définition des besoins.
- Le recours croissant aux procédures de dématérialisation.
- Les nouvelles obligations des acheteurs et des candidats.

#### » Les modifications relatives au montage contractuel d'un marché

- Les évolutions des règles d'allotissement d'un marché.
- Les différentes formes de marchés : marchés ordinaires, marchés à bons de commande, marchés à tranches...
- Les modifications des règles concernant les pièces d'un marché.
- La formalisation des critères de sélection des offres.
- Les évolutions des obligations des acheteurs et des candidats en matière de contractualisation.
- La mise en place de procédures d'achats responsables et l'impact des critères environnementaux.

#### » Les évolutions en matière d'achèvement de la procédure de marché

- Les techniques d'analyse des offres.
- Le cas particulier de l'offre anormalement basse.
- Les conditions et motivations du rejet de l'offre et les pièces communicables aux candidats.

- Les obligations de notification d'un marché.
- L'avis d'attribution d'un marché.
- Les règles juridiques d'archivage d'un marché.
- Focus : étude de décisions rendues par la Commission d'Accès aux Documents Administratifs (CADA).

#### » L'actualité relative à l'exécution d'un marché

- Les opérations de vérification des prestations.
- Le règlement financier d'un marché : avance, acomptes, solde...
- Le paiement des sous-traitants.
- Les règles relatives aux délais de paiement et aux intérêts moratoires.
- Les évolutions de la réglementation concernant le référé précontractuel, le référé contractuel et la suspension.
- Les nouvelles mesures relatives au délit de favoritisme et au délit de corruption.



Réf : AMR

Durée : 1 jour

Paris 28 nov. 2014  
27 mars/12 juin 2015

Prix : 970 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

#### » PARTICIPANTS

Professionnels chargés de l'application du Code des marchés publics.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.



## Maîtriser la réglementation des achats publics

364

Cette formation vous présentera les principales dispositions du Code des marchés publics et les procédures associées. Elle vous montrera comment en assurer la préparation et le suivi, et comment identifier les obligations des acheteurs et des titulaires.



Réf : APU

Durée : 3 jours

Paris 20-22 oct./15-17 déc. 2014  
16-18 fév./20-22 avril 2015  
1-3 juin 2015

Groupe 1 8-10 déc. 2014  
9-11 fév./26-28 mai 2015

Groupe 2 1-3 déc. 2014  
2-4 fév./18-20 mai 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

#### » EXERCICES

Exercices d'application en sous-groupes, étude de cas suivie d'échanges.

#### » PARTICIPANTS

Acheteurs publics, dirigeants, gérants, directeurs commerciaux, juristes d'entreprise et tout collaborateur appelé à formuler une offre commerciale auprès d'un acheteur public.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » La préparation du marché

- La définition des besoins et l'estimation financière.
- L'allotissement du marché.
- Les clauses sociales et environnementales.
- Le cas des marchés réservés, article 15 du CMP.
- La durée du marché.
- Le choix du CCAG et la délibération.

**Travaux pratiques** Exercice sur l'étude et l'analyse pratique du CCAG fournitures et services.

#### » Le formalisme à respecter

- Les délais et la publicité.
- La commission d'appel d'offres.
- L'interdiction de soumissionner.

**Travaux pratiques** Les obligations relatives à la dématérialisation des procédures et à l'organisation d'enchères électroniques.

#### » Les procédures de passation des marchés publics

- La procédure adaptée, la procédure d'appel d'offres.
- Le marché négocié. Le dialogue compétitif.

#### » Les documents constitutifs du marché

- L'avis d'appel public à la concurrence.
- Le règlement de la consultation.
- Le cahier des clauses administratives et techniques.
- L'acte d'engagement.

**Travaux pratiques** Rédaction simplifiée d'un Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP).

#### » La sélection des offres

- La sélection des candidats en fonction des renseignements fournis.
- L'examen des offres et la pondération des critères.
- L'offre anormalement basse, article 55 du CMP.
- La rédaction du rapport d'analyse des offres.

**Exercices** Construire un tableau d'analyse des offres, en groupe.

#### » L'attribution du marché

- Le rôle du pouvoir adjudicateur.
- Le rôle de la CAO et de son président.
- La rédaction du rapport de présentation.
- L'information à communiquer aux candidats évincés, article 80 du CMP.
- Le rôle et avis de la CADA.
- La notification du marché et l'avis d'attribution.
- Le contrôle de légalité.

**Travaux pratiques** Echanges interactifs. Comment motiver efficacement la lettre de rejet des offres ?

#### » L'exécution du marché

- Le règlement financier du marché.
- Les délais de paiement et les intérêts moratoires.
- Les pénalités de retard. Les avenants.
- Le règlement amiable des différends.
- Les recours et contentieux.

**Travaux pratiques** Atelier sur le référé précontractuel et contractuel dans les marchés publics.

# Préparer et rédiger un dossier de consultation pour un marché public

nouveau



Ce stage vous montrera comment concevoir et rédiger un dossier de consultation dans le cadre d'un marché public. Vous prendrez connaissance des dispositions à respecter et verrez comment procéder à la sélection des offres et à la rédaction du rapport d'analyse.

## » Rappel des principes fondamentaux de la commande publique

- Maîtriser les spécificités du Code des marchés publics.
- Connaître les clauses devant figurer dans le règlement de consultation.
- Les critères de choix des candidatures et des offres.

## » Définir les besoins

- Identifier les critères : objet, demandeur, prescripteur, utilisateur, qualité, quantité, budget, délais et moyens.
- L'organisation interne, les outils et les supports de recensement des besoins.

**Etude de cas** Réaliser un support de recensement des besoins.

## » Identifier les pièces constitutives d'un marché

- Les pièces obligatoires selon le type de marché passé.
- Le CCAP, le CCTP, le règlement de consultation et l'acte d'engagement.
- L'adaptation de ces pièces aux procédures adaptées.

## » Préparer son marché et la mise en concurrence

- Sécuriser la rédaction de la publicité : les informations à insérer, les mentions obligatoires...
- Rédiger les renseignements d'ordre administratif, financier et technique.
- Présenter les critères de jugement des offres.

**Travaux pratiques** Recenser les erreurs les plus fréquentes dans un avis de publicité.

## » Rédiger le cahier des charges et le CCTP

- Traduire l'analyse fonctionnelle en cahier des charges.
- Concilier veille technique et égalité de traitement.
- Proposer un cadre de réponse technique facilitant les propositions des candidats.

**Travaux pratiques** Rédiger un CCTP simplifié.

## » Connaître les dispositions à respecter pour la rédaction du CCAP

- La nécessaire interdépendance entre CCAP et CCTP.
- Les clauses relatives au prix et à la durée du marché.
- Les autres clauses : réception, pénalité, résiliation...

**Travaux pratiques** Organiser le contrôle de l'exécution du marché.

## » Rédiger l'acte d'engagement et les autres pièces du marché

- Les informations obligatoires.
- Les cas particuliers des avenants.
- La lettre de notification.

## » Maîtriser les techniques de sélection des offres

- Les différents critères de sélection.
- L'offre économiquement la plus avantageuse, la hiérarchisation et la pondération des offres.
- L'égalité entre les candidats et la transparence des procédures.

**Travaux pratiques** Rédiger un rapport d'analyse des offres simplifié.



Réf :	DON
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 16-17 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Echanges et retours d'expérience, apports théoriques, études de cas et exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Directeurs juridiques, responsables des marchés publics et toute personne amenée à rédiger un appel d'offres de marché public.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Techniques d'achats dans les marchés publics

nouveau



Cette formation pratique vous permettra d'optimiser vos procédures d'achats dans les marchés publics. Vous verrez notamment comment exploiter toutes les possibilités offertes par le Code des marchés publics et apprendrez à mettre en œuvre des techniques de négociation efficaces.

## » Définir le processus achats

- Souligner la mission stratégique des achats : rôles, enjeux...
- Déterminer les différentes catégories de marchés.
- Construire le processus des achats et la chaîne de valeur.
- Identifier les étapes clés du processus.

**Exercices** Construire un processus et procéder à l'analyse fonctionnelle d'un besoin.

## » Analyser les documents du dossier de consultation

- Les Avis d'Appel Public à la Concurrence (AAPC) et Le Règlement de Consultation (RC).
- Les Cahiers des Clauses Administratives Générales (CCAG) et Particulières (CCAP).
- Les Cahiers des Clauses Techniques Générales (CCTG) et Particulières (CCTP).

**Exercices** Analyse d'un Avis d'Appel Public à la Concurrence.

## » Maîtriser les différentes procédures à disposition de l'acheteur

- Les procédures formalisées.
- Les procédures adaptées.
- Les marchés négociés.

**Exercices** Analyse des seuils de marchés et détermination de la procédure à suivre.

## » Choisir la technique de négociation

- Connaître les différents cas où le Code des marchés publics permet la négociation.
- Identifier les enjeux des négociations.
- Faire la distinction entre la négociation, l'audition, le marchandage et l'information.
- Identifier les composantes de la négociation : l'aspect méthodologique et l'aspect relationnel.

**Exercices** Choix d'une technique de négociation en fonction du contexte.

## » Appliquer les techniques de négociation

- Connaître les différents types de négociateurs.
- Préparer méthodiquement la négociation.
- Connaître les techniques de ventes utilisées par les vendeurs.
- Mener l'entretien de négociation.
- Tirer le bilan de la négociation.
- Conserver le bilan de la négociation en tant que retour d'expérience.

**Mise en situation** Jeu de rôles et simulations d'entretiens de négociations.

## » Assurer le suivi des accords négociés

- Rédiger le rapport.
- Suivre les accords passés.
- Evaluer les résultats.



Réf :	TPU
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 13-14 avril/22-23 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Agents responsables des achats et marchés de l'Etat, des collectivités et des établissements de santé.

## » PREREQUIS

Connaissance de la commande publique.

L'acte d'achat public ne consiste plus seulement à respecter les contraintes réglementaires. Il doit aussi intégrer des objectifs d'efficacité économique. Ce stage vous apprendra à mieux préparer, cadrer et conduire une négociation d'achat, d'un point de vue méthodologique et comportemental.



Réf :	NAC
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 26-27 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de cas, illustrations des concepts et outils par de bonnes pratiques apportées par le formateur, simulations de négociations et débriefing.

**PARTICIPANTS**  
Responsables de marchés, acheteurs publics.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Le cadre général de la négociation dans les marchés publics**

- Le cadre juridique de la négociation dans les marchés publics.
- Les différentes procédures ouvertes à la négociation et les enjeux.
- Les limites réglementaires.
- Les principes de base d'une négociation réussie.

**Exercices** A partir d'un cahier des charges, identification des points possibles de négociation. Rédaction des documents de marchés permettant de négocier.

**Les fondamentaux de la négociation dans les achats**

- Les trois temps de la négociation : avant, pendant, après.
- Les différents acteurs de la négociation.
- Les différents leviers de négociation.
- Les différentes stratégies de négociation.
- Le choix du négociateur : le mandat de négociation.
- Les spécificités des principes de la commande publique : transparence des procédures, égalité de traitement...

**Exercices** Chaque participant rédige un argumentaire à partir d'une situation d'achat négocié. La simulation de négociation est filmée et fait l'objet d'un débriefing.

**Connaître son style et savoir l'adapter au contexte**

- Identifier son style de négociation.
- Adapter sa communication à son interlocuteur.
- Développer un comportement assertif.

**Conduire et maîtriser la négociation**

- Bien accueillir les parties prenantes à la négociation.
- Présenter le dispositif de négociation.
- Gérer son temps.
- Savoir répondre aux objections.
- Savoir surmonter les situations de blocage.
- Préparer une stratégie de repli.
- Savoir conclure efficacement.

**Exercices** Préparation d'une négociation complexe, simulation filmée de l'entretien de négociation suivie d'un débriefing.

**Conclure et faire le bilan des points négociés**

- Finalisation de la négociation : arrêter une négociation, établir la synthèse des points négociés.
- Validation et signature de l'accord négocié.
- Contrôle de l'application des clauses négociées.



## Préparer et lancer un appel d'offres dans le secteur public

Cette formation vous propose un panorama complet de la réglementation des marchés publics. Vous apprendrez à préparer un appel d'offres et à passer un marché dans le respect du droit. Vous identifierez les clauses clés dans vos documents et verrez comment suivre votre marché et anticiper d'éventuelles difficultés.



Réf :	AOU
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 16-17 fév./9-10 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et retours d'expériences, réflexions collectives et échanges.

**PARTICIPANTS**  
Acheteurs et cadres des services achats et marchés de l'Etat, des collectivités territoriales, des établissements publics et des entreprises titulaires de marchés publics.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Identifier les fondements et le champ d'application des marchés publics**

- Définition d'un marché public.
- Notions voisines et contrats non soumis aux codes.
- Principes de liberté, d'égalité et de transparence.
- Notion "d'offre économiquement la plus avantageuse".
- Code des marchés publics.
- Textes européens.

**Préparer la passation d'un marché public**

- Les acteurs : le pouvoir adjudicateur et son représentant, la commission d'appel d'offres, l'entité adjudicatrice.
- Les questions à se poser : définition des besoins, allotissement des marchés...
- La forme des contrats : marchés ordinaires, à bons de commandes, à tranches, accords cadres...
- Les pièces constitutives du dossier de consultation : acte d'engagement, CCAP et CCTP.
- Les documents généraux (CCAG) et le règlement de la consultation.

**Travaux pratiques** Rédaction simplifiée d'un Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP).

**Les procédures de passation des marchés**

- L'appréciation des seuils de publicité.
- La procédure adaptée.
- L'appel d'offres ouvert et restreint.
- La procédure négociée.
- Le dialogue compétitif.

- Le concours.
- La dématérialisation des procédures.

**Travaux pratiques** Test d'acquisition des connaissances : quiz sur les différentes procédures de passation.

**Sélectionner les candidats et les offres**

- Les critères de sélection des candidats.
- Les documents pouvant être demandés aux candidats.
- La prise en compte des critères environnementaux et sociaux.
- Les critères de choix et leur pondération.
- Le cas particulier des offres anormalement basses.

**Formaliser l'achèvement de la procédure**

- Les informations à communiquer aux candidats non retenus.
- Le rapport de présentation.
- Le contrôle de légalité.
- La notification du marché.
- L'avis d'attribution.
- L'archivage. Les délais de conservation des documents.

**Travaux pratiques** Motiver une lettre de rejet.

**Suivre et contrôler le marché**

- Le règlement financier d'un marché : acomptes, solde...
- Le paiement des sous-traitants.
- Les délais de paiement et les intérêts moratoires.
- Le contrôle par le juge administratif.
- Le contrôle par le juge pénal.

Cette formation vous permettra d'acquérir des méthodes et techniques pour analyser efficacement les candidatures dans le cadre d'un marché public. Vous apprendrez à sélectionner la meilleure offre, à motiver votre choix et à le sécuriser juridiquement.

## » Identifier le cadre juridique

- L'importance d'une bonne définition des besoins.
- La pondération obligatoire pour les marchés formalisés.
- La possibilité du critère unique du prix.
- Les conditions d'une simple hiérarchisation des critères.
- Les critères interdits.

**Travaux pratiques** Elaborer des grilles de notation.

## » Sélectionner les candidatures

- Le rôle et la composition de la CAO (dans les collectivités territoriales).
- Les informations pouvant être demandées aux candidats.
- L'ouverture des plis et l'examen des candidatures.
- La possibilité de demander aux candidats les pièces manquantes.
- La vérification des informations et les renseignements remis.
- L'appréciation des garanties professionnelles et financières.
- L'analyse des candidatures : conformité ou rejet.
- Le cas particulier de la limitation du nombre de candidats admis.

**Travaux pratiques** Elaborer des tableaux d'analyse de candidatures.

## » Analyser les offres

- La recevabilité de l'offre.

- Les offres inappropriées, irrégulières ou inacceptables.
- La détection et le traitement d'une offre anormalement basse.
- Les cas de variantes, options ou allotissements.
- La vérification des prix et l'analyse des échantillons, mémoires ou maquettes.
- La prise en compte d'objectifs sociaux et d'emplois.
- Les enjeux de développement durable.

**Réflexion collective** Comment stopper une procédure de marché public : différences entre la déclaration "sans suite" et la déclaration "d'infructuosité".

## » Choisir le titulaire

- La préparation des commissions d'achats.
- La grille de notation.
- La rédaction du rapport d'analyse des offres.
- La proposition de l'offre retenue à la CAO (dans les collectivités territoriales).

**Travaux pratiques** Rédiger un rapport d'analyse des offres simplifié.

## » Motiver sa décision

- La rédaction du rapport de présentation.
- L'information des candidats non retenus.
- L'identification des documents communicables.
- La préparation du contrôle de légalité.
- La gestion des recours contentieux.

**Réflexion collective** Retours d'expériences sur la gestion des cas litigieux.



Réf :	PMT
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 6 mars/12 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Echanges et réflexions collectives, apports théoriques, études de cas et exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Responsables des services marchés, acheteurs publics et toute personne participant à l'analyse des offres et des candidatures.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Gérer un contentieux de marché public

Cette formation vous permettra d'appréhender les différents types de litige pouvant survenir dans les marchés publics. Vous identifierez les recours possibles et découvrirez les méthodes et bonnes pratiques qui vous permettront de faire valoir vos droits.

## » Identifier les types de recours relatifs à la passation des marchés publics

- Le référé précontractuel.
- Le référé contractuel.
- Le recours en contestation de validité du contrat (Tropic).
- Le recours en annulation des actes détachables.

**Echanges** Actualité réglementaire et jurisprudentielle : quel impact sur vos pratiques ?

## » Comprendre le contentieux relatif à l'exécution du marché

- Les litiges intéressant l'exécution du marché : les avenants, les sujétions techniques imprévues...
- Le référé expertise.
- Le référé provision.
- Les recours en indemnisation formés devant l'administration et le tribunal administratif.

**Travaux pratiques** Focus sur les différents contentieux spécifiques aux marchés de travaux : garanties contractuelles et légales, contentieux du décompte général...

## » Connaître les possibilités de règlement amiable des litiges

- La rédaction d'une clause contractuelle.
- La transaction ou la conciliation.
- La médiation et l'arbitrage.

**Travaux pratiques** Identifier une solution de règlement amiable adaptée à un contentieux.

## » Identifier les pratiques frauduleuses relevant du droit pénal

- Les pratiques frauduleuses relevant du droit pénal.
- Les atteintes à la liberté d'accès et à l'égalité des candidats dans les marchés publics.
- Le délit de favoritisme.
- La corruption passive et le trafic d'influence commis par des personnes exerçant une fonction publique.
- La prise illégale d'intérêts.

**Travaux pratiques** A partir d'un exemple, identifier la typologie des délits en présence.

## » Faire valoir vos droits devant le juge administratif

- Connaître le déroulement d'une instance et s'y préparer.
- Les conséquences de la décision du juge administratif.
- Les actions possibles pour minimiser l'impact d'une décision défavorable.

**Etude de cas** Vérifier la recevabilité de la requête des plaignants, identifier les conditions de recevabilité d'une requête : validité, qualité et intérêt à agir...



Réf :	CTT
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 2-3 mars/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Echanges et retours d'expérience, apports théoriques, études de cas et exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Responsables ou rédacteurs des services juridiques ou marchés au sein de l'Etat, des collectivités territoriales ou des établissements publics. Juristes chargés du précontentieux et du contentieux.

## » PREREQUIS

Avoir une première pratique des marchés publics.

Maîtriser les dispositifs de prise en compte du développement durable dans les critères d'attributions du code des marchés publics. Contrat de performance, recommandations pour des achats éco-responsables, dispositifs juridiques. Pilotage et rédaction d'appels d'offres.



Réf :	DDA
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 5-6 fév./16-17 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de cas, illustrations des concepts et outils par des bonnes pratiques apportées par le formateur, séquences pédagogiques magistrales.

**PARTICIPANTS**  
Cadres administratifs amenés à rédiger des marchés publics, acheteurs publics, élus.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Connaître le cadre juridique des achats publics durables

- Les principaux textes européens et nationaux.
  - La stratégie nationale de Développement Durable.
  - Le plan national d'action pour des achats publics durables.
  - L'Etat exemplaire : circulaire 03/12/2008 du Premier ministre.
  - Les principales dispositions du Code des marchés publics permettant d'inclure le DD dans les achats.
- Exercices** A partir des dossiers de consultation, découverte des dispositions du code permettant d'inclure le DD.

» Revisiter la démarche d'achat au regard des enjeux du Développement Durable

- Autodiagnostic des achats, identification des écarts entre les pratiques, les objectifs à atteindre pour intégrer le DD.
  - Environnement : cycle de vie d'un produit, d'un service, éco-conception, bilan carbone, écolabels, autres étiquetages.
  - Socio-responsabilité : achats éthiques, équitables, solidaires.
  - Calcul du coût global, le TCO.
- Exercices** Questionnaire de connaissance sur les labels et écolabels. Formuler des critères d'achats solidaires. Analyse des offres et mettre en œuvre le TCO.

» Construire un marché responsable

- Dispositions juridiques pour répondre au besoin.
  - Sélection des candidatures.
  - Critères d'attribution des marchés.
  - Conditions d'exécution.
- Exercices** Reformuler un document de consultation pour transformer le marché en marché responsable.

» Maîtriser les différentes étapes pour réussir

- Volonté politique : l'engagement officiel.
  - Le besoin : réaliser l'état des lieux, mise en place du comité de pilotage, sélection des catégories prioritaires...
  - Recherche d'informations sur la catégorie et sur l'offre fournisseurs.
  - Rédaction des pièces de marchés et choix du niveau d'exigence.
  - Consultation.
  - Sélection des candidatures et choix des offres.
  - Critères de suivi des achats responsables.
- Exercices** Construction de marchés responsables. Analyse des différences entre l'achat habituel et l'achat responsable.

» Partager ses expériences

- Les principaux guides.
- Les principaux sites.
- Les principaux groupements.



## Secteur public : l'achat des prestations informatiques

Ce stage s'adresse à toute collectivité ou service public qui recourt à des prestataires externes pour l'évolution de son Système d'Information. Vous apprendrez à utiliser le Code des marchés publics, à sécuriser la procédure ainsi qu'à identifier et éviter les pièges qui peuvent survenir dans ce type de projets.



Réf :	CPS
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 2-3 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
DSI. Directeur des affaires juridiques. Maître d'ouvrage. Chef de projet.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» Spécificités et enjeux des projets SI

- Assistance à maîtrise d'ouvrage et à maîtrise d'œuvre.
- Tierce maintenance applicative.
- Acquisition de progiciel et de matériel.
- SAAS (hébergé). Développements spécifiques.

» Panorama des procédures et des contrats

- AO ouvert et restreint.
  - Marché à procédure adaptée. Dialogue compétitif.
  - Marché négocié. Accord-cadre.
  - Partenariat public/privé.
  - Marché forfaitaire ou fractionné.
- Travaux pratiques** Analyse de différents documents.

» Groupement de commandes et publicité

- Formes d'achats groupés et d'intérêt économique.
- Engagements des membres. Optimiser sa publicité.
- Contenu de l'avis d'appel public à concurrence.

» Les points clés à formaliser dans la consultation des entreprises

- Optimiser sa publicité.
- Quelles règles du jeu peut-on fixer ? Construire le règlement de consultation en fonction de la procédure.
- Définir des critères de choix adaptés au projet (acquisition initiale, TMA, conseil...).
- Intégrer les exigences RSE du prestataire. Intégrer les exigences environnementales relatives au SI.
- Contenu d'un cahier des clauses techniques particulières.

- Préparer l'analyse via des cadres de réponse technico-fonctionnels et financiers. Avoir un cadre homogène.
  - Peser sur la structure de facturation (licences, droits d'utilisation, prestations).
  - Les points clés du CCAP : facturation, pénalités, période de garantie. Construire un CCAP en dérogation au CCAG.
- Travaux pratiques** Etude de cas. Réflexion et échange sur les éléments à formaliser et les critères de choix. Exemple de cahier technique.

» Optimiser l'analyse des candidatures et des offres

- Accueillir les offres dématérialisées : obligations et stratégies pour y faire face.
  - Organiser l'analyse des candidatures et des offres en impliquant la maîtrise d'ouvrage.
  - Mettre en place une procédure d'analyse performante.
  - Clés pour éviter les recours ou contentieux.
- Travaux pratiques** Analyse d'exemples. Réflexion et échange sur les critères de sélection, les clauses spécifiques et les éventuels litiges.

» Communiquer et exécuter un marché

- Communiquer sur un marché. Obligations de publicité.
- Exécuter les marchés à bons de commande, à tranches et dans le cadre d'un groupement de commandes.
- Suivre les prestations de tierce maintenance applicative.
- Recetter une application. Appliquer des pénalités.

Cette formation vous permettra d'appréhender les spécificités des marchés de travaux publics. Vous apprendrez à maîtriser les différentes étapes de la consultation à l'exécution des travaux et à gérer le volet financier et les litiges éventuels.

## » Connaître les textes et les principaux acteurs

- Le Code des marchés publics, la loi MOP, le CCAG-travaux...
- Les rôles et responsabilités des intervenants : maître d'ouvrage et maître d'œuvre, opérateurs économiques.

## » Comprendre les différentes procédures et les contrats

- Procédures non formalisées : gré-à-gré et MAPA.
- Appel d'offres ouvert et restreint.
- Marché négocié et dialogue compétitif.
- Accord-cadre. Partenariat public/privé.

**Exercices** Quiz sur les différentes procédures de passation.

## » Identifier les pièces du marché

- CCAG travaux, CCAP, CCTG et CCTP.
- Marché forfaitaire ou fractionné, marché à prix unitaire.
- Formalisation du contrat : objet et clauses de durée, techniques, financières...

**Exercices** Rédaction simplifiée d'un CCAP.

## » Maîtriser les étapes de la consultation

- L'organisation de la publicité.
- Le dossier de consultation.
- La dématérialisation. Les délais de réponse et d'engagement.
- L'analyse des candidatures et des offres.

**Etude de cas** Analyse du dossier de consultation et travail sur les critères de sélection.

## » Préparer et lancer l'exécution des travaux

- Constituer le dossier marché.
- Vérifier et valider les assurances nécessaires.
- Piloter les missions des intervenants : les moyens de gestion, le cas particulier de la sous-traitance.

## » Gérer les modifications en cours d'exécution

- L'avenant. La décision de poursuivre.
- Les marchés complémentaires.

**Travaux pratiques** Calcul de pénalités de retard.

## » Gérer le volet financier

- L'avance forfaitaire et le règlement des acomptes. Les modalités de paiement.
- La retenue de garantie, la garantie à première demande et la caution.
- Les points clés du Décompte Général Définitif.

**Exercices** Identification des règles applicables aux garanties : l'assurance dommage ouvrage.

## » Régler les litiges liés à l'exécution du marché

- Réagir face à un prestataire en difficultés financières.
- Obtenir réparation des malfaçons relevées en cours de chantier.
- Garantir l'efficacité du recours contre les différents intervenants au marché.

**Exercices** Identification des types de recours à l'encontre du titulaire du marché.



Réf :	TUC
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques, échanges et retours d'expérience. Exercices pratiques.

### » PARTICIPANTS

Directeurs juridiques, des marchés et des achats, directeurs techniques, maîtres d'ouvrage, chefs de projet et toute personne ayant à intervenir dans le cadre des marchés publics de travaux.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance nécessaire.

# Secteur public : l'achat des prestations de services



Acheter une prestation de services nécessite de s'interroger tant sur le profil des prestataires que sur les modalités de contractualisation et les engagements spécifiques. Cette formation, très pratique, vous montrera comment cadrer vos consultations et optimiser vos achats de prestations de services.

## » Définition et spécificités d'une prestation de services

- Les principaux types de prestations de services.
- Les spécificités de la prestation de services.
- L'importance du capital humain et des compétences.
- L'attention à la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE).

**Etude de cas** Présentation d'un cas fil rouge. Cadrage de la demande et des exigences. Analyse des compétences internes.

## » Savoir identifier des prestataires de services

- Les réseaux publics et les réseaux professionnels.
- Le sourcing et le référencement.

**Etude de cas** Identifier les prestataires reconnus sur le marché.

## » Formaliser le besoin

- Rédiger un contexte et des enjeux pertinents.
- Fournir les éléments nécessaires au chiffrage.
- Définir les engagements attendus : obligations moyens, obligations résultats.
- Construire un cadre de réponse.

**Etude de cas** Qui mobiliser dans l'étude du besoin ? Rédiger le sommaire du cahier des charges. Identifier les attentes, les segmenter.

## » Panorama des procédures et des contrats

- Appel d'offres ouvert et restreint.
- Marché à procédure adaptée.

- Accord-cadre, partenariat public privé.
- Marché forfaitaire ou fractionné.

**Etude de cas** Choix de la procédure et de la structure de marché.

## » Identifier les points clés à formaliser dans le DCE

- Optimiser sa publicité.
- Constuire le règlement de consultation en fonction de la procédure.
- Intégrer les exigences en termes de RSE.
- Intégrer les pénalités.
- Modalités de facturation et de paiement.

**Etude de cas** Elaboration de la procédure et cadre contractuel.

## » Organiser l'analyse des candidatures et des offres

- Impliquer les acteurs de la démarche dans l'analyse.
- Négocier dans le cadre du Code des marchés publics.
- Clés pour éviter les recours ou contentieux.

**Etude de cas** Mener une analyse des offres.

## » Exécuter un marché, rapports de force et marges de manœuvre

- Exécuter les marchés à bons de commande, à tranches et à unités d'œuvre.
- Suivre la réalisation des prestations.
- Savoir quand et comment appliquer des pénalités.
- Synthèse et recommandations.

**Jeu de rôle** Quiz sur les concepts et principes.



Réf :	STP
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 19-20 mars/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Agents responsables des achats de prestation de services. Acheteurs publics. Chefs de projets métier.

### » PREREQUIS

Connaissances de base du Code des marchés publics.

# travailler avec le Secteur Public

## » Connaissance de la fonction publique »

**Secteur public : comprendre l'organisation de l'Etat et des institutions publiques **Nouveau****

2 j - PUE - p.346

**Secteur public : rôle et fonctionnement des administrations de l'Etat **Nouveau****

1 j - ADI - p.346

**Secteur public : rôle et fonctionnement des collectivités territoriales **Nouveau****

1 j - RRI - p.347

**Secteur public : fonction publique hospitalière et économie de la santé **Nouveau****

1 j - HES - p.347

**Secteur public : actualités législatives et veille juridique **Nouveau****

1 j - ELJ - p.348

Travailler avec le secteur public ne s'improvise pas. Nos formations sur ce sujet permettent aux entreprises et prestataires du secteur privé de mieux comprendre les formalités et règlements propres au secteur public afin d'optimiser leurs réponses aux appels d'offres et de gérer les affaires remportées.

## » Répondre aux marchés publics »

**Best** **Vendre aux acheteurs publics**

2 j - VAP - p.371

**Remporter un appel d'offres public**

2 j - BLI - p.371

**Répondre aux marchés publics à l'international**

1 j - PUI - p.374

**Bien gérer les marchés publics remportés**

1 j - EMP - p.374

## » Optimiser les réponses aux appels d'offres »

**Best** **Concevoir et bien rédiger un mémoire technique pour un marché public**

1 j - RMT - p.372

**PME : optimisez vos réponses aux appels d'offres du secteur public**

2 j - OAO - p.372

**Dématérialisation des réponses aux appels d'offres publics**

2 j - AOP - p.373

370



Cette formation permettra aux entreprises de maîtriser chaque étape de la procédure, de connaître les spécificités propres au secteur public, de savoir se référencer, et d'identifier les obligations et les marges de manœuvre pendant la procédure.

## » Le Code des marchés publics

- Les grands principes de la commande publique.
- Les procédures permettant de négocier avec les acheteurs.
- Les conditions d'accès des entreprises aux marchés publics.

**Exercices** Identifier les facteurs clés d'une négociation efficace.

## » Connaître l'organisation et le fonctionnement de l'administration

- L'organisation et le fonctionnement hiérarchique des services.
- L'organisation de la Direction des achats et de la commande publique.
- Le rôle de la commission d'appel d'offres.

**Exercices** La composition et le fonctionnement de la commission d'appel d'offres.

## » Connaître les différents services publics

- Ministères et services déconcentrés de l'État, opérateurs de l'État.
- Régions, départements, communautés et communes.
- Satellites des collectivités territoriales.
- Centres hospitaliers locaux, régionaux, universitaires...

## » Identifier les différents acteurs et leurs rôles

- Le rôle et l'impact des élus.
- La mission de la direction des marchés publics.
- Le rôle du technicien/de l'acheteur technique.

- Le rôle du comptable public.

**Exercices** Echange et débat avec les participants sur le rôle clé du technicien (acheteur technique) dans l'achat public.

## » Etudier l'organigramme de l'acheteur public

- Identifier vos interlocuteurs clés.
- Connaître le contexte politique.
- Maîtriser les missions de service public de l'acheteur.

## » Se référencer auprès de l'acheteur public

- Adapter sa communication en fonction des spécificités du secteur public.
- Les techniques de négociation, construire un relationnel et l'entretenir.
- Les limites réglementaires à la négociation.

## » Se différencier de ses concurrents

- Être force de proposition et novateur.
- Proposer une offre technique supérieure.
- Proposer le "prix juste" en fonction du budget du marché.

## » Savoir lire et exploiter les pièces définitives du marché

- Le rapport d'analyse des offres.
- Le rapport de présentation.

**Exercices** Comprendre comment est élaboré le tableau d'analyse des offres par l'acheteur public.



Réf :	VAP
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 12-13 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Exercices pratiques, échanges et débats.

**» PARTICIPANTS**  
Cette formation est destinée aux dirigeants, gérants, directeurs commerciaux, ainsi qu'à tous les collaborateurs appelés à formuler une offre commerciale auprès d'un acheteur public.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

# Rempporter un appel d'offres public

Cette formation permettra aux entreprises de devenir expert de l'achat public, de maîtriser le fonctionnement et les formalités propres à chaque étape de la procédure, et de renforcer ses chances de succès aux appels d'offres.

## » Maîtriser les grands principes de l'achat public

- Le Code des marchés publics.
- L'identification des acteurs et de leurs rôles.
- Les différentes phases de la consultation.

## » Comprendre le processus de l'achat public

- Identifier les obligations qui pèsent sur l'acheteur.
- Tenir compte des contraintes budgétaires et réglementaires.
- Les incidences du contexte politique.

**Exercices** Comment sélectionner les avis marchés et repérer immédiatement les points bloquants.

## » Mettre en place une veille économique efficace

- Rechercher un avis d'appel public à la concurrence via internet et la presse spécialisée.
- Se faire référencer auprès de l'acheteur public.

**Exercices** Elaboration d'un plan d'action marketing spécifique à l'achat public.

## » Mettre en place une cellule Marchés au sein de l'entreprise

- Le rôle du service juridique.
- Le rôle du service marketing.
- Le rôle du service commercial.

**Exercices** Echange et débat avec les participants sur les différents modes de communication avec les acheteurs publics.

## » Identifier les points-clés du cahier des charges

- Le règlement de la consultation.
- Les critères de sélection de la candidature.
- Critères de jugement des offres et pondérations.
- Le CCAP et le CCTP.

**Exercices** Etude et analyse des informations reprises au règlement de la consultation. Renseigner un acte d'engagement, les mentions obligatoires.

## » Les marges de manœuvre pendant la procédure

- Proposer des variantes ou des options.
- La demande d'information avant la remise de l'offre.
- Apporter des correctifs à l'offre.
- Respecter les conditions d'établissement de l'offre.

## » Présenter son offre et ses partenaires

- La candidature en groupement d'entreprises.
- La présentation du sous-traitant.
- Compléter l'acte d'engagement.
- Adresser son offre dématérialisée ou par courrier.

## » Comprendre le jugement des offres

- La motivation du choix du titulaire.
- La notification du marché au titulaire.
- Le suivi de l'offre en cas de rejet.
- Les pièces communicables selon les avis de la CADA.

**Exercices** Rédaction d'une lettre de demande de renseignements en cas de rejet de l'offre.



Réf :	BLI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 12-13 fév./9-10 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Cette formation est destinée aux dirigeants, gérants, directeurs commerciaux, juristes d'entreprise, ainsi que tous les collaborateurs appelés à formuler une offre commerciale auprès d'un acheteur public.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

# Pratique Concevoir et bien rédiger un mémoire technique pour un marché public

Cette formation vous montrera comment présenter un sommaire de mémoire technique, puis entrer dans le détail de sa composition et le rédiger de manière complète. Elle vous présentera ainsi les astuces pour vous démarquer techniquement et commercialement.



Réf :	RMT
Durée :	1 jour
Paris	3 oct./12 déc. 2014 27 mars/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Travail avec les participants sur un mémoire technique adapté à chacun. Echanges, interactions et conseils.

## PARTICIPANTS

Destiné à tous ceux qui souhaitent progresser ou se lancer dans la réponse aux marchés publics en réalisant ou améliorant leur mémoire technique.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Rappeler les fondamentaux des marchés publics

- Le dossier de consultation des entreprises.
- Les documents attendus de la part des entreprises.
- Les références.
- Les documents publics. Les points essentiels.
- Le règlement de la consultation.
- Les critères de sélection de la candidature.
- Les critères de jugement des offres et leurs pondérations. Le prix, la valeur technique de l'offre, les délais.
- Le CCAP et le CCTP.

**Travaux pratiques** Rapide retour sur les attendus et notamment sur le CCTP.

### Rédiger un bon mémoire technique

- Le sommaire, l'introduction, la description de l'entreprise, la compréhension du besoin et les adaptations de l'offre.
- Les aspects humain et matériel. Les certifications, labels et normes.
- Le processus général et la méthodologie.
- Concevoir la partie technique détaillée.
- La qualité et le contrôle. Les autres éléments : l'environnement, le social, la sécurité, l'hygiène, etc.
- Les plannings proposés et les délais.
- Les différentes options et variantes éventuelles.
- Quelques astuces et conseils pour se démarquer commercialement.

**Travaux pratiques** Etude détaillée et remplissage en direct d'un mémoire technique. Les plus d'un spécialiste des réponses à marchés publics pour avoir la meilleure note possible sur le mémoire technique.

### Approfondir la rédaction du mémoire technique

- Faire de la veille. Analyser la concurrence.
- Obtenir des informations pour réaliser au mieux son offre technique et commerciale.
- Pricing, budgets prévisionnels et additionnels. Comment bien lire un DCE et adapter en fonction son mémoire technique ?
- Réseautage et lobbying. Comment se positionner pour avoir toutes les informations possibles.
- Aspects liés à la dématérialisation. Comment utiliser internet pour améliorer sa réponse technique et commerciale.

**Travaux pratiques** Autour du mémoire technique : ce que l'on doit savoir. Les éléments à ne pas rater pour faire la différence.

# Pratique PME : optimisez vos réponses aux appels d'offres du secteur public

Cette formation vous apportera les clés nécessaires pour comprendre le fonctionnement de la commande publique. Vous pourrez ainsi répondre avec plus d'efficacité à un appel d'offres public et améliorer considérablement vos chances de réussite.



Réf :	OA0
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./18-19 déc. 2014 16-17 fév./7-8 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Etudes de cas pratiques et mises en situation pour assimiler les outils et techniques.

## PARTICIPANTS

Dirigeants, gérants de PME et toute personne participant activement au processus de réponse à un appel d'offres.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Introduction aux marchés publics

- Identifier les différents types de marchés publics.
- Différencier les catégories d'acheteurs publics.
- Connaître les grandes règles des marchés publics.
- Rappeler les montants et seuils de publicité.

**Travaux pratiques** Savoir reconnaître la procédure utilisée par l'acheteur public à partir d'annonces de marché public.

### Retrouver les appels d'offres

- Trouver les AO : où les chercher ?
- Mettre en place un système de veille.
- Se faire connaître auprès des acheteurs publics.

**Travaux pratiques** Chaque participant réfléchira à la méthodologie qu'il compte employer dans sa société. Echanges.

### Décortiquer le contenu des appels d'offres

- Repérer la nature du marché.
- Reconnaître la procédure du marché.
- Identifier le montant du marché.
- Trouver l'acheteur public.
- La publication.
- La date limite et le mode de la réponse.
- Les prérequis du candidat, critères de notation, documents contractuels.
- Les éléments demandés dans la réponse.

**Travaux pratiques** A partir d'annonces de marché public, le participant utilisera une grille d'analyse personnalisée pour relever ces différents éléments.

### Préparer sa candidature

- Définir son positionnement en tant que candidat (seul, groupement, sous-traitant).
  - Se munir et savoir remplir les documents obligatoires.
- Travaux pratiques** A partir d'un RC, définir et présenter les documents obligatoires.

### Préparer son offre

- Recueillir les informations nécessaires à l'établissement de son offre.
- Présenter son entreprise.
- Rédiger le mémoire technique en fonction du type de marché.
- Etablir son prix en tenant compte de la nature des prix, des options et des variantes.
- Remplir les documents obligatoires.

**Travaux pratiques** A partir de DCE, élaborer une demande de renseignements complémentaires, bâtir un mémoire technique, remplir un acte d'engagement, un BPU.

### Soumettre son offre et exécuter son marché

- Soumettre son offre (forme papier ou dématérialisée).
- Appréhender la méthodologie d'analyse et de choix des offres par l'AP.
- La notification du marché (les recours, les demandes de renseignements).
- L'exécution du marché (délais, paiement, avenants et marchés complémentaires).

**Travaux pratiques** Echanges collectifs.

Le Code des Marchés Publics impose progressivement aux entreprises de répondre par voie électronique aux appels d'offres publics. Ce stage vous apprendra à utiliser les outils et les méthodologies pour être plus compétitif dans ce domaine et également à bien structurer, signer et envoyer votre offre dématérialisée.

## »» Rappels sur les marchés publics

- Les textes de références : le Code des Marchés Publics...
- Les différentes catégories et types de marchés publics (processus, conditions d'accès...).
- Les pratiques actuelles des collectivités publiques et des entreprises en matière d'Appels d'Offres.
- La veille via internet et la presse spécialisée.

**Echanges** Retours d'expériences sur les problématiques rencontrées dans les réponses aux AO Publics.

## »» Préalables techniques et organisationnels

- Se doter de certificats électroniques, organiser sa chaîne de pouvoirs.
- Valider les prérequis techniques pour la plate-forme cible (certificats, signature, formats de fichiers).

**Démonstration** Remplir un dossier de demande de certificats et les documents internes associés à la chaîne de pouvoir.

## »» Comprendre les normes et standards techniques

- Découvrir les normes : signature, scellement, horodatage, validation de signature, chiffrement.
- Choisir un format (P7, Xades, PDF Signature, Pades) et un moyen de conservation pour l'entreprise.

**Démonstration** Manipulation des fichiers de signature et des accusés de réception électroniques produits par la plate-forme cible.

## »» Identifier les plates-formes de réponses

- Connaître les particularités des plates-formes.
- Suivre la chronologie imposée pour la réponse électronique.
- Recenser les types de fichiers supportés pour servir de preuve de réponse, en cas de litige.

**Travaux pratiques** Identifier le type de plate-forme retenu par l'établissement public cible.

## »» Préparer, envoyer et conserver la réponse électronique

- Structurer un dossier électronique de réponse.
- Formater la réponse pour qu'elle soit lisible sur écran et conforme au formalisme attendu par l'établissement.
- La transmettre avec ses annexes et conserver l'ensemble des pièces définitives et les preuves de la télétransmission.

**Travaux pratiques** Préparation, transmission et conservation de réponses électroniques sur des plates-formes d'établissements publics cibles.

## »» Etre acteur de son succès

- Les bonnes pratiques à suivre, les procédures internes à mettre en place.
- Choisir les formats et contenus adaptés à une mise en valeur optimale de la réponse.

**Travaux pratiques** Lister les bonnes pratiques en matière de réponses électroniques aux appels d'offres.



Réf : AOP

Durée : 2 jours

Paris 30-31 oct./18-19 déc. 2014  
16-17 fév./23-24 avril 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## »» PARTICIPANTS

Responsables ou collaborateurs des services achats, marchés et toute personne amenée à répondre à des appels d'offres publics.

## »» PREREQUIS

Connaissances de base des marchés publics.



## Un environnement optimal Pour favoriser le meilleur apprentissage

### »» Facilité d'accès

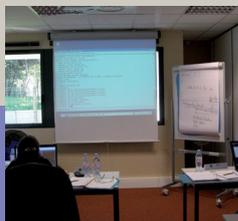
Tous nos centres sont à proximité d'une station de métro, d'une gare SNCF ou d'un tramway.

### »» Des salles de formation lumineuses

Eclairées à la lumière du jour, nos salles bénéficient des équipements les plus modernes, informatiques, réseaux, vidéos...

### »» Qualité de l'accueil

Des salles de détente sont à la disposition des participants où des collations sont proposées gratuitement ainsi que des boissons chaudes. Les déjeuners sont offerts et permettent de faciliter les échanges entre les stagiaires.



Ce séminaire vous présentera les principaux marchés publics étrangers (européens, africains, asiatiques) et les opportunités d'affaires proposées par certaines institutions internationales. Vous en identifierez les spécificités afin de promouvoir avec efficacité votre entreprise sur ces marchés publics internationaux.



Réf :	PUI
Durée :	1 jour
Paris	8 déc. 2014 30 mars/15 juin 2015
Prix :	970 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Dirigeants et gérants d'entreprises, directeurs commerciaux et toute personne qui souhaite répondre à des marchés publics à l'international.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » Rappels sur les marchés publics français

- Le Code des marchés publics.
- Les grandes règles : les principes, les processus et les conditions d'accès.
- Les différents acteurs et leurs rôles.
- La consultation des appels d'offres : le Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP).
- Les points-clés et les facteurs de réussite pour la réponse à un appel d'offres en France.

### » Comprendre les marchés publics internationaux

- Les différents types d'organisation des marchés publics.
- Les organismes, les cycles et les processus d'achats.
- Les règles juridiques et le droit applicable.
- Les facteurs d'éligibilité pour les entreprises étrangères.

### » Identifier les opportunités d'affaires à l'étranger

- Faire une veille efficace : les outils et méthodes de recherche d'informations.
- Constituer une base de données de prospects.
- Connaître les principaux facteurs et éléments de réussite dans les réponses aux marchés publics étrangers.
- Promouvoir son entreprise auprès des acheteurs étrangers : référencement, missions collectives d'entreprises...

### » Les principaux marchés publics en Europe

- L'Italie, l'Espagne et le Portugal.
- L'Allemagne et le Royaume-Uni.
- Le Benelux (Belgique, Pays-Bas et Luxembourg).
- La Pologne.
- La Suisse.
- Un aperçu des marchés publics des autres pays européens.
- Les spécificités des marchés publics de l'Union Européenne.

### » Les principaux marchés publics en Afrique

- L'Afrique du Nord.
- L'Afrique sub-saharienne.
- Les autres pays africains.

### » Les principaux marchés publics en Asie

- Les pays du Proche-Orient.
- Les pays du Moyen-Orient.

### » Les opportunités d'affaires avec les grandes institutions internationales

- L'ONU et ses différentes agences : UNESCO, UNICEF...
- Les institutions financières internationales : FMI, Banque Mondiale, banques régionales de développement...
- Les marchés publics de l'Union africaine et de la Ligue arabe.



## Bien gérer les marchés publics remportés suivi administratif, technique et financier

374

Cette formation vous montrera comment gérer efficacement un marché dès lors qu'il est signé. Elle vous permettra notamment de comprendre la mécanique des avances, des acomptes, des intérêts moratoires, des garanties financières et des pénalités de retard, ou encore de la révision des prix.



Réf :	EMP
Durée :	1 jour
Paris	28 nov. 2014 27 mars/26 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Les participants apprendront à remplir des documents à utiliser dans le cadre de marchés publics ainsi qu'à préparer les leurs.

## » PARTICIPANTS

Tous ceux qui ont à gérer un marché public gagné.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » Décrypter les documents administratifs spécifiant les aspects financiers

- Répertoire tous les documents administratifs : CCAP, AE, Noti1, Noti2, Exe.
- Les comprendre et anticiper.
- Qu'en faire à la signature du marché et plus tard ?
- Avoir toutes les bases administratives et comptables pour gérer un marché public.

**Travaux pratiques** Savoir remplir les documents administratifs et comptables.

### » Connaître les différentes formes des prix

- Fixer des prix fermes, révisables, actualisables.
- Anticiper les évolutions possibles des prix d'un marché public.
- Savoir ce que vous devez faire et comment le faire.
- Mesurer ce que vous pouvez faire par la suite en matière de prix.

**Travaux pratiques** Exercices et cas concrets de calculs de prix : actualisation, révision, coefficients et indices.

### » Maîtriser les possibilités de préfinancement des marchés (nantissement)

- Se prémunir des coûts de préfinancement et de financement.
- Créances/Dailly.
- Cession/nantissement.
- Assurances diverses avant et après un marché public : responsabilité civile professionnelle, décennale, garanties.

**Travaux pratiques** Echange collectif autour de différents exemples de préfinancement : les bonnes pratiques.

### » Gérer les avances, acomptes (situations), intérêts moratoires

- Se faire régler et comment payer.
- Gérer les retards de paiement : intérêts moratoires.
- Anticiper les situations à risques.

**Travaux pratiques** Savoir comment gérer la cotraitance et la sous-traitance, mais aussi l'intérim, l'embauche...

### » Identifier les différents types de recours

- Ce qu'il faut savoir autour d'un marché public : recours pré-contractuel, recours post-contractuel, recours tropic.
- Les garanties et les cautions.
- Les pénalités : journalières, de remise, de documents.
- Les groupements d'achats.
- La révision des prix : différents types, différents modes.
- Savoir rebondir : les points gagnants et ce qu'il ne faut pas faire.

**Travaux pratiques** Situation de recours.

# Santé et P h ospitalier

375



empathie

santé

patients

soins

hôpitaux

émotions

Personnel soignant

# Santé et Personnel Hospitalier

## » Management d'un service hospitalier »

**Manager un service hospitalier Nouveau**  
2 j - MSO - p.377

**La gestion des flux appliquée aux établissements de soins Nouveau**  
2 j - FUS - p.377

**Best** **Manager de proximité**  
3 j - MPX - p.76

**Best** **Organiser le travail de votre équipe F**  
2 j - OTE - p.81

**Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe**  
2 j - PER - p.92

**Best** **Conduire le changement, démarche et outils F**  
2 j - CHA - p.121

**Best** **Optimiser votre communication F**  
3 j - COM - p.192

Orsys propose aux professionnels de la santé des formations dispensées par des experts de ce secteur, connectés aux réalités du terrain. Certaines traitent en détail la relation soignants/soignés, d'autres couvrent l'organisation et le management en établissement de soins.

## » Communication et relation avec les patients »

**Personnel des hôpitaux : gérer son stress et ses émotions Nouveau**  
2 j - HPL - p.378

**Personnel des hôpitaux : communiquer avec empathie avec les patients Nouveau**  
2 j - EPE - p.378

**Personnel des hôpitaux : gérer les plaintes et réclamations Nouveau**  
2 j - PEH - p.379

**Personnel des hôpitaux : faire face aux incivilités Nouveau**  
2 j - HSO - p.380

**Techniques corporelles et énergétiques pour prévenir et gérer le stress**  
2 j - TOE - cf@

**Best** **Savoir lâcher prise et prendre du recul F**  
2 j - LAC - p.184

## » Entretiens et accompagnement des patients »

**Aider les aidants à l'hôpital Nouveau**  
2 j - AAH - p.380

**Soignants : menez vos différents entretiens patients Nouveau**  
2 j - SEP - cf@

**Best** **Assertivité : oser s'affirmer - Niveau 1 F**  
2 j - ASO - p.180

**Entrer en contact avec aisance F**  
2 j - ECS - p.193

**Ecoute active pour mieux communiquer F**  
2 j - EQU - p.193

376



Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.

S > Tél. : +33 (0)1 49 07 73 73

Cette formation vous permettra d'acquérir les principes fondamentaux du management d'une équipe soignante. Vous apprendrez les différents styles de management, à bien communiquer avec vos collaborateurs, ainsi qu'à répartir et organiser les différentes tâches spécifiques au service hospitalier.

## » Le management dans l'univers hospitalier

- Les évolutions récentes.
- Les "fantômes" habituels de manager hospitalier.
- L'effet papillon... petites erreurs habituelles aux conséquences inattendues.
- Les besoins fondamentaux du personnel soignant.

**Exercices** Echange collectif.

## » Prendre en compte les déterminants psychologiques du personnel soignant

- Le concept de personnalité.
- Décoder les comportements habituels.
- Les interactions relationnelles. L'adaptation à l'autre.
- Convaincre pour mieux soigner.

**Exercices** Autodiagnostic sur son profil social dominant.

## » Adapter son style de management

- L'approche systémique.
- Les étapes du processus de professionnalisation.
- Les styles de management.
- Le management situationnel.

**Exercices** Mise en situation sur une situation vécue.

## » Motiver en environnement hospitalier

- Les aspects théoriques.
- La prise en compte de la relation soignant / soigné.
- Les sources et les conditions propices de la motivation.
- L'entretien de remotivation.

**Exercices** Cartographie des sources individuelles de motivation.

## » Développer les compétences

- Le "portefeuille compétentiel" collectif.
- Le principe de subsidiarité.
- Détermination des objectifs compétentiels.

**Exercices** Test : "Etes-vous un cadre pédagogue ?".

## » Manager le "Collectif soignant"

- Les étapes du développement du groupe.
- Les phénomènes de groupe.
- Les conditions requises pour que naisse l'équipe.
- Le système procédural.

**Exercices** Le niveau de développement de l'équipe.

## » Répartir les tâches et organiser son service

- Les outils de la planification : du recensement des besoins au planning plurimensuel.
- La détermination des priorités.
- La gestion des imprévus.
- Planification des domaines d'activités.

**Exercices** Elaboration du planning mensuel.

## » Mettre en œuvre une communication adaptée au service

- Communication collective : les réunions de service pérennes, les "briefs" improvisés.
- Communication individuelle : les entretiens (d'objectivation, d'activité, de délégation...).
- Les entretiens spécifiques : de recadrage, d'annonce d'une décision négative...

**Exercices** Ateliers de mise en œuvre.



Réf : MSO

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
2-3 mars/22-23 juin 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Cadres de santé, responsables d'équipes soignantes.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# La gestion des flux appliquée aux établissements de soins

Comme tous les autres secteurs, le domaine de la santé se doit de faire progresser l'efficacité de la qualité de ses services. Cette formation vous montrera comment mieux structurer la gestion des flux afin d'optimiser le pilotage des services et l'inscrire dans une démarche d'amélioration continue.

## » Découverte des principes de maîtrise des flux

- Identifier les problématiques organisationnelles des établissements de santé.

• Comprendre la supply chain dans son approche globale.

- Augmenter la coordination des équipes grâce à une meilleure synchronisation.
- Travailler en "juste à temps" sans augmenter la charge de travail.

**Jeu de rôle** Simulation d'une prise en charge pour améliorer la coordination entre acteurs.

## » Principes de maîtrise du progrès continu

- Comprendre le développement et les apports méthodologiques de la qualité.
- Utiliser la roue de Deming du progrès continu (PDCA).
- Elaborer un plan d'actions réaliste grâce aux PDCA et AMDEC.
- Maîtriser les processus pour assurer la qualité.

**Réflexion collective** Echanges autour de la notion de performance.

## » Complémentarité des démarches flux, qualité et amélioration continue

- Discerner les points de convergence entre les notions de flux, de qualité et de santé.
- Appréhender le management par les processus.
- Mettre en place la gestion différenciée des flux.
- Identifier les bénéfices d'un pilotage des flux optimisés : applications aux urgences, aux sorties anticipées.

**Travaux pratiques** Comparaison des démarches d'amélioration dans différents contextes (Occident vs Asie, etc).

## » Mise en œuvre des principes et démarches de maîtrise des flux

- Anticiper la charge et agir en temps réel.
- Se synchroniser le long du parcours patient : mutualiser et coordonner.
- Synchroniser les services au moyen de tournées.
- Mettre en place les flux tirés ou "l'appel par l'aval".
- Appliquer les principes aux urgences, au plateau technique, aux relations interservices.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un protocole de collaboration entre services.

## » Mise en œuvre des principes de progrès et maîtrise des processus

- Rendre les processus pérennes aux moyens de standards.
- Etablir une cartographie des flux consensuelle.
- Exploiter la cartographie pour identifier facilement les actions d'amélioration.
- Appliquer la méthodologie générique de maîtrise d'un processus.

**Réflexion collective** Cartographier un flux patient particulier (personnes âgées, urgences pédiatriques, ambulatoire...).



Réf : FUS

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
19-20 mars/15-16 juin 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Direction, direction des soins, CME, chef de pôle, chef de service, médecin, infirmière, qualitatif, SIH.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Pratique Personnel des hôpitaux : gérer son stress et ses émotions nouveau

## savoir se préserver et garder sa vitalité

Ce stage vous apprendra différentes techniques qui vous permettront de mieux gérer vos tensions corporelles et émotionnelles. Dans un quotidien professionnel à forts enjeux émotionnels, les apports de ces pratiques vous aideront à mieux garder équilibre, vitalité et efficacité.

### » Comprendre les mécanismes du stress pour y faire face

- Les différents niveaux de stress et leurs impacts sur le corps.
- Définir ses positions de vie privilégiées : valeurs accordées à soi et aux autres.
- Comprendre l'influence de l'esprit sur le corps.
- Les conséquences des émotions vécues et des émotions perçues sur notre niveau de tension.
- Prendre conscience de ses pensées limitantes.
- Identifier ses comportements spontanés (drivers) et les faire évoluer.

**Travaux pratiques** Auto-évaluation et identification de ses comportements sous stress.

### » Mettre en place des stratégies pour gérer ses tensions

- Autodiagnostic de son niveau de pression interne.
- Techniques de bien-être à pratiquer au quotidien.
- Résister au stress : respiration abdominale.
- Pratiquer la relaxation minute pour retrouver de l'énergie rapidement.
- Mettre en place une série d'étirements.
- Pratiquer la cohérence cardiaque pour être plus détendu.

**Travaux pratiques** Mise en place de nouvelles pratiques corporelles et émotionnelles pour garder son efficacité et ne plus se laisser déborder par le stress.

### » Connaître son fonctionnement émotionnel pour le faire évoluer

- Décrypter ses croyances pour en mesurer l'impact sur ses comportements.
- Définir sa roue des permissions.
- Accroître son périmètre émotionnel pour augmenter l'estime de soi.
- Identifier ses émotions réflexes et ses pensées automatiques.
- Décrypter ses sentiments parasites et les transformer en sentiments positifs.
- Se représenter positivement.
- Définir sa place et son territoire pour apprendre à fixer des limites.

**Travaux pratiques** Utilisation d'outils de compréhension de ses mécanismes émotionnels.

### » Se préserver et rester maître de soi

- Revisiter ses sources de motivation.
- Définir ses besoins psychologiques prioritaires et apprendre à les satisfaire.
- Savoir ce qui nous apporte de l'énergie et ce qui nous en prend.
- Apprendre à se protéger des tensions des autres en restant centré.
- Utiliser l'ancrage émotionnel pour équilibrer ses émotions.

**Travaux pratiques** Nourrir ses besoins psychologiques en situations professionnelles.



Réf :	HPL
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 9-10 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Personnel hospitalier : infirmiers, médecins, aides-soignants, personnels d'accueil, etc.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Pratique Personnel des hôpitaux : communiquer avec empathie nouveau

## avec les patients savoir faire face aux situations délicates

Ce stage permet de développer une communication empathique et une écoute active adaptée aux situations délicates en milieu hospitalier. Il apporte des outils pratiques et opérationnels pour bien gérer les relations quotidiennes avec les patients et leur entourage.

### » L'empathie dans l'écoute et la relation d'aide

- Connaître les composantes de sa personnalité.
- Identifier ses états structuraux et comprendre les styles relationnels.
- Définir ses modes relationnels "naturels".
- Décrypter ses modes positifs et les développer.
- Détecter ses modes négatifs pour les faire évoluer positivement.
- Cerner la place de l'empathie dans les différents styles relationnels.
- Equilibrer implication et émotion.

**Travaux pratiques** Auto-évaluation par l'analyse transactionnelle de ses modes relationnels.

### » S'adapter au langage de son interlocuteur pour optimiser la communication

- Les différents modes de perception : émotion, pensée, action.
- Découvrir les langages et types de personnalité associés : caractéristiques, points forts et différences.
- Détecter les indicateurs de langage et savoir les mobiliser.
- Appréhender les principaux canaux de communication.
- Connaître et utiliser son canal de communication privilégié.
- Utiliser les autres canaux de communication pour être compris.

**Travaux pratiques** Mises en situation pour expérimenter les différents canaux de communication.

### » Comprendre la communication non verbale pour anticiper les besoins

- L'importance du non verbal dans l'expression et la compréhension du message.
- Apprendre à décrypter les émotions en fonction de la gestuelle.
- Identifier son langage préférentiel par rapport à son langage corporel.
- Comprendre les besoins de son interlocuteur en fonction de son intelligence relationnelle.

**Travaux pratiques** Analyse des signes non verbaux et mise en place de réponse adaptée au travers de mises en situations.

### » Formuler un message difficile avec bienveillance

- Savoir apporter un soutien adapté à la personnalité du patient.
- Déchiffrer les messages négatifs et apprendre à y répondre positivement.
- Analyser les rapports en situation de stress et apporter une réponse adaptée.
- Donner des signes de reconnaissance pour sortir de la "mécommunication".
- Développer une posture stable et confiante.
- Pratiquer la relaxation minute pour retrouver son calme.

**Travaux pratiques** Apprendre à sortir de la spirale négative. Formuler des messages difficiles.



Réf :	EPE
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 23-24 avril/22-23 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Personnel hospitalier : infirmiers, médecins, aides-soignants, personnels d'accueil, etc.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous aidera à développer vos capacités relationnelles pour gérer efficacement les plaintes et les réclamations des patients ou de leur entourage. Elle propose également des techniques comme la communication assertive, pour repérer et désamorcer les comportements déstabilisants.

## » Comprendre les notions de plainte et de réclamation

- Les composantes d'une prestation de soin.
- Anticiper les causes ordinaires.
- Les modes de formalisation et leurs particularités.
- Les écarts de perception.

**Travaux pratiques** Exposé participatif de l'animateur.

## » Identifier les situations habituelles de plainte

- Situations formulées par le soigné et par un tiers.
- Les droits fondamentaux du patient.
- Typologie des situations de réclamation.
- Les risques à maîtriser.
- Délais et options de traitement.

**Travaux pratiques** Quiz de connaissances.

## » Déterminer le profil de plaignant

- Les profils de personnalités.
- Eléments habituels d'insatisfaction.
- Les composantes qualitatives de la prestation de soin.
- L'environnement du patient.

**Travaux pratiques** "Cartographie" individuelle des situations vécues.

## » Adopter un comportement adapté à la situation

- La prise de recul. Besoins réels et besoins exprimés.
- Compréhension et reconnaissance.
- Synchronisations comportementales.
- Techniques de renforcement de la maîtrise de soi.
- Faire face aux situations ingérables.

**Travaux pratiques** Mises en situation sur des cas tirés de la vie professionnelle des participants.

## » Développer un comportement assertif

- La posture de neutralité bienveillante.
- Questionnement et écoute active.
- L'argumentation pertinente. Savoir dire non.
- Les situations délicates : colère, incivilité, agressivité.

**Travaux pratiques** Mises en situations et test "quelles sont vos attitudes d'écoute ?".

## » Prendre en compte des éléments psychologiques

- Encourager l'expression du mécontentement.
- Les mécanismes potentiellement conflictuels : accumulation, explosion, "collection de timbres" ...
- Les stratégies : de fuite, d'adoucissement, de confrontation...
- Déclencheurs émotionnels et signes avant-coureurs.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic sur son niveau d'assertivité.

## » Appliquer la procédure adaptée

- L'analyse critique des griefs exprimés.
- Suivis et comptes rendus.
- Le système afférent de procédures internes.

**Travaux pratiques** Elaboration collective d'un système procédural.



Exercices pratiques

Réf :	PEH
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 23-24 avril/22-23 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne en situation de devoir gérer les plaintes et réclamations, qu'elles émanent du patient ou de ses proches.

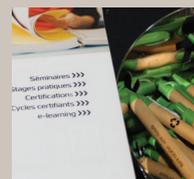
### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## Venez assister à nos prochaines conférences gratuites !

...> pour suivre les nouvelles tendances

379



Visionnez nos conférences sur



Paris - Aix-en-Provence - Bordeaux - Lille - Lyon - Nantes - Rennes  
Sophia-Antipolis - Strasbourg - Toulouse - Bruxelles - Genève - Luxembourg

Pour vous inscrire ...> [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Ce stage vous montrera comment faire face à la violence verbale et à l'agressivité au quotidien. Vous apprendrez notamment à développer des stratégies de communication positive et à garder une attitude empathique et bienveillante.

**df** Exercices pratiques

Réf :	HSO
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 19-20 mars/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Personnel hospitalier : infirmiers, médecins, aides-soignants, personnels d'accueil, etc.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Apprendre à se positionner face à l'agressivité**

- Evaluer ses positions de vie : vision de soi et des autres, dominant ou soumis.
- Décrypter ses croyances et ses valeurs, et leur impact sur l'image que nous avons de nous-même et des autres.
- Analyser ses comportements spontanés sous stress.
- Comprendre les mécanismes du triangle de Karpman.
- Éviter les pièges de la manipulation en gardant une position neutre.
- Définir ses modes de fonctionnement relationnel.
- Analyser ses points forts et ses fragilités face aux conflits.
- Développer l'estime et la confiance en soi par la roue des permissions.

**Exercices** Auto-évaluation sur la connaissance de soi et de ses réactions face aux conflits et incivilités.

**» Développer un centrage corporel et émotionnel pour ne plus être déstabilisé**

- Retrouver une posture équilibrée pour faire face à l'agressivité.
- Pratiquer la relaxation pour garder son calme.
- Développer une respiration abdominale, source d'énergie et de contrôle émotionnel.
- Mettre en place son parcours santé pour éliminer les tensions corporelles et émotionnelles.
- Pratiquer les ancrages corporels et émotionnels.
- Apprendre à placer sa voix pour garder l'ascendant en cas d'attaque verbale.

**Exercices** Pratiques d'exercices corporels et mise en place d'un parcours "équilibre" individualisé.

**» Transformer l'attaque en échange positif**

- Pratiquer la distanciation pour ne pas prendre l'agression pour soi.
- Détecter les différents niveaux de stress pour savoir y répondre de manière constructive.
- Développer une communication positive en gardant une posture neutre et équilibrée.
- Rester maître de ses émotions pour aider son interlocuteur à sortir du conflit sans dommages.
- Redonner à son " agresseur " de la valeur pour lui permettre d'adopter de nouveaux comportements.
- Maintenir un dialogue positif en se positionnant en dehors des croyances négatives et des préjugés.
- Apprendre à ne pas garder de ressentiments après une agression verbale.

**Exercices** Pratique de techniques de communication positive en sous-groupes pour apprendre à gérer les attaques verbales.

Ce stage vous permettra de mieux comprendre votre rôle et d'améliorer vos relations avec les personnes aidées. Vous apprendrez notamment à identifier les aptitudes psychologiques et techniques nécessaires, à connaître les risques auxquels vous vous exposez et à trouver votre place parmi les aides professionnelles.

**df** Exercices pratiques

Réf :	AAH
Durée :	2 jours
Paris	3-4 nov. 2014 2-3 mars/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Personnes aidantes en milieu hospitalier. Famille, amis, proches ou bénévoles d'associations d'aidants.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Définir qui sont les aidants**

- L'aidant non professionnel. L'aidant familial. L'aidant naturel.
- La situation des aidants en France.

**Travaux pratiques** Echange sur les différentes catégories d'aidants.

**» Connaître le rôle complexe des aidants**

- Réflexion sur les aidants et le stress en découlant.
- Les facteurs émotionnels contre réactionnels.
- Constat sur les problématiques des aidants : affectés moralement, mal informés...
- Les difficultés de la vie à domicile des patients.

**Etude de cas** Les difficultés de la prise en charge d'un patient diabétique, régime, précautions d'hygiène, traitements...

**» Instaurer une relation aidant-aidé**

- Qualité de la relation antérieure et conséquences.
- Existence et / ou réactualisation de conflits familiaux.
- Inversion des rôles au sein du couple. Renversement dans l'ordre des générations.
- Intrusion de tiers dans la relation (soignants, enfants...).

**Etude de cas** Rôle de l'épouse d'un monsieur atteint d'une maladie de Parkinson.

**» Identifier les différentes catégories de vulnérabilité des aidants**

- Facteurs liés à la pathologie de l'aidé : les troubles du comportement, le niveau de dépendance...

- Facteurs liés à l'aidant : l'âge, l'état de santé, son équilibre psychologique.
- Deuil de la relation passée, deuil de l'image de l'autre.
- Isolement social et affectif, sa capacité à demander de l'aide.

**Travaux pratiques** Echanges à partir des expériences de chacun.

**» S'informer sur les populations à risque chez les aidants**

- Risque de dépression multiplié par 3.
- Anxiété, fatigabilité, épuisement physique.
- Consommation de psychotropes augmentée.
- Effondrement après institutionnalisation ou deuil.

**Travaux pratiques** Echanges sur les différents facteurs de vulnérabilité.

**» Cartographier les aides existantes**

- Les aides professionnelles : aide à domicile, institution.
- Associer les aidants à la prise en charge du patient et prévenir la maltraitance.
- Informations sur les aides et structures existantes.
- Sensibilisation à la relation d'aide : authenticité, empathie, disponibilité, écoute.
- Les groupes d'aide aux aidants : les groupes de paroles et psycho-éducatifs.

**Travaux pratiques** Echanges sur les structures locales existantes.

# a chats

381

prestataires  
de Services

démarche  
RSE

fournisseur  
acheteur

négociier

contrat  
achat

transports

outsourcing

maîtriser  
les coûts

# Nos experts en achats

## » Judith PALANT » a

commencé sa carrière dans le commerce chez un marchand de chevaux et a depuis réalisé les achats de Disneyland Paris puis dirigé les achats d'NRJ groupe (media). Elle est diplômée de l'executive MBA de l'ESCP et enseigne depuis 2004 les achats auprès de groupes du CAC 40 comme de PME en alternance avec des actions de conseil opérationnel en achats.



## » Martine PALLOT » a créé

Dhanara21 en 2008. Elle a été Directeur des achats du groupe Manutan International, Directeur de la centrale d'achat textile Intermarché Vêtimarché et Responsable non alimentaire pour le groupe Métro.



Dhanara21 accompagne les entreprises dans la définition de leur stratégie achat, la mise en place de sourcing adapté, le pilotage de la performance au service de l'efficacité de leur offre.

Après une formation en école de commerce, » Isabelle

**SOUBRE** » exerce la fonction de responsable commercial grands comptes dans plusieurs grandes entreprises. Elle évolue ensuite vers la fonction de Directrice des Achats au sein du Groupe Yves Rocher. En 2007, elle crée Archipeladon, société de Conseil et Coaching dans le domaine du commercial et des achats, deux domaines qu'elle maîtrise parfaitement.



## » Jean-Jacques

**RECHENMANN** » exerce en indépendant une activité centrée sur le conseil en marketing international, innovation et intelligence économique. Il a d'ailleurs publié des ouvrages sur ces sujets. De 1976 à 1990, il a mené une carrière internationale de directeur export en milieu industriel et informatique, qui lui a permis de se constituer une solide expérience.



## » Fonctions »

### Devenir acheteur

2 j - ACH - p.384

### Responsable achats, les clés du métier

2 j - HAT - p.384

### Assistant(e) achat, le métier **F**

2 j - ATA - p.492

## » Négociation et contractualisation »

### **Best** Mieux négocier vos achats

2 j - AEN - p.386

### **Best** Négocier vos achats par l'analyse de la valeur

2 j - VAR - p.387

### Achats, maîtrisez les négociations complexes

2 j - AEP - p.387

### Maîtriser les aspects juridiques des contrats d'achats

2 j - ASJ - p.388

### Les aspects juridiques et culturels des contrats internationaux

2 j - CIJ - p.280

### Maîtriser les contrats d'outsourcing

2 j - OUR - p.281

## » Suivi des fournisseurs »

### Analyser et évaluer vos fournisseurs

2 j - AVF - p.388

### Suivre et améliorer la performance des fournisseurs et sous traitants

2 j - FST - p.389

### Encadrement juridique des prestataires de service

2 j - EJP - p.389

## » Pilotage des achats »

### Améliorer la performance de son service achats

2 j - PEA - p.385

### Acheteurs, optimisez et réduisez les coûts

2 j - ARE - p.385

### Les outils du service achat

2 j - OUI - cf@

### Achat et démarche RSE

2 j - ARS - p.390

### Acheter des prestations de service

2 j - APR - p.390

### Maîtriser les achats de frais généraux

2 j - AGE - p.400

### Acheter à l'international

2 j - ACI - cf@

La fonction achat est l'une des fonctions clés de la performance de l'entreprise, garante notamment de l'optimisation des coûts, de la qualité de service, du respect de la RSE et de la politique de développement durable de l'entreprise. Les cours Orsys, conçus et animés par des experts de ce domaine, vous permettront de vous perfectionner aux différentes facettes de ce métier.



Ce stage pratique vous permettra de maîtriser les meilleures pratiques d'achats. A partir de situations très concrètes, vous découvrirez les étapes clés d'une démarche achat réussie. Vous mettrez en œuvre les principaux outils opérationnels et piloterez les indicateurs de mesure de la performance achat.

**Exercices pratiques**

**dif**

Réf : ACH

Durée : 2 jours

Paris 13-14 oct./15-16 déc. 2014  
26-27 fév./16-17 avril 2015  
25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Exercices pratiques et études de cas permettent une appropriation optimale des principaux outils et méthodes des achats.

**PARTICIPANTS**

Toutes les personnes - managers, responsables, acheteurs - souhaitant acquérir les bases de la fonction achat et professionnaliser leur démarche achat.

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

» La fonction achat

- Situer la fonction achat dans l'entreprise.
- Découvrir la mission des achats et les impacts sur la rentabilité.
- Comprendre le rôle de l'acheteur et les nouveaux enjeux auxquels il doit répondre.
- Mettre en œuvre une démarche achat en plusieurs étapes.

**Exercices** A partir d'une mise en situation, les participants découvrent les cinq dimensions de la fonction achat.

» Etape 1 : connaître et identifier les besoins

- Classer et segmenter les produits, services et fournisseurs.
- Identifier les caractéristiques à analyser.
- Identifier les enjeux et les risques.

**Exercices** Construire un diagramme de Pareto fournisseurs et un diagramme de Pareto produits.

» Etape 2 : analyser le besoin et l'exprimer clairement

- Les différents cahiers des charges et leurs caractéristiques.
- Cahier des charges fonctionnel, cahier des charges technique.
- Identifier les actions possibles de l'acheteur sur le cahier des charges.

**Exercices** Rédiger un cahier des charges fonctionnel et un cahier des charges technique.

» Etape 3 : analyser le marché fournisseurs

- Les cinq types de marchés.
- L'analyse des forces concurrentielles de Porter.

**Exercices** Identifier les caractéristiques d'un marché à partir du modèle d'analyse de Porter.

» Etape 4 : mettre en œuvre un sourcing efficace

- Rechercher l'information : les différentes sources d'information.
- Collecter et analyser l'information : RFI, RFP, RFQ.
- Analyser et sélectionner les fournisseurs : les principaux critères de sélection d'un fournisseur.
- Prendre sa décision.

**Exercices** Etablir une grille de dépouillement et déterminer les critères de choix à partir d'un Business Case (achat de produits courants).

» Etape 5 : contractualiser

- Les différents types de contrat.
- Les différents types de commandes : simple, ouverte, accord cadre...
- Les clauses essentielles d'un contrat d'achat.

**Exercices** Construire un plan de négociation et préparer l'argumentaire. Analyser un contrat.

» Etape 6 : évaluer la performance

- Mesurer les résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés.
- Suivre les prestations des fournisseurs.
- Définir un plan de progrès.

Ce stage vous permettra d'acquérir une vision claire de la fonction responsable Achats et de ses enjeux. Vous apprendrez à définir une politique d'achat compatible avec les objectifs stratégiques de votre entreprise, à utiliser les principaux outils de pilotage, à bien manager et communiquer.

**Exercices pratiques**

**dif**

Réf : HAT

Durée : 2 jours

Paris 16-17 oct./11-12 déc. 2014  
5-6 mars/18-19 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Exercices pratiques et mises en situation permettent une appropriation optimale des principales méthodes et outils présentés.

**PARTICIPANTS**

Responsables achats, chefs de groupe achats, responsables de familles d'achats.

**PREREQUIS**

Connaissances de base des outils de l'achat.

» Comprendre les enjeux de la fonction achat

- Situer les achats dans l'entreprise.
- Les principales dimensions de la fonction achat.
- Les différentes organisations achats.
- Les nouveaux enjeux de la fonction achat.

**Travaux pratiques** Découverte en petits groupes des principaux risques liés aux achats. Identification des enjeux.

» Définir une stratégie d'achat adaptée à la stratégie de son entreprise

- Stratégie achat et stratégie de coût.
- Stratégie achat et stratégie de différenciation.
- Principaux outils pour élaborer une stratégie achat.
- Principaux leviers stratégiques achats.

**Etudes de cas** En petits groupes, elles sont suivies d'une réflexion individuelle sur la stratégie d'achat la plus adaptée à l'environnement.

» Anticiper et manager les risques

- Risques techniques.
- Risques financiers.
- Risques logistiques.
- Risques d'image.

**Travaux pratiques** Les participants identifient les risques spécifiques aux achats de leur société. Echanges sur les éventuelles opportunités à développer.

» Manager l'équipe achats

- Définir les missions et fixer les objectifs.
- Savoir recruter.
- Savoir déléguer.
- Evaluer les performances de ses collaborateurs.
- Connaître son style de management pour mieux animer.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic de son style de management.

» Piloter la performance du service achats

- Mettre en place les procédures adaptées.
- Déployer les accords cadres.
- Construire les partenariats.
- Développer les e-outils et le benchmarking.
- Définir les indicateurs de performance.
- Construire le tableau de bord du service achats.

**Travaux pratiques** Analyse d'un service achat, identification des indicateurs à mettre en place et création d'un tableau de bord.

» Communiquer : les achats, une fonction transversale

- Les outils de la communication interne.
- Les outils de la communication externe.

**Travaux pratiques** Elaboration d'un plan de communication et sélection des outils adaptés à une opération de communication donnée.

# Améliorer la performance de son service achats tableau de bord et pilotage



Ce stage vous apprendra à conduire un diagnostic et à identifier les éléments clés de la performance opérationnelle et managériale de votre service achats. Il vous présentera les outils pour piloter le changement et progresser.

## » Cadre et mission du service achats

• Quelle politique achat pour une stratégie de coût ? Quelle politique achat pour une stratégie de différenciation ?

• S'assurer que sa politique achats est bien en accord avec celle de l'entreprise.

**Exercices** Quiz permettant de réaliser un autodiagnostic de la performance du service achats. Identifier les enjeux stratégiques et économiques de sa politique achats.

## » Cerner les trois axes de la performance achats

• Axe économique : le contrôle des coûts et des économies. Focus sur l'approche TCO.

• Sélection et gestion du panel fournisseurs.

• Axe processus : les cinq étapes de la démarche achats.

**Travaux pratiques** Chaque participant identifie les points forts de son service achats et les axes à améliorer.

## » Les trois dimensions de la performance achats

• Mesurer l'efficacité : les indicateurs de performances.

• Développer l'efficacité : les indicateurs d'action.

• Améliorer la productivité : les indicateurs de moyens.

**Travaux pratiques** Travail en groupe et échange sur les différents types d'indicateurs à mettre en œuvre.

## » Actionner les principaux leviers de la performance aux achats

• Approche segmentée du portefeuille achats.

• Globalisation des besoins. Redesign to cost.

• Management de l'équipe achats.

• Audit et référencement fournisseurs.

• Mise en concurrence systématique.

• Achats internationaux.

**Travaux pratiques** A partir de différentes situations d'achats, identifier les leviers les plus adaptés pour répondre aux objectifs de performance achats.

## » Les principaux référentiels de comparaison

• L'approche historique.

• Le benchmarking. Périmètre et méthodologie.

• Benchmarking interne et externe.

## » Etablir un plan d'action

• Evaluation des gisements de progrès.

• Evaluation des gains potentiels.

• Hiérarchisation des actions et mise en œuvre.

**Travaux pratiques** Identifier et évaluer les actions à mener.

## » Piloter par les tableaux de bord

• Les principes de base des tableaux de bord.

• Les différents tableaux de bord : pour la direction générale, pour le pilotage des fournisseurs, etc.

• Choisir les bons indicateurs. Leurs caractéristiques.

**Travaux pratiques** Sélectionner les indicateurs et bâtir les tableaux de bord adaptés à la problématique d'une direction achats d'un groupe européen.

## » La conduite durable du changement

• Les facteurs clés de succès.

• Un exemple d'amélioration de performance.



Réf :	PEA
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Autodiagnostic, travail de réflexion en sous-groupes.

### » PARTICIPANTS

Responsable achats, chef de groupe achats, directeur achats.

### » PREREQUIS

Etre en situation de management.

# Acheteurs, optimisez et réduisez les coûts



Cette formation vous permettra de cerner les paramètres qui concourent à la formation des coûts et des prix. Vous serez en mesure de maîtriser l'outil de la décomposition des coûts et de renforcer vos leviers de négociation dans le cadre des consultations.

## » Les leviers de l'optimisation de coûts

• L'optimisation du processus d'achat.

• Les leviers orientés "besoins".

• Les leviers orientés "marchés".

• La gestion des relations avec les fournisseurs.

## » Les structures de coûts et de prix

• Les éléments de composition d'un coût de revient et d'un prix de vente.

• Les prix de vente en économie de marché et la stratégie de prix fournisseur.

• Les prix de marché et le coût objectif d'achat.

• Les objectifs d'économies et de gains sur achats.

• Les objectifs de la décomposition des coûts.

• Les méthodes pour obtenir la décomposition des coûts fournisseurs.

• L'analyse critique des déterminants de coûts.

**Etude de cas** Structure de coûts d'un produit industriel et d'une prestation de service, coûts objectifs d'achat (analyse critique des déterminants de coûts).

## » L'optimisation de la consultation des fournisseurs

• Les techniques de mise en concurrence des fournisseurs.

• L'établissement d'un modèle de coûts (Cost Model).

• La définition d'une grille d'appel d'offres pertinente.

• La grille de dépouillement et de comparaison des offres.

• Les leviers de la contractualisation.

**Exercices** A partir des structures de coûts obtenues précédemment, les participants établissent les bases d'une consultation fournisseurs solide et efficace. Débriefing collectif.

## » La négociation Achat avec le support des outils de réduction de coûts

• Les leviers de la négociation Achat.

• Le choix des constituants et éléments de coûts à négocier.

• L'amélioration du rapport de force Achat-Vente.

• La détermination de la stratégie de négociation adaptée aux leviers utilisés.

• Les techniques de négociations efficaces.

• La spécificité des négociations difficiles.

**Exercices** Mise en situation de négociation achat avec utilisation des leviers choisis et des outils de la réduction de coûts.



Réf :	ARE
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 16-17 fév./13-14 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas, exercices en sous-groupes, mises en situation comportementales suivies d'un débriefing collectif.

### » PARTICIPANTS

Toute personne ayant à réaliser des achats dans l'entreprise : négociateur achats, acheteur, responsable d'achats.

### » PREREQUIS

Expérience opérationnelle en achats.

Savoir mener des analyses concurrentielles de marché et des analyses produits. Etablir un cahier des charges. Acquérir des techniques de négociation en fonction des objectifs d'achat. Mettre en place des stratégies d'attente et d'attaque, s'entraîner à argumenter, à reformuler, à gérer son image et à savoir conclure.

### Situer la négociation dans le processus achat

- Décrire le processus achat et ses composantes.
- Identifier, définir et exprimer le besoin.
- Formaliser un cahier des charges technique et/ou fonctionnel.
- Organiser la consultation des fournisseurs.
- Maîtriser les leviers de la négociation et la contractualisation.
- Analyser l'achat à effectuer.
- Connaître les principaux risques et contraintes liés à un marché.
- Analyser le marché : le marché fournisseur est-il concurrentiel ou pas ? Quel est le rapport de force Achat/ Vente ?
- Choisir sa stratégie d'achat et ses leviers d'action : achats simples, achats complexes.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, répertorier les composantes du processus d'achat sous forme de carte mentale. Retours d'expériences.

### Les fondamentaux de la négociation d'achat

- Qu'est-ce qu'une négociation ? Pourquoi un acheteur doit-il y recourir ?
- Que signifie une entrée en négociation pour un vendeur ?
- Les trois temps de la négociation : préparation, discussion, conclusion.
- Les différents acteurs et leurs relations : acteurs du processus, pouvoir de décision, pouvoir d'influence.
- Les besoins d'achats et les objectifs pour chaque négociation avec chacun des fournisseurs.
- Les deux types de stratégies : stratégie d'attente, stratégie d'attaque.
- Les tactiques de négociation : le leurre, les trois pivots, l'argument "repoussoir", les quatre marches.
- Les règles d'or de la négociation d'achat.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles sur les trois temps de la négociation. Débriefing collectif.

### Connaître son style de communication et son positionnement

- Analyser les typologies de négociateurs : le comportement naturel, le bon comportement et les forces du négociateur.
- Identifier son propre style.
- Echanger de façon constructive en négociation : temps de parole, argumentation, écoute active et reformulation.
- Développer des comportements assertifs en négociation.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic de son profil et de celui de son interlocuteur. Entraînement aux techniques d'assertivité.

### Préparer efficacement la négociation

- Analyser les enjeux : performance, relationnel, image.
- Déterminer les points à négocier.
- Définir et hiérarchiser ses objectifs.
- Etablir une "feuille de route".
- Préparer son argumentaire et la parade aux objections.
- Définir le chemin de négociation et l'ordre des clauses à négocier.
- Préparer les autres facteurs d'influence : équipe, environnement.

- Connaître les spécificités de négociations difficiles.

**Travaux pratiques** A partir d'un cas donné, les participants déterminent le cadre de la négociation et préparent leurs arguments.

### Conduire et maîtriser l'entretien de négociation

- Faire un diagnostic de la situation.
- Etre ouvert à l'autre pour anticiper ses réactions : questionner et reformuler.
- Développer l'écoute active et l'empathie.
- Formuler des objections quand on est acheteur.
- Répondre aux objections de son interlocuteur.
- Savoir traiter les blocages et impasses.

**Travaux pratiques** Simulations d'entretiens sur des situations variées : achat de fournitures, de prestations, de services...

### Savoir conclure une négociation

- Identifier le moment opportun pour conclure.
- Savoir formaliser pour obtenir l'accord : les différents modes de conclusion.

• S'engager conjointement vers une prochaine étape.

**Travaux pratiques** Simulations d'entretiens sur des situations variées. Entraînement à la formalisation de l'accord.



Réf :	AEN
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./4-5 déc. 2014 19-20 fév./2-3 avril 2015 22-23 juin 2015
Groupe 1	27-28 nov. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Groupe 3	13-14 nov. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Toute personne ayant à conduire des négociations d'achats interne ou externe : acheteurs, négociateurs d'achats ou affaires, responsables d'achats.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » pour aller plus loin »

- » Achats, maîtrisez les négociations complexes p. 387
- » Maîtriser les aspects juridiques des contrats d'achats p. 388
- » Analyser et évaluer vos fournisseurs p. 388

# Négocier vos achats par l'analyse de la valeur



Ce stage vous permettra de comprendre la notion de valeur d'un produit ou d'un service, et de mesurer l'intérêt de l'analyse de la valeur dans la démarche achat. Vous apprendrez à répondre à la satisfaction du juste besoin au meilleur coût global et à mettre en œuvre l'analyse de la valeur dans votre processus d'achat.

## » Comprendre la démarche achat et création de valeur

- Les rôles et missions des achats : une fonction stratégique.
- Le premier levier de compétitivité de l'entreprise.
- La démarche et le processus achat.
- La notion de valeur : pour le client, pour l'entreprise.
- Les différentes stratégies achat pour créer de la valeur.

**Travaux pratiques** Les participants identifient la stratégie achat la plus adaptée à leur entreprise pour créer de la valeur.

## » Mettre en œuvre l'analyse de la valeur

- Définir les objectifs de l'analyse de la valeur.
- Comprendre les sept étapes-clés.
- Cerner les différents acteurs de l'analyse de la valeur.
- Connaître les outils méthodologiques : le besoin, les fonctions, les coûts, le diagnostic.

**Travaux pratiques** Les participants mettent en œuvre l'analyse de la valeur à partir d'un cas concret. Débriefing collectif.

## » Mieux négocier le besoin avec l'analyse de la valeur

- Comprendre le besoin de façon exhaustive avec le cahier des charges fonctionnel.
- Utiliser la méthode ROCH.
- Rechercher les fonctions et identifier les contraintes.
- Ordonner les fonctions afin de structurer le besoin.
- Caractériser les fonctions.

- Hiérarchiser les fonctions.

**Travaux pratiques** Dans le cadre d'une préparation à la négociation, les participants définissent le juste besoin. Discussion collective.

## » Mieux négocier les coûts avec l'analyse de la valeur

- Etablir le coût total d'acquisition.
- Identifier les leviers d'amélioration avec l'analyse de la valeur.
- Développer la conception à coût objectif.
- Négociation de produits ou services en utilisant le coût total d'acquisition.

## » Améliorer vos performances de négociation

- Choisir le bon sourcing.
- Maîtriser les flux.
- Développer les relations avec le fournisseur.

## » Améliorer votre efficacité avec les techniques créatives

- Briser les freins à l'imagination.
- Le principe d'association.
- Le principe d'éloignement.
- Construire des cartes mentales.

**Travaux pratiques** Les participants choisissent l'une des techniques de créativité pour trouver des idées permettant d'améliorer une situation de négociation.



Réf : VAR

Durée : 2 jours

Paris 17-18 nov. 2014  
29-30 janv./5-6 mars 2015  
5-6 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Alternance d'exercices d'application issus de cas réels et d'études de cas. Ateliers individuels et de travail de groupe. Partage d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Directeurs ou responsables achats, acheteurs, acheteurs projets.

### » PREREQUIS

Avoir des connaissances de base dans le processus achats.

# Achats, maîtrisez les négociations complexes



Cette formation vous permettra de consolider votre savoir-faire en matière de négociation d'achats et d'acquérir les outils nécessaires pour mener à bien des négociations complexes ou à forts enjeux. Vous découvrirez également les spécificités de la négociation en équipe.

## » Comprendre les éléments clés de négociation

- L'analyse du rapport de force.
- La création de valeur et sa répartition.
- La gestion des échanges.
- Le jeu des concessions - contreparties.

**Exercices** Comment rendre le rapport de force plus favorable ?

## » Consolider sa stratégie de négociation

- Les enjeux et les risques.
- La feuille de route.
- La matrice de négociation.
- Le chemin de négociation.
- Le choix d'une stratégie de négociation.
- Les tactiques de négociation.

**Travaux pratiques** Construction en sous-groupes de la matrice et du plan de négociation puis mises en situation filmées.

## » Conduire et maîtriser les négociations complexes ou à forts enjeux

- Définir une stratégie de négociation adaptée.
- Les clés d'une négociation réussie.
- Qu'est-ce qui rend une négociation difficile ?
- Appréhender les situations de blocage.
- Le canevas de négociation en situation de fortes tensions.
- Travailler son comportement.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée : simulation d'une négociation face à un directeur des ventes. Débriefing.

## » Apprendre à gérer les situations conflictuelles

- La compréhension des causes du conflit.
- Connaître son profil de résolution de conflit.
- Les parades pour les négociateurs.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée : simulation d'une négociation conflictuelle et débriefing.

## » Mieux connaître son interlocuteur et améliorer ses capacités de négociateur

- Les apports de l'Analyse Transactionnelle.
- Les profils de négociateurs.
- Faire face aux comportements difficiles.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée : simulation d'une négociation avec un interlocuteur difficile et débriefing.

## » Conduire une négociation en équipe

- Les spécificités de la négociation en équipe.
- Les jeux de rôles.
- Le plan de table.

**Jeu de rôle** Simulation d'une négociation par équipe.

## » Clore la négociation et préparer l'avenir

- Faciliter le "closing" de la négociation.
- Les leviers de la contractualisation.
- L'engagement vers une prochaine étape.

**Travaux pratiques** La gestion des situations difficiles.



Réf : AEP

Durée : 2 jours

Paris 13-14 oct./15-16 déc. 2014  
26-27 fév./16-17 avril 2015  
4-5 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Jeux de rôles filmés avec restitution collective, rédaction des clauses d'un contrat, partage d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Acheteurs, acheteurs confirmés, managers achats.

### » PREREQUIS

Expérience requise en négociation d'achats.

Cette formation vous procurera les connaissances juridiques nécessaires pour rédiger et négocier vos contrats d'achats. Vous apprendrez à rédiger les conditions générales de vente et d'achat (CGV/CGA) avec les fournisseurs et à anticiper les risques juridiques des contrats.



Réf :	ASJ
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 26-27 fév./2-3 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en application à l'aide d'exercices ciblés, échanges participatifs, retours d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Acheteurs devant négocier des contrats et toute personne confrontée à une problématique juridique des achats.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Les fondamentaux du droit commercial**

- Les notions de base du droit.
- Le vendeur et l'acheteur.
- Quelles sont les obligations des deux parties ?

» **Le contrat d'achat**

- Qu'est-ce qu'un contrat d'achat ?
- Les accords et les différents types de contrat.
- Les Conditions Générales de Vente et d'Achat (CGV/CGA).
- Le type de renouvellement (tacite, exprès...).
- Les risques qui peuvent survenir.

**Exercices** Elaborer un contrat d'achat et définir les différentes obligations contractuelles.

» **Les clauses essentielles**

- L'importance de l'objet du contrat.
- Ne pas oublier les prix, les délais et la durée.
- Que faire en cas de litige ?
- La propriété intellectuelle.
- Les clauses de confidentialité.
- La cessibilité du contrat.
- Les modifications possibles.

**Exercices** Continuer l'élaboration d'un contrat d'achat en incluant les clauses essentielles.

» **Les pénalités**

- Les clauses pénales.
- Comment suspendre ou sortir d'un contrat ?
- Les avantages et les inconvénients.
- Les cas de force majeure.
- Les vices cachés.

» **Les aspects financiers**

- La formule de paiement.
- La lettre d'intention.
- Les prix et la caution.
- La révision des prix.

**Exercices** Compléter l'élaboration d'un contrat d'achat en incluant les pénalités et les aspects financiers.

» **Le droit de la concurrence**

- Qu'est-ce que le droit de la concurrence ?
- Les dispositions légales et réglementaires.
- Les prix et remises, quelle transparence ?
- Les situations de monopole et de position dominante.

» **Les contrats à risque**

- Les types de contrats qui peuvent présenter plus de risques que d'autres.
- Les prestataires sur site et la sous-traitance.
- Les règles d'hygiène et de sécurité.
- Les spécificités du contrat à l'international.
- Les termes du commerce international (Incoterms).

Au terme de la formation, vous aurez appris à segmenter et évaluer vos fournisseurs, à estimer les engagements avec chacun d'entre eux, à établir des ratios de performance et à réduire le coût du relationnel fournisseur en identifiant les leviers de négociation.



Réf :	AVF
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 15-16 janv./23-24 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance d'apports théoriques et d'exercices. Mises en application à l'aide d'étude de cas en sous-groupes suivies de débriefing collectif.

**PARTICIPANTS**  
Acheteurs souhaitant tirer parti de leur panel fournisseur, l'adapter à la stratégie de leur entreprise et optimiser la fonction achats.

**PREREQUIS**  
Des connaissances de base dans la fonction achats sont souhaitées.

» **Introduction : le panel fournisseurs**

- Rôle et importance du panel fournisseurs par famille d'achats.

» **Sourcing**

- Recherche et identification des fournisseurs.
- Méthodes de sourcing et e-sourcing. Outils du e-sourcing.
- Sourcing sur les marchés extérieurs : risques et enjeux des achats internationaux.
- Caractérisation et profils des fournisseurs.
- Analyse de leur portefeuille produits (matrice type BCG).
- Analyse de leurs forces et faiblesses (SWOT).

» **Typologie et segmentation**

- Typologie des achats, préalable aux critères de segmentation du panel fournisseurs.
- Matrice criticité/attractivité de la famille d'achat.
- Achats stratégiques, non stratégiques, contrats cadres.
- Segmentation du panel fournisseurs. Définition des critères de segmentation.
- Critères : sous-traitant/partenaire, disponibilité produits/apport de solutions, critère ABC.
- Typologie des fournisseurs et actions à entreprendre.
- Actions et évaluations attendues pour chaque segment.

**Etude de cas** Estimation du coût total d'acquisition, définition des critères d'évaluation du fournisseur, sélection de KPI appropriés.

» **Evaluation et fidélisation**

- Evaluation et suivi des fournisseurs.
  - Evaluation dans la chaîne des RFx (RFI, RFP, RFQ).
  - Concept de KPI (indicateurs clés de performances).
  - Comment définir les KPI ?
  - Analyse des principaux KPI pour une évaluation efficace des fournisseurs.
  - Identification des fournisseurs stratégiques : poids achats, achats critiques, potentiel de partenariat.
- Etude de cas** Situation de la famille d'achat dans la matrice criticité/attractivité. Importance du RFI dans l'évaluation a priori des fournisseurs.

» **Fidélisation des fournisseurs**

- Objectifs et enjeux de la fidélisation avec les fournisseurs stratégiques.
- Concept de SRM (gestion de la relation fournisseurs) : le contexte, la démarche.
- Outils du SRM.

» **Conclusion**

- Evaluation des fournisseurs dans le cadre de la Supply Chain.
- Conseils pour gérer et manager le panel fournisseurs dans le temps.

# Suivre et améliorer la performance des fournisseurs et sous-traitants



Cette formation vous permettra d'identifier les bonnes pratiques de suivi des performances fournisseurs, afin de mettre en place une dynamique de progrès et de qualité totale, et d'organiser un processus d'amélioration continue des achats.

## » Sélectionner ses fournisseurs et sous-traitants

- Dresser la liste des fournisseurs et sous-traitants.
- Comprendre le processus achat.
- Rédiger un cahier des charges produit ou système.
- Définir la qualité totale.
- Choisir des critères pertinents d'évaluation et de sélection des fournisseurs.

**Exercices** Définition et choix d'indicateurs en sous-groupes. Débriefing collectif.

## » Suivre les performances : outils et méthodes

- Choisir de nouveaux fournisseurs suite à un audit d'homologation.
- Suivre la qualité, le prix, les délais.
- Calculer le coût d'obtention de la qualité dans l'entreprise et chez les fournisseurs.
- Analyser le coût des défaillances, contrôler par rapport à l'investissement prévention.
- Négocier avec les fournisseurs au niveau du coût de la non-qualité.
- Créer son tableau de bord à l'aide d'indicateurs pertinents.
- Les outils de suivi de chaque fournisseur et la consolidation globale des résultats.
- Se fixer des objectifs d'amélioration continue avec les fournisseurs.

**Etude de cas** En sous-groupes : création d'un tableau de bord à partir d'indicateurs choisis. Débriefing collectif.

## » L'assurance qualité fournisseur (AQP/AQF)

- Le contrat d'assurance qualité : définition et conditions.
- La responsabilité de l'acheteur et du fournisseur.
- Transmettre les informations.
- Communiquer un bilan régulier des actions à ses partenaires.
- Les faire sentir partie prenante et les impliquer dans l'amélioration continue.

**Exercices** Mises en situation sur la communication d'informations avec les partenaires. Débriefing collectif.

## » La gestion du non-respect des engagements

- Demander la réalisation d'une action corrective.
- Déclencher des audits en cas de doute.
- Mettre en place des mesures de pénalités nécessaires en cas de non-respect.
- Gérer les conflits et exercer une surveillance accrue.
- Maintenir si possible la relation avec le partenaire.

**Etude de cas** L'escalade d'un conflit avec un fournisseur ou sous-traitant. Lister les différentes actions possibles. Débriefing collectif.



Réf : FST

Durée : 2 jours

Paris 13-14 nov. 2014  
5-6 fév./28-29 mai 2015

Groupe 1 13-14 nov. 2014  
12-13 fév./28-29 mai 2015

Groupe 2 20-21 nov. 2014  
23-24 fév./6-7 mai 2015

Groupe 3 6-7 nov. 2014  
19-20 fév./12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Etude de cas et mises en situation suivies d'un débriefing collectif, exemples, échanges d'expérience.

### » PARTICIPANTS

Responsables qualité et achats, responsables achats, acheteurs.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en qualité.

# Encadrement juridique des prestataires de service



Durant ce stage, vous verrez comment améliorer vos pratiques en termes de recours à des prestataires de services. Vous apprendrez à choisir le contrat le mieux adapté et à mettre en place un suivi pertinent en fonction des activités sous-traitées, le tout dans une logique d'amélioration de la performance.

## » Enjeux et contexte du recours à des prestataires de services

- Le contexte économique.
- Les différents types de sous-traitance. Exemples.
- Etude de quelques cas concrets à titre d'illustration.

**Echanges** Discussions de groupe relatives au choix du recours à des prestataires de services.

## » Connaître le cadre législatif de la sous-traitance

- Présentation des principaux éléments à prendre en compte. Quelles questions se poser ?
- La définition légale de la sous-traitance (loi 75-1334 du 31 décembre 1975).
- Les responsabilités des différents intervenants.
- Le délit de marchandage (Code du travail).
- Le travail clandestin (Loi de 1994).
- Le décret du 20.02.1992 (plan de prévention).

**Etude de cas** Travail sur des cas concrets relatifs aux risques juridiques liés à la sous-traitance.

## » Contractualiser la relation dans une logique de performance

- Différencier les différents types de contrats.
- Les contrats d'achat/vente.
- Les contrats d'entreprise.
- Les contrats avec obligation de moyens ou de résultats.
- Formaliser les cahiers des charges et les contrats.
- Prendre en compte les clauses types d'un cahier des charges pour la maintenance.
- Prendre en compte les documents annexes.

- Prendre en compte la forme du prix : forfait, prix unitaire, dépense contrôlée.

**Exercices** Mise en situation d'un cas concret avec rédaction d'un cahier des charges.

## » Maîtriser les outils juridiques d'une gestion pertinente des prestataires

- Assurer une relation efficace avec les prestataires.
- Organiser et assurer le contrôle régulier des prestations.
- Animer les réunions de suivi et rédiger les comptes rendus.
- Réceptionner les prestations (Loi de 1978).
- La levée des réserves, suivre les garanties. Clôturer le dossier.
- Evaluer les prestations. Quels critères d'évaluation choisir ? Exemples.
- Mettre en œuvre des audits et des outils d'évaluation.
- Définir et faire respecter un Plan d'Assurance Qualité.

**Etude de cas** Cas pratiques sur la mise en œuvre du contrôle des prestations de services.



Réf : EJP

Durée : 2 jours

Paris 2-3 oct./11-12 déc. 2014  
19-20 fév./2-3 avril 2015  
22-23 juin 2015

Groupe 1 17-18 nov. 2014  
5-6 fév./11-12 juin 2015

Groupe 2 12-13 nov. 2014  
12-13 fév./18-19 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Mises en situation. Discussions de groupe.

### » PARTICIPANTS

Entreprise des secteurs public et privé. Ingénieur et responsable de services maintenance. Agent de maîtrise et technicien chargés du suivi des entreprises extérieures. Acheteur.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous présente les spécificités des achats de prestations de services et vous montre comment optimiser vos pratiques et vos techniques en ce qui les concerne. Il met en évidence les risques juridiques spécifiques et propose une démarche pour faciliter les interactions entre acheteurs et prescripteurs.

**Exercices pratiques**

**diff**

---

Réf : APR

Durée : 2 jours

Paris 13-14 nov. 2014  
8-9 janv./19-20 mars 2015  
21-22 mai 2015

---

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**PARTICIPANTS**

Directeurs ou responsables achats. Tous les acheteurs concernés par cette famille d'achats.

---

**PREREQUIS**

Connaissances de base en achat.

**» Périmètre et spécificités**

- Les grandes typologies d'achats de services.
- La définition et les caractéristiques d'une prestation.
- Les spécificités des achats de prestations intellectuelles : complexité, immatérialité, subjectivité.
- Les enjeux et les axes de progrès.

**Exercices** Travail d'identification des enjeux des prestations de services. Etablissement de la cartographie de son portefeuille d'achats de prestations de services.

**» Identifier et analyser le besoin**

- Les spécificités de l'achat de prestations de services.
- Identifier et caractériser le besoin avec le demandeur.
- Rédiger des cahiers des charges types.
- Les objectifs, les résultats et les livrables attendus.
- Déterminer les critères d'évaluation de la prestation.

**Exercices** Rédaction d'un cahier des charges pour une prestation de services.

**» Sélectionner les fournisseurs**

- Choisir les critères de sélection des fournisseurs.
- Formaliser le dossier d'appel d'offres (AO).
- Préparer la négociation.
- Partager les critères d'évaluation de la performance.

**Exercices** Dans le cadre d'un AO pour une prestation de services, préparer une grille de critères pour la sélection puis l'évaluation des fournisseurs.

**» Suivre et évaluer les prestations**

- La réception des prestations.

- Le retour d'expérience des utilisateurs.
- L'évaluation de la conformité des prestations.
- La mesure de la performance et du ROI.

**Exercices** En sous-groupes, dans le cadre d'une prestation de services, identifier des indicateurs de performances.

**» Maîtriser les risques juridiques et les éléments clés des contrats**

- Les spécificités juridiques du contrat d'entreprise.
- Les obligations de moyens et de résultats.
- Le transfert de propriété.
- Les principaux risques.
- Le droit de propriété intellectuelle.
- Les principales clauses d'un contrat d'achat.

**Exercices** Rédaction des principales clauses du contrat d'une prestation de services.

**» Proposer une démarche progressive**

- Connaître et décomposer les coûts.
- Les différents types d'achats de prestations.
- Une démarche adaptée à la maturité de l'organisation.
- Accompagnement. Référencement. Contrat cadre...

**Réflexion collective** Etude de cas concrets. Echanges sur les pratiques.

**» Coopérer et assurer un progrès continu**

- S'impliquer en début de projet.
- Réduire la déperdition d'information.
- Intégrer les contraintes du marché fournisseurs.
- Développer les outils collaboratifs.



Ce stage pratique vous permettra d'appréhender les principes de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, les différents référentiels associés et le lien entre Développement durable et RSE. Vous vous familiariserez en outre avec les principaux outils de déploiement d'une politique d'achat responsable.

**Exercices pratiques**

**diff**

---

Réf : ARS

Durée : 2 jours

Paris 30-31 oct./11-12 déc. 2014  
2-3 avril 2015

---

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Etudes de cas, illustrations des concepts et outils par des bonnes pratiques apportées par le formateur.

---

**PARTICIPANTS**

Directeurs, responsables, managers Achats ou Développement durable.

---

**PREREQUIS**

Etre acteur dans un service achat.

**» Développement durable et RSE : concepts et enjeux**

- Les différentes approches en matière de RSE et la théorie des parties prenantes.
- Comprendre le lien entre RSE et Développement durable.
- Les enjeux de la RSE.
- Les principaux référentiels d'engagements RSE internationaux et nationaux.

**Exercices** Par équipes, les participants découvriront les engagements RSE au travers des rapports de Développement durable de plusieurs sociétés.

**» Revisiter le processus achat au regard des engagements RSE de sa société**

- Réaliser un autodiagnostic de vos achats.
- Identifier les écarts entre les pratiques d'aujourd'hui et les objectifs à atteindre pour intégrer la RSE aux achats.
- Découvrir les leviers de la performance achats responsables.
- Quatre leviers : l'acheteur, le fournisseur, les produits ou les services achetés, les "parties prenantes".

**Exercices** Par équipe : études des politiques achats responsables de plusieurs types de sociétés : banque, distribution, sociétés de services, industriels...

**» Les principaux outils de déploiement de la RSE aux achats**

- Stratégie achat. Code de déontologie et charte achat. Clauses contractuelles.
- Produits ou services achetés. Cahiers des charges : les critères et leur formulation.
- Produits ou services achetés. Les certifications et écolabels. L'analyse de cycle de vie et la démarche d'écoconception.
- Fournisseurs. Audit fournisseur. Grille de qualification fournisseurs et plan de progrès.
- Processus achat. Les conséquences sur la mise en œuvre de la négociation d'achat.
- Processus achat. Développer la dématérialisation des procédures d'achat.
- Processus achat. Accroître la communication en interne et en externe.

**Exercices** Au travers d'études de cas, découverte d'exemple de mise en œuvre des différents outils.

# Logistique transport Services généraux

391



transport

Supply Chain

réglementation

entrepôt

ISO 28000

douanes

approvisionnement

# Logistique, transport, Services généraux

L'organisation et la qualité de la logistique ont un impact important sur la compétitivité des entreprises industrielles. Les cours Orsys, conçus et animés par des experts, couvrent l'approvisionnement, le stockage et la gestion d'entrepôt, la distribution, le transport et la réglementation douanière, ainsi que la norme ISO 28000. Ils vous permettront de vous perfectionner dans tous les aspects stratégiques et opérationnels de la Supply Chain.

## » Logistique : organisation »

Best

**Logistique, pour non-logisticiens**  
2 j - LOS - p.393

**Organiser la Supply Chain dans son entreprise**  
2 j - SCH - p.393

**Gagner en performance logistique** **Nouveau**  
3 j - GPL - p.394

**Construire des appels d'offres logistique/transport et mieux négocier** **Nouveau**  
2 j - AOT - p.394

## » Optimisation des approvisionnements, stocks, transports »

**Organiser et optimiser l'entrepôt et les transports**  
2 j - LOP - p.395

**Optimiser la Supply Chain et réduire les coûts logistique**  
2 j - OGI - p.395

Best

**Optimiser les approvisionnements et les stocks** **F**  
2 j - APS - p.396

**Optimiser les transports et gagner en satisfaction clients**  
2 j - ANS - p.396

**Transport et réglementation douanière** **Nouveau**  
2 j - RDM - p.397

## » ISO 28000 : Supply Chain »

**ISO 28000, Supply Chain, Foundation, certification**  
2 j - ISF - p.397

**ISO 28000, Supply Chain, Lead Auditor, certification**  
5 j - IAL - p.398

**ISO 28000, Supply Chain, Lead Implementer, certification**  
5 j - ILL - p.398

## » Services généraux »

**Piloter les activités des services généraux**  
**Nouveau**  
3 j - RAX - p.399

**Maîtriser la réglementation et la rédaction de baux commerciaux** **Nouveau**  
2 j - BAU - p.400

**Maîtriser les achats de frais généraux**  
2 j - AGE - p.400

Best

**Mieux négocier vos achats**  
2 j - AEN - p.386

**Acheter des prestations de service**  
2 j - APR - p.390

**Suivre et améliorer la performance des fournisseurs et sous-traitants**  
2 j - FST - p.389

**Encadrement juridique des prestataires de service**  
2 j - EJP - p.389

La logistique est un ensemble de méthodes et de moyens relatifs à l'organisation d'une entreprise : manutention, transport, conditionnement et approvisionnements. Ce stage parcourera son organisation, ses différents acteurs, ses méthodes et outils.

## » Les principes de base de la logistique

- Le rôle de la logistique dans l'entreprise. Les besoins en logistique.
- Les principes de gestion des stocks.
- Les objectifs de la logistique.
- Les enjeux économiques, juridiques, financiers, l'image de marque, etc.
- Le périmètre couvert par la logistique.
- Les coûts logistiques.
- Les principaux acteurs dans la logistique.

## » Les ressources humaines et les besoins en matériels

- Les attentes des clients et les besoins.
- L'approche par les processus.
- Les acteurs intervenant dans la chaîne logistique.
- La contribution du collaborateur à la chaîne de valeur du client.
- La relation avec les fonctions commerciales et achats.
- Les différents types de transport utilisés par la logistique (routier, maritime, aérien).
- Les caractéristiques des marchandises influencent le choix des moyens de transport. Choisir les transports appropriés.
- Les quantités de marchandises. La prise en compte des délais. La gestion des coûts.

## » La livraison et les plates-formes

- La livraison directe des marchandises.
- Le marché dispersé.

- Les différents types de plates-formes.
  - La gestion de plates-formes.
  - Les différentes méthodes appliquées par la logistique.
- Travaux pratiques** Organisation logistique d'une entreprise.

## » Principes, techniques et méthodes utilisées en logistique

- La présentation du Kanban.
- Le PDP (Programme Directeur de Production).
- Le PIC (Plan Industriel et Commercial).
- La présentation de la planification en production : MRP (Material Requirements Planning) ou CBN.
- Présentation de la planification des ressources de distribution (DRP : Distribution Resources Planning).
- Le Juste à Temps (JAT).

## » Utilisation des technologies de l'informatique et des communications

- Identification des produits (code barre, RFID).
  - Echanges de données informatiques.
  - Planification, prévisions et ordonnancement. Suivi des flux.
  - Outils de planification et de prévision.
  - Tableaux de bord, indicateurs, statistiques.
  - Liens avec les autres domaines de l'entreprise.
  - Progiciels de logistique ( ERP ) : Supply Chain Management (SCM).
- Travaux pratiques** Exemple de la planification et d'ordonnancement. Mise en place d'un tableau de bord pour le suivi.



Réf :	LOS
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes qui doivent prendre en charge la fonction logistique.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Organiser la Supply Chain dans son entreprise

La logistique a connu des évolutions successives depuis les années 90. Ce stage vous permettra d'avoir une vision dynamique de la Supply Chain. Il vous montrera comment l'organiser, la gérer et l'optimiser au sein de votre entreprise.

## » De la logistique à la Supply Chain

- Les fondamentaux et l'histoire de la logistique.
- La définition de la logistique.
- La typologie des concepts logistiques.
- L'influence des grandes évolutions sur la logistique moderne.
- L'influence des évolutions majeures du XXème siècle sur la construction du concept de Supply Chain.
- Les facteurs clés d'une mutation de la logistique vers la Supply Chain.
- Les évolutions de la Supply Chain depuis les années 90.

## » Le positionnement de la Supply Chain et de la logistique dans l'entreprise

- La chaîne de valeur. Les processus déterminants de la Supply Chain.
- Les coûts logistiques.
- Une démarche par l'aval.
- L'existence de stocks.
- La planification et la prévision.
- Le point de découplage.
- L'importance de mettre en place un système d'information.

**Travaux pratiques** Construire votre système logistique. Création d'un système et argumentation.

## » Comprendre le rôle des acteurs de la Supply Chain

- Les différents acteurs de la Supply Chain.
- Les métiers existants au niveau stratégique, opérationnel et tactique.

- La contribution de chaque métier à la chaîne de valeur.
- Des métiers transversaux demandant des capacités spécialisées et générales.

## » Système nerveux de la Supply Chain

- Les impacts d'une gestion efficace du système d'information sur la Supply Chain.
- La gestion des flux d'information.
- L'importance de la cohérence du système d'information par rapport à la Supply Chain.
- Une intégration depuis l'amont vers l'aval de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Construire votre système logistique. Reprise du cas démarré la veille. Echanges et critiques autour des présentations. Identification des bonnes pratiques.

## » Démarche pour implanter un SI logistique performant

- Mettre en place un système d'information permettant de gérer une Supply Chain.
- Implanter un système efficace et performant.
- Les outils existants et leurs niveaux hiérarchiques.
- Les objectifs des différentes applications existantes.

## » Synthèse et recommandations

- Revue des points clés de la formation. Bibliographie.
- Glossaire des termes liés à la logistique et à la Supply Chain.



Réf :	SCH
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 19-20 janv./2-3 avril 2015 1-2 juin 2015
Prix :	1 380 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Formation participative illustrée de nombreux exemples. Cette démarche est appuyée de cas pratiques issus de divers secteurs d'activité.

### » PARTICIPANTS

Tous les acteurs positionnés sur une chaîne logistique désirant comprendre le processus de la Supply Chain.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Dans un environnement dynamique et instable, la compétitivité exige une bonne maîtrise du transport, de l'entreposage et de l'organisation globale de la Supply Chain. Ce stage vous présentera une démarche susceptible d'améliorer et de mesurer les performances de votre outil logistique.



Réf :	GPL
Durée :	3 jours
Paris	6-8 nov. 2014 20-22 avril/4-6 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Jeux de rôle, mises en situation, exercices, échanges entre participants.

### PARTICIPANTS

Responsable d'équipes logistiques, transport, import-export, ADV, achats de prestations logistiques et transport, souhaitant structurer leur approche.

### PREREQUIS

Etre en situation de management.

#### » Appréhender les concepts de la gestion des flux

- Les performances globales de l'entreprise.
- Identifier et cartographier les flux logistiques.
- Incoterms et caractéristiques marchandises à prendre en compte.
- Anticiper les besoins et les prévisions de vente.
- Outils spécifiques de gestion des flux, WMS, TMS...

#### » Situer la fonction entreposage et transport dans l'entreprise

- Transport et entrepôt : rôle, choix, localisation.
- Types de magasin et de stockage.
- Modes de transport : pratiques et réglementations.

#### » Manager le cadre juridique de l'activité

- Intégrer la RSE. Maîtriser les principes des contrats.
- Documents transport et logistique, BL, CMR, LTA, DAU...
- Traitement des réserves, litiges, plafonds d'indemnisation.

#### » Métiers et compétences d'une équipe logistique

- Définir les fiches de postes et les compétences.
  - Articuler les rôles dans l'organigramme de l'entrepôt.
- Mise en situation* La boîte à outils du manager.  
Organiser les postes de travail.

#### » Optimiser l'organisation de l'activité

- Définir ses priorités à partir d'un zonage efficace du magasin.
- Analyser et revoir l'organisation transport.

- Construire le plan de distribution.
- Gérer l'activité expédition au quotidien.

#### » Piloter la performance de l'activité

- Analyse ABC.
- Méthode de recensement des dysfonctionnements.
- Repérer les activités sans valeur.
- Gérer les coûts stockage/transport.

*Travaux pratiques* Optimiser les relations clients/fournisseurs. Elaborer le plan d'amélioration entrepôt et transport.

#### » Mesurer la performance

- Suivre et tracer les flux.
- Construire son tableau de bord.
- Définir les indicateurs. Mesurer la satisfaction client.
- Evaluer le fonctionnement interne.

*Etude de cas* Analyse de tableaux de bord logistique/transport.

#### » Accompagner la performance de l'équipe logistique

- S'affirmer en relations transversales et en encadrement d'équipes opérationnelles.
- Gérer les priorités, organiser le travail de ses équipes.
- Anticiper les difficultés et la résistance au changement.
- Manager par objectifs. Identifier et gérer les conflits.

*Jeu de rôle* Animation de réunion, conduite d'entretien et simulations de gestion d'un conflit.

Dans un environnement concurrentiel où le client est moteur, l'identification des contraintes et spécificités des flux nationaux et internationaux est essentielle. Ce stage vous montrera comment réaliser un cahier des charges en logistique/transport et comment conduire avec succès vos négociations dans ce domaine.



Réf :	AOT
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Exercices, mises en situation, jeux de rôles et échanges.

### PARTICIPANTS

Responsable transport/logistique, acheteur, collaborateur en charge d'optimiser les flux et les coûts, et de préparer le cahier des charges et l'appel d'offres prestataires.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » Appréhender les concepts de gestion des flux

- Les concepts de la logistique.
- L'impact de la fonction logistique sur la performance globale de l'entreprise.
- L'identification et la cartographie des flux : amont, interne, aval, de l'approvisionnement à la distribution.
- Les incoterms et les caractéristiques marchandises à prendre en compte.
- La décomposition des coûts logistiques et transport.
- Les outils spécifiques à la logistique/transports (WMS, TMS...) pour gérer les flux physiques et les flux d'information.

#### » Situer la fonction entreposage et transport dans l'entreprise

- Le transport et l'entrepôt : rôle, choix, localisation.
- Les types de magasin et de stockage.
- Les activités de base : réception, stockage, préparation de commandes, expéditions et retours.
- Les modes de transport, maîtrise des pratiques et des réglementations.

#### » Transporter/organiser sa logistique selon les objectifs de la Supply Chain

- Mesurer l'existant.
  - Projeter les objectifs.
  - Définir les critères de sélection des prestataires.
- Travaux pratiques* Définir son organisation logistique et sa stratégie prestataires.

*Evaluer les forces et faiblesses de son outil transport - logistique.*

#### » Organiser et lancer l'appel d'offres

- Le processus et ses étapes.
- Le contenu du cahier des charges.
- L'identification des prestataires potentiels.
- L'échéancier : construire le planning de réalisation, établir la feuille de route pour atteindre les objectifs.

*Travaux pratiques* Construire les étapes et le calendrier de l'appel d'offres.

#### » Préparer la négociation

- Déterminer des objectifs réalistes.
  - Rassembler méthodiquement les éléments du dossier de négociation.
  - Trouver les bons leviers pour argumenter.
  - Evaluer le rapport de forces avec le ou les prestataires.
  - Envisager les alternatives et solutions de repli.
- Exercices* Préparer un mémento de négociation.

#### » Conduire l'entretien de négociation

- Se projeter dans une relation gagnant-gagnant.
  - Préparer le questionnement.
  - Convaincre le prestataire ou les responsables internes.
- Jeu de rôle* Mise en situation et jeux de rôle filmés.  
*Débriefing* sur l'argumentation et la conclusion d'une négociation.

# Organiser et optimiser l'entrepôt et les transports pour une logistique performante



Ce stage vous montrera comment organiser, gérer, optimiser et coordonner vos flux d'entreposage et de transport. Il vous permettra ainsi de mettre en œuvre une démarche logistique globale et performante.

## » L'entrepôt et les transports dans la supply chain

- Cartographier les flux.
- Définir le pipeline logistique : acteurs, enjeux commerciaux, demande client, processus.
- Prendre en compte le produit et ses contraintes.
- Planifier les exigences de stockage et de transports.
- Coordonner les opérations logistiques / transport amont - aval.
- Organiser l'entrepôt et les flux internes.
- Définir le mode de transport en réponse au besoin client.
- Identifier les activités sans valeur ajoutée dans l'entrepôt et les transports.

**Exemple** Illustrations tirées de différents secteurs d'activité.

- Organiser la sous-traitance logistique / transport : choisir un prestataire.

**Echanges** Etude de secteurs d'activité variés : automobile, FMCG, packaging, GSB - GSM.

## » Performance logistique et satisfaction clients

- Mesurer la performance de l'outil logistique.
- Mettre en œuvre une démarche d'amélioration continue logistique / transports.
- Définir les indicateurs clés des opérations.
- Piloter ses activités logistiques / transports et les sous-traitants : les tableaux de bord.
- Utiliser le tracking - tracing.

**Réflexion collective** Utilisation d'indicateurs clés pour mettre en œuvre la démarche.

## » L'optimisation logistique / stockage / transports

- Connaître Les inducteurs des coûts logistiques / transports à l'international.
- Contrôler les flux logistiques : améliorer le contrôle des stocks, réduire le cycle de commandes.
- Recenser les dysfonctionnements et les coûts de charge : l'analyse ABC.
- Intégrer les contraintes d'emballage et de conditionnement.
- Comparer les modes opératoires et mesurer leur impact économiques et environnementaux.
- Réingénierer les processus opérationnels de la chaîne transport / logistique.



Réf :	LOP
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 23-24 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Formation participative illustrée de nombreux exemples. Démarche appuyée par des cas pratiques issus de différents secteurs d'activité.

### » PARTICIPANTS

Responsables entrepôt, transport, flux, acheteurs et approvisionneurs, logisticiens, accédant à la fonction.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Optimiser la Supply Chain et réduire les coûts logistiques



Ce stage vous permettra d'identifier rapidement les leviers possibles d'optimisation de la Supply Chain afin de réduire vos coûts logistiques et de disposer d'outils de pilotage efficaces pour une meilleure performance des opérations logistiques.

## » La Supply Chain

- La chaîne de valeur : flux physiques, flux d'information, flux financiers.
- Le pipeline logistique : acteurs, produits et contraintes, enjeux commerciaux, processus, cartographie, réglementation.
- L'impact des incoterms sur la Supply Chain.
- La production, le négoce et l'entreposage.
- Les achats et la gestion des fournisseurs.

**Exemple** Illustrations tirées de différents secteurs.

## » L'optimisation de la Supply Chain

- Les éléments clés des cinq macro-processus de la supply chain.
- L'identification des leviers d'optimisation.
- La réingénierie des processus.
- La cartographie des flux.
- La chasse aux tâches sans valeur.

**Réflexion collective** Echanges entre stagiaires sur leur cartographie des flux.

## » Performance globale, affectation des ressources et satisfaction clients

- L'intégration verticale.
- Le processus de planification et d'approvisionnement.
- La gestion des stocks et le JAT.
- Les coûts liés aux stocks.
- La flexibilité de la Supply Chain et l'analyse du Make or Buy.
- Le "Make to Order" ou le "Make to Stock".

- L'entreposage et les transports : les facteurs déterminants de coûts.

**Exercices** Identification des coûts à partir d'un scénario de flux international.

## » Le pilotage et la mesure de la performance

- Le pilotage des fournisseurs et des flux d'approvisionnement.
- Le pilotage de l'entrepôt.
- Le pilotage des transporteurs et de la distribution.
- Le système d'information et le tracking-tracing des flux du fournisseur du fournisseur au client du client.

**Exemple** Illustration par des cas pratiques issus de différents secteurs d'activité.

## » Les KPI et les tableaux de bord

- Les indicateurs clés de la Supply Chain.
- Les tableaux de bord.
- Le management visuel.
- L'identification des ruptures de la chaîne logistique.

**Réflexion collective** Illustration par des cas pratiques issus de différents secteurs d'activité.

## » La démarche logistique globale

- L'amélioration continue.
- Le 5S dans le management des flux logistiques.
- L'audit 5S. Le PDCA de la Supply Chain.

**Réflexion collective** Lister les Best Practices des entreprises des stagiaires.



Réf :	OGI
Durée :	2 jours
Paris	16-17 déc. 2014 26-27 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Formation participative, illustrée de nombreux exemples. Démarche appuyée par des cas pratiques issus de différents secteurs d'activité.

### » PARTICIPANTS

Responsables supply chain, logistique, transport, chefs de projets logistique/transport désirant contribuer à l'optimisation des opérations logistiques.

### » PREREQUIS

Expérience de base de la supply chain souhaitable (approvisionnement, achats, logistique ou transport).

Ce stage vous apportera les connaissances nécessaires pour optimiser et fluidifier vos approvisionnements. Vous expérimenterez les méthodes les plus utiles pour une gestion efficace des stocks. A l'issue de ce stage, vous serez capable de réduire la valeur du stock moyen en améliorant le taux de service du stock.

**diff** **Exercices pratiques** **Best**

Réf :	APS
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 15-16 janv./10-11 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Approvisionneurs en charge de la gestion des stocks et débutants dans la fonction. Toute personne des services approvisionnements et ordonnancement.

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base sur l'organisation d'un stock.

**» Préalables à la gestion des approvisionnements et des stocks**

- Le rôle de la fonction approvisionnement.
- Les missions et les objectifs.
- La place tenue par les approvisionnements et les stocks dans l'entreprise.
- Le lien à la logistique et au Supply Chain Management.

**Réflexion collective** Echange sur les missions et pratiques du domaine.

**» Etablir les prévisions en fonction des besoins**

- Les différents types de stocks. Les surstocks.
- La connaissance des articles à approvisionner.
- La codification des articles.
- La nomenclature. Le classement ABC (loi de Pareto).
- La connaissance des coûts.
- Le coût de passation. Le coût de possession.

**Réflexion collective** Echanges sur des cas concrets et retours d'expérience.

**» Gérer l'évolution du stock en articles**

- L'évolution théorique.
- La rupture de stock.
- L'allongement des délais de livraison.
- L'augmentation de la consommation.
- La solution du stock de sécurité.
- Le stock moyen.
- L'influence du nombre de livraison et du stock de sécurité.
- La rotation et la couverture moyenne.

**Etude de cas** Travail sur l'organisation du stock et son évolution. Pratique des différentes techniques. Calcul d'un stock moyen optimum. Calcul d'un stock de sécurité.

**» Prendre en compte le point de vue du financier**

- La méthode de renouvellement.
- La quantité fixe à date variable.
- La quantité économique.
- Le niveau du point de rotation. Couverture prévisionnelle.
- La quantité variable à dates fixes.
- La périodicité d'approvisionnement.
- La quantité à céder.

**Exercices** Mise en œuvre et manipulation des différentes méthodes. Calcul d'une quantité économique et d'un stock de sécurité.

**» Mettre en place des outils de suivi et de mesure**

- Les éléments à suivre pour l'approvisionneur et le gestionnaire de stock.
- Le suivi de l'évolution.
- Le suivi de la valeur du stock moyen.
- Le suivi des améliorations.
- La réduction du nombre de ruptures de stock.
- L'évolution du taux de rotation moyen.
- La définition d'un tableau de bord.

**Exercices** Mettre en place un système de pilotage et de mesure de la performance. Choisir les indicateurs les plus pertinents. Elaborer son tableau de bord.

# Optimiser les transports et gagner en satisfaction clients

Ce stage vous présentera les enjeux stratégiques des transports dans l'entreprise d'aujourd'hui. Il vous montrera comment optimiser les flux transport de la Supply Chain, gérer au mieux les coûts et évaluer la performance de vos transports.

**diff** **Exercices pratiques**

Réf :	ANS
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 2-3 avril/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Cette formation participative est illustrée de nombreux exemples et d'ateliers de réflexion collective.

**» PARTICIPANTS**  
Responsables transport/logistique, expéditions, acheteurs, logisticiens accédant à la fonction.

**» PREREQUIS**  
Première expérience de la logistique souhaitable.

**» Les fondamentaux du transport par mode de transport**

- Les modes de transport, les acteurs et leur rôle.
- Les matériels et documents nécessaires au transport.
- Les incoterms et le transport.
- Les caractéristiques des marchandises et le choix des modes de transport.
- Zoom sur le transport routier : la RSE, les contrats types, la gestion des litiges.
- La messagerie, le lot et le complet.
- L'affrètement, le camionnage et l'optimisation du plan de transport, amont-aval.
- L'environnement et l'impact CO2.

**Réflexion collective** Illustration par des exemples issus de différents secteurs d'activité.

**» L'optimisation des transports et du service client**

- Les inducteurs du coût de transport et l'identification des leviers d'optimisation.
- La segmentation d'un coût de transport.
- L'analyse des besoins de transport et la réingénierie des opérations de la chaîne transport et logistique.
- La planification et l'optimisation de tournées illustrées d'exemples.
- Le pilotage d'une offre multimodale et les choix modaux et géographiques.
- La contribution du transport à la chaîne de valeur.

**Réflexion collective** Réflexion sur le contenu d'un coût de transport.

**» L'achat transport**

- Le cahier des charges transport du chargeur et l'appel d'offres.
- L'achat transport et la négociation transporteurs.
- Le contrat transport, la durée du contrat et les modalités de renégociation.

**Réflexion collective** Lister les points clés d'un achat transport.

**» Pilotage et mesure de la performance**

- Les KPI du transport.
- Les tableaux de bord du transport.
- Le tracking-tracing transports : l'identification et le marquage des envois.
- Le pilotage des prestataires de transport et de la distribution.
- Le contrôle des documents de transport.
- Les audits transport côté chargeur.
- L'évaluation des objectifs de niveau de service externalisé (analyse QCD).

**Echanges** Identification des étapes nécessaires du tracking-tracing sur une Supply Chain internationale.

**» Le TMS (Transport Management System)**

- Les fonctionnalités.
- Le TMS chargeur. Le TMS transporteur.
- Le TMS interfacé au WMS pour la mise en place d'une organisation logistique en flux tirés.

Ce stage vous apportera les connaissances nécessaires pour étudier les éléments clés de la déclaration en douane. Vous verrez comment maîtriser les opérations intra et extra-communautaires et comment vous appuyer de façon optimale sur le transitaire que vous chargez des opérations douanières.

## » Appréhender le contexte international

- Les réglementations internationales applicables et les zones de libre-échange.
- Les types de commerce dans l'UE : l'organisation des échanges domestiques, intracommunautaires et internationaux.
- Connaître le rôle et les missions de la douane dans les échanges.
- Les obligations statistiques fiscales et réglementaires des entreprises.
- Les méthodes déductives et calculées pour déterminer l'origine de la marchandise.
- Les justificatifs et marquages d'origines : critères de valeur ajoutée et ouvraison spécifique.
- Choisir un régime économique : admission/export temporaire.
- Les régimes particuliers : échantillons, carnet ATA, retours...

**Travaux pratiques** Quiz de connaissance. Présentation de cas concrets.

## » Rédiger les contrats import et export

- Les Incoterms "INternational COMMERCIAL TERMS" : règles applicables aux relations commerciales internationales.
- La livraison des marchandises vendues : prise en charge du transport, assurances, formalités en douane, droits et taxes.
- Obligations de dédouanement et transfert des risques.

- Règles applicables en matière de TVA : process, qui paie quoi ?
- L'exemption de la TVA : principe et formalités.
- Connaître le processus import et export et les contraintes de sûreté - sécurité.
- Rédiger le DAU "Document Administratif Unique" pour les formalités douanières.

**Travaux pratiques** Illustration avec des cas concrets sur le DAU.

## » Maîtriser les opérations sous douane, stockage, transit et dédouanement

- Entrepôt et douane : régimes d'entrepôt, rôle des magasins et aires de dédouanement, MADT.
- Le transit : T1 - T2 - TIR.
- Les procédures de dédouanement : simplifiées, à domicile (PDD - PDU - PDE) et l'apport du statut OEA.
- Rôle du transitaire dans la sécurisation des échanges logistiques.
- Déclaration en douane et incidence du statut OEA sur les informations à fournir.
- Faire face au contrôle douanier : cadre du contrôle, infractions fréquentes, PV, procédures de contrôle, recours...

**Travaux pratiques** Mise en situation sur une exportation/importation sur un flux à destination d'un pays tiers.



Réf :	RDM
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 26-27 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Formation participative illustrée de nombreux exemples.

### » PARTICIPANTS

Relations clients, ADV, import-export, transport, logistique, achats, responsables de zone, en prise de fonction et/ou qui souhaitent renforcer leur connaissance de la réglementation douanière.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# ISO 28000, Supply Chain, Foundation, certification

Ce cours vous apportera toutes les connaissances et meilleures pratiques en vue de mettre en place et de contrôler un Système de Management de la Sécurité pour la Chaîne d'Approvisionnement dans le cadre ISO 28000. Il vous permettra d'obtenir la certification ISO 28000 Foundation.

## » Le système de management de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement

- Présentation des normes de la famille ISO 28000, ISO 28001 et ISO 28004.
- Présentation du cadre normatif, légal et réglementaire de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.
- Introduction aux systèmes de management et à l'approche processus.
- Principes fondamentaux de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement et sécurité physique.
- Exigences générales : présentation de la clause 4 de l'ISO 28000.
- Exigences générales (intentions de l'établissement) et politique de sécurité (objectifs de l'entreprise).
- Planification et mise en œuvre (réalisation des actions planifiées pour satisfaire à la politique de sécurité).
- Contrôles et actions correctives (surveillance de la fonctionnalité du système de management), la revue de direction.

**Réflexion collective** Echanges sur la mise en œuvre de la norme, analyse de risque appliquée à la sécurité de la chaîne d'approvisionnement et interprétation des clauses de l'ISO 28000.

## » Mettre en œuvre des mesures de sécurité pour la chaîne d'approvisionnement

- Phases de mise en œuvre du cadre ISO 28000.
- Définition du périmètre (domaine d'application) du SMSCA.
- Développement de la politique et objectifs du SMSCA.

- Sélection de l'approche et de la méthode d'évaluation et de gestion des risques (identification, analyse et traitement).
- Développement d'un plan de sécurité : documentation d'un environnement de contrôle.
- Contrôle et surveillance des mesures de sécurité.
- Audit interne ISO 28000, programme d'amélioration continue et préparation à l'audit de certification ISO 28000.

**Exercices** Établissement des objectifs spécifiques, préparation d'un projet SMSCA, établissement d'un périmètre et gestion des risques, tableau de bord et plans d'action corrective.

## » Examen Certified ISO/IEC 28000 Foundation

- Domaine 1 : principes et concepts fondamentaux de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.
- Domaine 2 : système de management de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.



Réf :	ISF
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	2 190 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exemples issus de cas réels, exercices en classe pour aider à la préparation de l'examen.

### » PARTICIPANTS

Membres d'une équipe de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement souhaitant acquérir une compréhension globale des principaux processus d'un SMSCA et/ou de la norme ISO 28000.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance nécessaire.



## ISO 28000, Supply Chain, Lead Auditor, certification

Ce cours vous permettra d'acquérir l'expertise nécessaire pour conduire un audit ISO 28000 d'un Système de Management de la Sécurité pour la Chaîne d'Approvisionnement (SMSCA). Il vous permettra d'obtenir la certification ISO 28000 Lead Auditor.

Réf :	IAL
Durée :	5 jours
Paris	8-12 déc. 2014 30 mars-3 avril/15-19 juin 2015
Groupe 3	9-13 mars/29 juin-3 juil. 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exercices pratiques, étude de cas complète, jeux de rôles et présentations orales. Préparation de l'examen.

### PARTICIPANTS

Chefs de projets ou consultants souhaitant maîtriser le processus d'audit et/ou auditeurs internes désirant réaliser et diriger des audits de certification de SMSCA.

### PREREQUIS

La certification ISO 28000 Foundation ou des connaissances de base sur la norme ISO 28000 sont recommandées.

### Le système de management de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement

- Présentation des normes de la famille ISO 28000.
- Cadre normatif, légal et réglementaire. Principes fondamentaux de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.
- Processus de certification ISO 28000.
- Systèmes de management de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement (SMSCA).
- Présentation détaillée de la clause 4 de l'ISO 28000.

**Réflexion collective** *Echanges sur la mise en œuvre de la norme, l'analyse de risque appliquée à la sécurité de la chaîne d'approvisionnement et interprétation des clauses d'ISO 28000.*

### Planification et initialisation d'un audit ISO 28000

- Principes et concepts fondamentaux d'audit.
- Approche d'audit basée sur les preuves et sur le risque.
- Préparation d'un audit de certification ISO 28000.
- Audit documentaire d'un SMSCA.
- Conduire une réunion d'ouverture.

**Travaux pratiques** *Gestion des problèmes d'éthique, preuves d'audit et audit documentaire.*

### Conduire un audit ISO 28000

- Communication pendant l'audit.
- Procédures d'audit : observation, revue documentaire, entretiens, techniques d'échantillonnage.
- Procédures d'audit : vérification technique, corroboration et évaluation.

- Rédaction des plans de tests d'audit.
- Formulation des constats d'audit.
- Rédaction des rapports de non-conformité.

**Mise en situation** *Entretiens d'audit et rédaction de constats d'audit.*

### Clôturer et assurer le suivi d'un audit ISO 28000

- Documentation d'audit.
- Revue qualité.
- Mener une réunion de clôture et fin d'un audit.
- Evaluation des plans d'action correctifs.
- Audit de surveillance.
- Programme de gestion d'audit interne.

**Mise en situation** *Discussion des conclusions d'audit avec la DG, réunion de clôture d'un audit et évaluation de plans d'action corrective.*

### Examen de certification

- Principes fondamentaux de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement sécurité de l'information.
- Systèmes de management de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.
- Concepts et principes fondamentaux d'audit.
- Préparation d'un audit.
- Conduire un audit.
- Clôturer un audit.
- Gérer un programme d'audit.



## ISO 28000, Supply Chain, Lead Implementer, certification

Ce cours vous apportera l'expertise nécessaire pour planifier, mettre en place et contrôler un Système de Management de la Sécurité pour la Chaîne d'Approvisionnement (SMSCA) tel que spécifié dans l'ISO 28000. Il vous permettra d'obtenir la certification ISO 28000 Lead Implementer.

Réf :	IIL
Durée :	5 jours
Paris	15-19 déc. 2014 23-27 mars/22-26 juin 2015
Groupe 3	30 mars-3 avril/29-3 juin 2015
Prix :	5 500 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, exercices pratiques, études de cas, jeux de rôles et présentations orales. Préparation de l'examen.

### PARTICIPANTS

Auditeurs ISO 28000 qui souhaitent comprendre le processus de mise en œuvre et chefs de projet ou consultants qui désirent préparer et assister une organisation dans la mise en œuvre d'un SMSCA.

### PREREQUIS

La certification ISO 28000 Foundation ou des connaissances de base sur la norme ISO 28000 sont recommandées.

### Introduction au concept de SMSCA tel que défini par l'ISO 28000

- Introduction aux systèmes de management, à l'approche processus et aux normes de la famille ISO 28000.
- Cadre normatif, légal et réglementaire, et principes fondamentaux de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.
- Analyse préliminaire et détermination du niveau de maturité d'un SMSCA.

**Travaux pratiques** *Echanges sur la mise en œuvre de la norme et interprétation des clauses d'ISO 28000.*

### Planifier la mise en œuvre d'un SMSCA basé sur l'ISO 28000

- Définition du périmètre du SMSCA.
- Développement de la politique et objectifs du SMSCA.
- Sélection de l'approche et de la méthode d'évaluation des risques.
- Gestion des risques et développement d'un plan de sécurité.

**Travaux pratiques** *Etablissement des objectifs spécifiques, préparation d'un projet SMSCA et gestion de ses risques.*

### Mettre en place un SMSCA basé sur l'ISO 28000

- Gestion de la documentation.
- Conception des mesures de sécurité, rédaction des procédures et implémentation.

- Développement d'un programme de formation et de sensibilisation à la sécurité.
- Gestion des incidents et des opérations d'un SMSCA.

**Exercices** *Mise en œuvre de mesures de sécurité et amélioration d'un processus.*

### Contrôler, surveiller, mesurer et améliorer un SMSCA

- Contrôler et surveiller un SMSCA.
  - Développement d'indicateurs de performance et de tableaux de bord.
  - Audit interne ISO 28000 et revue de direction du SMSCA.
  - Mise en œuvre d'un programme d'amélioration continue, préparation à l'audit de certification ISO 28000.
- Travaux pratiques** *Exercices sur les outils de contrôle d'un SMSCA et l'audit interne.*

### Examen de certification

- Principes et concepts fondamentaux de la sécurité pour la chaîne d'approvisionnement.
- Code de bonnes pratiques de la sécurité.
- Planifier un SMSCA.
- Mettre en œuvre un SMSCA.
- Evaluation de la performance, surveillance et mesure d'un SMSCA.
- Amélioration continue d'un SMSCA.
- Préparation de l'audit de certification d'un SMSCA.

### ...> Les achats, une fonction de plus en plus stratégique ?



Martine Pallot

Aujourd'hui, les entreprises voient leur croissance intimement liée aux achats et donc à la performance de leurs fournisseurs. Pour faire remonter leur capacité à innover vers l'entreprise, une seule recette : développer les processus. Suite à son éclairage sur « les leviers de la performance par les achats » ici même en janvier dernier, Martine Pallot, experte « Achats », nous offre son regard sur la stratégie liée à ce service.

**Martine Pallot, consultante gérante de Dharana 21 et formatrice pour Orsys, nous décrit 5 phases indispensables pour déterminer la politique achats de l'entreprise :**

1. Quel est le produit ou le service à acheter en adéquation avec les exigences de l'entreprise ?
2. Un dossier de consultation est transmis à ceux dont les réponses semblent les plus pertinentes.
3. Un appel d'offres est lancé afin de limiter les candidats à deux fournisseurs.
4. Les acheteurs et les fournisseurs retenus entrent en phase de négociation.
5. Une fois le partenariat final sélectionné, il est scellé par une contractualisation.

Lisez la suite sur notre blog - [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr) ...>



## Piloter les activités des services généraux l'approche processus

nouveau



Ce stage vous montrera comment bien organiser les activités des services généraux, les modéliser par les processus et les piloter par les tableaux de bord. Vous serez ainsi en mesure d'améliorer leur performance.

399

### » Appréhender l'approche processus

- La notion de processus et les différentes typologies.
- Cartographie des processus des services généraux.
- Développer la relation client/fournisseur interne.
- Introduire la notion d'amélioration continue.

**Exercices** Cartographie des processus d'une entreprise type.

### » Modéliser les activités des services généraux dans les processus

- Identifier les périmètres, finalités, activités et degrés de maturité des processus.
- Utiliser l'analyse fonctionnelle pour les modéliser.
- Outils de modélisation : logigramme, ordinoigramme, diagramme des flux...
- Structurer et fiabiliser les processus, diagramme FAST ou SADT.

**Exercices** Modéliser les activités d'un processus type.

### » Manager et piloter le processus des services généraux

- Prérégatives et responsabilités du pilote de processus.
- Rôles et responsabilités des acteurs du processus, la matrice RASCI.
- Rédiger une fiche de fonction/poste.
- Définir une matrice de compétence.
- Evaluer la maturité des processus. Revue de processus.

**Exercices** Bâtit une matrice de compétence représentative.

### » Elaborer le tableau de bord de pilotage des processus des services généraux

- Enjeux et finalité de la mesure.
- Identifier les objectifs des processus et leur cohérence avec les orientations de l'entreprise.
- Construire les indicateurs de mesure des objectifs.
- Structurer son tableau de bord et le reporting.
- Comprendre le tableau de bord prospectif (Balanced Score Card).

**Travaux pratiques** Définir les indicateurs. Elaborer le tableau de bord des processus des services généraux d'une entreprise type.

### » Gagner en performance

- Cartographier valeur ajoutée/non-valeur ajoutée des activités du processus (VSM).
- Déterminer les délais d'exécution (DEP).
- Evaluer l'efficacité du cycle du processus (ECP).
- Identifier l'activité goulot, les sources de gaspillage.

**Travaux pratiques** Schématiser une VSM (Value Stream Mapping). Déterminer les DEP et ECP d'un processus.

### » Introduire l'amélioration continue

- Détecter le besoin du client : diagramme de KANO.
- Définir la démarche d'amélioration continue : actions simples ou amélioration en rupture ?
- Découvrir des méthodes d'amélioration KAIZEN & DMAIC.

**Echanges** Partage de pratiques, avantages, inconvénients.



Exercices pratiques

Réf :	RAX
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 23-25 mars/1-3 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Alternance de théorie et de pratique, ateliers, exercices d'application, réflexion collective.

### » PARTICIPANTS

Responsable des services généraux.

### » PREREQUIS

Connaissance de base des activités des services généraux.

Ce stage fait un point clair et précis sur les différentes familles d'achats de frais généraux et identifie leurs particularités, notamment leurs spécificités juridiques. Il montre également comment formaliser les besoins.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	AGE
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 26-27 fév./2-3 avril 2015 15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Des exercices pratiques à partir de différents types d'achats permettront une appropriation facile des méthodes présentées.

**PARTICIPANTS**  
Managers et responsables amenés à réaliser des achats généraux. Ache-teurs et aides acheteurs. Responsables et assistant(els) de PME. Responsables administratifs et financiers.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Les achats de frais généraux

- Les règles relatives à la fonction achat dans une organisation.
- L'organisation des achats et son impact en termes d'efficacité.
- La place des achats généraux dans l'organisation.
- Les notions d'externalisation et de sous-traitance.
- La segmentation des achats de frais généraux.

**Travaux pratiques** Analyse détaillée des différentes familles d'achats, leurs spécificités, leur évolution, les connaissances techniques nécessaires à leur maîtrise.

### » Les différentes familles et leurs spécificités

- Les achats de gardiennage, surveillance.
- Les achats de nettoyage.
- Les achats d'entretien d'espaces verts.
- Les achats d'accueil, de restauration.
- Les achats de transports et déplacements. Les achats de séjours, d'intérim.
- Les achats de télécommunication, multitechniques.
- Les achats informatiques, reprographie, fournitures, consommables.

**Etude de cas** Plusieurs analyses de cas permettront d'évaluer les risques contractuels relatifs notamment au délit de marchandage et aux obligations. Analyse d'un contrat de "facilities management".

### » Les aspects juridiques des achats de frais généraux

- Les différents types de contrats relatifs à ces achats : entreprise, vente, louage, sous-traitance.
- Les risques juridiques liés à certaines prestations : délit de marchandage, de prêt de main d'œuvre à but lucratif.
- Anticiper et se prémunir contre ces risques.
- Les notions d'obligation de moyens et de résultats : incidences en termes de responsabilités.
- Les conditions d'appel à l'intérim et aux STT.
- Préparer et organiser l'accès des entreprises extérieures sur les sites et respecter les règles SST.
- Les clauses habituelles des contrats de prestation de service : utilité et contenu.

### » Exprimer le juste besoin

- Le processus achats. Ses différentes étapes.
- Les outils du processus d'achats.
- Les acteurs concernés.
- De l'apparition du besoin à son expression : la notion de cahier des charges.
- Le cahier des charges technique : les plus et les moins.
- Le cahier des charges fonctionnel : les plus et les moins.
- Mener une démarche d'AFB selon la méthode ROCH.
- Rédiger un cahier des charges fonctionnel.

**Exercices** Rédaction d'un cahier des charges.

Cette formation pratique vous permettra de maîtriser la réglementation des baux commerciaux et de comprendre les obligations et les droits des différentes parties. Vous apprendrez également à rédiger certaines clauses et à sécuriser le renouvellement, la résiliation et la rupture d'un bail.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	BAU
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 16-17 avril/15-16 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et exercices pratiques. Echanges et retours d'expérience.

**PARTICIPANTS**  
Directeurs immobiliers, gestionnaires de biens immobiliers, directeurs financiers, experts comptables et toute personne chargée des baux commerciaux dans le cadre de son activité.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Comprendre le cadre juridique

- Le régime juridique des baux commerciaux et les conditions pour en bénéficier.
- Le bail commercial et le bail professionnel.
- Les conventions d'occupation précaire et les baux dérogatoires.

**Travaux pratiques** Déterminer les extensions légales et conventionnelles d'un bail commercial.

### » Connaître les droits et obligations des parties

- Les règles d'ordre public qui s'imposent aux parties.
- Les limites légales aux obligations posées par le contrat.
- Les aménagements contractuels.

**Etude de cas** Identifier les droits et obligations des parties dans les clauses d'un bail.

### » Fixer le loyer et gérer son évolution en cours de bail

- La fixation initiale du loyer.
- L'évolution du loyer en cours de bail : révision triennale légale, clause d'indexation, les indices (ILC/ICC/ILAT)...
- Les charges locatives.

**Exercices** Calculer l'indexation d'un loyer.

### » Identifier les clauses stratégiques et sensibles d'un bail commercial

- La durée du bail.
- La destination des lieux : activités connexes et complémentaires.

- La cession : information et opposition du bailleur.
- Les réparations et l'entretien du bien immobilier, la distribution des charges entre les parties...

**Echanges** Panorama jurisprudentiel relatif à la répartition des travaux entre bailleur et preneur.

### » Anticiper la fin du bail

- Le congé délivré par le bailleur et pour reprise.
- La demande de renouvellement.

**Etude de cas** Identifier les conditions de fond et de forme pour la délivrance d'un congé.

### » Résilier un bail

- La clause résolutoire.
- La faillite du locataire.

**Travaux pratiques** Rédiger une clause résolutoire.

### » Exercer le droit au renouvellement

- Les conditions du droit au renouvellement.
- La fixation du loyer en renouvellement.
- Le droit d'option et le droit de repentir.

**Etude de cas** Identifier les pièges possibles d'un renouvellement du bail.

### » Connaître et sécuriser la procédure

- Les modalités de refus du renouvellement.
- La fixation et le recouvrement des loyers.
- Le versement de l'indemnité d'éviction.

**Etude de cas** Identifier les points d'alerte en cas de défaillance financière du locataire.

# C m Marketing ommunication

» Marketing p. 403

» Communication d'entreprise p. 418

» Marketing et communication digitale p. 430

401

concurrente  
e-commerce  
benchmarking  
animer  
B2B  
événementiel  
e-réputation  
Mesurer  
digital

# Nos experts en Marketing et Communication

Après une carrière dans le journalisme (quotidiens *Le Parisien*, *Le Sport*, *Le Quotidien du maire...*), **» Sophie CAMBAZARD »** fonde et dirige le magazine JASSOCE (Editions Pabla) bimestriel dédié à la promotion de l'action associative, puis crée LAdeJA, une association de professionnels de l'information, de la communication et des arts en 2004 où elle assure des missions de conseil en Communication de crise et Média training (pour Axa banque et assurances, Omnicom SA, Delavox technologies...).



Après diverses expériences dans la communication traditionnelle, **» Christian DELABRE »** s'est orienté vers le Web. Il a développé une expertise reconnue, notamment en participant à l'élaboration des tout premiers sites e-commerce français. Contacté par Redcats (PPR), il a mis en œuvre la stratégie e-commerce de trois marques du groupe (Daxon, Celaia, Edmee) et largement contribué à leur succès sur Internet. Il est consultant AMOA/E-commerce et formateur indépendant.



**» Florence DERONCE »** a une expérience de plus de dix-huit ans en marketing. Elle a été Directrice Développement chez Teleperformance Etudes et Sondages, après avoir été Directrice d'Etudes pour M2S. Elle est à présent Consultante Associée d'Athlane Consult, spécialisée dans le conseil et les études Marketing. Elle est titulaire d'une maîtrise Econométrie et Statistiques et d'un DESS Commerce International.



Consultante communication responsable et RSE et formatrice indépendante, **» Solange HEMERY-JAUFFRET »** a créé son cabinet pour allier son éthique à ses compétences. Elle accompagne les entreprises sur les missions suivantes : élaborer la stratégie de communication des entreprises sur la RSE et le Développement durable, créer l'identité des marques, réaliser les outils éditoriaux, accroître la visibilité sur les réseaux sociaux et de l'événementiel, animer des communautés de correspondants et sensibiliser au développement durable par son blog et les réseaux sociaux.



**» Frédéric FOSCHIANI »** a commencé sa carrière chez American Express Cartes France en tant que Manager Opérations et projets puis il l'a poursuivie comme Directeur Internet chez General Electric - GE Money Bank France. C'est là qu'il commence à s'intéresser aux réseaux sociaux et à développer une expertise dans ce domaine, qu'il mettra également à profit chez Protegys - Assurances avant de créer sa propre structure, QSN Digital, qui a pour principale activité le conseil en e-réputation et Social Media.



**» Didier GUENARDEAU »** est consultant indépendant depuis 1995 : il conçoit et anime des formations dans tous les champs de la langue et des relations humaines. Cette orientation s'appuie sur des expériences approfondies en communication, presse, édition, et artistiques au sein de centres culturels, d'agences de communication.



# Marketing

Analyser les besoins et les nouvelles tendances du marché, construire l'offre produit ou service de secteurs spécialisés, définir une stratégie de marque performante, mettre en œuvre une approche cross canal efficace : autant d'enjeux marketing pour l'entreprise que s'attachent à approfondir les cursus et cycles Orsys.

## »» Marketing : l'essentiel, les nouvelles tendances »»

- Best** Les clés du marketing **F**  
3 j - CLE - p.405
- Marketing pour non-spécialistes  
2 j - MKR - p.405
- Les nouvelles tendances du marketing  
2 j - ELL - p.406
- Optimiser votre stratégie de marque avec le storytelling **Nouveau**  
1 j - STT - p.407
- Le marketing par l'image **Nouveau**  
2 j - PIM - p.409
- Marketing viral sur Internet  
2 j - MIR - p.433
- Communication et marketing vidéo 2.0  
2 j - MVI - p.435
- Les clés du marketing mobile  
2 j - DMS - p.436

## »» Marketing spécifique »»

- Le marketing des services  
2 j - RKE - p.415
- Marketing des produits technologiques  
2 j - MPT - p.415
- Marketing et développement durable  
2 j - MDU - cf@
- Marketing international  
3 j - RKI - p.412

## »» Marketing stratégique »»

- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie marketing  
3 j - MAS - p.406
- Adopter et développer une stratégie Low Cost viable **Nouveau**  
2 j - LOW - p.409
- Les outils du responsable marketing  
2 j - RAM - p.410
- Optimiser la rentabilité en choisissant le bon prix  
2 j - TAR - p.451

## »» Stratégie de marque, marketing cross-canal »»

- Concevoir votre stratégie de marque  
2 j - CSM - p.407
- Optimiser votre stratégie de marque avec le storytelling **Nouveau**  
1 j - STT - p.407
- Mettre en œuvre un marketing cross-canal efficace **Nouveau**  
2 j - ROS - p.408
- Lancer une campagne publicitaire cross-canal **Nouveau**  
2 j - PUC - p.408

## »» Marketing opérationnel »»

- Le marketing opérationnel, démarche et outils  
3 j - MAR - p.411
- Le marketing mix **F**  
2 j - MIX - p.411
- Marketing de conquête et de fidélisation  
2 j - MCF - p.412
- Best** Chef de produit, le métier  
3 j - FCP - p.413
- Best** Lancer un nouveau produit  
3 j - LNP - p.414
- Marketing des nouveaux produits et services  
2 j - SGO - p.414

## »» Cycle Certifiant



### CHEF DE PRODUIT »»

11 j. - KPO - p.404

#### » composition du cycle

FCP 3j, p.413/LNP 3j, p.414/EMC 2j, p.432/RDO 2j, p.429

#### » journée de certification

KSX

## »» Etudes de marché »»

- Techniques d'études de marché  
2 j - TEM - p.416
- Analyser son marché  
2 j - ALM - p.416
- Conduire un projet Benchmarking  
2 j - BEN - p.417
- Best** La veille concurrentielle  
2 j - VCU - p.417
- Mettre en œuvre une veille marketing sur internet  
2 j - VEI - cf@

Le chef de produit marketing est au cœur de la réflexion de développement stratégique et met en œuvre des objectifs de vente précis. Ce cycle vous permettra de perfectionner l'ensemble des compétences clés du métier : de l'analyse des besoins du marché et des nouvelles tendances à la construction de l'offre et au lancement du produit ou service.

### La fonction chef de produit

#### »»» Rôle, missions et compétences

- Les responsabilités et activités principales du chef de produit. Les évolutions de la fonction.
- Les facteurs clés de réussite.

#### »»» Véritable interface interne et externe

- Travailler avec les prestataires extérieurs.
- L'importance du brief.

#### »»» La connaissance de son marché

- Etudier l'environnement : marché, produits, concurrents, consommateurs ...
- Connaître les techniques de recueil de l'information.
- Mettre en œuvre des études de satisfaction clientèle.

#### »»» Le diagnostic sur le produit

- La gestion du portefeuille produit : utilisation des matrices BCG, Pareto...
- La mesure des performances commerciales du produit.
- La compétitivité du produit, utilité et valeur client.
- Evaluer les forces et les faiblesses : diagnostic SWOT.

#### »»» Recommander la stratégie marketing

- Définir les stratégies et les objectifs marketing.
- Définir et cibler les couples produits/marché.

#### »»» La parfaite maîtrise du marketing mix

- L'appréciation de la gamme, de la marque.
- Cycle de vie des produits et marchés.
- Mesurer la rentabilité : ROI, point mort, marge brute, marge nette, élasticité...
- La convergence marketing/vente/distribution.

### Lancer un nouveau produit

#### »»» Savoir innover

- L'innovation, levier de croissance interne.
- Du repositionnement à l'innovation de rupture.

#### »»» Mesurer l'attractivité d'un marché nouveau

- Apprécier la compétitivité de l'entreprise sur ce marché. Repérer les segments mal exploités.
- Elaborer une stratégie de développement.

#### »»» Créer un nouveau produit

- Mise en place et animation d'un groupe de créativité.
- Choisir les techniques d'animation appropriées : brainstorming, carte mentale, analogie...
- Filtrer les idées et gérer les projets. Critères de sélection, grille d'Omeara.
- Positionner le nouveau produit/service. Etudes qualitatives et quantitatives.

#### »»» Préparer la rentabilité du produit

- Viabilité du projet. Identifier le prix psychologique.
- Appliquer l'analyse de la valeur.
- Estimer la rentabilité, le point mort et le cash flow.
- Etablir le compte d'exploitation du nouveau produit.

#### »»» Elaborer le mix marketing

- Définir la cible, élaborer le mix marketing.
- Des validations consommateurs jusqu'au marché test.
- Stratégie de lancement : progressive ou massive.

#### »»» Planification des actions du lancement

- Planifier les actions, briefer et coordonner les acteurs.
- Le lancement. Contrôle (délais, budgets, moyens...), actions correctives. Conditions de réussite du projet.

### e-Marketing, mieux communiquer par Internet

- Qu'est-ce que le e-marketing ? Panorama des dernières techniques utilisées.
- Qu'est-ce que les NTIC ?
- Comment a évolué Internet ? Internauts ! Evolution du Web depuis 10 ans. e-Commerce. Applications du téléphone mobile.
- Quelles sont les nouvelles tendances ? Communautés Web. Révolution du Web 2.0 et du haut débit. Marketing viral.

### Réussir sa documentation commerciale

- Une documentation commerciale en évolution. Principaux enjeux. Supports. Documentations on-line et off-line.
- Définir son objectif et sa cible. Choisir le style du document à préparer. Prendre le support adapté au positionnement.
- Optimiser l'impact des mots. Titre accrocheur. Style rédactionnel adapté. Phrases courtes, vocabulaire simple et imagé.
- Renforcer l'attrait des supports. Dépliant. Checklist de mise en page. Visuels. Animation. Son. Vidéo. Interactivité.
- De la conception à la réalisation. Construire des tableaux de bord. Chaîne éditoriale. Planning. Tirage.



Réf : KPO

Durée : 11 jours

#### Composition du cycle :

réf FCP, 3j, cf p. 413

réf LNP, 3j, cf p. 414

réf EMC, 2j, cf p. 432

réf RDO 2j, cf p. 429

Examen réf KSX

17 oct/19 déc. 2014

30 mars/22 juin 2015

Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 4 410 € HT (prix 2014)  
option full offerte

soit environ 30% de remise incluse

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### »» PARTICIPANTS

Chefs de produits/marchés débutants ou en poste souhaitant approfondir ses connaissances.

### »» PREREQUIS

Première expérience souhaitable dans une fonction chef de produit, chef de projet marketing, chef de marque ou chef de produit en prise de fonction.

Définir les principaux concepts afin de mieux comprendre les enjeux du marketing et les marketeurs. Intégrer la démarche marketing et son application concrète dans l'entreprise. Analyser le fonctionnement, le langage et les outils du marketing.

## » De la définition à la démarche marketing

- Définir le marketing : les confusions avec la communication.
- La démarche marketing : les différentes étapes.
- Les nouvelles tendances du marketing : datamining, mobile marketing, buzz marketing, cobranding, communautés virtuelles.
- Les différents types de marketing : stratégique, opérationnel, one to one, interactif.
- Etablissement d'un plan : business plan, plan marketing, plan d'actions commerciales.

**Exercices** Quiz pour s'approprier les différentes notions.

## » Connaître l'offre et la demande : le diagnostic marketing

- L'apport des études aux décisions marketing : qualitatives, quantitatives, panels, satisfaction...
- Analyse de l'environnement : PESTEL, menaces et opportunités.
- Analyse du marché et de la concurrence : matrice Porter, Benchmarking ...
- Diagnostic interne : forces et faiblesses (matrice BCG, Pareto...).

**Etude de cas** Construction d'une SWOT Analysis.

## » Définir la stratégie marketing et choisir ses marchés

- Stratégie générale. Mc Kinsey, Ansoff, Porter.
- Choix des couples produits/marchés.
- Segmentation et ciblage marketing.

- Comment positionner son produit ?

**Etude de cas** Elaboration d'un mapping.

## » Gérer votre portefeuille : élaborer le marketing mix. Les quatre P

- Produit : le cycle de vie du produit, la gamme, les services...
- Prix : calcul du seuil de rentabilité, prix psychologique, définition du juste prix de vente.
- Place : choisir son circuit de distribution.
- Promotion : publicité, promotion des ventes, marketing direct, e-marketing.
- Les autres P : People, Pré-vente, Post-vente...

**Etude de cas** Construction d'un mix.

## » Construire le plan marketing

- Créer le plan marketing et les indicateurs de suivi des actions.
- Le plan opérationnel annuel et le PAC (plan d'actions commerciales).
- Les plans d'action par client et les tableaux de bord.
- Le compte d'exploitation prévisionnel.

**Exercices** Quiz final pour valider les acquis et réviser les notions.



Réf :	CLE
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 5-7 janv./9-11 mars 2015 11-13 mai 2015
Groupe 1	24-26 nov. 2014 5-7 janv./2-4 mars 2015
Groupe 2	12-14 nov. 2014 5-7 janv./16-18 mars 2015
Groupe 3	8-10 déc. 2014 9-11 fév./11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tous les cadres et collaborateurs de l'entreprise désirant s'initier au marketing et en appréhender les principes et les outils fondamentaux.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Marketing pour non-spécialistes mettre en œuvre une stratégie marketing efficace

Cette formation vous permettra d'assimiler les aspects fondamentaux du marketing et de prendre connaissance des possibilités qu'apportent les nouvelles technologies de l'information tels que le Web, les e-mails et les réseaux sociaux.

## » Le marketing dans l'entreprise

- Les différents types de marketing.
- Les différentes cibles clients : BtoB, BtoC, CtoC.
- La trilogie : besoin, marché, produits.
- Les interactions du marketing avec les autres services de l'entreprise.
- Positionner l'entreprise sur son marché : Benchmark, SWOT.
- Du marketing à l'e-marketing.

**Travaux pratiques** Etat des lieux de son entreprise et identification des stratégies existantes.

## » Introduction au Web marketing

- Histoire : qu'est-ce qui a changé ?
- e-Commerce : de l'âge de pierre à l'âge de raison.
- Chiffres clés.

**Réflexion collective** Vidéo : l'évolution du consommateur et le marketing.

## » Comprendre les comportements du consommateur

- Du marketing de masse au conso'acteur.
- Internet et l'hyperchoix.
- La perception du Web par le consommateur.
- Les nouveaux besoins et comportements.
- CRM : définition, pour quoi faire ?

**Echanges** Quel type de conso'acteur êtes-vous ?

## » Les leviers de performance

- Branding, performance ?

- SEM = SEO+SEA+(SMO) : les fondamentaux.
- Affiliation.
- Réseaux sociaux.
- e-Mailing : quel usage ? Best practices e-mailing.
- Marketing viral et tribal.
- Le mobile : un nouveau challenge pour l'entreprise.
- Construire son plan marketing.

**Etude de cas** Du Bad Buzz au Good Buzz.

## » Concevoir un site e-commerce

- UX : "User experience" ou expérience utilisateur.
- Mettre le client au cœur de la relation.
- Les "personae" : définir, connaître et comprendre sa cible.

**Réflexion collective** Etude des bonnes raisons de l'échec. Etude de cas "Zappos".

## » Analyser et mesurer les performances

- KPI : quels indicateurs de performance ?
  - Les outils de mesure des performances.
  - Construire un tableau de bord.
- Exercices** Construire un tableau de bord à partir de données chiffrées.

## » e-Commerce, e-marketing : et demain ?

- Perspectives d'innovation pour le commerce traditionnel (Showrooming).
  - Nouvelles technologies : NFC, RFID, réalité augmentée.
- Echanges** Mondes virtuels, métavers, Google Glasses, indoor geolocalisation. Comment en tirer profit ?



Réf :	MKR
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./11-12 déc. 2014
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Ateliers de réflexion, études de cas, exercices, retours d'expériences.

## » PARTICIPANTS

Managers et collaborateurs non-spécialistes du marketing souhaitant acquérir rapidement une vue générale de la démarche marketing. Personnes en charge de projet marketing et communication.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Positionner une stratégie marketing cohérente avec les objectifs de l'entreprise. Gérer un portefeuille d'activités en approchant l'environnement concurrentiel. Concilier les segmentations marketing et stratégique (produits-marchés / DAS, priorisation métiers). Positionnement de gammes. Outils d'aide à la décision.

**df** Exercices pratiques

Réf :	MAS
Durée :	3 jours
Paris :	24-26 nov. 2014 19-21 janv./23-25 mars 2015 11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Cadres dirigeants en charge de la stratégie marketing de leur business unit, chefs d'entreprises, directeurs marketing, responsables marketing, chefs de produits, directeurs commerciaux, communication.

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base en marketing.

**» Stratégie d'entreprise et stratégie marketing**

- Replacer le Marketing stratégique dans la demande globale du marketing.
- Le projet, la mission et les objectifs de l'entreprise.
- Choix stratégiques et orientations de l'entreprise : cohérence, cadre de référence, indicateurs de résultats.

**» Le diagnostic stratégique**

- Le diagnostic de situation : démarche, principes clés.
  - Identification de l'environnement : analyse interne et externe.
- Exercices** Réalisation d'un diagnostic stratégique à partir d'une étude de cas.

**» Les outils d'aide à la décision**

- Les matrices d'aide à la décision (Mac Kinsey, ADL, Porter...).
  - Les outils B to B : RMC et RCA.
- Exercices** Exercices mettant en application les matrices et outils d'aide à la décision.

**» La segmentation stratégique**

- Gérer la segmentation Marketing et la segmentation stratégique.
- La définition des DAS.

**» Les stratégies concurrentielles**

- Evaluer l'environnement concurrentiel.
- Le modèle de Porter, domination par les coûts, différenciation, segmentation.

- Les apports de Kotler (leader, challenger, suiveur, spécialiste).

**Etude de cas** A partir d'un scénario analyse des principaux concurrents du marché.

**» Les stratégies de portefeuille d'activités**

- Les modèles simplificateurs : BCG, Arthur D. Little.
- Utiliser un modèle complexe : la grille attrait-atouts.
- La matrice Ansoff.

**Exercices** Travail sur une matrice BCG et Ansoff.

**» Positionnement et création de valeur**

- Positionnement et valeur de la marque : notions de compétence distinctive, d'image de marque et de valeur client.
- Valeur perçue, valeur souhaitée.
- Les scénarios et les projets vers les plans opérationnels.

**Exercices** Exercice de positionnement et création de valeur d'une gamme de produits et services d'une entreprise.

## Les nouvelles tendances du marketing

Ce stage vous propose une synthèse claire et précise sur les avancées les plus récentes du marketing, et sur leurs évolutions. Les exemples et les outils utilisés lors de la formation vous permettront de tirer des enseignements et des actions opérationnelles pour une démarche marketing efficace.

**df** Exercices pratiques

Réf :	ELL
Durée :	2 jours
Paris :	9-10 oct./11-12 déc. 2014 5-6 fév./28-29 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Illustrations audio et vidéo. Etude de cas permettant de s'approprier les nouvelles tendances du marketing. Ateliers individuels et collectifs.

**» PARTICIPANTS**  
Responsables marketing, chefs de produits, chargés d'études, directeurs marketing, dirigeants, et toute autre personne en relation avec les services marketing (R&D, commerciaux ...).

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Un marketing plus segmenté**

- Les évolutions majeures du marketing.
- Le marketing relationnel, stratégies clients et outils (CRM, datawarehouse, datamining...).
- Le géomarketing : techniques et applications.
- Le marketing communautaire : communautés de marque et démarche de fidélisation.
- Le marketing identitaire : les nouvelles cibles du marketing.
- Le neuro-marketing : la science au service du marketing.

**Travaux pratiques** Etudes de cas pour approfondir les nouveaux concepts marketing.

**» Les innovations du marketing mobile**

- Les principaux chiffres et tendances : la progression du marché des smartphones et iPhones.
- Les applications mobiles : les opportunités marketing.
- Le commerce mobile (technologie NFC) : enjeux et perspectives de développement.
- L'utilisation des codes barres (RFID, QRCode...).
- La géolocalisation : les innovations du marketing situationnel.
- La messagerie vidéo : pédagogie et image au service du marketing.

**Travaux pratiques** Mettre du marketing mobile dans votre entreprise : réflexion et élaboration d'un plan d'action-test.

**» Du web-marketing au marketing virtuel**

- L'état des lieux du web-marketing.
- Le panorama des techniques de référencement et d'affiliation.
- Les évolutions de la publicité en ligne : mots clés et publicité contextuelle.
- Les dernières évolutions de la communication par e-mail.
- Le marketing virtuel : de Second Life aux nouveaux concepts de magasins virtuels.
- Le marketing viral : enjeux et avantages du buzz marketing.

**Travaux pratiques** Atelier de recherche et réflexion : étude de la concurrence et des démarches innovantes pratiquées sur certains secteurs d'activité.

**» Médias sociaux : les stratégies gagnantes**

- Les médias sociaux et le marketing interactif.
- Les médias sociaux généralistes et professionnels (Facebook, Google+, Viadeo, LinkedIn...).
- Les plateformes de blogs et de micro-blogs (Twitter, blogs, wikis...).
- Les plateformes de partage de contenus : prédominance de l'image et de la vidéo (Dailymotion, Youtube...).

**Travaux pratiques** Elaborez d'une stratégie de présence sur les réseaux sociaux. Quiz final permettant de revoir les concepts abordés lors de la session.

Une marque forte renforce la relation d'une entreprise avec ses clients et permet de créer de la valeur. Cette formation vous montrera comment concevoir et mettre en place une stratégie de marque performante.

## » Identifier les fonctions de la marque pour l'entreprise

- Définition et principaux éléments constitutifs du nom de marque : mots, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles.
- Un élément de différenciation fonctionnelle et symbolique.
- Un outil de création de valeur.
- Un instrument de fidélisation du consommateur.

**Travaux pratiques** Analyse des valeurs d'une marque à travers ses publicités.

## » Comprendre la relation entre la marque et le client

- La fonction de garantie : la notion de confiance, les labels...
- La fonction d'identification : image de la marque et reconnaissance par le consommateur.
- L'attachement affectif du consommateur à la marque : fidélité, renouvellement d'achats, rôle de prescripteur...
- L'émergence de communautés de marques : clubs de consommateurs, réseaux sociaux...

**Travaux pratiques** Analyse de relations marques/consommateurs.

## » Construire une marque forte

- Passer de la stratégie d'entreprise à la stratégie de marque.
- Identifier le public à viser : les critères de segmentation, la politique de ciblage...
- Définir son identité de marque : ADN, personnalité, signification et positionnement de la marque...

- Développer la notoriété et l'image de sa marque : les concepts de saillance et de résonance.
- Elaborer la plateforme de sa marque : ADN, valeur, cible, positionnement.

**Travaux pratiques** Identifier la cible et l'identité de marque d'une gamme de produits.

## » Exprimer son identité de marque

- Valoriser le nom de sa marque et ses qualités : capitaliser sur ses points forts.
- Optimiser les signes de reconnaissance de la marque : le logo, la charte graphique, la signature, les slogans...
- Développer une communication à 360° : on-line et off-line.
- Architecture et extension de la marque : marque-produit, marque-gamme, marque-ombrelle, marque-caution...
- Alliance de la marque : le co-branding et la licence.

**Travaux pratiques** Analyser les composants de la signalétique de plusieurs marques.



Réf :	CSM
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques, retours d'expériences, réflexions collectives et études de cas.

### » PARTICIPANTS

Responsable marketing, responsable communication, chef de produit, chef de projet marketing et toute personne en charge de la communication de marque.

### » PREREQUIS

Expérience souhaitable en marketing et/ou communication d'entreprise.

# Optimiser votre stratégie de marque avec le storytelling

nouveau

Ce stage vous fera découvrir les multiples possibilités du storytelling pour susciter et renforcer l'adhésion de vos clients et stimuler leur intérêt pour votre marque. Vous verrez quels sont les enjeux stratégiques et comment présenter l'histoire de votre marque pour en faire un outil de communication efficace.

## » Les enjeux du storytelling

- Le storytelling : le récit comme outil de communication.
- Les origines du storytelling : concept, historique, exemples marquants.
- Les champs d'application du storytelling : la politique, l'individu, les entreprises.
- Un contexte propice : l'avènement du Web 2.0, la crise économique.
- L'utilisation croissante des émotions dans la publicité et le marketing.
- Appréhender les limites du storytelling : mensonges et manque d'authenticité, personnification, émotions négatives...

**Etude de cas** Comprendre et débattre autour de quelques cas d'école en matière de storytelling.

## » Les différents types de récits

- Identifier les différents types de récits.
- La fonction d'identification aux valeurs et à la personnalité de la marque.
- Propriétés de la narration : temporalité, intentionnalité, sens, capacité d'identification, capacité transformatrice.
- Définir le style de récits en fonction des enjeux identifiés.

**Travaux pratiques** Déterminer un type de récit selon un objectif.

## » Mettre en œuvre son storytelling

- Identifier les origines de la marque, son histoire et ses valeurs.
- Construire un schéma narratif.
- Jouer sur l'histoire et ses rebondissements avec un modèle actanciel.
- Identifier et dresser le portrait des acteurs.
- Mettre en mouvement le storytelling.

**Travaux pratiques** Elaborer le storyboard de l'histoire de la marque.

## » Rédiger son storytelling

- Définir le ton, le style et jouer avec les émotions.
- Impliquer son auditoire dans le récit.
- S'adresser aux cinq sens : le VAKOG (Visuel, Auditif, Kinesthésique, Olfactif, Gustatif).
- Capturer l'insolite et jouer l'originalité.
- Adapter son écriture aux spécificités du média choisi.

**Travaux pratiques** Rédiger l'attaque et la chute du storytelling de la marque.



Réf :	STT
Durée :	1 jour
Paris	7 nov. 2014 6 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Ateliers d'écriture.

### » PARTICIPANTS

Responsable marketing, responsable communication, chef de produit, chef de projet marketing et toute personne en charge de la communication de marque.

### » PREREQUIS

Expérience souhaitable en marketing stratégique.

Une formation pour vous permettre d'approfondir vos connaissances en marketing dans l'univers du cross-canal. Elle vous montrera comment définir vos stratégies cross-canal et comment les déployer efficacement.



Réf :	ROS
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 9-10 avril 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Exemples concrets. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion et de mise en œuvre pratique. Etude de cas.

### PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, responsables CRM GRC, responsables marketing, chefs de produit, chefs de marché et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'opérations de marketing cross-canal.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### Bien appréhender l'univers du cross-canal

- La définition du multi et du cross-canal.
- Les raisons de l'émergence du cross-canal.
- Les différents canaux : Web, magasin, catalogue, réseau social, mobile, mailing et emailing, médias classiques...
- Les nouveaux outils : cookies, flash codes, RFID, apps, vitrines tactiles, bornes interactives...
- La notion de parcours clients et de "touch points".

**Travaux pratiques** Reconstitution des parcours clients possibles pour l'achat d'articles de consommation courante.

### Identifier tous les impacts du cross-canal

- Au niveau des clients : stratégies de repérage, réalisation de comparatifs et gestion du partage de l'information.
- La gestion de la mobilité client et de ses modes d'achat.
- Au niveau de l'entreprise : gestion d'une présence multiple et contraintes de cohérence et de non-cannibalisation.
- La gestion de la multiplication des interactions avec les clients et l'exploitation des synergies.

**Travaux pratiques** Identification des principaux risques de la multiplication des canaux marketing pour l'entreprise.

### Définir les bonnes stratégies cross-canal

- La connaissance des besoins clients, des critères de segmentation et des habitudes de fréquentation des canaux.
- L'élaboration des cartographies des types de contact par canal pour chaque segment de client.
- L'assignation d'un rôle, d'une mission, d'une offre et d'un message à chaque canal par type de contact.
- L'optimisation des ratios coûts/canal et de la valeur client.
- La bonne intégration des différents canaux en présence.
- La fixation d'objectifs quantitatifs et qualitatifs à chaque canal.

**Etude de cas** Conception d'une stratégie de conquête cross-canal dans le cadre du lancement d'un nouveau service.

### Déployer efficacement ses actions cross-canal

- Les prérequis : le découplage Marketing/Service Clients, l'interfaçage des bases de données clients...
- L'orchestration générale des campagnes : modes de gestion, acteurs, rétroplannings...
- La définition des indicateurs de performances et de retour sur investissement.

**Travaux pratiques** Conception d'un tableau de bord de suivi d'une campagne cross-canal.



Cette formation vous apprendra à lancer une campagne publicitaire en utilisant simultanément plusieurs canaux d'information et de communication afin de profiter de leur interaction. Vous apprendrez également à cibler vos campagnes, à les piloter avec succès et à collaborer efficacement avec vos partenaires.



Réf :	PUC
Durée :	2 jours
Paris	3-4 nov. 2014 19-20 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Echanges et retours d'expériences. Apports théoriques, exercices et études de cas.

### PARTICIPANTS

Responsables communication/marketing, chefs de produit ou de marché, chefs de projet, concepteurs-rédacteurs et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une campagne publicitaire.

### PREREQUIS

Connaissances de base en marketing.

### Mesurer l'impact du digital dans une stratégie publicitaire cross-canal

- Recenser les différents médias à solliciter dans une campagne publicitaire cross-canal.
- Identifier les complémentarités des canaux on et offline.
- Comprendre les nouveaux enjeux du parcours client : l'apparition des interlocuteurs et des ambassadeurs...
- Connaître les atouts des différents leviers e-marketing (SEO, SEM, Display, e-CRM, Mobile...).
- Identifier les opportunités des réseaux sociaux et autres plateformes...

**Travaux pratiques** Réflexion en sous-groupes sur les parcours client : identification des interlocuteurs-clés et des ambassadeurs.

### Travailler avec les différents acteurs d'une campagne publicitaire

- Panorama des agences publicitaires.
- Panorama des régies publicitaires.
- Choisir et sélectionner ses partenaires.
- Collaborer efficacement au quotidien avec ses différents partenaires.

**Travaux pratiques** Elaboration d'un brief agence pour un lancement de campagne cross-canal.

### Mettre en œuvre une campagne cross-canal

- Déterminer précisément ses objectifs et ses attentes.
- Le médiaplanning : choisir les canaux en fonction des objectifs et des publics.

- Connaître les outils de médiaplanning : outils de mesure d'audience, outils de construction d'un plan...
- Veiller au mix canaux traditionnels et canaux digitaux dans le plan media.
- Bâtir sa stratégie d'achats : sélectionner les partenaires médias et préparer ses négociations.
- Elaborer un planning de campagne.

**Etude de cas** A partir d'un cas concret, élaboration d'un plan media cross-canal.

### Insuffler de la créativité dans une campagne cross-canal

- Comment développer son jugement créatif ?
  - Benchmarking et bonnes pratiques : panorama de campagnes réussies... et moins réussies.
  - Les pré-tests publicitaires.
- Echanges** Réflexion collective sur les atouts et les limites de certaines campagnes.

### Suivre et piloter une campagne

- Piloter les différents leviers de la campagne.
  - Mesurer la réalisation des objectifs : ROI et KPI.
  - Mesurer l'impact de la campagne grâce aux post-tests publicitaires.
  - Suivre et respecter son budget.
- Travaux pratiques** Elaboration d'un tableau de bord de suivi de campagne.

# Adopter et développer une stratégie Low Cost viable les facteurs clés de succès

nouveau

P  
pratique

Le Low Cost crée de nouveaux leaders et poussent les acteurs historiques à se transformer. Cette formation vous présentera les intérêts d'une stratégie Low Cost, elle vous permettra de repenser son marketing et mettra en évidence les facteurs clés de succès de ce type de stratégie.

## » L'intérêt d'une stratégie Low Cost

- Comprendre le changement des consommateurs.
- S'inscrire dans une logique Low Cost en simplifiant son offre.
- S'inspirer de l'application du Low Cost à quelques secteurs.
- Discerner l'innovation de rupture au cœur du modèle Low Cost.
- Connaître les principes fondamentaux.
- Examiner les critiques de ce modèle.

**Réflexion collective** Comparaison entre un Business Model classique et un Low Cost.

## » Repenser son mix-marketing sous le prisme du Low Cost

- Casser les règles du jeu des modèles existants.
- Inventorier les caractéristiques du produit ou du service Low Cost.
- Analyser les systèmes de tarification Low Cost.
- Réfléchir aux modes de distribution Low Cost.
- Communiquer à l'heure du Low Cost.
- Réunir les conditions favorables à l'implantation du Low Cost sur un marché.

**Etude de cas** Le mix-marketing d'acteurs historiques du modèle Low Cost.

## » Faire face à l'arrivée d'un concurrent Low Cost sur son marché

- Se poser les bonnes questions et envisager les recours.
- Riposter en contrant le nouvel acteur sur son propre terrain.
- S'organiser autour d'une filiale à part entière.
- Améliorer sa proposition de valeur de son produit/service.
- Satisfaire les besoins exprimés des clients.
- Se projeter dans un avenir proche et anticiper les nouvelles opportunités Low Cost.

**Réflexion collective** Comment créer de la valeur face à un concurrent Low Cost ?

## » Les facteurs clés de succès d'une stratégie Low Cost

- Attirer immédiatement l'attention du client.
- Elaborer une offre prix radicalement basse.
- Se concentrer sur l'essentiel au niveau des produits/services proposés.
- Mettre en place un mode alternatif de distribution.
- Apprendre l'art de générer du "média gratuit" par votre communication.
- Etablir une organisation agile et courte.
- Identifier les clés du succès d'entreprise Low Cost.

**Travaux pratiques** Repenser son offre et son mix marketing en fonction des règles que doit respecter un acteur Low Cost pour réussir.

dif

Exercices pratiques

Réf : LOW

Durée : 2 jours

Paris 27-28 nov. 2014  
12-13 mars/22-23 juin 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Chef de produits, de marchés, de groupes et responsable marketing souhaitant se spécialiser ou toute personne évoluant vers une fonction marketing.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Le marketing par l'image

nouveau

P  
pratique

L'utilisation croissante de visuels et d'images dans les supports de communication a donné naissance à une nouvelle discipline du marketing. Cette formation vous permettra de comprendre l'importance du "Picture Marketing" et d'en connaître les usages, les règles et les bonnes pratiques.

## » L'utilisation des visuels dans la communication

- L'importance des visuels dans la société et la communication : du selfie à la communication de marque...
- La définition du Picture Marketing.
- Les réseaux sociaux, royaume de l'image : Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Tumblr...
- L'utilisation des images dans les autres supports de communication.

**Echanges** Mind-mapping des différents supports de communication utilisant l'image comme pilier de la stratégie de communication.

## » Comprendre les leviers du marketing par l'image

- Créer de l'engagement et de l'affinité pour la marque.
- Favoriser le partage et de la viralité.
- Développer la notoriété, l'e-réputation.
- Faire du storytelling, raconter une histoire autour de la marque.
- Les dernières innovations en matière de Picture Marketing.

**Etude de cas** A partir d'une étude de cas, définir les grands axes d'une stratégie de marketing par l'image.

## » Optimiser ses images

- Quelles images pour quelle communication ? Focus sur les réseaux sociaux.
- Identifier et sélectionner les images par leur symbolique : couleur, visuel...

- Choisir les bons formats et résolutions selon les supports.
- Connaître les spécificités des visuels sur Internet.
- Savoir retoucher ses visuels.
- Viser la cohérence de la charte graphique.

**Travaux pratiques** Sélectionner des images pertinentes adaptées aux différents supports de communication.

## » Droits d'utilisation et de partage des images

- Comprendre la législation sur le droit d'auteur : création des images, retouche, utilisation, partage...
- Connaître les spécificités des utilisations de visuels sur Internet.
- Panorama des banques d'images et explications sur leur fonctionnement.

**Réflexion collective** Etablir en sous-groupes une check-list sur les vérifications à effectuer avant d'utiliser une image.

## » Mesurer la performance du marketing par l'image

- Mettre en place des outils d'évaluation.
- Définir les indicateurs de son "Picture Marketing".
- Mesurer et adapter sa stratégie selon les objectifs définis.

**Echanges** Réflexion collective sur la problématique du ROI (retour sur investissement) versus ROA (retour sur attention).

dif

Exercices pratiques

Réf : PIM

Durée : 2 jours

Paris 4-5 déc. 2014  
7-8 avril/22-23 juin 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Apports théoriques, échanges, réflexions collectives et retours d'expérience. Etudes de cas et exercices pratiques.

### » PARTICIPANTS

Responsables et chargés de communication/marketing, chefs de produit, chefs de projet et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication par l'image.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en marketing et communication.

Connaître et s'appropriier les principaux outils d'analyse stratégique pour élaborer une démarche marketing adaptée. Mettre en place son plan marketing à l'aide d'outils du mix marketing. Piloter l'activité et contrôler les résultats grâce aux choix d'indicateurs pertinents pour l'élaboration de tableaux de bord.



Réf :	RAM
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 22-23 janv./26-27 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Basé sur l'échange de bonnes pratiques, des exercices, étude de cas pour s'approprier la boîte à outils du responsable marketing.

**PARTICIPANTS**  
Directeur marketing, Responsable marketing.

**PREREQUIS**  
Ne nécessite pas de prérequis mais une appétence au marketing.

» **Le nouveau métier et le périmètre du responsable marketing**

- L'évolution du rôle du responsable marketing.
- L'entreprise orientée client.
- Les stratégies de segmentation.
- Un environnement hyper concurrentiel : se démarquer.
- Les nouvelles tendances du marketing.
- De la vente conseil à la vente achat.

**Echanges** Les nouvelles tendances du marketing.

» **Les outils d'analyse stratégique et de diagnostic**

- Le SWOT et les matrices de Porter, Ansoff, Mc Kinsey.
- Le système d'information marketing.
- Les études qualitative et quantitative.
- De l'écoute à l'écoute active.
- Les veilles concurrentielles et l'analyse de l'environnement.
- L'outil CRM.

**Exercices** Elaboration de sa matrice SWOT.

» **Les outils de segmentation et de positionnement**

- L'analyse et la grille d'évaluation besoins/segments.
- La valeur ajoutée de l'offre.
- Le mapping de positionnement.

» **Les outils du mix offre**

- La durée de vie du produit/service.
- La valeur ajoutée de l'offre.
- Le cahier des charges.
- Les tests.

- La politique de marque : marques refuges.

» **Les outils du mix communication**

- Le plan de communication.
- Le réseau des correspondants communication.
- Recenser les territoires, définir le profil, organiser des rencontres.
- Les tableaux de bord de la communication : les indicateurs.
- La communication orientée résultat.

**Exercices** Bâtir son plan de communication.

» **Les outils du mix prix**

- L'élasticité de la demande.
- Le niveau de prix et pricing.
- Le yield pour " booster " son taux de remplissage.
- Les secteurs où le yield est utilisable.

» **Les outils du mix distribution**

- Les divers canaux de distribution.
- Le merchandising.
- Le trade marketing.
- Le category management.

**Exercices** Elaborer son mix marketing.

» **Les outils de la force de vente**

- Le plan d'action commerciale (PAC).
- Les outils d'aide à la vente.
- Six motivations clients ou le Soncas/ APB.

**Exercices** Les outils d'aide à la vente pertinents dans chaque environnement.

## Des tests de prérequis en ligne



### Améliorez les performances de vos formations

Pour s'assurer de posséder les connaissances nécessaires au bon déroulement d'une formation, et tirer le meilleur profit du cours envisagé, Orsys met à votre disposition une série de prérequis disponibles en ligne sur le site [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr).

[www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**pré-Requis** QCM de pré-requis, évaluer vos connaissances

Formation : Lancer un nouveau produit

**Question 1** Le buzz est une technique marketing qui consiste à :

1. Lancer une rumeur autour d'un événement, d'un produit, d'une offre
2. Faire du bruit par un message contrôlé autour d'un événement, d'un produit, d'une offre
3. Créer un événement ponctuel autour d'un événement, d'un produit, d'une offre

**Question 2** Chassez l'intrus parmi ces techniques de marketing :

1. Le street marketing
2. Le marketing tribal
3. Le track marketing

Une manière simple et efficace d'évaluer ses connaissances

Approcher de façon ludique tendances et plans de marketing opérationnel (matrice 4P, SWOT). Savoir monter des campagnes de publicité et de com' événementielle. Créativité et outils de marketing direct (mailing, SMS, TV mobile, couponing, référencement Internet...). Elaboration d'argumentaires et choix d'indicateurs.

## » Le champ d'action du marketing opérationnel

- Les tendances du marketing : s'approprier les notions de buzz, street marketing, marketing viral, tribal...
- Les différents plans : marketing opérationnel, stratégique, communication, plan d'actions commerciales.

**Exercices** Brainstorming et quiz pour s'imprégner des différentes notions d'une façon ludique.

## » Réussir le plan marketing opérationnel

- Les étapes du plan marketing opérationnel.
- L'analyse du marché : concurrence, outils d'analyse.
- La stratégie : segmentation, ciblage, positionnement.
- Définir et mettre en œuvre le mix marketing (4P) : produit, prix, place, promotion.

**Etude de cas** Construction d'un SWOT (Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces)) et d'un plan marketing opérationnel.

## » Les outils de communication et de promotion

- Les points clés d'une campagne de publicité : copy stratégie, media planning, critères d'efficacité.
- La communication événementielle : monter une opération de RP, street marketing.

**Exercices** Exercice de créativité en sous-groupes à partir d'une copy stratégie.

## » Le marketing direct

- Mener une campagne de marketing direct : mailing, fax, bus-mailing, couponing, ISA, asilage, newsletter...

**Exercices** Construction d'une opération de mailing de A à Z.

## » La communication électronique

- Internet : référencement dans les moteurs, affiliation, bandeaux, e-mailing, e-newsletters, suivi...
- Téléphonie : SMS, MMS, 2G, 3G, vidéophonie, TV mobile, géolocalisation...

## » Travailler avec des prestataires externes en communication

- Sélectionner et évaluer les prestataires.

**Exercices** Rédaction d'un brief.

## » Les supports d'aide à la vente

- Les argumentaires de vente : la méthode CAP-B.
- Construire des messages attractifs.

**Exercices** Création d'un argumentaire puis restitution devant le groupe avec l'objectif de les impliquer...

## » Contrôler et mesurer les résultats

- Évaluer la réussite : quels indicateurs pour quelle action et pour quel objectif ?

**Exercices** QCM ludique afin de réviser et intégrer toutes les notions apprises.



Réf :	MAR
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 5-7 janv./9-11 mars 2015 8-10 juin 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsable marketing, chef de produit, chef de marché, responsable opérationnel.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en marketing.

# Le marketing mix



Intégrer les différentes déclinaisons possibles des éléments d'un mix marketing. Définir de façon optimale chacun des éléments du mix marketing et des 3 P des services. Réajuster un mix existant en fonction du cycle de vie du produit ou de la concurrence.

## » Mix marketing : caractéristiques du produit ou du service

- Le nom de marque.
- Les fonctionnalités et les spécificités.
- Les caractéristiques physiques et le design.
- Le coût de revient.
- L'insertion dans la gamme existante.

**Exercices** Construction d'un cahier des charges fonctionnel.

## » Mix marketing : le système de tarification

- Le positionnement prix (luxe, cadeau...).
- Les conditions tarifaires (prix, ristournes, rabais, remises).
- Les critères possibles de segmentation.
- Les marges compensées, la rentabilité et la contribution financière.

**Etude de cas** Recherche de modes pertinents de tarification pour un service donné.

## » Mix marketing : la distribution

- Le choix des canaux.
- Le degré d'autonomie, d'engagement des (re)vendeurs.
- La couverture des territoires.
- Le trade marketing.
- Les outils d'aide à la vente.

**Etude de cas** Vente directe avec commerciaux, ou indirecte avec un ou plusieurs canaux de distribution tiers.

## » Mix marketing : la communication

- Le choix des cibles.
- Les messages à faire passer.
- La charte graphique.
- L'optimisation du choix des canaux de communication : publicité, promotion des ventes, réseaux sociaux...
- Le bon dimensionnement des moyens.

**Exercices** Critique d'un plan de communication.

## » Les 3 P des Services

- Le Personnel.
- La Participation du client.
- La Preuve.

**Exercices** Déclinaison d'un mix marketing optimal pour un service associé à un produit.

## » Les précautions à prendre

- Cohérence et interdépendance des éléments du mix marketing.
- Adéquation du mix marketing avec le marché, les segments de clientèle visés, la situation concurrentielle.

## » Réajustement du mix marketing

- Optimiser son positionnement en fonction du cycle de vie des produits.
- Réajuster en fonction des actions de la concurrence.
- Mesurer l'atteinte des objectifs.

**Exercices** Critique du mix marketing d'un produit ou service existant et indication de pistes d'optimisation.



Réf :	MIX
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 22-23 janv./26-27 mars 2015 22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exemples, mise en commun d'expériences, ateliers de réflexion et de mise en œuvre pratique, traitement de cas des participants.

### » PARTICIPANTS

Directeurs et responsables marketing, chefs de produits, chefs de marchés, chefs de gammes, chefs de groupes, toute personne devant évoluer vers une fonction Marketing.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous montrera comment analyser votre marché en vue de définir et mettre en œuvre des stratégies de conquête et de fidélisation de vos clients. Vous apprendrez à les concevoir adaptées à ces deux objectifs.



Réf :	MCF
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 19-20 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exemples. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion et de mise en œuvre pratique. Etude de cas.

**PARTICIPANTS**  
Responsables marketing, commercial, communication. Chefs de produit, de marché. Responsables Stratégie, Conquête, Fidélisation, CRM, Marketing direct, Gestion des relations clients.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Réaliser son diagnostic marché**

- Prendre en compte son environnement global et son univers concurrentiel.
- Analyser les prospects : équipement, fidélité, potentiel, attentes non satisfaites, Life Time Value.
- Analyser son portefeuille clients : valeur clients, cycle de vie : réachat, attrition.
- Repérer les non-clients.
- Identifier les déterminants de la fidélité : satisfaction, image, attachement, attentes, offre des concurrents.

**Travaux pratiques** Identification des critères de fidélisation. Utilisation d'un SWOT.

**» Définir sa stratégie marketing**

- Situer les enjeux, limites et risques pour chaque stratégie.
- Définir la stratégie globale pour la conquête et la fidélisation : offensive, défensive, avec quels objectifs ?
- Identifier les cibles et les axes d'actions.
- Définir le niveau des coûts.
- Estimer le ROI et définir les indicateurs de pilotage : taux de réponse, de transformation, d'attrition, de rétention...

**Travaux pratiques** Comment segmenter les prospects et clients pour cibler ceux ayant les meilleurs potentiels ?

**» Elaborer ses offres en conquête**

- Les moments d'actions.
- Les types d'offres de bienvenue.
- Les messages délivrés.
- Les outils d'aide à la vente.
- Les accélérateurs de réponse.
- L'identification des canaux de prospection : le mailing, l'asile, le couponing presse, le télémarketing, l'e-mailing.
- Les stratégies de communication sur les offres.
- Les tests initiaux.

**Etude de cas** Définition d'offres de conquête à partir d'un cas d'entreprise.

**» Elaborer ses offres en fidélisation**

- Sur quelles variables du mix activer les actions ?
- Optimiser ses produits, sa gamme de services.
- Mettre au point un nouveau système de tarification, un programme d'avantages.
- Valoriser et donner de la lisibilité à son entreprise et à ses offres.
- Redéfinir le management des relations clients, créer des liens.
- Rendre la clientèle captive. Définir des processus de rétention.
- Identifier les facteurs clés de succès pour ce type de démarche.

**Travaux pratiques** Définition des offres de fidélisation à partir d'un cas d'entreprise.



Cette formation vous permettra d'appréhender les aspects du marketing international et de vous familiariser avec les différentes étapes du déploiement des actions marketing. Elle vous permettra également de repartir avec une boîte à outils opérationnelle.



Réf :	RKI
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./8-10 déc. 2014 9-11 fév./21-23 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Une alternance d'exposés théoriques, d'exemples et d'études de cas permet de s'approprier les méthodes marketing adaptées à l'international.

**PARTICIPANTS**  
Responsables marketing, chefs de produits, chefs de marché, directeurs marketing, responsables de zone export et toute autre personne en charge du développement à l'international.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Les spécificités du marketing international**

- Historique et mutations du marketing international.
- Problématiques du marketing international.
- Global or Local Marketing.
- Etapes de la Stratégie Marketing Globale.
- Explosion multiculturelle, évolution des cadres politiques.
- Approche des modes et techniques de paiement.
- Mutations juridiques, défi concurrentiel.

**Travaux pratiques** Exercices et quiz ludique pour intégrer les notions de marketing international.

**» Connaître et analyser son marché international**

- Les différents marchés à l'international.
- Analyser l'organisation de son marché.
- Les différents types d'études de marchés export.
- Pré-étude : matrice de sélection de marchés.
- Les sources d'information pour collecter les données.

**Travaux pratiques** Etude de marché export. Les stagiaires construiront un plan d'actions afin de mener une étude à l'international auprès de leur marché.

**» Le marketing stratégique international**

- S'implanter à l'étranger : les phases de l'expansion.
- Formules d'implantation : légères : licences, franchises ; lourdes : filiales, joint ventures.
- Analyse marketing de l'environnement.
- Le SWOT : opportunités et risques.
- Analyse stratégique : étude des scénarios.
- La segmentation : le BCG.

- La matrice Mc Kinsey.

**Travaux pratiques** Etablissement de choix stratégiques à l'international. Construction d'une matrice Mc Kinsey, de scénarios et d'un SWOT, préalablement au lancement d'un produit à l'international.

**» Le marketing mix international**

- Eléments du Mix Marketing.
  - Politique produit : gamme, packaging.
  - Cycle de vie international des produits.
  - Politique de prix : ce qu'il faut savoir.
  - Distribution internationale et globale.
  - Extension du Mix : spécificités du marketing international.
  - Plan d'actions commerciales et plan d'organisation international.
  - Equivalence cross-culturelle.
- Travaux pratiques** Etude de cas, proche du contexte des stagiaires, sur le lancement d'un produit à l'international.

**» Construire son business plan par marché**

- Les différentes parties du business plan.
  - Evaluer la rentabilité prévisionnelle du projet.
  - Les indicateurs pour le suivi et le pilotage.
  - Convaincre sa direction de ses choix stratégiques.
- Travaux pratiques** Mise en situation d'une présentation de son mini business plan international à la direction, lors d'une réunion.

S'approprier les meilleurs outils et méthodes indispensables à la fonction chef de produit. Coordonner les actions nécessaires au lancement et au suivi des nouveaux produits. Gérer le portefeuille de produits et la performance du mix marketing.

## Rôle, missions et compétences du chef de produit

- Définitions du marketing.
- Les nouveaux concepts du marketing : vers un marketing interactif.
- La démarche marketing : marché, besoins, produits, segmentation, ciblage, positionnement, mix marketing...
- Le champ d'application du marketing.
- Les différents types de marketing : produit, relationnel, to one, interactif.
- La communication virale.
- La définition de poste. La polyvalence du chef de produit. Les évolutions du poste.
- Les trois missions clés : analyser, recommander, mettre en œuvre.
- Les facteurs clés de réussite.

**Travaux pratiques** Brainstorming sur les différentes missions du chef de produit.

## Véritable interface interne et externe

- Le chef de produit : un mobilisateur d'équipes.
- La synergie marketing-ventes : les bonnes pratiques.
- La relation annonceur-agence.
- Le brief agence : méthode de l'entonnoir.
- La grille d'évaluation suite au brief.

**Travaux pratiques** Réflexion en groupe sur les pratiques existantes dans les relations marketing/ventes au sein des entreprises et recherche de moyens d'optimisation.

## La connaissance de son marché

- L'analyse de l'environnement de l'entreprise : PESTEL. L'analyse macroéconomique.
- Le plan marketing.
- Les différentes sources de veille.
- La recherche des problématiques externes.
- Analyse et classification des concurrents.
- L'analyse des forces de Porter.
- La fiche d'identité de chaque concurrent.
- Le benchmarking ou étalonnage.

**Travaux pratiques** Travail d'analyse sur les forces de Porter dans le contexte de l'entreprise de chaque stagiaire. Echanges.

## Collecter l'information

- Les sources d'information internes et externes.
- Le choix du type d'étude.
- Les études qualitatives et quantitatives.
- Les panels permanents : utilité et méthodologie d'utilisation.
- Les études de satisfaction clientèle.
- Les études documentaires, marketing, de satisfaction de clientèle, les tests d'usage, les études d'audience.

## Le diagnostic sur le produit

- L'analyse Pareto du portefeuille clients.
- La matrice BCG (Boston Consulting Group).
- L'analyse du cycle de vie du produit.
- Le tableau de bord de suivi des performances.
- Synthèse de l'analyse interne et externe : SWOT.

**Travaux pratiques** A partir d'un cas, élaborer une matrice BCG et SWOT.

## Elaborer la stratégie marketing

- Fixer des objectifs stratégiques. Les objectifs SMART.
- Définir ses objectifs par couple produit/segment.
- Les stratégies produits au cours du cycle de vie.
- La phase de segmentation : critères B to B et B to C.
- Segmentation RFM (Récence, Fréquence, Montant d'achats).
- La phase de ciblage : critères de choix, stratégies possibles.
- Le positionnement : définition, critères du positionnement.
- Les opportunités de positionnement. Types et mapping.
- Choisir les activités à développer, maintenir et abandonner.
- Analyser l'attractivité d'un marché. Le modèle Mc Kinsey.

**Travaux pratiques** Réaliser un mapping de positionnement. Sélectionner des critères de segmentation et présenter sa segmentation à partir de la population totale (segmentation de l'offre et/ou demande).

## La parfaite maîtrise du marketing mix

- Le mix : la cohérence et l'optimisation du mix.
- Définir les critères d'évaluation de la qualité produit.
- Connaître la courbe de vie d'un produit.
- Identifier les caractéristiques du mix produits.
- Etudier la marque : les différents types, fonctions, protection.
- Stratégie de fixation du prix.
- Les facteurs qui influencent le prix.
- Calculer le coefficient d'élasticité, le prix d'acceptation, le point mort et le seuil de rentabilité.
- Evaluer les circuits de vente. Mettre le produit à la disposition du consommateur final.
- Sélectionner un circuit de distribution. Le contrat de distribution.
- Connaître les différents outils et méthodes de communication.
- Réaliser des opérations de promotion : street marketing, relations publiques, sponsoring sportif, mécénat...
- La communication par la force de vente : création de "sales" kit.

**Travaux pratiques** Rédiger un mix en sous-groupes à partir d'un ou deux cas concrets proposés par les stagiaires.

## Construire le plan marketing

- Déterminer le contenu du plan marketing.
- Définir les objectifs à un et trois ans.
- Présenter et planifier le plan d'actions.
- Mettre en place opérationnellement le plan.
- Suivre et contrôler les actions : préparer son tableau de bord.
- Mettre en place des actions correctrices.

**Travaux pratiques** Travail sur la construction d'un plan marketing.



Réf :	FCP
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 2-4 fév./11-13 mai 2015
Groupe 1	20-22 oct./1-3 déc. 2014 23-25 fév./7-9 avril 2015
Groupe 2	27-29 oct./15-17 déc. 2014 9-11 fév./7-9 avril 2015
Groupe 3	13-15 oct./8-10 déc. 2014 16-18 fév./11-13 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Etudes de cas illustrées d'exemples issus de différents secteurs d'activité. Une boîte à outils complète permet d'étudier certaines problématiques stratégiques ou opérationnelles des stagiaires et d'échanger en groupe.

## PARTICIPANTS

Chefs de produits, chefs de marchés, chefs de marques nouvellement promus, débutants ou confirmés.

## PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## pour aller plus loin

- ▶ Mettre en œuvre un marketing cross-canal efficace p. 408
- ▶ Marketing des nouveaux produits et services p. 414

Détecter les opportunités, évaluer les chances de succès de votre entreprise sur un marché nouveau. Identifier les axes les plus pertinents du développement de nouveaux produits. Maîtriser les méthodes et les techniques nécessaires pour mener à bien le développement et le lancement d'un nouveau produit.



Réf :	LNP
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 2-4 fév./26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Les participants acquièrent et pratiquent toutes les étapes sous forme de jeu : lancement d'un produit de sa conception à son lancement, sous forme de travail en sous-groupes.

**PARTICIPANTS**  
Responsables marketing, chefs de produits, chargés d'études, chefs de projets et collaborateurs qui travaillent en relation avec les services marketing (R&D, commerciaux, ...).

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en marketing.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**Savoir innover**  
• L'innovation, levier de croissance interne.  
• Du repositionnement à l'innovation de rupture.  
**Exercices** Les secrets des lancements réussis.

**Mesurer l'attractivité d'un marché nouveau**  
• Apprécier la compétitivité de l'entreprise sur ce marché. Repérer les segments mal exploités pour évaluer les chances de succès, les opportunités et les menaces grâce à la connaissance client.  
• Elaborer une stratégie de développement.  
**Exercices** Etude en sous-groupes d'un marché et prise de décisions collectives sur le lancement ou non d'un produit.

**La créativité au service du marketing**  
• Mise en place et animation d'un groupe de créativité.  
• Choisir les techniques d'animation appropriées : brainstorming, carte mentale, analogie, synectique, techniques associatives, aléatoires, analogiques.  
• Filtrer les idées et gérer les projets.  
• Le concept : critères de sélection, grille d'Omeara.  
**Exercices** Recherche de concept grâce aux techniques de créativité.

**Les études marketing appliquées au développement du nouveau produit**  
• Les spécificités des études selon le type du nouveau produit/service et son degré d'internationalisation.

• Etudes qualitatives et quantitatives. Collaborer avec un cabinet d'études.  
**Exercices** Quelles études pour le concept élaboré en sous-groupes ?

**Profitabilité, rentabilité des nouveaux produits**  
• Viabilité du projet. Identifier le prix psychologique et fixer le niveau de prix le mieux adapté.  
• Appliquer l'analyse de la valeur.  
• Estimer la rentabilité, le point mort et le cash flow.  
• Etablir le compte d'exploitation du nouveau produit.  
**Exercices** Calcul du prix optimal du produit à lancer.

**Du concept marketing au développement**  
• Définir la cible, élaborer le mix marketing.  
• Les validations consommateurs jusqu'au marché test.  
• Stratégie de lancement : progressive ou massive.  
**Exercices** Elaboration du mix du nouveau produit.

**Lancer vos nouveaux produits**  
• Planifier les actions, briefer et coordonner les acteurs du lancement.  
• Le lancement. Contrôle (délais, budgets, moyens...), actions correctives. Conditions de réussite du projet.  
**Exercices** Présentation et soutenance par chaque groupe du projet et des tableaux de bord élaborés durant les trois jours.



Dans un environnement très compétitif où il est difficile de se différencier, cette formation vous montrera comment développer et lancer de nouveaux produits ou services, comment les suivre tout au long de leur cycle de vie et s'assurer de leur prise en compte dans l'entreprise.



Réf :	SGO
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Ateliers interactifs pour permettre aux participants d'appliquer des techniques avancées de gestion de produit.

**PARTICIPANTS**  
Chefs de produits ou services expérimentés, responsables qui souhaitent développer leurs compétences et celles de leurs équipes et/ou améliorer l'application des concepts de gestion produit-service dans leur organisation.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en gestion de produit.

**Connaître son marché, ses clients et son environnement concurrentiel**  
• Différencier les secteurs, les filières, les types d'organisation : BtoB, BtoC, BtoBtoC.  
• Déterminer les espaces de concurrence.  
• Etre à l'écoute des signaux faibles et les qualifier.  
• Déployer des études de marché s'appuyant sur le marketing ethnologique, émotionnel, les méthodes projectives, des trackings des comportements, les nouvelles technologies Web 2.0...  
• Optimiser ses méthodes de segmentation.  
**Travaux pratiques** Réalisation d'analyses concurrentielles

**Développer un nouveau Produit ou Service**  
• Insuffler la culture de l'innovation.  
• S'appuyer sur les insights pertinents, la valeur d'une innovation, des niches de développement...  
• Définir le produit, le service ou la solution idéale via des méthodes de créativité, de coproduction, de marketing sensoriel... Choisir son nom, créer sa marque.  
• Intégrer l'éco-conception.  
• Planifier et gérer les difficultés.  
**Travaux pratiques** Exercices de divergence créative.

**Lancer un nouveau Produit ou Service**  
• Choix des modes de communication adéquats.  
• Mesurer le potentiel du nouveau produit dans les phases progressives d'utilisation.

• Décider des outils et du rapport à la distribution dans les accès au marché.  
• Qualifier les processus de relation et de dialogue avec les prospects et clients.  
• Gérer les coûts, les prix et ajuster une structure de P&L.  
**Travaux pratiques** Cas pratiques sur le lancement d'un nouveau produit.

**Piloter le cycle de vie**  
• Appréhender les concepts de gestion de cycle de vie de produit.  
• Analyser et gérer son portefeuille de produits et services.  
• Intégrer la dimension environnementale et éthique.  
• Capter et fidéliser en intégrant les nouveaux médias.  
• Travailler sur les aspects coûts - prix - volumes de vente.  
• Mesurer les impacts au regard des objectifs poursuivis.  
**Travaux pratiques** Cas pratiques et étude du cycle de vie produit.

**Valoriser la dimension organisationnelle et humaine**  
• Identifier les facteurs de résistance et de motivation au sein de l'entreprise.  
• Déployer le projet au sein de l'équipe.  
• Professionnaliser ses présentations internes.  
**Travaux pratiques** Mises en situation de réunion d'équipe relative à la répartition d'un projet.

Saisir les spécificités des services au regard des attentes des clients pour en tenir compte dans le développement des offres. Développer un management par la qualité de service qui fidélise ses clients. Concevoir et mettre en œuvre un mix marketing et des plans d'actions spécifiques.

## » Spécificités des services et conséquences sur les consommateurs

- Le positionnement du marketing des services par rapport au marketing classique.
- La recherche d'une définition des services.
- Les services et leurs critères de segmentation.
- La qualification des spécificités des services au travers d'exemples sectoriels.
- Les implications en termes de comportements consommateurs.

**Exercices** *Positionnement de différents secteurs des services et qualification des comportements consommateurs.*

## » Segmenter son marché, cibler ses clients et positionner son service

- La segmentation.
- Le ciblage.
- Le positionnement.

**Exercices** *Identification des critères possibles de segmentation du marché donné dans l'univers des services.*

## » Construire le mix de son offre de services

- Les "7 P" versus les "4 P".
- Quel "Produit" de service ?
- Quel Personnel ?
- Quel(s) Prix ?
- Quelle "Place" ?
- Quelle Promotion ?
- Quelle Participation ?

**Exercices** *Simulation de construction d'un mix marketing pour un nouveau service.*

## » Intégrer l'optimisation et le pilotage de sa qualité de service

- Le modèle global.
- Les enjeux.
- Les critères de qualité.
- La mesure de la qualité.
- La mise en place d'une politique qualité.

**Etude de cas** *Sur la base de questionnaires de satisfaction.*

## » Elaborer son plan marketing

- Situation actuelle.
- Déploiement des objectifs.
- Leviers d'action.
- Plan d'actions.
- Budget.
- Suivi des plans d'actions.
- Contributions.

**Exercices** *Illustration de méthodes de détermination des objectifs.*



Réf :	RKE
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 21-22 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exposés théoriques. Exemples. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion.

### » PARTICIPANTS

Chef de produit. Chargé(e) et responsable d'études marketing.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Marketing des produits technologiques

Les techniques du marketing B2B dans le domaine des nouvelles technologiques présentent des spécificités importantes. Cette formation vous permettra de bien les appréhender afin de mettre en œuvre les stratégies les mieux adaptées et de renforcer votre positionnement.

## » Les bases du marketing

- Rôle du marketing au sein de l'entreprise.
- Cycle du marketing et compréhension des marchés.
- Spécificités des marketings B2B et B2C.

**Réflexion collective** *Analyse des enjeux du marketing.*

## » Analyse de marché et Business Intelligence

- Analyses quantitatives, qualitatives, cycle d'achat, interlocuteurs, filière.
- Veille concurrentielle, analyse fonctionnelle, outils on-line.
- Environnement : menaces et opportunités, contraintes technologiques et normatives.
- Business Intelligence : collecte et structuration des données.
- Analyse interne : forces et faiblesses.
- Clients existants : CEM, source d'innovation, cas d'utilisation.

**Exercices** *Réalisation d'une matrice SWOT en sous-groupes.*

## » Définir une stratégie marketing innovante

- Différenciation et solutions technologiques : enjeux et contraintes.
- Outils d'analyse et de diagnostic : matrice BCG, cycle de vie des marchés.
- Segmentation et impact sur les produits.
- Positionnement du marché et anticipation du besoin client. La marque.

**Etude de cas** *Application des outils d'analyse et préconisations de pistes d'actions stratégiques.*

## » Le marketing mix et le positionnement produit

- Les 4P et leur évolution vers les 4C.
- Produit : proposition de valeur et bénéfices, cycle de vie, produit immatériel.
- Prix : stratégie, élasticité, coût perçu, seuil de rentabilité.
- Distribution : vente directe/indirecte, enjeux pour la solution, répartition de la valeur, e-Business.
- Communication avec les acteurs du processus d'achat, les leaders d'influence, sur les réseaux sociaux.

**Travaux pratiques** *Analyse de positionnement d'un produit technologique.*

## » Le plan d'action marketing, Go-to-Market

- L'entonnoir de conversion commerciale. Les actions à différents niveaux.
- Les acteurs des ventes techniques : vendeur, distributeur.
- Quoi vendre : vendre une solution à un problème, définir un argumentaire adapté.
- A qui vendre : cibler les actions, les nouveaux clients, les clients existants.
- Comment vendre : fournir le bon outil à chaque acteur de la vente.
- Impliquer les clients : témoignages, visites de sites.

**Exercices** *Quiz final pour valider les acquis.*



Réf :	MPT
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 26-27 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Ateliers de réflexion collective, exercices de construction d'un SWOT, étude de cas, quiz de validation des connaissances.

### » PARTICIPANTS

Directeur Marketing, responsable Marketing, chef de produits.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Répertorier les différents types d'étude. Préconiser un type d'études en adéquation avec l'objectif marketing. Savoir traduire la problématique en objectifs de recherche. Savoir élaborer une étude. Analyser les données et savoir juger de leur pertinence. Exploiter les résultats.



Réf :	TEM
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 9-10 fév./27-28 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etude de cas permettant aux stagiaires de s'approprier les différents aspects de l'étude de marché.

**PARTICIPANTS**  
Responsables marketing, chefs de produits ou toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'études de marché.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### Diagnostiquer un besoin d'études

- Situer l'étude dans la démarche marketing : enjeux et objectifs.
  - Identifier le contexte et les informations à collecter.
  - Savoir traduire les objectifs marketing en hypothèses.
  - Connaître les éléments constitutifs du marché.
  - Identifier le type d'étude le plus approprié.
  - Le panorama des différents types d'étude : documentaires, ad hoc, études en souscription.
  - Structurer son brief ou cahier des charges : contexte, objectifs, échantillon, méthodologie, contraintes, budget.
- Travaux pratiques** Etude de cas. Exercice de rédaction d'un brief et restitution aux participants.

### Les études documentaires

- Identifier les sources internes : retour des commerciaux, bases de données, écoute clients...
  - Recenser les sources externes : les banques de données, la veille Internet, les études existantes.
- Travaux pratiques** Astuces pour trouver des informations gratuites sur Internet. Retours d'expériences.

### Les études qualitatives

- Maîtriser les concepts-clés d'une étude qualitative : triade, focus group, bulletin boards, observation...
- Les types d'information à recueillir.
- Les méthodologies de collecte de l'information.
- L'élaboration du guide d'entretien.
- L'analyse des résultats.

**Etude de cas** Sur la base d'un cahier des charges, identifier la meilleure méthodologie d'étude à mettre en œuvre. Défendre son choix auprès du client.

### Les études quantitatives

- Les méthodologies de collecte d'information.
- L'élaboration du questionnaire : la formulation et les types de questions, les échelles de réponse.
- Maîtriser les règles de construction.
- Le test et la validation du questionnaire.
- Le codage et l'utilisation des statistiques.
- L'échantillonnage : méthodes aléatoires et non aléatoires, strates et quotas, taille d'échantillon...
- Les principales techniques de traitement des résultats : tris à plat, tableaux croisés...
- L'exploitation et la restitution des résultats.

**Exercices** Construction d'un questionnaire à partir d'une étude de cas.

### Les études de satisfaction clientèle

- Définir des objectifs, établir la périodicité.
  - Calibrer les critères de mesure.
  - Evaluer les informations collectées.
  - S'approprier les outils de présentation des résultats : intranet, mapping, graphiques, présentation Powerpoint...
  - Adapter sa présentation écrite et/ou orale.
- Travaux pratiques** Rédaction de recommandations et d'un plan d'actions à partir des résultats d'un questionnaire de satisfaction.

## Pratique Analyser son marché

416

Ce stage vous présentera les différentes phases d'une étude de marché. Il vous proposera une méthodologie pour mieux appréhender votre environnement et positionner vos produits et vos prix en vue d'assurer les meilleures chances de succès au lancement de vos produits et services.



Réf :	ALM
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 2-3 avril/12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etudes de marché réalisées. Les sources documentaires. Plan type d'une étude de marché.

**PARTICIPANTS**  
Chef de produit. Chargé(e) et responsable d'études Marketing.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en marketing.

### Connaissance de la clientèle cible du produit/service proposé

- Identifier les attentes et besoins.
- Les grandes tendances du marché visé.
- Analyse détaillée de la demande : évolution, comportement du consommateur...
- Identifier les critères de choix et d'achat. La saisonnalité et l'effet mode.
- Typologie des clients et segmentation : H/F, CSP...
- Le choix d'implantation.
- Qualifier et quantifier la clientèle potentielle.
- Cerner le marché de l'entreprise.

**Démonstration** Présentation et utilisation d'outils : études INSEE, études des CCI et chambres des métiers, questionnaires d'enquête, outils de traitement des informations.

### Analyse du positionnement concurrentiel

- Répertorier les entreprises, produits, marques présents sur le marché.
  - Identification des leaders sur le marché.
  - Mener son étude des concurrents dans la zone de chalandise. Qui, où, quels produits/services, quels prix ?
  - Construire les bases de la politique tarifaire.
- Travaux pratiques** Apprendre à manier et interpréter les outils statistiques.

### Connaissance des fournisseurs et négociation

- Rechercher des fournisseurs.
- Grille comparative de tarifs pour les futurs produits/services.
- Elaborer ses conditions de règlement : rabais, ristournes, escomptes, remises sur quantité ...
- Négocier les tarifs par quantités.
- Valider les tarifs fournisseurs et la marge brute à intégrer.

**Etude de cas** Recherche et travail personnel guidé avec les outils annuaires professionnels ou autre.

### Première validation de la politique tarifaire

- Prendre en compte les premiers éléments de l'étude de marché.
  - Méthodologie pour élaborer une grille de tarifs clients.
  - Validation avant intégration au budget prévisionnel.
- Exercices** Travail individuel guidé.

### Analyse de la stratégie commerciale : les 4P

- Politique produit : le produit/service, élément central.
  - Politique prix : mesurer l'impact sur les marges.
  - Politique de distribution. Placer la vente au cœur de la stratégie. Agir sur la force et les points de vente.
  - Politique de communication. Rendre le produit plus attractif, plus visible.
- Exercices** Grâce aux fiches synthétiques du marketing mix fournies, chaque stagiaire déterminera son mix marketing. Exposé et débriefing en groupe.

Le benchmarking constitue un levier d'innovation incontournable pour l'entreprise. Ce stage permet d'appréhender cette technique comme une méthode d'analyse comparative mais aussi comme un outil de management. Il en recense les meilleures pratiques.

## » Cerner les enjeux du benchmarking

- Définitions et concepts associés.
- Un outil au service de la compétitivité.
- Différents types de benchmarking : concurrentiel, interne, fonctionnel, générique, stratégique.
- Etude comparative.
- Champs d'applications (Production, Logistique, Gestion, Marketing, Commercial...).
- Actions sur les coûts ou les délais.

**Exercices** Réflexion sur les différents types de benchmarking.

## » Maîtriser la démarche benchmarking

- zLes différentes méthodes
- Le benchmarking auprès des concurrents directs.
- Le benchmarking interne, externe, orienté fonction.
- Les conditions de réussite
- Les quatre phases et les dix étapes du processus.
- Poser clairement les problèmes et les dysfonctionnements dans son entreprise.
- Fixer le cadre du benchmarking.
- Etablir le cahier des charges.
- Choisir les entreprises.
- Définir des indicateurs de performance.

**Travaux pratiques** Les participants rédigent et présentent le cahier des charges du projet de benchmarking.

## » Réaliser le projet benchmarking

- Nommer le responsable de projet, constituer une équipe dédiée.
- Choisir ses partenaires.
- Recenser les sources d'information (Internet, presse spécialisée).
- Mettre en place un comité de pilotage.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, recenser les sources d'information pertinentes sur le cas présenté.

## » Exploiter les données recueillies

- Analyser les performances et mesurer les écarts.
- Identifier les causes de non-performance.
- Recenser les données et pratiques performantes.
- Analyser les données recueillies.
- Fixer les futurs niveaux de performance.
- Repérer les pistes d'amélioration.
- Développer un plan d'action et d'évaluation.
- Mettre en place un tableau de suivi d'amélioration.

**Etude de cas** Identifier les causes de non-performance à partir des données recueillies. Construire un plan d'action et d'évaluation.

## » Transposer les meilleures pratiques

- Communiquer en interne sur les résultats à partir des tableaux de suivi des performances.
- Valider avec les équipes leur déploiement opérationnel.
- Conduire le changement.

**Travaux pratiques** Construire une communication auprès des équipes internes et obtenir leur adhésion.



Réf : BEN

Durée : 2 jours

Paris 23-24 oct./15-16 déc. 2014  
19-20 fév./16-17 avril 2015  
11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Réflexion collective à partir de cas réels, étude de cas, mises en situation suivies d'un débriefing personnalisé, échanges de bonnes pratiques.

### » PARTICIPANTS

Chef de projet en charge de la mise en œuvre du benchmarking, chef de produit, responsable marketing et commercial, consultant.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# La veille concurrentielle

Comprendre l'intérêt et les limites de la veille comme instrument d'anticipation au service de la décision et de l'action. Savoir quelle méthode et quels processus déployer. Cerner les principaux outils disponibles et être à même de les exploiter.

## » Définition et type de veille

- Définition de la veille, de l'intelligence économique.
- Intérêt, avantages, inconvénients et limites de la veille.
- Types et stratégie de veille. Concurrence, réglementation, tendances. Active/passive.
- Définition de la liste des concurrents retenus.

**Exercices** Définition de la typologie des concurrents et déclinaison opérationnelle sur un secteur donné.

## » Définition du plan de recherche

- Thèmes de veille : tarifs, catalogues, implantations...
- Acteurs à surveiller : analyse des cinq forces de Porter.
- Définition des besoins en informations.
- Sources à activer : internes/externes.
- Acteurs et outils de la collecte.
- Types de traitement des informations.
- Formats de restitution et mode de transmission.

**Exercices** Conception d'un plan de recherche à partir de l'étude d'un cas.

## » Les outils terrains de veille

- L'achat des produits des concurrents, visite des points de vente.
- Le suivi des dépôts de brevets.
- L'abonnement aux newsletters des concurrents.
- Le missionnement d'acheteurs mystères.

## » Les outils documentaires de veille et la surveillance du Web

- Les sociétés de piges.
- Les abonnements : presse, newsletters, flux RSS...
- Les types d'informations web recherchées.
- Les modalités, les outils de collecte et d'analyse des contenus.
- La constitution du référentiel (sites Web, blogs, forums).
- Les aspirateurs de sites, les logiciels de cartographie de l'information.
- Les logiciels spécialisés de veille globale.

**Exercices** Identification de sites Internet pouvant entrer dans la définition d'un référentiel pour une entreprise.

## » Les outils de monitoring

- Gérer des favoris.
- Surveiller des pages Web.
- Regrouper des contenus : plateformes.
- Faire des résumés et du text mining.

## » La valorisation des informations recueillies lors de la veille

- Le classement des informations : signaux forts/faibles.
- Les notes d'étonnement.
- Les SWOT par concurrent.
- Les mappings de positionnement concurrentiel.
- L'analyse des groupes stratégiques.
- Les tableaux comparatifs et critères de comparaison.

**Exercices** Construction des dimensions structurantes d'un mapping et positionnement d'entreprises.



Réf : VCU

Durée : 2 jours

Paris 1-2 déc. 2014  
19-20 mars/21-22 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Chargés d'études marketing. Chargés de veille. Responsables Intelligence économique.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Communication d'entreprise

La communication d'entreprise est une activité à multiples facettes. Elle englobe la communication externe et interne, les relations presse et l'événementiel tout comme la création de supports marketing et autres documents de l'entreprise. Les stages Orsys vous apporteront connaissances et méthodologies pour mettre en œuvre les différentes stratégies et techniques de communication adaptées à vos projets.

## »» Communication d'entreprise : l'essentiel »

Best

**Les clés de la communication**

2 j - CLO - p.420

**Elaborer et suivre son plan communication**

2 j - ESC - p.421

## »» Métiers »

**Chargé de communication**

2 j - OCM - p.420

**Assistant(e) communication, le métier**

2 j - CMU - p.493

## »» Stratégie et pilotage »

**Droit de la communication d'entreprise, pour non-juristes**

2 j - DCE - p.274

**Elaborer une stratégie de communication cross-media** **Nouveau**

2 j - ROA - p.421

**Communiquer pour mieux gérer la crise**

2 j - RIS - p.422

**Mécénat, optimiser la valeur ajoutée pour l'entreprise**

2 j - MES - cf@

**Réussir vos manifestations et événements**

2 j - RME - p.423

## »» Techniques de communication »

**Gérer vos relations presse**

3 j - COX - p.424

**Media training**

2 j - MED - p.424

**Maîtriser vos interviews**

2 j - MIC - p.425

**Ecrire à la manière journalistique**

2 j - CRJ - p.425

## »» Communication interne »

**Mettre en place une communication interne RH efficace**

2 j - CRH - p.221

Best

**Réussir votre communication interne**

2 j - ROT - p.426

**Communiquer sur l'Intranet**

2 j - CIN - p.426

## »» Communication RSE »

**Mettre en place une stratégie de communication RSE**

2 j - CSE - p.42

**Bâtir son reporting RSE**

2 j - RSE - p.42

**La communication responsable**

2 j - CRS - p.422

## »» Rédaction et support de communication »

**Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia** **Nouveau**

2 j - EEP - p.423

**Rédiger des titres et des accroches efficaces**

1 j - TCI - p.428

Best

**Optimiser vos supports de communication**

2 j - SUP - p.428

**Créer sa documentation commerciale**

2 j - RDO - p.429

**Optimiser sa documentation commerciale**

2 j - ODO - p.429

## »» PAO, graphisme : chaîne de production et outils »

**Maîtriser la chaîne de production graphique** **Nouveau**

1 j - CHG - p.427

**Maîtriser Adobe Acrobat X Pro**

2 j - AOB - p.526

**Créer vos publications avec InDesign, PhotoShop et Illustrator**

5 j - ROF - p.526

Best

Best

**InDesign CS6, prise en main**

3 j - IND - p.527

**Quark XPress, initiation**

3 j - XPR - cf@

**Publisher 2013, créer des publications professionnelles**

2 j - ISH - p.528

Best

**Photoshop, prise en main**

3 j - PHO - p.538

Best

**Illustrator, prise en main**

3 j - ILL - p.539

## »» Cycle Certifiant

**CHARGÉ DE COMMUNICATION** »» 9 j. - KCC - p.419

» composition du cycle

OCM 2j, p.420/SUP 2j, p.428/RME 2j, p.423/ESC 2j, p.421/ROT 2j, p.426

» journée de certification

# Cycle certifiant Chargé de communication certificat professionnel FFP



Vous allez prendre vos nouvelles responsabilités de chargé de communication, ou déjà en poste, vous souhaitez actualiser vos compétences ou mettre à jour vos outils. Ce cycle vous permettra de cerner les enjeux et de déjouer les difficultés liées à votre mission. Rédaction de supports, organisation d'événements, élaboration de votre plan de communication. Chacun des thèmes abordés vous permettra d'asseoir vos compétences en communication, de bien cerner votre rôle et d'améliorer votre efficacité.

## La fonction de chargé de communication

- Place et rôles d'un chargé de communication. Evolution de la communication et du métier de chargé de communication.
- Champs d'intervention et limites de la fonction.
- Travailler avec les agences. Définir ses critères d'évaluation pour le choix d'une agence.
- Savoir rédiger un " brief ", puis le suivre.
- Travailler efficacement avec ses fournisseurs et contrôler leurs réalisations.
- Les relations publiques : notoriété et image.
- Travailler avec les journalistes : règles et usages. Rédiger efficacement son communiqué et dossier de presse.
- Diffuser son image : logo, charte graphique, supports, site Internet...

## Optimiser vos supports de communication

- Comment lisons-nous ? Mécanismes de lecture pour rédiger et mettre en valeur ses documents professionnels.
- A chaque support, un objectif et un public. Pour qui écrivons-nous ? Dans quel but ? Quel support choisir ?
- De la maquette au bon à tirer. Planning, organisation interne, maquette, calibrage des textes, validations, diffusion.
- Cohérence des informations, de l'unité rédactionnelle avec la ligne éditoriale.
- Appliquer les techniques d'écriture efficace. Définir et développer un message essentiel.
- Hiérarchiser ses idées. Concevoir des accroches. Ecrire court, clair, dense et précis.
- Attirer le lecteur et valoriser ses supports.
- Respecter la charte graphique. Mise en page, typographie, couleurs, illustrations.

## Réussir manifestations et événements

- Les objectifs de la manifestation. Choisir le type d'événement à organiser. Définir les cibles et les objectifs.
- La phase de préparation de l'événement. Etablir un rétroplanning.
- Rédiger un cahier des charges en cas de sous-traitance de l'événement.
- La communication de l'événement. Réaliser et envoyer les invitations.
- Pilotage du budget et du rétroplanning.
- Le jour de l'événement. Tenir son rôle d'interface entre l'entreprise et les fournisseurs.
- Superviser les acteurs en place, la clôture de l'événement.
- Le bilan de l'événement, retombées. Etablir un plan d'actions post-événement. Valoriser l'événement en interne.

## Réussir sa communication interne

- Enjeux et impact des nouvelles technologies sur la communication interne. Définition, missions et évolution.
- Communication interne et accompagnement du changement.
- Concevoir un plan de communication interne. Diagnostic de l'existant. Méthodologie du plan de communication interne.
- Moyens et outils de la communication interne. Communication interne descendante, ascendante, transversale.
- Les nouveaux moyens de communication interne. Trouver des idées innovantes : techniques de créativité utiles.
- Mesurer l'efficacité de ses actions de communication interne. Fixer et suivre ses indicateurs de performance.
- Communication, crise et changement. Anticiper et préparer sa communication : animer un réseau de communicants.
- Préparer et annoncer une réorganisation, une restructuration, un changement.

## Elaborer son plan de communication

- Le rôle et l'objectif de la communication d'entreprise. Les différents types de plans et les étapes de sa construction.
- Le diagnostic de communication : étude du contexte interne et externe, analyse des forces et faiblesses de l'entreprise.
- Définir les objectifs de la communication interne et externe en fonction des publics. Les messages à décliner.
- Déterminer, hiérarchiser et caractériser les cibles à viser. Positionnement de l'image et les messages clés.
- Choisir le mix-communication. Sur quels critères retenir une action. Organiser le mix-communication.
- La présentation du plan de communication. Mise en œuvre du plan et déroulement opérationnel.
- Planifier et budgéter les actions de communication. Les matrices de décision et le tableau de bord.
- Le contrôle et le suivi des actions.



Réf :	KCC
Durée :	11 jours
<b>Composition du cycle :</b> réf OCM, 2j, cf p. 420 réf SUP, 2j, cf p. 428 réf RME, 2j, cf p. 423 réf ESC 2j, cf p. 421 réf ROT, 2j, cf p. 426	
Examen	réf KUC 24 oct/15 déc. 2014 7 avril 2015
Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.	
Prix :	4 620 € HT (prix 2014) soit environ 30% de remise incluse
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Chargés de communication, ou toute autre personne impliquée dans la fonction communication interne et/ou externe.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

La communication d'entreprise permet de faire circuler les informations stratégiques aux collaborateurs et aux acteurs externes. Durant ce stage, vous comprendrez quel support de communication choisir en fonction de vos objectifs et comment animer votre réseau intranet ainsi que votre site.



Réf :	CLO
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 2-3 mars/11-12 mai 2015
Groupe 1	6-7 nov. 2014 25-26 mars/22-23 juin 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 9-10 mars/1-2 juin 2015
Groupe 3	13-14 nov. 2014 30-31 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Cadres appelés à prendre la responsabilité de la communication interne et externe, collaborateurs des services Communication, cadres RH ou formation.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Cerner les missions et enjeux de la fonction communication**

- Délimiter le périmètre d'intervention de la fonction.
- Répertoire les clients internes et externes.
- Connaître les étapes indispensables et les points de vigilance.

**Travaux pratiques** Cartographie des clients internes et externes. Présentation et échanges.

**» Bâtir sa stratégie et son plan de communication**

- Dresser un bilan de la communication existante.
- Forces et faiblesses, risques et opportunités.
- Définir les objectifs en fonction des publics prioritaires.
- Elaborer un plan d'actions, le présenter et le suivre.

**Travaux pratiques** Diagnostic de l'existant et définition d'objectifs prioritaires de communication pour son entreprise. Construire son plan d'actions. Echanges.

**» Maîtriser les techniques spécifiques et les supports de la communication**

- Panorama des différents supports.
- Faire les bons choix en fonction de la stratégie.
- Relations avec les médias.

**Travaux pratiques** Diagnostic des supports existants dans son entreprise et de leur impact.

**» Rédiger les supports de communication**

- Connaître les règles de lisibilité.
- Construire un message essentiel.
- Distinguer information et promotion.

**Travaux pratiques** Définir et rédiger un message essentiel à partir d'un communiqué. Présentation et débriefing.

**» Animer un site Intranet et Internet**

- Définir une politique éditoriale.
- Organiser l'animation des sites.

**Travaux pratiques** Définir sa politique éditoriale.

**» Rédiger des messages essentiels**

- Définir les enjeux, les objectifs, le public-cible.
- Comprendre les différentes formes de rédaction.
- Evaluer la pertinence, la clarté et l'impact des messages.

**Travaux pratiques** Rédiger des messages essentiels à partir d'un thème donné. Etudier l'impact sur le public-cible.

**» Maîtriser la communication de crise**

- Identifier les différents types de crise.
- Connaître les règles à respecter et les écueils à éviter.
- Bâtir un plan d'information et de communication.

**Travaux pratiques** Analyse de cas de crises et de leur traitement.

**» Construire des tableaux de bord**

- Définir des indicateurs de mesure pertinents.
- Mener une enquête de lectorat et développer des relations avec les médias.

**Travaux pratiques** Construction d'un tableau de bord.



## Chargé de communication

Cette formation facilitera votre prise de fonction de chargé de communication, en s'attachant à identifier votre rôle et vos missions. Elle vous apportera également de nouveaux outils et méthodes pour acquérir de bons réflexes méthodologiques et concevoir des actions de communication adaptées.



Réf :	OCM
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./1-2 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Une boîte à outils permet aux stagiaires d'être plus opérationnels et de mettre en pratique la méthodologie et les notions apprises.

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne en charge de la communication interne et/ou externe de l'entreprise.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Les rôles d'un chargé de communication**

- Evolution de la communication et du métier.
- Champs d'intervention et limites de la fonction.

**Travaux pratiques** Exercice de créativité sous forme de Mind Mapping et échange autour de la fonction.

**» Concevoir sa stratégie de communication**

- Les besoins de communication : audit, enquêtes.
- Analyser et évaluer les résultats : établir un diagnostic.
- Les grandes étapes d'un plan de communication.

**Etude de cas** Elaboration d'une politique de communication à partir d'un diagnostic d'entreprise.

**» Les relations publiques : notoriété et image**

- Organiser efficacement ses événements : boîte à outils.
- Travailler avec les journalistes : règles et usages.
- Rédiger communiqué et dossier de presse.
- Diffuser son image : logo, charte graphique, ...

**Travaux pratiques** Construction d'un plan d'actions complet visant à faire parler de leur entreprise dans les médias.

**» Les leviers de la communication interne**

- Mettre en place une politique de communication interne efficace.
- Animer et faire vivre son intranet.
- Utiliser les instruments de dialogue et d'évaluation.
- Mettre en place des dispositifs de communication numériques, e-newsletter, flux RSS, blogs...

**Travaux pratiques** Check-list des nouveaux moyens de communication interne, puis application.

**» Réussir ses communications écrites**

- Maîtriser les techniques d'écriture informative.
- Choisir son vocabulaire. Simplifier ses phrases.
- Conjuguer les techniques de l'écrit, de l'audio et de la vidéo.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un document écrit, à partir d'une problématique contextualisée, afin d'en améliorer le style.

**» Travailler avec les agences**

- Définir ses critères d'évaluation pour le choix d'une agence.
- Savoir rédiger un " brief ", le suivre, contrôler la réalisation.
- Suivre une planification, établir un budget et faire respecter les délais.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une grille de critères pour effectuer le meilleur choix de prestataires.

**» Piloter et évaluer les actions de communication**

- Définir les critères de mesure et d'évaluation en fonction des objectifs définis.
- Concevoir et suivre ses tableaux de bord.
- Réaliser des reportings.

**Travaux pratiques** Création de tableaux de bord et étude de cas pour suivre ses actions de communication.

# Elaborer et suivre son plan communication



Définir la stratégie de communication de l'entreprise et concevoir les actions appropriées. Acquérir une méthodologie éprouvée permettant l'élaboration complète d'un plan de communication interne et/ou externe.

Participer au développement de l'activité et à la mise en œuvre d'outils de communication.

## » Le rôle et l'objectif de la communication

- Identifier les différents types de plans.
- Les étapes successives de la construction d'un plan.

**Exercices** *Echanges sur les fondamentaux de la communication : ses évolutions, les acteurs.*

## » Etablir un diagnostic de communication

- Diagnostic : étude du contexte interne et externe.
- Analyse de l'existant : outils, moyens, freins, blocages.
- Analyse : forces et faiblesses de l'entreprise.
- Analyse de la concurrence et du contexte.
- Evaluation de l'image.

**Exercices** *Construction d'un guide d'entretien et d'une analyse SWOT.*

## » Formuler des objectifs mesurables

- Définition des objectifs de la communication en fonction des publics.
- Les messages à décliner.
- Définition de la stratégie de communication.

**Etude de cas** *Définir des objectifs de communication et les messages associés.*

## » Déterminer, hiérarchiser et caractériser ses cibles

- Etude et segmentation des publics internes et externes.
- Détermination des publics prioritaires.
- Positionnement de l'image et les messages clés.

**Etude de cas** *Diagnostic de communication et formulation d'une stratégie.*

## » Choisir le mix-communication

- Choisir et optimiser les types d'actions possibles.
- Actions de communication interne, relations presse, publicité, événementiel...
- Organiser le mix-communication.

**Etude de cas** *Choix des critères et mise en place de la stratégie de mix-communication.*

## » La présentation du plan de communication

- Mise en œuvre du plan et déroulement opérationnel.

**Exercices** *Arbitrer entre les différents outils de communication et identifier les arguments clés pour négocier leur budget.*

## » Planifier et budgéter les actions

- Etablir le calendrier des actions et définir les responsabilités.
- Prise en charge interne ou sous-traitance.
- Les matrices de décision et le tableau de bord.
- L'établissement du budget prévisionnel et son suivi.
- Elaboration de ratios coût/efficacité.

**Etude de cas** *Elaboration d'indicateurs de performance et d'un calendrier d'actions. Chiffrer les ressources.*

## » Le contrôle et le suivi des actions

- Mise en place des outils d'évaluation.
- Evaluer et mesurer les résultats.
- Adapter le plan aux aléas conjoncturels.

**Exercices** *Remise d'une check-list et QCM sur les acquis du stage.*



Réf :	ESC
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 2-3 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Construction de son plan de communication. Pédagogie active centrée sur le partage d'expérience.

### » PARTICIPANTS

Responsables et membres des services Communication souhaitant acquérir une vision globale de la fonction, et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une campagne de communication.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Elaborer une stratégie de communication cross-media

nouveau



Cette formation, très pratique, vous permettra de structurer et rendre cohérente votre stratégie de communication sur différents médias (print, Web, événementiel, TV, radio...). Vous apprendrez à développer de véritables synergies et à générer de la valeur ajoutée en tirant avantage de leurs spécificités respectives.

## » Comprendre les spécificités du cross-media

- Appréhender les enjeux actuels de la communication.
- Identifier les nouveaux comportements des publics et les services associés : interactivité, nomadisme, immédiateté...
- Dresser un panorama des médias print, online et offline et comprendre leurs spécificités.
- Comprendre la problématique de l'audience.
- Identifier la pertinence du cross-media face au "plurimédia" et au "transmédia".
- Comprendre le rôle d'internet dans les plateformes de cross-media.

**Réflexion collective** *Brainstorming en sous-groupes : les questions à se poser pour choisir ses médias.*

## » Définir les interactions et les synergies entre les médias

- Connaître les différents profils de son audience.
- Analyser les habitudes et les comportements des publics : socio-démo, professionnel...
- Mettre en avant les éléments de cohérence entre les canaux de vente, de communication et les services de l'entreprise.
- Savoir quelles interactions développer entre les différents médias.

**Travaux pratiques** *Etablir une cartographie des publics en lien avec les usages médias.*

## » Concevoir une stratégie cross-media

- Respecter les étapes clés de l'élaboration d'une stratégie de communication, de la problématique jusqu'au bilan.
- Construire le concept créatif : savoir adopter un positionnement différenciant des concurrents.
- Passer de la visibilité sur le Web à la relation voire la conversation avec son audience.

**Travaux pratiques** *Définir les axes d'une stratégie de cross-media à partir d'un objectif donné.*

## » Mettre en œuvre et optimiser une stratégie de cross-media

- Veiller à la cohérence éditoriale et graphique des actions de communication.
- Etablir un timing pertinent et réalisable.
- Mesurer l'efficacité et l'audience du dispositif (ROI) : les outils à privilégier.
- Benchmarking et analyse d'actions cross-media.

**Etude de cas** *Elaborer un plan d'actions cross-media pour une problématique donnée.*



Réf :	ROA
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 2-3 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges et retours d'expérience. Apports théoriques, exercices pratiques et études de cas.

### » PARTICIPANTS

Directeurs et responsables de la communication, toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication cross-media.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation vous permettra de comprendre les enjeux de la communication responsable pour l'intégrer pleinement dans vos projets de communication. Vous apprendrez à définir une stratégie et à la mettre en place, et appréhendez les éléments clés de la norme ISO 26 000 relative à la RSE appliquée à la communication.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	CRS
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 26-27 fév. 2015 28-29 avril/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Responsables et chargés de communication (entreprises, associations, ONG, administrations, collectivités...).

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Comprendre le contexte de la communication responsable

- Définition et principes du développement durable (DD) et de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).
- Définition et principes de la communication responsable.
- Les nouvelles attentes de la société.
- Les préoccupations des publics.
- La perte de confiance dans la communication.
- Le rôle de la communication dans une démarche RSE.

**Exemple** Benchmark international des pratiques actuelles.

### » Les enjeux clés de la communication responsable

- La réglementation, les normes (ISO 26000, ISO 14001, ISO 20121).
- L'implication des parties prenantes.
- La responsabilité du message, du support et de la diffusion.

**Etude de cas** Quel est l'impact sociétal des organisations, marques ou produits promus ? Etude de cas sur les bonnes et les mauvaises pratiques.

### » Elaborer une stratégie de communication responsable

- L'identification des parties prenantes.
- La démarche des trois prérequis et des trois étapes (message, support et contrôle) définie par l'Afnor.
- La gouvernance de l'organisation pour une stratégie de communication responsable.

- Focus : les achats responsables. Le choix des critères.
  - Les critères d'exigences à toutes les étapes du projet, évaluation et évolution.
  - Panorama des outils de pilotage des supports de communication.
  - Au-delà d'une méthodologie, une attitude.
  - Sélectionner ses partenaires et ses sous-traitants.
- Réflexion collective** Un message véridique, clair, cohérent, loyal et proportionné au regard des actions de l'organisation. Diagnostic de la communication existante.

### » Focus sur les impacts des métiers et les pistes d'amélioration

- La publicité : comment éviter le greenwashing ? Quel choix pour le plan média ?
  - La communication numérique : création, animation et gestion des flux responsables sur Internet.
  - L'événementiel : organiser un événement écoresponsable.
  - L'édition : quel message, quel choix graphique, quel format, quel papier ? Comment choisir son imprimeur ?
  - Les relations RP : quel message ? Quelques pistes pour écoconcevoir son dossier et son voyage de presse...
  - La communication directe : principes responsables de diffusion et de production.
  - L'achat-média : préconisations pour le ciblage et l'achat d'espace.
  - Le design de marque : quelle image et quelle conception des lieux/packaging ?
- Mise en situation** Travail sur des pratiques.

# Pratique Communiquer pour mieux gérer la crise

Quand survient un événement grave au sein d'une entreprise, il faut une communication qui coupe court à la rumeur et limite l'impact de la crise. Cette formation vous montrera comment élaborer une stratégie de communication et envoyer les messages appropriés aux médias.

**dif** Exercices pratiques

Réf :	RIS
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./4-5 déc. 2014 5-6 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Ateliers de réflexion individuelle et collective. Elaboration des messages et présentation devant une caméra. Retours d'expériences.

**» PARTICIPANTS**  
Dirigeants et cadres dirigeants, directeurs de crise, directeurs et responsables de communication, DRH, consultants.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Comprendre les crises

- Connaître les caractéristiques d'une crise : gravité, urgence, soudaineté, surprise, incertitude.
- Comprendre la dynamique de crise : signaux annonciateurs, phases de crise, recherche des causes.
- Repérer les quatre phases d'une crise : préliminaire, aiguë, chronique, cicatrisation.
- Les différents types de crise.

**Travaux pratiques** Revue sur des crises et des communications de crise réussies. Déterminer le degré de gravité et de probabilité d'un risque de crise au sein de son entreprise.

### » Anticiper et mettre en place un dispositif d'alerte

- Faire un audit du passé et de la situation présente.
- Répertoire des différentes stratégies possibles.
- Analyser l'environnement, élaborer une stratégie adaptée.
- Faire une analyse SWOT.
- Créer une cellule de crise : missions, acteurs.
- Mettre en place une procédure de gestion de crise et un dispositif d'alerte.

**Réflexion collective** Représenter une procédure d'alerte idéale. Echanges.

### » Structurer une communication adaptée au scénario de crise

- Activer le dispositif de crise.
- Diffuser rapidement une information.
- Appliquer un scénario de crise déjà écrit.

- Organiser l'information. Les erreurs à éviter.
- Construire son plan de communication de crise.

**Etude de cas** Déterminer l'objectif de la communication et comment diffuser rapidement une information précise et cohérente.

### » Bien gérer les relations avec les médias

- Recenser les moyens de communication externe.
  - Le journal d'entreprise, la communication électronique, le brief à une agence.
  - Les étapes des relations presse.
  - Savoir ce qui peut discréditer une structure, motiver les silences, éviter les pièges.
  - Communiqué, interview, conférence de presse.
- Jeu de rôle** Faire face aux tentatives de déstabilisation.

### » Préparer l'interview

- Comprendre l'angle d'attaque des journalistes.
  - Préparer l'interview.
  - Déterminer sa cible et ses principaux messages.
- Exercices** Préparer son interview : définir son objectif, structurer ses messages. Débriefing collectif.

### » L'après-crise : une étape à soigner

- Bilan post-crise. Analyse.
  - Suivi et contrôle à l'aide d'un tableau de bord.
  - Définition d'indicateurs et mesure des écarts.
- Exercices** Lister les causes d'une communication de crise mal gérée et les conséquences sur les publics concernés.

La communication événementielle est un des outils à enjeux et se doit d'être réalisée de manière rigoureuse afin de générer des retombées utiles pour l'entreprise. Cette formation vous apportera une méthode permettant de maîtriser toutes les étapes, de la conception à la réalisation, en vue de réussir vos événements.

## » Les fondamentaux

- Les différents types d'événement.
- Place et rôle de l'événementiel dans l'entreprise.
- Les acteurs impliqués dans l'organisation.

**Etude de cas** Identifier son rôle dans l'organisation et identifier les événements possibles.

## » Les objectifs de la manifestation

- Opportunité de créer un événement.
- Choisir le type d'événement.
- Identifier les enjeux et retours attendus.
- Définir les cibles et objectifs.
- Evaluer le budget.

**Exercices** Construction d'un tableau de bord avec définition d'indicateurs pertinents. Conception d'un budget.

## » La phase de préparation de l'événement

- Ressources matérielles et humaines nécessaires.
- Etablir un rétroplanning.
- Tableau de bord de suivi du budget.
- Liste des intervenants et lieu de la manifestation.
- Cahier des charges en cas de sous-traitance.
- Présenter un brief à une agence d'événementiel.
- Présenter le projet à sa hiérarchie pour validation.
- Gérer les intervenants internes et/ou externes à l'événement.

**Exercices** Construction d'un rétroplanning et d'un cahier des charges.

## » La communication sur l'événement

- Vérifier la mise à jour du fichier cible.
- Réaliser et envoyer les invitations.
- Gérer les réponses et les NPAI, les relances.
- Activer les supports de communication.
- Les supports et documents à remettre aux participants.
- Autres supports visuels de l'événement (signalétique...).
- Pilotage du budget et du rétroplanning.

**Exercices** Elaborer le plan de préparation d'un événement.

## » Le jour de l'événement.

- Recevoir les intervenants (Qui ? Quand ? Comment ?).
- Personnaliser l'accueil selon le type d'invités.
- Gérer les demandes du moment.
- Assurer les relations publiques.
- Assurer la relation avec les fournisseurs.
- Superviser les acteurs en place.
- Superviser la clôture de l'événement.

## » Le bilan de l'événement, retombées

- Mise à jour du tableau de bord. Faire la synthèse.
- Analyser les retours obtenus.
- Mettre à jour sa base de données.
- Valoriser l'événement en interne.
- Etablir un plan d'actions post-événement.

**Exercices** Plan d'actions et de présentation pour valoriser un événement en interne.



Réf :	RME
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./15-16 déc. 2014 5-6 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Réflexion à partir de cas réels, étude de cas pour s'approprier les principes et les méthodes de l'organisation de manifestations et d'événements.

## » PARTICIPANTS

Responsables et chargé(e)s de communication. Collaborateurs des services marketing. Assistant(e)s de communication.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia



Cette formation pratique vous permettra de découvrir les spécificités d'écriture pour différents médias. Vous apprendrez à adapter vos messages selon les objectifs et les publics visés, tout en veillant à garder une cohérence éditoriale d'ensemble.

## » Penser une stratégie de communication plurimédia

- Comprendre les mutations de la communication.
- Identifier les nouveaux comportements des publics : interactivité, nomadisme, immédiateté...
- Dresser un panorama des différents médias : sites Web, blogs, réseaux, newsletters, radio, vidéo...
- Relier médias, messages et cibles.
- Définir des objectifs de communication plurimédia.

**Réflexion collective** Echanges sur les nouveaux comportements et les attentes des publics.

## » Piloter un dispositif plurimédia

- Identifier les synergies entre les médias.
- Gérer la cohérence éditoriale entre les différents médias.
- Mettre en valeur l'information en fonction des médias.

**Travaux pratiques** Identifier les dispositifs médias pertinents par rapport une problématique donnée.

## » Appliquer les règles de base de l'écriture journalistique

- Identifier le message essentiel.
- Appliquer la règle des 5W.
- Hiérarchiser l'information, élaborer des plans-types et habiller les textes.
- Les règles d'orthographe et de ponctuation à ne pas négliger.

**Travaux pratiques** Ecrire une brève à partir d'un texte.

## » Ecrire pour accroître sa visibilité

- Connaître les spécificités de la lecture à l'écran.
- Distinguer référencement naturel et référencement payant.
- Ecrire pour être vu sur le Web : les règles SEO.
- Prendre en compte les 4 composantes multimédias d'une information : texte, image, vidéo et son.
- Connaître les clés du marketing viral.

**Travaux pratiques** Scénarisation de la brève pour une rédaction multimédia.

## » Ecrire pour être lu ou entendu en fonction de chaque média

- Smartphones : s'affranchir des contraintes de la mobilité et valoriser son contenu.
- Site Web ou tablette : être attractif et enrichir le texte avec des contenus multimédias.
- Vidéo : travailler le rythme des publications.
- Twitter : trouver le ton juste en 140 caractères.
- Facebook : trouver une dynamique de publication et savoir gérer les commentaires.
- Newsletter et emailing : optimiser titres et accroches...
- Radio : choisir son vocabulaire et ses accroches.

**Travaux pratiques** Transformer un texte en une publication pour différents médias.



Réf :	EEP
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 2-3 avril/1-2 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Echanges et retours d'expérience. Apports théoriques et exercices pratiques d'écriture et de réécriture de textes.

## » PARTICIPANTS

Responsables et chargés de communication externe et/ou interne, rédacteurs et collaborateurs des services communication.

## » PREREQUIS

Pratique régulière de l'écriture de supports de communication.

Les relations presse sont un outil de communication efficace pour promouvoir l'image de l'entreprise. Ce stage vous permettra de mieux cerner les attentes des journalistes et d'identifier les informations à relayer. Vous acquerez une méthodologie pour construire votre stratégie et votre plan d'action dans ce domaine.



Réf :	COX
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./8-10 déc. 2014 30 mars-1 avril/26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Prix et dates 2015 p. 545	

**EXERCICES**  
Quiz ludique, exercice de réflexion individuelle, ateliers collectifs, étude de cas, partage d'expériences et jeux de rôles.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant s'initier ou progresser dans la communication avec les médias. Les participants sont invités à venir avec des cas concrets de relations presse effectives ou prévisionnelles.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Cerner les enjeux de la communication externe**

- Image externe, réputation de l'entreprise, rôle des médias. A chaque média, son type d'information.
- L'e-communication : Internet média d'information ?
- Situations de crise et communications sensibles.

**Travaux pratiques** Quiz ludique pour vérifier l'assimilation des nouvelles tendances de la communication.

**» Concevoir sa stratégie de relations avec les médias**

- Choisir une approche en fonction des objectifs.
- Déterminer les cibles et choisir ses messages.
- Définir un plan d'actions, un calendrier, des moyens.
- Identifier dans l'entreprise les acteurs concernés.
- Veiller en fonction de ses marchés, ses produits.

**Travaux pratiques** Définition d'une stratégie de communication, d'un message et d'une cible média prioritaire.

**» Développer les relations presse**

- Quels thèmes, messages, médias prioritaires ?
- Comment définir son plan d'actions annuel ?
- Pourquoi faire appel à des compétences externes ?

**Travaux pratiques** Construire une boîte à outils pour réussir ses relations avec la presse.

**» Maîtriser les techniques et les outils de communication**

- Connaître les points clés des relations avec les médias.

- Maîtriser les bases de la confiance et les pièges à éviter.

- Constituer et gérer son fichier presse.
- Construire un communiqué et un dossier de presse.
- Préparer une conférence de presse.

**Travaux pratiques** Se préparer à l'interview. Jeux de rôles : faire face aux journalistes lors d'une conférence de presse.

**» Communiqué et dossier de presse**

- Place et rôle du communiqué et du dossier.
- Proposer le bon sujet à la bonne personne.

**Travaux pratiques** Diagnostic des points forts et faibles de communiqués et de dossiers de presse.

**» Communiquer en situation de crise**

- Les différents types de crise.
- Comment travaillent les journalistes ?
- Conseiller le porte-parole de l'entreprise.
- Les outils efficaces en situation de crise.

**Travaux pratiques** Décryptage d'un cas, déduction des bonnes pratiques. Application d'un fil conducteur de gestion de crise.

**» Mesurer l'efficacité des relations avec les médias**

- Construire des tableaux de bord pour progresser.
- Définir des critères de mesure.
- Valoriser ses actions en interne : revue de presse.

**Travaux pratiques** Les participants construisent des tableaux de bord et une revue de presse.



## Media training maîtriser l'entretien avec les journalistes

Repérer les catalyseurs d'intérêt pour les journalistes. Calibrer les messages aux formats des différents supports. Préparer un champ lexical approprié et bâtir des messages valorisants. Dire avec clarté et précision. Etre à l'aise sur tous les terrains : en face-à-face, au téléphone ou lors d'une conférence de presse.



Réf :	MED
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 15-16 janv./12-13 mars 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Simulations filmées d'interviews radio, télé, presse écrite. Visionnage et analyse critique des séquences. Ateliers collectifs de rédaction.

**PARTICIPANTS**  
Dirigeants et cadres dirigeants, administrateurs (associations, ONG...), responsables de collectivités locales et territoriales, experts, tout professionnel amené à répondre à un interview.

**PREREQUIS**  
Maîtriser les techniques d'expression orale.

**» Comprendre le travail des journalistes**

- Fonctionnement et motivation.
- Sélection et hiérarchisation de l'information.
- Cerner l'objectif de l'interview.
- Collecter la matière brute, crédibiliser, confirmer ou infirmer une thèse.

**Travaux pratiques** Dresser les différentes typologies de journalistes et les supports.

**» Les typologies d'interview et leurs spécificités**

- L'entretien avec un journaliste de la presse écrite.
- L'interview radio. L'importance des mots et du ton.
- L'interview TV. Le non-verbal et les messages parasites.
- La e-interview. Entre l'écrit et l'oral.

**» Préparer l'interview**

- Déterminer son objectif.
- Définir un angle conciliant l'intérêt de l'organisation et les attentes des journalistes.
- Identifier les catalyseurs d'intérêt.
- Recenser les questions délicates.

**Travaux pratiques** Déterminer pour différents sujets, les angles pertinents pour les journalistes et les catalyseurs d'intérêt.

**» Construire les messages**

- Cadrer le CQJVD : Ce Que Je Veux Dire.
- Bâtir des phrases impactantes en utilisant la techniques du pitch.

- Sélectionner les exemples : illustratifs et signifiants.
- Passer du général au particulier, de l'abstrait au concret.
- Peser les mots : choisir un champ sémantique approprié.

**Travaux pratiques** Simulation d'interview face caméra suivie d'une séance de visionnage.

**» Accrocher et maintenir l'attention**

- Bien préparer les trente premières secondes.
- Définir un rythme, un style.
- Maîtriser les fondamentaux de la parole publique.

**Travaux pratiques** Simulations d'interviews.

**» Délivrer le message**

- Savoir répondre ou ne pas répondre aux questions.
- Centrer le discours sur le message principal, recadrer l'échange.
- S'appuyer sur les exemples choisis.
- Conclure en synthétisant le message central.

**Travaux pratiques** Simulations d'interviews.

**» Intégrer les particularités et éviter les pièges**

- Prendre en compte les contraintes temps des médias audiovisuels, les impératifs techniques.
- La radio, la télé : faire court. La presse écrite : interviews courtes ou longues.
- Ne pas se faire piéger par l'utilisation de mots, d'expressions ou d'attitudes.

**Travaux pratiques** Visionnage et montage d'un sujet.

Savoir poser les bonnes questions pour obtenir les meilleures réponses. Les retranscrire de façon communicative pour être lu et faire passer le message... Cette formation a pour but de vous faire maîtriser la communication par les interviews, qu'elles prennent la forme de questions-réponses, portraits ou témoignages.

## » Typologie et règles de l'interview

- Les différents modes d'interview.
- Les caractéristiques.
- Les règles à suivre.
- Les méthodes à suivre.

**Exemple** Exemples d'interviews selon leur typologie et analyse de leurs caractéristiques : face-à-face, téléphonique, échange par e-mail, par fax...

## » Préparer la rencontre

- Déterminer un sujet.
- Identifier le bon interlocuteur selon votre sujet.
- Rechercher et collecter l'information.
- Préparer les questions dans les grandes lignes.
- Prendre contact.
- Savoir convaincre son interlocuteur de la nécessité de sa participation.
- Finaliser les questions à poser, ouvertes ou fermées, selon l'angle choisi.

**Mise en situation** Prendre des rendez-vous. Travailler sur l'angle et l'actualité du sujet. Rédiger les questions de l'interview selon le genre choisi : questions-réponses ; témoignage ; portrait, etc.

## » Gérer l'interview

- Rappeler l'objectif de la rencontre.
- Détendre l'atmosphère.
- Maîtriser les interviewés difficiles.
- Garder le contact avec le temps.
- Réussir une interview au pied levé.
- Conclure avec efficacité.

**Mise en situation** Lancer l'interview. Se présenter et mettre à l'aise. Détendre l'interviewé par un portrait chinois. Gérer une interview difficile, garder le rythme, travailler sa voix et son image, conclure.

## » Structurer son écrit/mise en valeur de l'ITV

- Réécrire les questions : 1 question, 1 réponse.
- Retranscrire l'ITV avec fidélité.
- Apporter les précisions nécessaires à la compréhension.
- Opter pour une bonne répartition des éléments : détails, description, citations, anecdotes.
- Travailler le fond et la forme.

**Exercices** Réalisation sur papier d'une interview d'après les éléments recueillis précédemment.

## » Boîte à outils

- Présentation des outils " annexes " qui permettront au stagiaire de s'adapter à toutes les situations.
- Réussir une interview au pied levé, créer son propre portrait chinois...



Réf :	MIC
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 16-17 fév./7-8 avril 2015 1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Alternance de notions théoriques et d'exercices pratiques réalisés par simulation des conditions du réel et utilisation de la caméra.

## » PARTICIPANTS

Responsable ou chargé de communication interne/externe, rédacteur journal interne, reporter d'images, cadreur, réalisateur et toute personne amenée à réaliser des interviews professionnelles.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de l'écrit.

# Ecrite à la manière journalistique

Acquérir les techniques et les réflexes de l'écriture journalistique. Les adopter pour la rédaction des supports de l'entreprise. Donner du style pour qu'ils parviennent à remplir leur objectif principal : être lu ! Aller à l'essentiel, écrire ou réécrire des textes synthétiques et percutants.

## » Les grandes règles de base de l'écriture journalistique

- Pour qui écrivons-nous ? Quelles sont les attentes de notre lectorat ?
- Comment lisons-nous ? Les différents niveaux de lecture.
- Les objectifs pour rendre des textes percutants.
- Le choix de l'angle. Varier les angles sur un sujet pour s'adapter à son lectorat.

**Exercices** Décryptage d'articles sur des supports internes et externes. Travail sur l'angle.

## » Adapter l'écriture journalistique à ses supports

- Définir son message essentiel (5 "W" et 2 "H").
- Aller à l'essentiel : la brève.
- Les différents types de plans d'un article.
- Visualiser et préparer le synopsis.
- Ecrire efficace : raccourcir les phrases, sortir les chiffres, donner des clés de compréhension, préciser le contexte.
- Ecrire pour le Web.

**Exercices** Condenser un article lié à un événement en une brève d'actualité. Exercice d'écriture d'un article institutionnel.

## » La titraille : titre, chapô, légende, inter, accroche et chute

- Enrichir un document avec une titraille adaptée.
- Soigner le début et la fin de son texte : les raisons.
- Le rôle des illustrations.

- Rédiger des légendes.
- Les erreurs à ne pas faire.

**Exercices** Habillage de l'article avec une titraille adaptée. Rédaction d'une accroche et d'une chute pour une brève.

## » Améliorer son style

- Préciser sa pensée ; les formulations claires.
- Rédaction efficace et créative. Sortir des clichés.
- Utiliser les mots-liens à bon escient.
- Les expressions à éviter.
- Raccourcir un texte sans le dénaturer.

**Exercices** Réécriture d'un article Web.

## » Varier les traitements éditoriaux

- L'article : simple ou avec des encadrés ?
  - L'interview.
  - Le reportage.
  - Le dossier et l'enquête.
- Exercices** Imaginer les différents encadrés d'un dossier. Préparer, réaliser et rédiger une brève pour un journal interne et une newsletter. Scénarisation d'un reportage.

## » Les fondamentaux du secrétariat de rédaction

- Utiliser les majuscules et/ou les minuscules.
- Connaître la signification de l'italique, du gras et du souligné.
- Faire le point sur les chiffres et les nombres.
- Se repérer dans les énumérations.



Réf :	CRJ
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 26-27 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exercices de rédaction et travail sur des textes déjà publiés par les stagiaires : note, article print ou web, mail, présentation PPT, discours...

## » PARTICIPANTS

Responsables et chargés de communication externe et/ou interne, secrétaires de direction, rédacteurs et toute personne voulant travailler sur la synthèse et le style de son écriture.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances des techniques de base de l'écrit.

Cette formation vous donnera la méthodologie et les outils pour concevoir votre stratégie et votre plan de communication interne, en fonction de l'environnement, de la culture et des moyens de votre entreprise. Vous serez capable de préparer et déployer une communication interne pour accompagner tout changement.



Réf :	ROT
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
La méthode pédagogique est active et participative. Elle alterne l'apport de connaissances et les exercices appliqués.

**PARTICIPANTS**  
Collaborateurs des services communication, responsables communication, responsables RH.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Enjeux et impact des nouvelles technologies sur la communication interne**

- Définition et missions de la communication interne.
  - Evolution de la fonction.
  - Communication interne et accompagnement du changement.
  - Impact des technologies sur l'organisation.
  - Le management et la fonction communication interne.
- Travaux pratiques** Comment inciter chacun à mieux communiquer et définir en groupe le champ de la communication interne.

**» Concevoir un plan de communication interne**

- Diagnostiquer l'existant : système de recueil de l'information.
  - Animer des réunions et des entretiens individuels.
  - Analyser et définir ses priorités en fonction des cibles.
  - Adapter son plan de communication avec la stratégie de l'entreprise.
  - Méthodologie du plan de communication interne.
- Travaux pratiques** Travail individualisé sur la définition du plan de communication interne.

**» Moyens et outils de la communication interne**

- Les différents types de communication interne : descendante, ascendante, transversale...
- Le choix des supports.
- Les nouveaux moyens de communication interne.
- Les techniques de créativité utiles : trouver des idées innovantes.

- Les évolutions récentes de l'intranet : fonctions clés.
  - Les dispositifs de communication numériques : newsletter, blogs d'entreprise.
- Travaux pratiques** Recherche de moyens de communication interne en adéquation avec les objectifs et la population donnés.

**» Mesurer l'efficacité et le retour sur investissement de ses actions**

- Les différents outils de mesures des actions.
  - Fixer et suivre ses indicateurs de performance.
  - Recueillir des informations : les moyens.
  - Assurer le suivi.
- Travaux pratiques** Création d'indicateurs de performance de communication interne.

**» Communication, crise et changement**

- Anticiper et préparer sa communication.
  - Animer un réseau de communicants.
  - Déterminer le rôle de l'encadrement.
  - Préparer et annoncer une réorganisation, une restructuration, un changement.
  - Rédiger un plan de communication de crise : messages et outils.
- Travaux pratiques** Préparation et annonce d'une communication du changement.



# Communiquer sur l'Intranet

Aujourd'hui, nombre d'entreprises ont mis en place un intranet. Ce cours vous permettra de mesurer les atouts de l'intranet et vous montrera comment le structurer et concevoir des contenus dynamiques et adaptés aux besoins de votre entreprise.



Réf :	CIN
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 16-17 fév./20-21 avril 2015 2-3 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
La méthode pédagogique est active et participative. Elle alterne l'apport de connaissances et les exercices appliqués.

**PARTICIPANTS**  
Collaborateurs des services communication. Responsables intranet, communication interne.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Intranet à dominante communication interne**

- Les évolutions récentes de l'intranet : fonctions clés.
  - Les nouveaux usages et attentes des collaborateurs.
  - Les modes de communication des utilisateurs.
  - Les fonctions d'information, formation, communication, collaboration.
  - Les conditions de réussite : coordonner, animer, créer les conditions du partage.
  - Diagnostic de l'existant : système de recueil de l'information.
- Travaux pratiques** Comment sensibiliser et accompagner les collaborateurs dans la découverte d'un intranet.

**» Le type d'informations à mettre en ligne**

- Différents types d'usages et d'informations.
  - Elaboration du cahier des charges.
  - Contenus et services.
  - Définir un pilotage, une ligne éditoriale.
  - Annuaire social et réseau social d'entreprise.
- Travaux pratiques** Check-list des informations et contenus possibles à mettre en ligne.

**» Développer un intranet utile et attractif**

- Organiser son intranet et le rendre ergonomique.
- Les formats éditoriaux.
- Les atouts du multimédia : fils RSS, podcasts, vidéos.
- Les bonnes pratiques d'écriture et de présentation.
- Enrichir ses contenus grâce au multimédia et à l'interactivité.

**Travaux pratiques** Exercice de rédaction d'une page Web.

**» Lancer et communiquer sur l'intranet**

- Anticiper et préparer sa communication.
  - Animer un réseau de communicants.
  - Lancer et promouvoir son intranet : concours, questionnaires, chat, jeux interactifs...
  - Innover dans sa communication : techniques de créativité utiles.
  - Répertoire des moyens de communication les plus performants.
  - Former les utilisateurs.
  - Comprendre et accompagner le changement.
- Travaux pratiques** Rédiger son plan de lancement d'un intranet.

**» Faire vivre et animer son intranet dans la durée**

- Piloter la mise en œuvre de l'intranet.
  - Assurer le suivi.
  - Exploiter les comportements des "intranauts".
  - Stimuler les visites et tirer parti des outils d'analyse de fréquentation.
  - Solliciter les utilisateurs dans le processus d'enrichissement de l'intranet.
- Travaux pratiques** Les meilleurs trucs et astuces pour que votre intranet devienne un outil indispensable dans le temps.

# Maîtriser la chaîne de production graphique de la conception à la publication

nouveau

P pratique

Cette formation très pratique vous permettra de comprendre et de maîtriser chaque étape de la chaîne graphique depuis le cahier des charges jusqu'au contrôle du produit fini. Vous gagnerez en efficacité, crédibilité et pertinence dans vos relations avec vos prestataires (imprimeurs, agences web...).

## » Comprendre la chaîne graphique

- Définition d'une chaîne graphique.
- Les 5 étapes de la chaîne graphique.
- Les logiciels de création et mise en page : Xpress, Photoshop, Illustrator et InDesign.
- La gestion des couleurs et des résolutions.

**Démonstration** Optimiser des images selon leurs destinations.

## » Préparer un fichier pour l'impression

- Les différentes techniques et les modes d'impression.
- L'imposition et le façonnage.
- Les traitements de surface et la finition.
- La photogravure : quadrichromie, tons directs, flashage...
- Les règles de base pour garantir le bon déroulement de la chaîne de fabrication.
- Les fichiers et documents à remettre à l'imprimeur.

**Travaux pratiques** Rédiger un cahier des charges pour l'imprimeur.

## » Choisir la technique d'impression

- Choisir son support en fonction du rendu désiré (papiers, encres, surfacages...).
- Déterminer le procédé d'impression le plus adapté à son projet (offset, numérique...).
- Choisir le bon imprimeur pour son projet.
- Utiliser le Computer To Plate (CTP).
- Répercussions budgétaires de ses choix techniques.

**Etude de cas** Sélectionner des techniques et procédés d'impression pour un projet d'impression.

## » Focus sur la finition et le façonnage

- Les vernis et le pelliculage.
- Le gaufrage.
- L'assemblage et le brochage.
- Les découpes.
- L'utilisation de formes et volumes : découpes, pliages...

**Etude de cas** Optimiser la finition d'un support d'impression.

## » Bien gérer la relation contractuelle avec l'imprimeur

- Les éléments contractuels. Les notions juridiques.
- Le bon de commande.
- Le Bon à Tirer (BAT).
- Les épreuves colorimétriques.
- Le fond perdu.

**Travaux pratiques** Préparer un dossier complet pour travailler avec un imprimeur.

## » Contrôler la qualité et la conformité du produit fini

- Connaître et suivre les différentes étapes de contrôle.
- Le cromalin numérique.
- La certification FOGRA.
- Les pré-tests de validation.
- Le contrôle final de la conformité du produit.

**Travaux pratiques** Contrôler la conformité d'une impression avec le cahier des charges initial.

dif

Exercices pratiques

Réf :	CHG
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 2-3 avril/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » EXERCICES

Apports théoriques, échanges et retours d'expériences. Etudes de cas et exercices pratiques.

## » PARTICIPANTS

Responsables, chargés de communication et toute personne souhaitant se familiariser avec la chaîne graphique et son suivi.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Téléchargez gratuitement l'application ORSYS sur votre mobile ou votre tablette



Cette application vous permettra de rechercher une formation parmi les plus de 1800 présentées dans les catalogues Orsys, classées par domaines de formation : informatique, bureautique, management, développement personnel, gestion/finances, ressources humaines, commercial et marketing... Vous pouvez également rechercher les coordonnées d'un centre Orsys et en visionner le plan d'accès.

Suivez-nous également sur les réseaux sociaux :



Ce stage très pratique vous permettra d'améliorer vos principaux supports de communication. Vous apprendrez notamment à choisir et à optimiser vos supports en fonction de leurs objectifs, à identifier les spécificités éditoriales des différents types de supports et valoriser vos contenus.



Réf :	SUP
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 9-10 fév./7-8 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Echanges sur les pratiques, exercices d'écriture, analyse de sites Web, construction de tableaux de bord.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant acquérir des compétences pour créer des supports de communication.

**PREREQUIS**  
Toute personne participant et/ou rédigeant des supports de communication.

**» Les facteurs clés de succès**

- Présentation par les participants de leurs supports de communication.
- Un support... dans quel objectif ? Quel support choisir ?
- Quels liens avec les autres supports dans le dispositif de communication ?
- Pour qui écrivons-nous ? Connaître les attentes de sa cible.
- Quel positionnement et quelle ligne éditoriale ? Déterminer son territoire éditorial.

**Travaux pratiques** Echanges sur les supports apportés par les participants et le formateur.

**» Appliquer les techniques d'écriture efficace**

- Comment lisons-nous ? Les niveaux de lecture.
- Définir et développer un message essentiel (les 5 "W" et les 2 "H").
- Hiérarchiser ses idées. Le choix du plan en fonction du type de support : affiche, plaquette, journal...
- Le choix et le traitement des informations secondaires : encadré, tableau...

**Travaux pratiques** Rédaction d'une brève pour un magazine d'après un dossier de presse. Habillage d'un texte réécrit.

**» De l'écrit à l'écran : spécificités des supports numériques**

- Spécificités des supports numériques.

- Sites Internet et intranet : quelle politique éditoriale ? Arborescence, contenu et format.
- Adapter et organiser les contenus.
- Développer la dimension multimédia : vidéo, audio, liens...

**Travaux pratiques** Condenser et enrichir un article en une brève pour un site Internet.

**» Attirer le lecteur et valoriser ses supports**

- Respecter la charte graphique : la cohérence graphique.
- Travailler l'impact : mise en page, typographie, couleurs...
- Soigner l'impact des visuels : leur rôle, leur traitement...
- Maîtriser le traitement des informations chiffrées.
- Connaître les principes du secrétariat de rédaction.

**Travaux pratiques** Analyse de mises en page : journaux interne et externe, dépliant...

**» Auditer ses documents pour progresser**

- Que mesurer, pour qui, pourquoi, quand ?
- Auditer son support : les points clés du fond et de la forme.
- L'enquête de lectorat : quantitative et qualitative.
- Construire un tableau de bord.
- Rendre compte dans le cadre d'un plan de communication.

**Travaux pratiques** Définition d'indicateurs adaptés à chaque support et construction d'un tableau de bord.



Cette formation pratique vous permettra de comprendre les règles essentielles de l'écriture des titres et des accroches de vos articles professionnels. Vous apprendrez à capter l'attention du lecteur par de nouvelles formulations qui donneront l'envie de lire.



Réf :	TCl
Durée :	1 jour
Paris	12 déc. 2014 20 mars/8 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et retours d'expérience. Nombreux exercices de rédaction et travaux sur des textes déjà publiés par les participants.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne qui souhaite améliorer le style de ses supports écrits : journal d'entreprise, newsletter, site internet, blog ou présentation multimédia...

**PREREQUIS**  
Bonnes connaissances des techniques de base de l'écrit. Les participants pourront apporter leurs propres écrits professionnels.

**» Connaître et appliquer les règles de base de l'écriture journalistique**

- Se poser les questions essentielles : pour qui écrivons-nous ? Quelles sont les attentes de notre lectorat ?
- Comment lisons-nous ? Comprendre les différents niveaux de lecture.
- Déterminer des objectifs pour rendre ses textes percutants : angle, genre...
- Définir son message essentiel : les 5 "W" et les 2 "H".
- Savoir s'adapter à la ligne éditoriale du support.
- Connaître les spécificités de l'écriture pour le Web.

**Echanges** Apports théoriques et retours d'expérience. Echanges autour des écrits des participants et de différents supports professionnels externes.

**» Savoir capter l'attention à l'écrit**

- Analyser des titres : savoir distinguer ceux qui retiennent l'attention des lecteurs.
- Tour d'horizon des différentes techniques éditoriales : titre informatif, titre incitatif...
- Savoir ce qu'il faut écrire ou pas dans un titre.
- Choisir le vocabulaire adéquat et pertinent.
- Connaître les principaux pièges à éviter.

**Travaux pratiques** Exercices de formulation et de réécriture de titres.

**» Ecrire des titres incitatifs : savoir sortir des clichés**

- Utiliser les cartes mentales pour faciliter la recherche d'idées analogiques.
- Trouver de nouvelles idées en suivant ses cinq sens.
- Dessiner pour libérer sa créativité.
- S'essayer aux jeux de mots, à l'humour et aux détournements d'expression.
- Oser le storytelling et "l'emotional writing".

**Travaux pratiques** Exercices de créativité pour trouver des titres incitatifs adressés à différents types de publics.

**» Préciser sa pensée avec l'accroche**

- Comprendre la complémentarité de la titraille : titre/accroche.
- Connaître et appliquer les règles pour écrire une bonne accroche.
- Savoir trouver le bon rythme pour surprendre et maintenir l'attention du lecteur.
- Savoir adapter un titre et une accroche aux spécificités du Web.

**Travaux pratiques** Exercices d'écriture d'accroches pour des articles imprimés et Web.

Concevoir une brochure, une documentation ou un catalogue est un exercice auquel le responsable marketing est souvent confronté. Cette formation vous permettra de créer des documents pertinents pour accompagner efficacement l'action des vendeurs.

## » Une documentation commerciale en évolution

- Enjeux : image, conquête, différenciation, vente...
- Les différents supports : brochure, CD, catalogue, mailings, plaquette publicitaire...
- Vers une documentation on-line, dématérialisée.
- Les particularités de la documentation on-line et off-line.
- Les spécificités des e-catalogues, e-brochures...

**Travaux pratiques** *Tour de table et échanges sur les supports utilisés au sein de chaque entreprise, et de leurs objectifs.*

## » Définir son objectif et sa cible

- Définir sa cible : distributeur ou client final, prospect...
- Définir l'effet désiré : faire acheter, agir, réagir, fidéliser...
- Choisir le style du document à préparer : graphismes, ton du texte, forme.
- Sélectionner le positionnement et le support pour sa documentation commerciale.
- Le respect et l'intégration de la charte.

**Travaux pratiques** *Check-list des questions qu'il faut absolument se poser. Elaboration d'une brochure ou d'un catalogue.*

## » Optimiser l'impact des mots

- Créer des messages qui impactent et donnent envie.
- Quel titre choisir en accroche.
- Développer un style rédactionnel adapté.
- Phrases courtes, vocabulaire simple et imagé.

- Argumentation commerciale : FAB, motivations...
  - Les outils et les secrets d'une bonne argumentation.
- Travaux pratiques** *Exercice de rédaction de messages à fort impact.*

## » Renforcer l'attrait des supports

- Le dépliant, règles de mise en page et sens de lecture.
- Attitudes et usages des clients : internautes et lecteurs.
- Choix des visuels, témoignages et citations : les règles.
- Les différents modes de lecture : on-line et off-line.
- Enrichir le contenu par les visuels, de l'animation, du son, de la vidéo, de l'interactivité.

**Travaux pratiques** *Illustrer et mettre en page une brochure en utilisant la check-list associée.*

## » De la conception à la réalisation

- Evaluer l'efficacité de la documentation commerciale : concevoir sa grille d'analyse.
- Construire les tableaux de bord associés aux indicateurs.
- Les étapes clés de la chaîne éditoriale : du brief à la validation finale.
- Le planning et les tableaux de bord pour piloter le projet.
- Le tirage : bien calibrer le nombre d'exemplaires à imprimer (pour une réactualisation).
- Traduction : dans la langue du pays de diffusion.

**Travaux pratiques** *Réalisation d'une documentation.*



Réf :	RDO
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 12-13 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exemples de brochures, de plaquettes, etc. Exercices adaptés à chaque besoin. Modèles types, check-lists... pour application immédiate en entreprise.

## » PARTICIPANTS

Responsables marketing opérationnel, chefs de produits, chefs de marché, responsables de la communication et toute autre personne en charge de la réalisation de documentation commerciale.

## » PREREQUIS

Il est conseillé de venir au stage avec ses propres exemples de documentation commerciale, à retravailler.

# Optimiser sa documentation commerciale

Cette formation pratique vous permettra d'optimiser votre documentation commerciale. Vous apprendrez à choisir le bon support, à concevoir des messages avec un fort impact et découvrirez les nouvelles approches de la communication commerciale.

## » Comprendre les enjeux de la communication commerciale

- Participer aux objectifs marketing et commerciaux : ventes, image, conquête, différenciation et fidélisation.
- Participer à la stratégie marketing : orientation client ou produit, positionnement de la marque, publics...

**Echanges** *Brainstorming sur les enjeux de la communication commerciale.*

## » Connaître les tendances de la communication commerciale

- Les attentes et les attitudes actuelles des consommateurs.
- Vers un droit qui protège davantage les consommateurs.
- Les grandes étapes de la communication marketing intégrée.
- Trouver le bon mix : bénéfiques clients, valeur ajoutée...
- La place du storytelling dans la communication commerciale.
- Panorama des nouveaux supports de la communication commerciale.

**Etude de cas** *Définition d'une stratégie de communication commerciale et choix des supports appropriés.*

## » Optimiser ses supports imprimés

- Les règles essentielles de l'écriture efficace pour supports papier.
- Que dire dans une plaquette ou une brochure :

- la scénarisation et la hiérarchisation de l'information.
- Les partis pris des journaux d'entreprises.
- Le cas particulier du publi-reportage.
- L'impact des photos dans un catalogue produit et sa version interactive.
- Les règles d'or des mailings et des présentations multimédias.

**Travaux pratiques** *Analyse et proposition d'amélioration des supports des participants.*

## » Améliorer ses supports Web

- Rédiger pour être référencé naturellement sur le Web.
- Passer au "rich media" : vidéo, son, modules interactifs...
- Animer ses communautés avec le social media marketing.
- La communication des sites e-commerce : les e-mailings pour promouvoir l'information commerciale.
- Le teasing du mobile marketing.
- Les applications pour les tablettes.

**Travaux pratiques** *Analyse et proposition d'amélioration des supports des participants.*

## » Evaluer l'efficacité de sa communication commerciale

- Comment évaluer une action de communication ?
- Connaître les indicateurs et tableaux de bord pertinents et savoir les mettre en place.

**Réflexion collective** *Etablissement d'une grille d'analyse pour la communication commerciale.*



Réf :	ODO
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./11-12 déc. 2014 23-24 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables marketing opérationnel, chefs de produits, chefs de marché, responsables de la communication et toute autre personne ayant déjà mis en place des supports de communication commerciale.

## » PREREQUIS

Connaître les bases de la communication commerciale et/ou avoir suivi le cours RDO "Créer sa documentation commerciale".

# Marketing et Communication digitale

## » e-Marketing et e-Commerce »

Lancer une campagne publicitaire cross-canal **Nouveau**  
2 j - PUC - p.408

Best

Optimiser sa stratégie e-marketing  
2 j - EMC - p.432

Stratégie e-commerce, conception et mise en œuvre  
d'un site Web  
2 j - SEC - p.432

Inbound Marketing  
2 j - INB - p.433

Marketing viral sur Internet  
2 j - MIR - p.433

Optimiser la présence de votre marque sur Internet  
1 j - PMI - p.434

Auditer et optimiser l'approche marketing  
d'un site Web  
3 j - SWM - p.434

Lancer une étude marketing online **Nouveau**  
2 j - ELO - p.435

Communication et marketing vidéo 2.0  
2 j - MVI - p.435

Les clés du marketing mobile  
2 j - DMS - p.436

Concevoir des campagnes e-mailing et des  
newsletters  
2 j - NEW - p.443

Réseaux sociaux, e-réputation ou Web 2.0... Le marketing et la communication évoluent, s'adaptent aux révolutions technologiques et aux bouleversements sociologiques de l'économie numérique. Les formations Orsys vous apportent les clés pour développer efficacement vos stratégies digitales et intégrer ces nouveaux outils dans vos pratiques opérationnelles.

## » Communication digitale »

Elaborer une stratégie de communication  
digitale **Nouveau**  
2 j - CDT - p.437

Lancer une campagne publicitaire digitale **Nouveau**  
2 j - CPD - p.437

Elaborer une stratégie de communication  
cross-media **Nouveau**  
2 j - ROA - p.421

Communiquer sur l'Intranet  
2 j - CIN - p.426

Communication et marketing vidéo 2.0  
2 j - MVI - p.435

430

## » Conception et rédaction Web, blogs, e-mailings... »

Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia **Nouveau**  
2 j - EEP - p.423

Conception éditoriale de sites Web **Nouveau**  
2 j - CES - p.442

Best

Rédiger pour le Web  
2 j - CCW - p.442

Créer et animer un blog professionnel  
2 j - BLO - p.443

Concevoir des campagnes e-mailing et des  
newsletters  
2 j - NEW - p.443

Réussir votre projet Web  
2 j - COW - cf@

Design d'un site Web  
2 j - ITF - p.445

Best

Réaliser un site Web, pour non-informaticiens  
3 j - NIW - p.446

## » Réseaux sociaux et e-Réputation »

S'initier aux réseaux sociaux **Nouveau**  
1 j - OCI - p.438

Réseaux sociaux, optimiser votre ROI  
2 j - SOC - p.438

Best

Réseaux sociaux, organiser le Community  
Management  
3 j - CMA - p.439

Faire vivre son réseau social d'entreprise  
2 j - VRS - p.440

e-Réputation : enjeux, contrôle et valorisation  
2 j - ERE - p.440

Communiquer avec Facebook  
2 j - FAB - p.441

Communiquer avec Twitter  
2 j - TWI - p.441

## » Référencement et promotion Web »

Optimiser la présence de votre marque sur Internet  
1 j - PMI - p.434

Améliorer son référencement naturel : techniques  
de rédaction pour le Web **Nouveau**  
1 j - RFN - p.444

Optimiser le référencement de votre site Web  
2 j - OPS - cf@

Google Adwords, optimiser vos campagnes **Nouveau**  
1 j - GAW - p.444

Google Analytics, analyser les statistiques  
de vos sites  
2 j - LYT - p.445

## » Cycle Certifiant



RESPONSABLE E-COMMERCE » 1 j. - KIM - p.431

» composition du cycle

EMC 2j, p.432/SEC 2j, p.432/CMA 3j, p.439/VEI 2j, cf@

» journée de certification

KVX

# Cycle certifiant Responsable e-marketing/ e-commerce certificat professionnel FFP



Ce cycle vous apportera toutes les connaissances nécessaires à la mise en œuvre de projets e-marketing et e-commerce. Vous apprendrez à organiser efficacement votre marketing Web et à déployer une activité de vente en ligne. Vous verrez comment mettre en place des indicateurs pertinents de pilotage et de mesure de la performance. Vous verrez également comment intégrer au mieux les réseaux sociaux à votre stratégie. Une partie de ce cycle est également consacrée à la veille marketing et concurrentielle, élément essentiel du développement de la stratégie de l'entreprise.

## Qu'est-ce que le e-marketing ?

- Comprendre le périmètre et les enjeux.
- Panorama des dernières techniques utilisées.
- L'impact des technologies. Informatique, réseaux et multimédia. Révolution Internet. Le e-Business. La mobilité.
- Les nouvelles tendances du e-marketing.

**Exercices** Discussion sur l'utilisation des nouvelles technologies dans le domaine commercial.

## Quelles sont les techniques du e-marketing direct ?

- Visibilité du site Web de l'entreprise.
- Utilisation de l'e-mailing.
- Choix des prestataires de services Internet.
- Astuces du search marketing.
- Couplage des outils avec le CRM de l'entreprise.

**Exercices** Réflexion autour de la conception du site Web d'une entreprise.

## Comment optimiser votre stratégie e-marketing ?

- Impact du marketing opérationnel sur le développement des ventes.
- Promotion des valeurs de l'entreprise par la communication institutionnelle.
- Visibilité et notoriété donnée par les différentes campagnes Web.
- Mise en place d'indicateurs pour mesurer l'impact des actions entreprises.

**Exercices** Lancement d'une campagne Web marketing. Analyse du suivi d'une campagne Web et calcul du ROI.

## Se lancer dans le e-commerce

- Etat de l'art du e-commerce en France.
- Le marché du e-commerce. Les e-consommateurs. Focus sur le cas français.
- Les perspectives du e-commerce. Les nouvelles formes de commerce en ligne.
- Définir sa stratégie e-commerce, ses objectifs et son périmètre.

**Exercices** Réflexion collective et échange d'expériences. Audit des sites référents : ce qui marche... et ne marche pas.

## Mettre en œuvre un projet e-commerce

- Les étapes clés.
- Structuration du catalogue produits/services.
- Le passage de commande et les processus de gestion.
- Le traitement du paiement.
- La gestion de la relation client.
- Le service après-vente : gestion des retours, loi Chatel...
- La génération de trafic : référencement naturel, publicité, viralité des réseaux sociaux...
- Les points fonctionnels à baliser sur un projet e-commerce. Les bonnes pratiques.
- L'importance des réseaux sociaux et la réputation numérique.

**Exercices** Portrait robot de l'e-acheteur : décryptage du parcours de l'e-acheteur sur Internet. Concevoir une page d'accueil dynamique : l'art de la e-vitrine.

## Que faire avec les réseaux sociaux ?

- Les réseaux sociaux, l'impact sur les marques.
- Les grands usages. Les bénéfiques.
- Quels réseaux professionnels et grand public intégrer dans son mix ?

## Le Community Management

- Définition et rôles. Charte des médias sociaux.
- Identifier les leviers et les obstacles.
- Réussir sa stratégie social-média. Les nouveaux rôles (Community manager, social media Strategist...).
- Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanal.
- Leviers du Web 2.0, outils du Community Manager.
- Les approches complémentaires et innovantes.
- Le content management. Diffuser des contenus spécifiques et adaptés à chaque média.
- Evaluer le ROI et la performance de ses actions.
- Comment créer ses communautés. Procédures de présence sur différents médias : Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube ...

**Exercices** Elaborer les grandes lignes d'une stratégie de présence sur les réseaux sociaux : prospection, fidélisation et marque Entreprise.

## Mettre en place une veille marketing sur Internet

- Définition. Pourquoi faire de la veille, quels objectifs ?
  - Les étapes de la veille.
  - Avantages, inconvénients, contraintes.
  - La veille comme outil d'intelligence économique.
  - La veille stratégique et l'environnement global de l'entreprise : commercial, marketing, concurrentiel...
  - Les types d'informations collectées.
  - La recherche et la valorisation d'information sur Internet.
  - Mind mapping de la veille.
  - Les sources d'information. Les méthodes de collecte.
- Exercices** Utilisation de Google Insight et construction d'une carte heuristique.

## Les outils et méthodes de la veille

- Panorama des outils à disposition.
- Les outils de recherche et de surveillance.
- Comment les trouver ? Combien ça coûte ?
- L'apport des réseaux sociaux (Twitter, Viadeo, Facebook, etc.).
- Les dix commandements de la veille sur les réseaux sociaux.
- Les enjeux du benchmarking sur Internet.
- Recueillir et analyser l'information.
- Le Web invisible ou deep web.
- Gérer son e-réputation : une forme de veille.
- Les agents intelligents. La nature des données : techniques, financières, commerciales.
- Les datawarehouse, le data mining. Les mégabases comportementales.
- Moteurs. Outils de monitoring. Aspirateurs de sites. Logiciels de cartographie de l'information.
- Evolution des outils de veille.

**Exercices** Benchmarking de sites web spécialisés sur le marché de la vente à distance. Utilisation de Google Alert. Utilisation d'un outil de veille professionnel.



Réf :	KIM
Durée :	10 jours
<b>Composition du cycle :</b> réf EMC, 2j, cf p. 432 réf SEC, 2j, cf p. 432 réf CMA, 3j, cf p. 439 réf VEI 2j, cf cf@	
Examen	réf KVX 10 oct/15 déc. 2014 27 mars/22 juin 2015
Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.	
Prix :	4 060 € HT (prix 2014) soit environ 30% de remise incluse
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### PARTICIPANTS

Chargés ou responsables de e-marketing. Toute personne impliquée dans les projets de e-marketing, de e-commerce et de veille marketing.

### PREREQUIS

Connaissance et pratique de l'Internet. Connaissance des projets Web.

Aujourd'hui la maîtrise des techniques de web marketing devient stratégique pour rendre visible l'entreprise. Ce stage vous montrera comment les utiliser au mieux et vous présentera une approche efficace pour générer du trafic sur votre site Web.





---

Réf : EMC

Durée : 2 jours

Paris 6-7 oct./8-9 déc. 2014  
12-13 mars/25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Dirigeants, managers opérationnels, commerciaux et responsables marketing.

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

**» NTIC et e-marketing : définitions et enjeux**

- Panorama des dernières techniques utilisées.
- Enjeux et avantages des nouveaux outils.
- Informatique, réseaux et multimédia.
- Révolution Internet.
- Développement du e-business.

**Travaux pratiques** Apports théoriques et retours d'expériences sur l'utilisation des NTIC dans le domaine commercial.

**» Comment a évolué Internet ?**

- Identification des internautes.
- Evolution du site Web depuis 10 ans.
- Connaissance des annonceurs sur Internet.
- Formes du e-commerce et logiciels utilisés.
- Applications du téléphone mobile.

**» Découvrir les nouvelles tendances du Web marketing**

- L'essor des communautés Web.
- La révolution du Web 2.0 et du haut débit.
- L'explosion du buzz marketing.
- Nouvelle discipline du marketing viral.
- Dernières applications sur le mobile.
- Réseaux sociaux.

**» Quelles sont les techniques de marketing direct NTIC ?**

- Visibilité du site Web de l'entreprise.
- Utilisation de l'e-mailing.
- Choix des prestataires de services Internet.
- Astuces du search marketing.
- Couplage des outils avec le CRM de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Création du site Web d'une entreprise.

**» Optimiser votre stratégie e-marketing**

- Impact du marketing opérationnel sur le développement des ventes.
- Promotion des valeurs de l'entreprise par la communication institutionnelle.
- Visibilité et notoriété donnée par les différentes campagnes Web.

**Travaux pratiques** Lancement d'une campagne Web marketing.

**» Piloter votre stratégie e-marketing**

- Vérifier la quantité et la qualité du trafic.
- Analyser le taux de clics.
- Définir le ratio de rentabilité.
- Calculer le taux de conversion.

**Travaux pratiques** Analyse du suivi d'une campagne Web et calcul du ROI.



# Stratégie e-Commerce, conception et mise en œuvre d'un site

Définir et mettre en œuvre une stratégie e-Commerce résolument opérationnelle est devenu incontournable pour s'imposer dans son secteur d'activité on-line. Ce stage vous donnera toutes les clés, tous les conseils pour savoir vendre via Internet, et maîtriser l'ensemble des indicateurs pour mesurer le ROI en temps réel.




---

Réf : SEC

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
2-3 fév./7-8 avril 2015  
1-2 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Responsable de projets Web / e-Commerce, responsable communication, responsable e-Business, équipe projet e-Commerce.

**» PREREQUIS**

Bonnes connaissances des projets Web.

**» Etat de l'art du e-Commerce en France**

- Le marché du e-Commerce en France et dans le monde.
- Les e-consommateurs français.
- Les sites référents et grandes tendances du e-Commerce.
- Les perspectives du e-commerce.
- Les nouvelles formes de commerce en ligne.

**Travaux pratiques** Audit des sites référents : ce qui marche... et ne marche pas. Portrait robot de l'e-acheteur : comment fait-il ?

**» Les étapes clés d'un projet e-Commerce**

- Structuration du catalogue produits/services.
- Le cas du multi-catalogue et du catalogue spécifique par type de clientèle.
- Le passage de commande et les processus de gestion.
- Le traitement du paiement.
- La gestion de la relation client.
- Le service après-vente : gestion des retours, loi Chatel...
- La génération de trafic : référencement naturel, publicité, positionnement par rapport à des sites leaders d'opinion, utilisation de la viralité des réseaux sociaux...

**Travaux pratiques** Portrait robot de l'e-acheteur : décryptage du parcours de l'e-acheteur sur Internet.

**» Les points fonctionnels à baliser sur un projet e-Commerce**

- La gestion des catalogues : gestion des contenus du catalogue (provenance), administration des prix, des

promotions, gestion du cross&up-selling ...

- La mise en place de solutions multi-sites : multi-pays, multi-marques, multi-catalogues ... Les pièges à éviter.
  - Nos recommandations sur le tunnel d'achats.
  - Présentation d'un story-board type reprenant les meilleures pratiques : enregistrement client, code réduction, sauvegarde du panier, paiement ...
  - Les processus de suivi de commande et la gestion de l'après-vente.
  - Les interfaces utilisateurs : Ajax, Flash/Flex, Silverlight, Widget ... faut-il faire un choix unique ? Quel type d'interface pour quelle catégorie de clientèle ?
- Travaux pratiques** Concevoir une page d'accueil dynamique : l'art de la e-vitrine.

**» L'apport des fonctions sociales sur un site e-Commerce**

- Constitution d'une réputation numérique positive : gestion des commentaires, implication des influenceurs, création d'un climat rassurant pour déclencher les transactions ...
- Marketing viral : utilisation des réseaux sociaux grand public, constitution de son réseau social ...
- " Crowdsourcing " : technique collaborative pour rester au contact de ses besoins utilisateurs.
- Les mécanismes de génération de trafic et leur efficacité : référencement, marketing viral, serious game...

**Travaux pratiques** Plan web marketing pour générer un trafic qualifié sur son site e-commerce.

# Inbound Marketing

## convertir vos prospects en clients



Ce stage vous montrera comment convertir les visiteurs de votre site en prospects qualifiés puis en clients. Il vous présentera les nouveaux concepts et processus marketing qui vous permettront de générer plus de trafic sur votre site e-commerce.

### » Dresser l'état des lieux

- Données et chiffres-clés.
- Stratégies marketing sur le Web.

### » L'Inbound Marketing : un nouveau marketing

- Nouveaux besoins et comportements des consommateurs.
- De l'Outbound Marketing à l'Inbound Marketing.
- Dix points de repère de l'Inbound Marketing.
- Importance du contenu.
- Six étapes d'une stratégie réussie.
- Inbound Marketing en BtoB et BtoC.

**Echanges** Identifier l'Inbound Marketing dans son entreprise.

### » Lier le digital à des objectifs marketing

- Créer la notoriété. Générer des leads.
- Convertir les leads en contacts qualifiés puis en clients.
- Améliorer les performances du service client.
- Savoir fidéliser.
- Permission marketing : au cœur de la stratégie.
- Les clés d'une bonne stratégie.
- Faire venir les prospects dans l'univers de la marque.

**Réflexion collective** Atelier de réflexion en binôme : stratégies dans les différentes entreprises.

### » La recommandation et la stratégie communautaire

- Ambassadeurs de la marque.
- Les bons influenceurs. Tribal Marketing.

**Echanges** Vidéo illustrant la raison d'être du Tribal Marketing.

### » Les leviers de performance

- Blog : rédiger des articles de qualité.
- SEM = SEO + SEA + (SMO).
- Utiliser et mixer les réseaux sociaux.
- Community Management.
- Recyclage comportemental.
- De Facebook au site Web.
- Gérer sa stratégie cross-canal.

**Etude de cas** Stratégie communautaire d'un site.

### » Le client conso'acteur

- Call to Action : inciter l'internaute au clic.
- Comportements des nouveaux consommateurs.
- Evangéliser par l'apport de contenus diffusables.
- Lead Nurturing et Marketing Automation.
- Process du marketing d'influence.

### » M-communication

- Grands principes. Etat des lieux.
- Applications à fort bénéfice client : bonnes pratiques.
- Développer sa stratégie média sur mobile.

**Démonstration** Applications à fort bénéfice client.

### » Analyser et mesurer les performances

- Définir les bons indicateurs. Tableau de bord.
- Outils de mesure des performances.

**Exercices** Construire un tableau de bord.



Réf :	INB
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 23-24 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etudes de cas, mises en situation suivies d'un débriefing collectif, échanges participatifs, retours d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Responsables marketing, directeurs marketing, toute personne en charge de projet Webmarketing.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de l'e-Marketing. Connaissances de l'univers d'Internet.

# Marketing viral sur Internet



Cette formation vous permettra de comprendre et d'appliquer les techniques et méthodes du marketing viral sur Internet. Elle vous montrera comment créer le buzz autour de vos produits, utiliser les médias appropriés pour diffuser des informations et transformer vos clients en "ambassadeurs" de votre marque.

### » Etat des lieux du e-marketing

- Du Web 1.0 au Web 3.0 : chiffres-clés et évolution des stratégies.
- Définitions : buzz, rumeur, viralité, influenceurs...
- La propagation : au cœur des stratégies Web.
- Le marketing participatif : Crowdfunding et User Generated Content.

### » Comprendre les enjeux du buzz et du marketing viral

- Définition et principes clés du marketing viral.
- Déposer son ADN de marque.
- Comprendre les nouveaux besoins et comportements des consommateurs.
- Découvrir les atouts du buzz.

**Travaux pratiques** Echanges et retours d'expériences.

### » Appréhender le buzz marketing : types de campagne et objectifs

- Définir ses objectifs : image, notoriété, acquisition, fidélisation, performance...
- Connaître les différentes techniques existantes : de la newsletter au jeu social...
- Générer et convertir les leads en clients.
- Améliorer les performances du service client et fidéliser le consommateur.

**Etude de cas** Analyses de différentes Success Stories.

### » Mettre la "Permission Client" au cœur de sa stratégie

- Connaître les clés d'une bonne stratégie : désir, séduction et permission.
- Faire venir les prospects dans l'univers de la marque.
- Passer du marketing d'influence à la création de communautés vivantes.
- Identifier ses interlocuteurs : ambassadeurs, influenceurs, leaders d'opinion et trendsetters.

### » Connaître les outils et comprendre les mécaniques virales

- Connaître les spécificités du marketing vidéo.
- Accélérer la propagation : J'aime, Partager, Faire suivre à un ami, Retweeter...
- Transformer les clients en "supporters" ou "avocats".
- Anticiper et réagir face au Bad Buzz.

**Etude de cas** Analyses de différents campagnes de marketing viral.

### » Elaborer le mix d'une campagne virale et mesurer sa performance

- Choisir le concept adapté au contexte et aux objectifs.
- Choisir la technique appropriée à la marque, aux produits et aux cibles.
- Définir le plan de campagne : étapes, planning...
- Connaître les outils de mesure des performances et de ROI, définir ses KPI et indicateurs de performances.

**Travaux pratiques** Planification d'une campagne virale et construction d'un tableau de bord.



Réf :	MIR
Durée :	2 jours
Paris	16-17 déc. 2014 16-17 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques, échanges et retours d'expériences. Etudes de cas et ateliers.

### » PARTICIPANTS

Directeur, responsable ou chef de projet marketing, directeur ou responsable commercial ou produit, Webmarketer, Community Manager...

### » PREREQUIS

Connaissance des règles de base de l'e-marketing et de l'univers du Web.

Ce séminaire vous présentera les enjeux liés à la présence de votre marque sur Internet. Il vous permettra de comprendre pourquoi et comment définir une stratégie digitale complète pour servir les objectifs de votre entreprise. Vous apprendrez également à gérer votre image sur le net et à mesurer ses performances.



Exercices pratiques

---

Réf : PMI

Durée : 1 jour

Paris 21 nov. 2014  
13 fév./10 avril 2015  
12 juin 2015

Prix : 970 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Responsable marketing, responsable communication, chef de produit, chef de projet marketing et toute personne en charge de la communication de marque.

---

**» PREREQUIS**

Expérience souhaitable en communication d'entreprise ou avoir suivi les cours "Concevoir votre stratégie de marque" (Réf. CSM) et "Optimiser votre stratégie de marque" (Réf. ARQ).

### » Les enjeux du Web pour les marques

- La mutation des modes de communication.
- Du Web 1.0 aux usages collaboratifs.
- Les impacts potentiels de l'e-réputation sur les marques.

### » Les principales approches traditionnelles du e-marketing

- Le référencement payant (Search).
- L'affiliation.
- Le retargetting.
- Le référencement naturel (SEO) et ses évolutions.

### » Les différents types de réseaux sociaux

- Typologies et grands usages.
- Quels bénéfices et pour quelles applications métiers ?
- L'intérêt des principaux leviers : réseaux sociaux, blog d'entreprise, réseaux sociaux propriétaires...

### » Réussir sa stratégie de présence de marque sur les réseaux sociaux

- Comment et pourquoi faut-il définir sa stratégie ?
- Exemple d'une stratégie de marque : communication RH et marque-employeur.
- Impacts sur l'organisation et nouveaux rôles.

### » Améliorer sa visibilité avec les fonctionnalités des réseaux professionnels

- Optimiser sa présence sur LinkedIn et Viadeo : profils, mots clés, page entreprise, flux, contenus...

- La publicité sur les réseaux sociaux : LinkedIn ads, Facebook ads, Facebook sponsored post, Facebook reach generator...
- Les réseaux sociaux spécialisés.
- Les plateformes de partage et de curation : Slideshare, Scoopit, Pearltrees...

### » Gérer efficacement sa marque sur Internet

- Mettre en place une stratégie digitale multicanal.
- Passer de la communication à la conversation, savoir s'engager.
- Le fond et la forme : storytelling et diffusion des contenus.
- Respecter les règles et les usages : déontologie, chartes de comportement, règles Facebook, règles de modération...
- Se préparer à gérer une situation de "crise".

### » Mettre en place une veille sur Internet

- Définir son périmètre de veille.
- Choisir et mettre en œuvre sa méthodologie de veille.
- S'outiller pour la veille : outils gratuits et solutions professionnelles.

### » Evaluer le ROI et la performance de sa stratégie digitale

- Les modèles de rémunération : CPM, CPL, CPC...
- Les indicateurs (KPI) quantitatifs et qualitatifs.
- ROI, ROA et RONI ?

## Auditer et optimiser l'approche marketing d'un site Web

Au terme de cette formation, vous saurez identifier et analyser la cible d'un site Web, définir ses objectifs et en établir le schéma directeur. Vous apprendrez à concevoir un site Web qui s'intègre dans la stratégie de communication de l'entreprise.



Exercices pratiques

---

Réf : SWM

Durée : 3 jours

Paris 6-8 oct./15-17 déc. 2014  
23-25 mars/22-24 juin 2015

Prix : 1 830 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» EXERCICES**

Analyse critique et projets d'optimisation de sites Web existants.

---

**» PARTICIPANTS**

Webmaster, directeur de communication, et toute personne en charge de la communication on-line.

---

**» PREREQUIS**

Connaissances marketing de base.  
>> Testez vos connaissances : www.orsys.fr

### » Rappels sur le Web

- Fondamentaux de l'Internet et du Web.
- Caractéristiques du Web parmi les médias existants.

### » Schéma directeur d'un site Web

- Les quatre étapes du schéma directeur.
- Positionnement du futur site parmi les autres axes de communication.
- Déterminer la cible du site.
- Analyse de l'existant : identifier la problématique de communication de l'entreprise.
- Définition des phases et du contenu du futur site.
- Conduite de projet de développement ou refonte du site.
- Mise en place d'une feuille de route.
- Ressources Humaines et/ou recherche des prestataires, évaluation des coûts.

**Travaux pratiques** Travail sur un site à optimiser, défini à l'avance ou bien sur le site Web d'une entreprise participante.

### » Optimisation du site Web

- Ergonomie, arborescence et navigation : les règles d'or.
- Référencement du site sur : moteurs de recherche, annuaires, sites fédérateurs et portails sectoriels.
- Stratégie de liens et partenariats dans les réseaux virtuels concernés.

**Travaux pratiques** Recherche et identification de sites partenaires pour un site Web.

### » Outils d'audit du site

- Mesure de la fréquentation : orienté serveur et/ou orienté visiteur.
- Mesure de l'ergonomie et du confort visuel.
- Indicateurs clés de performance d'un site Web.

**Travaux pratiques** Définir les indicateurs clés de performance.

### » Cas particulier de la vente en ligne

- La force du Web pour la vente B to B.
- La situation du commerce électronique B to C en France et dans le monde.
- Les conditions de réussite d'un site de vente B to C.
- Les facteurs critiques de succès.
- Mix présence/distance : optimiser la fonction commerciale par la communication on-line.

**Travaux pratiques** Analyse en groupe des conditions de succès de plusieurs sites de vente en ligne.

### » Intégration du site dans la communication de l'entreprise

- Combiner le marketing sur Internet et le marketing mobile.
- Harmoniser la charte communication.
- Intégrer le site Web dans le mix communication.
- Perspective et avenir du Net.

**Travaux pratiques** Retours d'expériences réussies d'intégration de communication on-line et off-line.

Cette formation vous présentera les spécificités des études online. Elle vous montrera aussi comment réaliser ce type d'études, comment les rendre tant quantitatives que qualitatives et enfin vous permettra d'estimer les budgets correspondants.

## » Connaître les spécificités des études marketing online

- La démarche marketing : de la connaissance du marché à la définition du mix marketing.
- L'utilité des études marketing dans le cadre des prises de décision.
- La typologie des études marketing : les études ad hoc, les études en souscription...
- Les différences de méthodes, les fondements et les étapes de mise en œuvre d'une étude online.
- L'importance des études online en France : historique, chiffres...
- Les principes déontologiques à respecter dans une étude online.

**Travaux pratiques** Etude d'une problématique marketing nécessitant une étude et une évaluation de l'opportunité d'avoir recours à du online.

## » Réaliser des études online quantitatives

- Les études ad hoc : les études privilégiées, écartées, les cibles retenues...
- Constituer la base de sondage et poser des quotas.
- Concevoir, tester, programmer et envoyer un questionnaire.
- Analyser, exploiter, restituer et interpréter les résultats d'études online quantitatives.
- Connaître les particularités des access panels, panels verticaux, panels propriétaires...

**Travaux pratiques** Conception d'un questionnaire online.

## » Mettre en place des études online qualitatives

- Analyser les discours online : forums, pages Facebook...
- Mettre en place des focus groups synchrones online.
- Gérer des plateformes Web en asynchrone : le Bulletin Board.
- Mettre en place des groupes nominaux.
- Réaliser des entretiens individuels semi-directifs.
- Analyser, exploiter, restituer et interpréter les résultats d'études online qualitatives.

**Etude de cas** Conception d'une méthodologie de mise en place d'un Bulletin Board.

## » Engager des études marketing online

- Comprendre les facteurs de développement d'études online.
- Lever les obstacles éventuels à la réalisation d'études online.
- Estimer le budget des études online quantitatives et qualitatives.

**Travaux pratiques** Demande de devis et estimation du coût d'une étude online.



Réf :	ELO
Durée :	2 jours
Paris	3-4 nov. 2014 16-17 avril/15-16 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exemples concrets. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion et de mise en œuvre pratique. Etude de cas.

### » PARTICIPANTS

Responsables Marketing. Chefs de produit ou de marché. Directeurs ou chargés d'études quantitatives ou qualitatives.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Communication et marketing vidéo 2.0

Vous apprendrez toutes les étapes de la production vidéo sur Internet pour la communication professionnelle et/ou pour la promotion de vos produits et services : de la conception à la réalisation de clips vidéo à leur exploitation et leur diffusion via différents canaux sur Internet.

## » Pourquoi et comment utiliser la vidéo sur Internet

- Comprendre pourquoi la vidéo via Internet est accessible (coût 0).
- Intérêt de la vidéo pour la communication et la promotion professionnelles.
- Les différents thèmes et contenus vidéo : interview, reportage, présentation produit, cas appliqué.
- La technique et le contenu : les deux enjeux de la vidéo.
- Les différents maillons de la vidéo via Internet : de l'idée à la diffusion en passant par la réalisation.
- Articulation de la vidéo et du Web 2.0.

**Travaux pratiques** Analyse des besoins et partage des projets d'utilisation de contenus vidéo professionnels entre les participants.

## » Scénarisation

- L'idée : quel sujet, pour quelle(s) cible(s) ?
- Le synopsis du clip à réaliser.
- La rédaction du scénario.
- La check-list des moyens techniques, du cadre, du timing, des conditions de réalisation.

**Travaux pratiques** Rédaction collective de deux scénarios : le premier avec un budget technique à 0 €, le deuxième sans contrainte budgétaire.

## » La captation vidéo et son

- Les équipements : du simple au semi-professionnel.
- L'éclairage, la prise de son et le cadrage.
- Les erreurs courantes à éviter.

**Travaux pratiques** Captation d'un clip vidéo.

## » Le montage

- Le montage : outil incontournable pour faire un clip.
- Choisir son logiciel de montage.
- L'illustration sonore.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un montage à partir d'un des outils Mac ou Windows standard.

## » L'hébergement

- Distinguer hébergement et diffusion.
- Les majors de l'hébergement.
- Les fonctionnalités des plateformes d'hébergement.
- Créer sa chaîne sur YouTube.
- Téléchargement de clips sur une plateforme vidéo.

**Travaux pratiques** Téléchargement de son clip vidéo sur YouTube.

## » La diffusion de contenus vidéo

- A partir des plateformes vidéo.
- Sur les réseaux sociaux, sur un blog ou sur un site web.
- Dans des campagnes d'e-mailings.
- L'exploitation de contenu vidéo tiers sur son blog ou son site web.

**Travaux pratiques** Diffusion de son clip vidéo via un blog/site web et via les réseaux sociaux majeurs.

## » Les règles légales

- Fondamentaux de la diffusion de contenus vidéo via Internet.
- Propriété intellectuelle : droit à l'image, exploitation de musiques.



Réf :	MVI
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév./28-29 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Explications théoriques, mise en pratique par des exercices et des critiques constructives entre les participants sur leurs réalisations respectives.

### » PARTICIPANTS

Toute personne qui peut avoir avantage à utiliser la vidéo et plus particulièrement les services communication, commerciaux ou marketing, des entreprises ou des établissements publics.

### » PREREQUIS

Etre à l'aise avec Internet, les outils informatiques courants et les appareils photos / caméscopes numériques.

Cette formation vous permettra de mesurer les enjeux stratégiques du développement du marketing sur mobiles (smartphones et tablettes). Elle vous montrera comment déployer la présence de votre entreprise sur ces nouveaux médias, choisir entre site mobile et application, et rentabiliser ce type d'investissement.



Réf :	DMS
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 2-3 avril/1-2 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Apports théoriques et retours d'expériences, études de cas et exercices pratiques.

**PARTICIPANTS**  
Responsable Marketing-Communication, chef de projet marketing mobile.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base de l'utilisation d'Internet.

**» Penser mobile first, pourquoi passer à l'ère mobile**

- Les taux d'équipements : évolution, taux de pénétration..
- Les parts de marché des constructeurs et OS : Apple iOS, Google Android, Windows...
- La connectivité : le type de connexion à Internet, les réseaux opérateur vs Wifi...
- Les usages : offline, online, services, achats, abonnements média...
- Les Apps : consommation, critères de choix, budget...

**Echanges** Comment surfer sur les contextes mobiles.

**» Intégrer le mobile dans une stratégie marketing et le rentabiliser**

- Les acteurs de la chaîne de valeur du marketing mobile.
- Comprendre l'impact du mobile dans sa stratégie marketing.
- Faire connaître et valoriser sa marque, conquérir et fidéliser des clients.
- Intégrer le mobile à son offre produit/service : le process POST.
- L'écosystème des OS mobiles.
- Quelles méthodologies appliquer : Forrester, Mc Kinsey AFMM...
- Les critères pour faire les bons choix d'investissements : la règle du 4 x 1/4.
- Rentabiliser son service et choisir son business model.

**Travaux pratiques** Optimiser sa démarche par l'utilisation d'un kit de démarrage et d'une matrice décisionnelle.

**» Choisir entre applications natives et sites pour mobiles**

- Les enjeux des différents canaux de communication.
- Comprendre le rôle central des App Stores.
- Prévoir le contenu et le développement.
- Optimiser l'accès et le référencement.
- Faire le choix d'une web app ou d'une application hybride : avantages et inconvénients.
- Concevoir et développer son service mobile.

**Travaux pratiques** Choisir entre site ou application mobile.

**» Lancer un service mobile**

- Les outils propres de l'App marketing.
- Les enjeux du SOLOMO via les réseaux sociaux et la géolocalisation.
- Sélectionner les leviers de communication (email, SEA, display, SMS, Code 2D, RA, NFC)
- Générer de l'audience : formats, coûts et tracking.
- Mettre en place une stratégie pour recruter.
- Maximiser le taux d'utilisation des applications (push notification et message in app).
- Calculer son ROI.
- Les aspects juridiques et les règles à respecter.

**Travaux pratiques** Construire un marketing mix mobile.

## Point de vue

### » Communication sur les réseaux sociaux, les entreprises ont-elles les bons comportements ?



Frédéric Foschiani

Frédéric Foschiani, expert du marketing digital, spécialiste des réseaux sociaux et animateur pour Orsys. Il anime plusieurs formations sur les réseaux sociaux et la eRéputation.

Voici un extrait de l'interview réalisée par Orsys :

Le bon usage des réseaux sociaux par les entreprises passe par la connaissance et la maîtrise des usages qui peuvent être spécifiques à certains réseaux sociaux. En d'autres termes, cela revient à professionnaliser la gestion de sa communication social media en formant et en sensibilisant son organisation aux enjeux et aux usages de la communication collaborative.

Enfin, une présence social media doit faire l'objet d'une véritable réflexion stratégique sur les objectifs visés : centrer sa démarche sur les besoins de ses clients ou prospects, s'assurer de la valeur ajoutée de son contenu éditorial, et identifier/former les ressources disponibles.

Bien sûr, une stratégie social media doit être intégrée aux priorités stratégiques globales de l'entreprise

Lisez l'interview sur notre blog - [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)



Ce stage vous montrera comment définir les objectifs et élaborer une stratégie de communication digitale intégrée en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise. Il vous apprendra à mettre en œuvre un dispositif de communication digitale et les outils nécessaires à son évaluation et à son optimisation.

## » Comprendre les mutations de la communication

- Les tendances de la communication sur Internet : Web 2.0, Web 3.0...
- La logique relationnelle du Web 2.0.
- Les nouveaux comportements des publics :
- interactivité, nomadisme, immédiateté...
- La pertinence du cross-media, face au plurimédia et au transmédia.

**Réflexion collective** Réflexion collective et échanges sur les nouveaux comportements et les attentes des publics.

## » Analyser la place d'Internet dans les stratégies de communication

- Connaître les moyens incontournables : référencement naturel, réseaux sociaux, contenus, Web mobile, buzz marketing...
- Comprendre les synergies print et Web d'une stratégie globale : la place du site et des autres plateformes.
- Connaître les pratiques du Web 2.0 : communication corporate, locale, institutionnelle, de crise ou événementielle.
- Benchmarking de stratégies de communication digitales actuelles.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un état des lieux de la communication digitale avec le SWOT.

## » Définir ses objectifs digitaux au regard de ses cibles

- Identifier les différents publics du Web.
- Déterminer les besoins et attentes de ces publics.
- Définir ses objectifs d'audience précis et réalisables.
- Optimiser les messages en fonction des objectifs.

**Travaux pratiques** Etablir une cartographie des publics et définir des objectifs digitaux en cohérence avec sa stratégie de communication.

## » Choisir le mix des actions les plus pertinentes sur le Web

- Fixer la liste des moyens : parrainage, référencement, e-mailing, jeu concours, réseaux sociaux, buzz marketing...
- Evaluer leurs coûts financiers, humains et organisationnels.
- Elaborer un plan de communication digital : écosystème, tableau de bord...

**Travaux pratiques** Concevoir son plan d'action digital.

## » Piloter et mesurer l'efficacité des actions

- Choisir les bons indicateurs : outil de mesure online, de tracking...
- Suivre la performance dans un tableau de bord efficace.

**Travaux pratiques** Réaliser son tableau bord de suivi et ses périmètres d'évaluation.



Réf :	CDT
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 2-3 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges et retours d'expérience. Apports théoriques, exercices et études de cas.

### » PARTICIPANTS

Directeurs et responsables de la communication, community managers et toutes les personnes impliquées dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Lancer une campagne publicitaire digitale

Cette formation vous permettra d'appréhender l'ensemble des éléments nécessaires au lancement de campagnes publicitaires sur Internet : spécificités, acteurs, plan médias online... Vous apprendrez notamment à cibler vos campagnes, à les piloter avec succès et à collaborer efficacement avec vos partenaires.

## » Définir le rôle du digital dans une stratégie de communication publicitaire

- Définir les objectifs et les attentes d'une campagne digitale.
- Comprendre la complémentarité du "on" et du "off" line.
- Evaluer les atouts des différents leviers e-marketing : display, SEM, affiliation, emailing...
- Connaître les nouvelles opportunités publicitaires liées aux réseaux sociaux et les enjeux du multiplateforme.
- Focus sur le média mobile.

**Echanges** Brainstorming sur les atouts et les limites du display.

## » Connaître les principaux acteurs de la publicité digitale

- Les annonceurs.
- Les agences médias.
- Les éditeurs et les régies.
- Comment bien choisir ses partenaires ?
- Collaborer au quotidien avec ses partenaires.

**Travaux pratiques** Rédiger un brief de communication clair pour un partenaire.

## » Bâtit son plan média digital

- Connaître les étapes incontournables pour la réussite du projet.
- Arbitrer les investissements publicitaires selon ses objectifs chiffrés.
- Le médiaplanning : choisir le support en fonction de l'objectif et du public.

- Focus sur les nouveaux outils d'achats d'espaces : plateformes Ad exchanges et Real Time Bidding.
- Bâtit sa stratégie d'achats : sélectionner les partenaires médias, la durée d'affichage et préparer sa négociation.

**Etude de cas** Elaboration d'un plan média à partir d'un cas réel de campagne publicitaire et de budget prédéfini.

## » Focus sur la création publicitaire

- Les emplacements les plus efficaces et les formats les plus appropriés sur un site.
- La force des histoires : brand content, storytelling...
- Le poids des images et des vidéos.
- Les campagnes sur le Web social.
- Les pré-tests publicitaires.

**Travaux pratiques** Développement de son jugement créatif grâce à l'analyse de campagnes publicitaires digitales.

## » Piloter et suivre une campagne publicitaire digitale

- Piloter les différents leviers de la campagne.
- Mesurer l'impact de la campagne grâce aux post-tests publicitaires.
- Mesurer la réalisation des objectifs : ROI et KPI.
- Suivre et respecter son budget.

**Travaux pratiques** Elaboration du tableau de bord d'une campagne publicitaire digitale.



Réf :	CPD
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 16-17 avril/18-19 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Echanges et retours d'expériences. Apports théoriques, exercices et études de cas.

### » PARTICIPANTS

Responsables communication/marketing, chefs de produit ou de marché, chefs de projet, concepteurs-rédacteurs et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une campagne publicitaire online.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en marketing.

Cette formation, très pratique, est particulièrement recommandée aux personnes néophytes en matière de Web social. Elle permet de découvrir les grands principes et usages du Web collaboratif et de se familiariser avec les outils de gestion et d'administration de plusieurs plateformes sociales.



Réf :	OCI
Durée :	1 jour
Paris	5 déc. 2014 27 mars/22 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Nombreux exercices pratiques visant à se familiariser avec les fonctionnalités et les usages de certains réseaux sociaux.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne désirant se familiariser avec les principaux réseaux sociaux, dans un contexte professionnel ou pour son usage personnel.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Comprendre le Web social et ses enjeux**

- Comprendre la mutation des modes de communication sur le Web.
- Identifier les principaux leviers : réseaux sociaux, blogs, réseaux sociaux propriétaires...
- Découvrir les usages collaboratifs et les plug-ins sociaux.
- Evaluer l'impact de l'e-Réputation sur les entreprises.
- Connaître les bénéfices du Web social.

**Gérer un compte Facebook**

- Créer un profil, un groupe ou une page.
- Découvrir les fonctionnalités les plus utiles de Facebook.
- Customiser sa page avec des onglets et des applications tierces.
- Gérer et analyser ses publications avec l'interface d'administration.

**Travaux pratiques** Créer des pages, ajouter des onglets, installer des applications et gérer des publications.

**Utiliser Twitter**

- Savoir tweeter et connaître les usages de Twitter.
- Créer et personnaliser un profil Twitter.
- Trouver des profils utiles et être identifié.
- Assurer une veille professionnelle.

**Travaux pratiques** Utiliser les principales fonctionnalités de Twitter et des applications tierces pour cibler ses actions : recherche de hashtags, de profils influents...

**Développer ses réseaux professionnels avec LinkedIn et Viadeo**

- Se rendre visible : optimiser et enrichir son profil.
- Construire et gérer son réseau de contacts.
- Développer sa page d'entreprise et des "showcases".
- Créer un groupe de discussion.

**Travaux pratiques** Optimiser les contenus de son profil personnel ou d'entreprise, tester la création de pages d'entreprise.

**Découvrir les autres plateformes collaboratives et leurs fonctionnalités**

- Partage de photos : Flickr, Pinterest, Instagram...
- Partage de vidéos : Youtube, Dailymotion, Vimeo...
- Partage de présentations : Slideshare...
- Géolocalisation : Foursquare...
- Curation : Scoop.IT, Storify, Twylah, Paper.LI...

**Travaux pratiques** Prise en main des fonctions principales de différentes plateformes.

**Optimiser la gestion de sa présence sur les réseaux sociaux**

- Découvrir les plateformes de social media management.
- Créer un tableau de bord de veille et de gestion de profils.

**Démonstration** Démonstration de l'utilisation d'une application de gestion multiprofils.



## Réseaux sociaux, optimiser votre ROI

Les réseaux et les médias sociaux sont devenus des outils incontournables. La question est maintenant de les rentabiliser. Ce stage vous montrera comment mettre en place les stratégies qui vous permettront de renforcer et de mesurer la rentabilité de vos investissements dans ce domaine.



Réf :	SOC
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Construction d'une base d'images et de contenu.

**PARTICIPANTS**  
Responsable communication, Community Manager, toute personne concernée par la communication de son entreprise.

**PREREQUIS**  
Avoir déjà communiqué sur les réseaux et les médias sociaux.

**Le Web 2.0**

- Construire une stratégie Web 2.0.
- Les enjeux du Web 2.0.
- Cerner l'ensemble des leviers de visibilité sur Google : référencement naturel, social et publicité.
- Percevoir les problématiques de ROI liées à ses leviers.
- Créer un site Web générateur d'actions : générer de la conversion.

**Exemple** Les différents points seront étudiés sur l'exemple de sites Internet, de blogs et de comptes sociaux.

**L'identité numérique**

- Conception d'une stratégie identitaire numérique.
- Gérer ses identités pour mieux communiquer et mieux vendre. Identités stratégiques et personal branding.
- Organiser ses identités et automatiser des actions.
- Gestion des mots de passe. Créer une politique de gestion des mots de passe.
- Faire de la veille pour gérer son e-réputation. Avoir un retour qualitatif de son ROI digital.

**Exemple** Comprendre l'intérêt d'une bonne gestion identitaire à travers l'exemple de sites Internet, de blogs et de comptes sociaux.

**La gestion de contenu : cibles, production, organisation**

- Avoir une communication ciblée. Déterminer ses cibles en ligne.
- Concevoir et adapter une stratégie de gestion de contenu propre à ses cibles.

- Créer des contenus de qualité à travers l'Inbound Marketing.
- Enrichir ses contenus grâce à la veille et la curation.
- De l'importance d'une ligne éditoriale.
- S'organiser à travers un media planning et une planification des publications.
- Mesurer l'efficacité d'une bonne stratégie de gestion. Indicateurs de réussite et tableaux de bord.

**Exercices** Simulation d'une activité de gestion de contenus au quotidien. Comprendre l'intérêt de chaque notion.

**La gestion de réseaux sociaux**

- Une stratégie adaptée à la gestion de réseaux sociaux.
- De l'influence à la conversion : les étapes nécessaires pour mettre en place sa stratégie.
- Intégrer les différentes API sur son site web. Informations techniques sur l'intégration.
- Mesurer l'impact de chaque API sur son ROI. Comparer des résultats avant et après l'intégration des modules sociaux.
- Etre un Community Manager efficace et générateur de ROI. Création d'indicateurs et suivi de tableau de bord.
- Passage en revue des outils propriétaires aux réseaux sociaux et des outils transversaux.

**Exemple** Les participants apprendront à mesurer le ROI de chaque ressource issue des médias sociaux.

# Réseaux sociaux, organiser le Community Management



Les médias sociaux sont devenus un espace d'échanges prépondérant entre les marques et leurs clients. Cette formation vous permettra de mieux appréhender ces nouveaux médias. Vous apprendrez à y organiser des communautés autour de votre marque et à y contrôler l'image que vous souhaitez diffuser.

## Etre présent sur les réseaux sociaux

- La mutation des modes de communication.
- La théorie du petit monde : le principe fondateur des réseaux sociaux.
- Du web 1.0 au web 2.0 : recrutement, recherche de services, relations professionnelles...
- Les impacts du web 2.0 sur la marque.
- L'e-Réputation positive et négative.
- Pourquoi les marques sont de plus en plus présentes sur les réseaux sociaux.
- De l'e-Réputation vers le e-Lobbying.

**Travaux pratiques** *Se distinguer sur un média social.*

## Les différents types de réseaux sociaux

- Les grands usages des réseaux sociaux. Le web temps réel.
- Quels bénéfices, quelles finalités et pour quelles applications métiers.
- Les potentiels d'impact.
- Quels réseaux intégrer dans son mix ? Twitter et ses usages, facebook, Youtube, Pinterest, flickr, Viadeo, LinkedIn ...
- La géolocalisation.

**Travaux pratiques** *Comment valoriser votre marque sur les réseaux sociaux.*

## Le Community Management

- Définition et rôles.
- Chartes des médias sociaux : relations publiques et médias sociaux.
- La lutte contre la fraude aux commentaires de la DGCCRF.
- Rappel des codes de conduite et clauses de confidentialité.
- Définir et communiquer les règles de comportement de la communauté.
- Veiller au respect de la charte pour maintenir l'objectif et la cohésion de la communauté.
- Identifier les obstacles et les opportunités.
- Aller plus loin dans l'innovation grâce à un environnement en constante évolution.

**Travaux pratiques** *Identifier les obstacles à une bonne implantation. Analyse d'exemples de charte.*

## Réussir sa stratégie social média

- Méthodologie pour définir sa stratégie. Quatre profils d'engagement.
- Evaluer avec le SWOT.
- Exemples de stratégie.
- Identifier ses leviers : stratégie de sélection, puissance du "earned media".
- Impact sur l'organisation : les nouveaux rôles.
- Vers un manager 2.0 de l'entreprise.

**Travaux pratiques** *Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux.*

## Stratégie d'influence

- Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanal.
- De la communication à la conversation. Le risque d'info-bésité.
- Solliciter et associer les clients.
- Les leviers du web 2.0.

- Les outils du Community Manager : être proactif grâce à la veille, industrialiser son organisation...

- Quelle place pour le blog d'entreprise ?

**Travaux pratiques** *Définir une stratégie web sociale.*

## Aller plus loin dans l'engagement

- Des approches complémentaires et innovantes : QR codes, Facebook Ads, Facebook Reach generator, LinkedIn Ads ...
- Le réseau social propriétaire.
- Quelle place pour le blog ?
- La géolocalisation, les offres spéciales, les concours, les jeux...
- Sortir du cadre des réseaux sociaux en fédérant ses 'Ambassadeurs' par des événements off-line.
- Valoriser, fidéliser. Dépasser le cadre des réseaux sociaux.

**Travaux pratiques** *Décliner des opérations engageantes et adaptées.*

## Le Content Management

- Le fond et la forme. Savoir raconter une histoire.
- Diffuser des contenus spécifiques et adaptés à chaque média.
- Rédiger sur les réseaux sociaux. Etre attentif à son contenu sur la durée. Connaître son auditoire et ses attentes.
- Prendre la parole au nom de l'entreprise.
- L'organisation et la diffusion des contenus. Savoir Twitter.
- Savoir modérer. Engager la conversation et répondre. Anticiper et surprendre.
- Contrôler et optimiser son référencement.

**Travaux pratiques** *Définir une ligne éditoriale pour chaque support.*

## Gérer une situation de crise

- Identifier les différentes typologies de crise.
- Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par internet.
- Les mouvements contestataires.
- Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation.
- Comment Internet et les réseaux sociaux peuvent contribuer à mieux gérer une crise.
- Préparer et former son organisation.

## Evaluer le ROI et la performance de ses actions

- Return on Investment (ROI) vs Return on Attention (ROA).
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs.
- Les outils d'observation gratuits.
- Les solutions professionnelles de veille et de mesure d'engagement.

**Travaux pratiques** *Créer un tableau de bord de veille gratuit à l'aide de fils RSS.*

## Comment créer ses communautés ?

- Procédures détaillées de présence sur les médias.
- Facebook : page/groupe/places.
- LinkedIn : profil entreprise/groupe.
- Définir les indicateurs spécifiques à certains réseaux sociaux (Twitter, Youtube, Flickr...).



Réf :	CMA
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 9-11 fév./20-22 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Groupe 1	15-17 déc. 2014 2-4 mars/1-3 juin 2015
Groupe 2	9-11 mars/1-3 juin 2015
Groupe 3	1-3 déc. 2014 2-4 mars/29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Exercices pratiques et mises en situation, échanges entre participants, mise en commun d'expériences.

## PARTICIPANTS

Chef de projet marketing, web marketeur, chef de projet web, entrepreneur, responsable marketing-communication-digital-RH.

## PREREQUIS

Connaissance des fondamentaux média et marketing-communication. Pratique de la communication internet.

## pour aller plus loin

- e-Réputation : enjeux, contrôle et valorisation p. 440
- Conception éditoriale de sites Web p. 442

La mise en place d'un réseau social au sein de l'entreprise ne s'improvise pas. Elle nécessite des efforts d'accompagnement importants. Cette formation vous permettra de comprendre les enjeux d'un réseau social d'entreprise et les utilisations possibles. Elle vous montrera comment l'animer avec efficacité.



Réf :	VRS
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./16-17 déc. 2014 2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices de réflexion et de mise en situation, échanges et retours d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Managers d'équipes, responsables RH, responsables communication et toute personne en charge d'un projet de réseau social interne à l'entreprise.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance nécessaire.

**» Maîtriser les notions de base du Web collaboratif**

- Les évolutions du Web 1.0 au Web collaboratif.
- La théorie de Milgram comme fondement des réseaux sociaux.
- Réseau social et réseau social d'entreprise : de nouveaux modes de communication similaires.
- Optimiser son profil pour améliorer sa visibilité.

**Travaux pratiques** Exercice d'application de la théorie de Milgram dans l'utilisation du réseau social d'entreprise.

**» Pourquoi mettre en place un réseau social d'entreprise**

- Les enjeux et les différents objectifs d'un réseau social d'entreprise.
- Les spécificités et les apports d'un réseau social d'entreprise.
- Les outils de communication proposés dans un réseau social d'entreprise.
- La matrice des solutions de réseaux sociaux d'entreprise.

**Réflexion collective** Réflexion et échanges sur les usages possibles au sein de son entreprise.

**» Comprendre les règles de communication d'un réseau social d'entreprise**

- Les nouvelles règles de communication au sein de l'entreprise.
- Les impacts sur l'organisation.
- Les impacts sur le management.
- Le nouveau rôle du manager.

**Exercices** Identification des risques et opportunités d'un réseau social d'entreprise.

**» Maîtriser les usages d'un réseau social d'entreprise**

- Les modèles : communication, collaboration, social CRM, Knowledge Management...
- Les apports : valorisation des talents, conduite du changement, concertation, partages d'expériences...
- Les différents types de communautés possibles au sein de son réseau social d'entreprise.
- Optimiser les échanges et générer du trafic vers sa communauté.

**Exercices** Déclinaison des différents modèles d'usages pour son entreprise et au sein de son propre service.

**» Animer son réseau social d'entreprise**

- Gouvernance et charte d'utilisation.
- Les règles essentielles du Community Management et les bonnes pratiques. Les erreurs à éviter.
- Les réponses aux objections à l'utilisation du réseau social d'entreprise.
- Les leviers pour motiver l'adhésion et la participation.

**Exercices** Elaboration d'un plan de communication pour favoriser l'adhésion et la participation au projet.



La montée en puissance des réseaux sociaux et l'évolution des tendances participatives sur internet créent de nouveaux enjeux sur l'e-réputation des entreprises. Vous apprendrez durant ce stage à y bâtir une stratégie de présence, d'influence et de veille, et à en évaluer l'impact en retour.



Réf :	ERE
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 19-20 fév./29-30 avril 2015 11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices pratiques (individuels et collectifs), échanges entre participants, mise en commun d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Web-marketeur, chargé de communication, chef de produit, chef de marché, chef de marque, chef de projet marketing, responsable marketing, communication-digital, entrepreneur.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base en marketing.  
>> Testez vos connaissances : www.orsys.fr

**» Pourquoi chercher à valoriser son e-réputation ?**

- Définition de l'e-réputation.
- Les sources d'influence.
- L'avènement du consommateur acteur.
- Les impacts sur la marque.

**Exercices** Première approche du principe de veille et de mesure de l'e-réputation de votre entreprise, à l'aide d'une grille d'évaluation et de l'analyse des pages de Google.

**» Un nouveau mode de communication**

- Les grands usages des réseaux sociaux.
- Pour quelles applications métiers ?
- Exemples d'audiences et d'impacts.
- Les implications pour les modèles B2B.

**Exercices** Identification des applications métiers de votre entreprise pouvant être valorisées sur les réseaux sociaux.

**» Le besoin d'une démarche collaborative**

- Le nouveau visage du marketing en ligne : de la communication à la conversation.
- Le nouvel enjeu : l'"attention marketing".
- Humaniser la relation, s'engager et valoriser les "ambassadeurs".

**Exercices** Identification et classement par ordre d'importance des obstacles à la réussite d'une stratégie de valorisation de l'e-réputation et de positionnement sur les réseaux sociaux.

**» S'engager réellement pour se différencier**

- Au-delà des réseaux sociaux grand public.

- Aller plus loin dans l'engagement.
- La tentation du buzz.

**Exercices** Identification des opérations engageantes liées à votre entreprise en précisant leurs avantages et leurs difficultés de mise en œuvre.

**» Organiser sa veille de e-réputation**

- Définir son périmètre de veille.
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs.
- Les outils de veille.

**Exercices** Pratique de différents outils de veille et utilisation de requêtes complexes pour affiner sa veille.

**» Gérer son e-réputation**

- Impacts sur l'organisation et les rôles.
- Codes et usages de la communication sur les réseaux sociaux.
- Savoir gérer la crise.

**Exercices** Pratique d'un outil de Community Management.

**» Méthodologie et organisation**

- Les étapes de mise en place d'une stratégie de valorisation de l'e-réputation.
- L'importance des contenus.

**Exercices** Elaboration d'une stratégie de présence sur les réseaux sociaux intégrant objectif de communication, identification des réseaux adaptés et ligne éditoriale retenue.

Cette formation vous montrera toutes les utilisations possibles de Facebook pour la communication d'entreprise. Elle vous apprendra notamment à fixer des objectifs en matière de communication, définir une ligne éditoriale, gérer vos contenus et optimiser votre organisation pour animer votre communauté.

## » Facebook : quels enjeux pour votre communication d'entreprise ?

- Le potentiel de Facebook et ses impacts sur votre communication d'entreprise.
- Principes de fonctionnement : oost, Like, partage, événements, commentaires, jeux, sondages...
- Choisir son modèle : profil, groupe ou page.
- L'Open Social Graph : principe, enjeux et applications.

**Exercices** Benchmarking : l'utilisation de Facebook par vos concurrents.

## » Créer et enrichir sa page Facebook

- Créer et personnaliser votre page.
- Ajouter des onglets et des applications.
- Maîtriser l'interface d'administration.
- Gérer ses publications via Facebook et via des applications tierces.

**Travaux pratiques** Création et personnalisation d'une page, ajout d'onglets, programmation de publications.

## » Définir sa stratégie de communication sur Facebook

- Intégrer Facebook dans sa stratégie Social Media.
- Définir ses objectifs : relation client, prospection, marque-employeur, ventes...
- Identifier les processus et les métiers impactés en interne.
- Définir ses KPI, analyser les résultats (ROI, ROE, ROA).

**Exercices** Elaboration de stratégies de présence sur Facebook.

## » Le Community Management : gérer votre communauté

- Connaître le rôle et les responsabilités du Community Manager.
- Quelles chartes adopter pour prévenir les risques de débordement ?
- Comprendre et anticiper les impacts organisationnels.

**Exercices** Rédaction d'une checklist pour la mise en place d'un Community Management efficace.

## » Le Content Management : gérer vos contenus

- Les règles d'or et les bons usages sur Facebook.
- La valeur ajoutée de ses publications : approche éditoriale.
- Optimiser la visibilité de ses publications : approche opérationnelle.
- Les campagnes publicitaires sur Facebook : Facebook Ads.

**Exercices** Définir sa ligne éditoriale et identifier des actions de visibilité adaptées.

## » Modération et gestion de crise

- La modération au quotidien et la réaction aux critiques.
- La veille sur Facebook : périmètre et outils.
- La tentation du Buzz.
- Savoir gérer une crise.

**Exercices** Présentation et tests d'outils de veille.



Réf :	FAB
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 2-3 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices pratiques, mises en situation, utilisation d'outils Web, échanges et partages d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Responsables marketing, communication, RH ou relations clients. Assistants marketing et communication. Community Manager et toute personne chargée de gérer une page Facebook d'entreprise.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Communiquer avec Twitter

Cette formation très pratique vous permettra de découvrir les utilisations possibles de Twitter pour votre communication d'entreprise. Vous verrez comment bâtir une stratégie, fixer et atteindre vos objectifs, définir une ligne éditoriale et optimiser votre organisation pour tweeter avec succès.

## » Comprendre le phénomène Twitter

- L'évolution des usages de communication sur internet.
- Les spécificités de Twitter.
- Le potentiel de Twitter et ses impacts sur votre communication d'entreprise.

## » Savoir tweeter

- Le vocabulaire de Twitter : followers, hashtags...
- La composition d'un tweet : format, symboles, raccourcis...
- Les différents types de messages : tweets, retweets...
- Les principales fonctionnalités de Twitter.

**Exercices** Exercices de rédaction et de réponses à des tweets.

## » Définir sa stratégie

- Intégrer Twitter dans sa stratégie social-media : communication globale, locale et hyper-locale...
- Déterminer ses objectifs : veille, relation client, prospection, réseau...
- Identifier les processus et métiers impactés en interne.
- Définir sa stratégie : méthodologie et mise en œuvre.
- Définir ses KPI, analyser les résultats, mesurer le ROI.
- S'engager dans la démarche et être réactif.

**Travaux pratiques** Benchmarking de la concurrence, élaboration d'une stratégie de présence sur Twitter.

## » Le Community Management

- Connaître le rôle et les responsabilités du Community Manager.

- Elaborer une charte d'utilisation et de déontologie.
- Personnaliser son profil Twitter.
- Comprendre et anticiper les impacts organisationnels.

**Exercices** Personnalisation d'un profil Twitter.

## » Le Content Management

- Les règles d'or et les bons usages de Twitter.
- La valeur ajoutée de ses tweets : approche éditoriale.
- L'aspect juridique d'un tweet.
- L'optimisation de la diffusion de ses tweets.
- La modération au quotidien et la gestion de crise.

**Travaux pratiques** Recherche de hashtags, création et programmation de tweets.

## » Etendre son influence et sa visibilité

- Rechercher des profils utiles ou influents.
- Générer du trafic grâce à Twitter.
- Augmenter la visibilité de ses tweets : tweets sponsorisés...
- Organiser un LiveTweet pour animer un événement.

**Travaux pratiques** Analyse de ses followers et de ses statistiques. Identification de twitters influents.

## » Assurer une veille efficace

- Organiser ses flux de veille, paramétrer ses alertes.
- Les fonctions de recherche avancées.
- Benchmarking d'applications utiles.

**Travaux pratiques** Création de flux de veille sur Twitter et Hootsuite.



Réf :	TWI
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 9-10 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices pratiques, mises en situation, utilisations d'outils web, échanges et partages d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Responsable marketing, communication, RH ou relations client. Assistant marketing et communication. Community Manager et toute personne chargée de gérer un compte Twitter professionnel.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage vous apprendra les étapes principales pour concevoir une charte éditoriale. Vous appliquerez les règles d'écriture adaptées aux sites internet, tiendrez compte des contraintes visuelles et des impératifs liés à la mobilité. Vous apprendrez également à définir vos propres processus éditoriaux.

**Exercices pratiques**

**diff**

---

Réf : CES

Durée : 2 jours

Paris 3-4 déc. 2014  
2-3 mars/4-5 juin 2015

Prix : 1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Chargé de communication, rédacteur Web ou toute personne amenée à prendre en charge la conception ou la refonte d'un site à dominante éditoriale ou à participer à l'élaboration de ses contenus.

**» PREREQUIS**

Expérience en rédaction (papier ou Web).

**» Panorama des différents sites orientés contenus**

- Optimiser le contenu afin de mieux toucher ses cibles.
- Décryptage de ce qui fonctionne et ne fonctionne pas.
- Pertinence du discours. Attentes des publics.

**Travaux pratiques** Analyse des forces et faiblesses de sites représentatifs. Travail sur des cas pratiques.

**» Rédiger votre charte éditoriale**

- Le lien avec la stratégie de l'entreprise.
- Les fondations : objectifs, cibles et moyens.
- Concevoir une charte éditoriale. Plan type.
- Qui parle ? A qui ? De quoi ? Comment ?

**Travaux pratiques** Définir un ton et un traitement au sein de sa charte.

**» Typologie des contenus et des formats**

- Comprendre le rôle des différents niveaux de contenus.
- Présentation des différents genres éditoriaux : brève, article, interview, dossier, revue de presse...
- Présentation des différents formats : titre, sous-titre, intertitre, chapeau, légende...

**Travaux pratiques** Identifier les différents formats dans plusieurs sites Web.

**» Les processus éditoriaux**

- Définir ses processus éditoriaux : contribution et animation sur un site orienté contenus.
- Les différents rôles au sein de l'équipe de rédaction (le rédacteur, le correcteur...).

**» Le champ lexical**

- Comprendre l'importance de la bonne utilisation du champ lexical.
- Comment le développer pour votre contenu Web ?

**Travaux pratiques** Elaborer son champ lexical. Concevoir votre charte éditoriale.

**» Les spécificités de la lecture sur le Web**

- Contraintes ergonomiques : lisibilité, lecture à l'écran, parcours de l'œil sur l'écran.
- Où placer l'information sur un écran ?

**Travaux pratiques** Améliorations en termes de lisibilité et d'ergonomie.

**» Les règles d'écriture sur le Web**

- La pyramide inversée.
- La règle des "5 W" ou comment dégager le message essentiel du sujet à évoquer ?
- La règle des "4 C" (Crédibilité, Clarté, Concision, Cohérence).

**Travaux pratiques** Exercices de rédaction.

**» Concevoir la version mobile de son site**

- Les contraintes des différents terminaux (résolution, navigateurs...).
- Les impacts sur la conception éditoriale.
- Les impacts sur l'ergonomie.
- Les outils clés pour construire un wireframe mobile.

**Travaux pratiques** Comment construire la version mobile de son site Web ?

## Rédiger pour le Web

Cette formation vous présentera les spécificités de l'écriture pour le Web. Elle vous montrera comment rédiger, adapter, enrichir et optimiser les contenus en vue de faciliter la lecture et de fidéliser les visiteurs du site.

**Exercices pratiques**

**diff**

**Best**

---

Réf : CCW

Durée : 2 jours

Paris 6-7 oct./15-16 déc. 2014  
5-6 fév./2-3 avril 2015

Groupe 1 6-7 nov. 2014  
26-27 mars/25-26 juin 2015

Groupe 2 13-14 nov. 2014  
19-20 mars/18-19 juin 2015

Groupe 3 20-21 nov. 2014  
12-13 mars/11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» EXERCICES**

Réflexions collectives, exercices de rédaction et de réécriture de contenus.

**» PARTICIPANTS**

Rédacteurs, chargés de communication Web ou toute autre personne chargée de rédiger des contenus pour le Web.

**» PREREQUIS**

Bonnes connaissances rédactionnelles du français. Etre à l'aise avec Internet.

**» Les spécificités de l'écriture pour le web**

- Ecrire pour communiquer : communication produit, BtoB, institutionnelle, de crise...
- Tenir compte des spécificités du média Web.
- Ecrire pour être lu : proposer un contenu à valeur ajoutée.
- Ecrire pour être vu : le référencement.

**Exercices** Echanges et partages d'expériences.

**» Organiser l'information et le contenu**

- Connaître et comprendre le lecteur : la lecture en "F", la lecture zapping...
- Définir une stratégie éditoriale : objectifs, angles, arborescence...
- Fidéliser son lectorat.
- Travailler l'ergonomie : homepage, niveaux de navigation, raccourcis, liens...
- Etre lisible : clarté, efficacité, accessibilité, convivialité...

**Travaux pratiques** Ebauche d'une charte éditoriale.

**» Rédiger des contenus pour le Web**

- Informer : la règle des 5W, les différents types de plans...
- Adapter son style au web : syntaxe, vocabulaire, longueur des textes...
- Trouver l'information pour alimenter son site : RSS, agrégateurs et syndication...
- Se conformer à la législation du Web : droit et jurisprudence de l'écriture Web.

**Travaux pratiques** Ecritures d'articles pour un site Web

**» Adapter et enrichir les contenus Web**

- Le Rich Media : enrichir son texte avec des visuels, des vidéos, du son.
- Utiliser des liens : liens internes, liens externes.
- Scénariser son contenu : découpage et progression.

**Travaux pratiques** Adaptation et enrichissement de textes.

**» Le Copywriting**

- Rendre attractif les titres, sous-titres, intertitres et chapôs.
- Connaître et appliquer les règles typographiques liées au Web.
- Vérifier la ponctuation.

**Exercices** Correction et amélioration de textes.

**» Optimiser ses contenus**

- Améliorer son référencement.
- Utiliser un générateur de mots clés.
- Optimiser sa visibilité côté technique : code et balises html.

En deux jours, maîtrisez toutes les clés pour créer et animer votre blog professionnel. Décodez les usages de la blogosphère pour mieux définir votre stratégie blog. Intégrez toutes les composantes de la création et de l'animation d'un blog d'entreprise ou de marque : aspects juridiques, ligne éditoriale...

## » Comprendre les blogs

- Panorama de l'univers blog : les blogs professionnels, les blogs d'entreprises...
- Les spécificités du support blog et l'étendue de ses possibilités.
- Les composantes et outils associés au blogging : modes et solutions de publication.
- Codes et usages de la blogosphère : valeurs et leçons à retenir...
- La notion de communauté sur internet : le community management.

**Exercices** Analyse de différents blogs professionnels.

## » Créer un blog professionnel

- Définir la stratégie éditoriale de votre blog.
- Savoir-faire et bonnes pratiques : positionnement, ligne et gestion éditoriale, structure du contenu...
- Organiser votre contenu pour le lancement.
- La logique participative et collective : les blogs multi-auteurs, les contributions externes...
- Le cadre juridique du blog : règles internes, autorégulation, contraintes légales.

**Travaux pratiques** Conception d'un blog. Définition de la ligne éditoriale et des catégories.

Ouverture d'un compte et mise en forme du blog.

## » Animer un blog d'entreprise

- Générer du trafic : quelles actions mettre en place pour l'augmenter ? Comment le mesurer ?
- Optimiser le référencement naturel : connaître le fonctionnement des moteurs de recherche et optimiser ses posts.
- Organiser la veille : savoir ce qui se dit sur votre blog, veille concurrentielle...
- Conseils et pratiques de gestion de crise.

**Travaux pratiques** Identification et intégration de tags et mots-clés dans une note.

## » Rédiger un billet efficace

- Principes de rédaction de billets.
- Les contraintes de lisibilité écran, le format du blog...
- Comment donner envie à vos lecteurs de commenter vos billets ?

**Travaux pratiques** Rédaction et mise en ligne de billets.



Réf :	BLO
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 19-20 fév./2-3 avril 2015 4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Etudes de cas. Travaux pratiques d'écriture et mise en ligne de billets. Chaque participant crée et publie un blog durant la formation.

## » PARTICIPANTS

Responsable ou chargé de communication. Blogmaster ou webmaster éditorial. Rédacteur. Tout collaborateur de services. Fonctionnels ou opérationnels amenés à créer ou animer un blog.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'Internet.

# Concevoir des campagnes e-mailing et des newsletters

Cette formation vous permettra de maîtriser la conception, la mise en œuvre et le suivi des différentes étapes nécessaires pour le lancement et la réalisation d'une campagne e-mailing et d'une newsletter.

## » Elaborer son projet

- Analyse de la politique marketing et communication web de l'entreprise : analyse de l'existant et de la stratégie.
- Prise en compte des composantes du mix marketing : politique produits / services / distribution / prix, promotion...
- Définition des objectifs et cibles de la newsletter ou de la campagne e-mailing.
- Réalisation du cahier des charges finalisé : composantes de communication, techniques et budgétaires.

**Exercices** Initialisation du projet ou état des lieux du projet de chaque participant.

## » Concevoir sa campagne de e-mailing ou sa newsletter

- Spécificités des médias Web : lecture, interactivité, liens hypertextes...
- Organisation et gestion des contenus : comité de rédaction, gestion des ressources, relais d'informations...
- Définition de la ligne éditoriale : charte graphique, contraintes, choix rédactionnels, iconographiques et multimédias.
- Définition, hiérarchie et personnalisation des messages.
- Rédaction : principes généraux, calibrage, relecture, validation.
- Mentions légales à intégrer aux contenus.

**Exercices** Etude de newsletters et campagnes e-mailing existantes et analyse des bonnes pratiques.

## » Diffuser sa newsletter et ses emails

- Collecter des adresses : location et achats de fichiers, jeux-concours, abonnements...
- Rôle des médias sociaux dans le recueil et la capture d'adresses électroniques.
- Règles pour la collecte des adresses : actualisation et mise à jour de la base d'adresses.
- Diffusion de la newsletter et des emails : mise en ligne, envoi et archivage.
- Acteurs du marchés : routeurs, agences, outils
- Bonnes pratiques de diffusion : planning, rythme, relance...

**Exercices** Selon les participants, réalisation du projet de la newsletter n°0 ou finalisation du brief de la campagne pour une réalisation ultérieure ou externalisée.

## » Evaluer et optimiser sa campagne

- Etude de l'impact : suivi des taux d'ouverture, lecture, clics et mesure de la délivrabilité des emails.
- Optimisation et mise à jour : ajustement des contenus et de la maquette en fonction des retours.
- Nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...



Réf :	NEW
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 23-24 fév./7-8 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exercices basés sur l'étude d'emails et de newsletters existantes et sur la conception d'un projet concret des participants.

## » PARTICIPANTS

Responsables et chargés de communication, responsables marketing, community managers et rédacteurs web.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Ce stage, très pratique, vous montrera comment intégrer la dimension "référencement" dès la création de vos contenus pour le Web. Vous apprendrez à rédiger et à optimiser des textes déjà existants pour améliorer leur référencement naturel et leur visibilité et contribuerez ainsi à augmenter le trafic sur votre site.



Réf :	RFN
Durée :	1 jour
Paris :	28 nov. 2014 20 mars/19 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Echanges et retours d'expérience. Apports théoriques et exercices pratiques de rédaction et d'optimisation de textes pour le Web.

## PARTICIPANTS

Rédacteurs, chargés de communication Web ou toute autre personne chargée de rédiger des contenus pour des sites Web professionnels.

## PREREQUIS

Bonnes connaissances rédactionnelles du français. Connaissances de base de l'utilisation d'Internet.

### »» Appréhender les notions de visibilité et de trafic sur un site Web

- Comprendre le fonctionnement des outils de recherche : moteurs et annuaires.
- Identifier le comportement des internautes lors de leurs recherches d'information.
- Maîtriser les piliers du référencement naturel : liens hypertextes et écriture spécifique au Web...
- Connaître le cadre légal du référencement.

**Echanges** *Réflexion collective et échanges sur les éléments surpondérés par les moteurs de recherche.*

### »» Etre attractif pour les moteurs de recherche et pour l'internaute

- Comprendre le concept de la "longue traîne".
- Déterminer un territoire éditorial : choisir ses mots clés, une méthodologie et des outils...
- Hiérarchiser ses écrits Web : le message essentiel, la pyramide inversée, la mise en forme...
- Optimiser sa rédaction : communiquer avec un message clair.

**Travaux pratiques** *Exercices de rédaction de textes pour un site Internet.*

### »» Miser sur les micro-contenus

- Capturer l'attention dès la recherche : optimiser les métadéscriptions et les URL.
- Mettre du poids dans les titres : "title" et balises "H1".
- Traduire ses images et ses vidéos en contenu : noms de fichier, balises et textes.

- Travailler le maillage interne et le texte des liens pour jouer sur les rebonds.
- Connaître les mauvaises pratiques et les bannir de ses habitudes.

• Focus : les optimisations spécifiques pour Google.  
**Travaux pratiques** *Optimiser des textes existants pour le référencement. Rédiger une check-list pour le référencement naturel.*

### »» Intégrer le référencement dans sa stratégie éditoriale digitale

- Viser la complémentarité des contenus éditoriaux Web.
- Utiliser la caisse de résonance du Web 2.0 : Twitter, Facebook, Google+, commentaires des internautes...
- Susciter des liens externes.

**Echanges** *Réflexion collective et échanges sur l'intégration du référencement dans la production éditoriale digitale.*

Ce stage vous montrera comment intégrer Google AdWords dans votre démarche e-marketing afin de générer du trafic sur votre site Web. Vous apprendrez à créer une campagne, à la paramétrer en fonction de vos besoins, à définir les mots-clés et le budget associés de manière optimale.



Réf :	GAW
Durée :	1 jour
Paris :	17 nov. 2014 9 fév./27 avril 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## PARTICIPANTS

Commerciaux et responsables marketing ou toute personne liée à la promotion d'un site Web avec une campagne payante sur Internet.

## PREREQUIS

Connaissances de base des sites Web.

### »» Etat des lieux

- Le marché du Web.
- La publicité payante sur Internet.
- Les pratiques en termes de publicité sur le Web.
- Faire la promotion de son entreprise sur Google.

### »» L'outil Google AdWords

- Les différentes liaisons entre outils Google et Google AdWords : Google AdWords versus Google Analytics et AdSense.
- Les outils concurrents.
- Concilier une campagne AdWords avec son référencement naturel (SEO).

**Travaux pratiques** *Analyse et échange autour de différentes campagnes publicitaires existantes.*

### »» Préparer sa campagne

- Définir sa campagne en fonction de ses besoins.
- Une ou plusieurs campagnes ?
- Quel périmètre d'action pour une campagne ?
- Trouver des mots-clés en rapport avec son activité...
- Définition d'un budget et pratique des enchères. La notion de Coût Par Clic (CPC).
- Ecrire ses annonces, les associer aux mots-clés les plus pertinents.
- Planifier sa campagne.

**Travaux pratiques** *Identifier ses besoins, ses mots-clés pour établir une campagne publicitaire.*

### »» Exploitation de l'outil

- Présentation de l'outil et de ses possibilités.
- Création et exploitation d'un compte. La structure d'un compte AdWords.
- Les options de ciblage (géographique...) pour toucher le bon public, au bon moment et au bon endroit.
- Paramétrages d'une campagne.
- Utiliser efficacement le réseau Display.
- Maîtriser les campagnes de Remarketing Google.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'outil. Analyse des différentes étapes de la conception d'une campagne AdWords.*

### »» Optimiser ses campagnes

- Améliorer son Quality Score pour optimiser le positionnement de ses annonces.
- Les différents rapports disponibles pour analyser en profondeur les performances des campagnes.
- Exploiter des rapports avec Google Analytics.
- Mise en place de Landing page pour Google Adwords.
- Intégrer sa campagne dans une démarche e-marketing globale.

**Travaux pratiques** *Analyse de différents rapports. Etude de différentes démarches e-marketing sur Internet. Utiliser les landing pages.*

Ce stage vous montrera comment utiliser avec efficacité Google Analytics pour mesurer l'audience de votre site Web et produire un reporting de qualité. Vous apprendrez également à mieux qualifier votre ciblage clientèle, ainsi que vos besoins en termes d'investissements techniques pour l'exploitation de votre site Web.

## » Rappel des fondamentaux du web

- Comment fonctionne un moteur de recherche.
- Les différents moteurs de recherche.
- Le référencement naturel (SEO) et payant.
- Pourquoi faire du suivi de statistiques.

**Travaux pratiques** *Réflexion autour de différents acteurs du Web.*

## » La terminologie essentielle

- Page vue, visite, visiteur.
- Les " Referrer ", les pages par lesquelles les internautes sont arrivés sur votre site.
- Sources de trafic.
- Rebond et taux de rebond.
- Fidélisation, acquisition, fréquence, récurrence.

## » L'outil Google Analytics

- Google Analytics dans la sphère Google.
- Installation de Google Analytics.
- Le tableau de bord.
- Les différents types de mesure.
- Les alertes.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'outil. Analyse de différents tableaux de bords.*

## » Savoir lire et exploiter les différents rapports

- Les visiteurs (synthèse géographique, nouveaux vs connus, tendances, fidélité, matériels/logiciels utilisé...).
- Les sources de trafic (provenance, impact, mots-clés, campagne, SEO...).
- Analyse du contenu (pages les plus consultées, détail des pages par titre et par URL, principales pages de destinations et de sorties, ...).
- Les objectifs (conversions, valeur d'un objectif...).
- Création de rapports.
- Personnalisation de rapports.

**Travaux pratiques** *Etudes de différents types de rapports et contenu.*

## » Exploiter Google Analytics par rapport à ses besoins

- Maintenance technique de son site.
- Analyse e-marketing.
- Gestion e-commerce.

**Travaux pratiques** *Exercice d'exploitation des données Google Analytics.*



Réf :	LYT
Durée :	2 jours
Paris	5-6 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 380 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Commerciaux et responsables marketing, ou toute personne concernée par la promotion d'un site Web.

### » PREREQUIS

Connaissances de base des sites Web.

# Design d'un site Web comment faire un site attractif et efficace

Ce stage vous apprendra à concevoir un site attractif et efficace répondant à la stratégie de votre entreprise. Il vous montrera les points à prendre en compte : positionnement, design, ergonomie, accessibilité, écriture, gestion du contenu, organisation, techniques d'animation, syndication et conduite de projets.

## » Positionnement du site Web

- Impacts de la stratégie de l'entreprise sur la conception.
- Analyse selon le type de site et l'objectif.
- Forces et faiblesses de l'environnement dans la conception (SWOT).
- Quel positionnement pour atteindre sa cible ?

**Travaux pratiques** *Positionner un site exemple.*

## » Règles de conception et usabilité

- Comportement des utilisateurs. Définition de l'usability. Règles de base de l'ossature du site.
- Standards et contraintes des terminaux Web. Tests de conception. Adaptation du design aux terminaux mobiles.
- Impact du design sur les choix Flash, HTML5, Web 2.0...

**Travaux pratiques** *Définir une mise en forme adaptée à un site et écrire des textes orientés Web.*

## » Accessibilité

- Législation. Référentiels d'accessibilité. Le W3C, le WCAG, BrailleNet...
- L'accessibilité et le développement HTML et CSS.

**Travaux pratiques** *Création d'une page valide et accessible. Correction des erreurs d'accessibilité. Tests sur les sites existants.*

## » Décliner sa marque au site Web

- Lier le design Web, la stratégie et la communication.
- Valoriser une marque. Brief et stratégie créative. Charte graphique.

**Travaux pratiques** *Définir une charte graphique et utiliser un outil de maquettage fonctionnel.*

## » Conception et gestion de contenu

- Création de rubriques : la méthode Mind Mapping.
- Organisation du contenu, publication. Outillage.
- Gérer un contenu collaboratif. Droits d'auteur. Référencement.

**Travaux pratiques** *Utiliser un logiciel de publication Web et découvrir des sites légaux.*

## » Techniques d'animation

- Concevoir un site Web 2.0 : animation, ergonomie...
- Jeux-concours, quiz, blogs, couponing, forums, mail...
- Comment faire un bon référencement ? Adaptation du design aux réseaux sociaux.

**Travaux pratiques** *Découvrir les techniques d'animation de différents sites.*

## » Analyse de trafic

- Suivi et analyse de trafic. Analyse de référencement et positionnement. Techniques pour accroître le trafic.

**Travaux pratiques** *Création, analyse et positionnement de référencement. Analyse statistique et approches des SEO.*

## » Suivi de projet Web

- Audit juridique du site : les risques. Conduite de projet : maquettage, développement...



Réf :	ITF
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./13-14 nov. 2014 11-12 déc. 2014 15-16 janv./19-20 fév.2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 12-13 fév./5-6 mai 2015
Groupe 2	30-31 oct./18-19 déc. 2014 5-6 fév./23-24 avril 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Développeurs de sites Web, Web designers, acteurs du marketing ou de l'informatique.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Réaliser un site Web, pour non-informaticiens

Les sites Web sont omniprésents, voire incontournables, dans le paysage informatique professionnel et associatif. Ce stage vous montrera comment créer un site Web avec un outillage adapté à des non-informaticiens, l'installer et le mettre en ligne.



Réf :	NIW
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./17-19 nov. 2014 8-10 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	1-3 déc. 2014 7-9 avril/22-24 juin 2015
Groupe 2	8-10 déc. 2014 27-29 avril 2015
Groupe 3	15-17 déc. 2014 16-18 mars/15-17 juin 2015
Prix :	1 410 € HT (prix 2014)
Groupe, prix et dates 2015 voir p. 545	

## EXERCICES

Les exercices sont basés sur la construction d'un mini site Web. Les participants apprendront à concevoir, réaliser et installer leur site sur un serveur réel.

## PARTICIPANTS

Toute personne désirant réaliser un site Web avec les technologies actuelles ou souhaitant disposer d'une culture Web concrète.

## PREREQUIS

Avoir une bonne connaissance de l'utilisation de son ordinateur. Savoir naviguer sur Internet et traiter des e-mails.

## pour aller plus loin

- Design d'un site Web p. 445
- Conception éditoriale de sites Web p. 442

### Le panorama d'un site Web

- Qu'est-ce qu'un site Web ?
- Les différents types de site (forum, blog, achats en ligne, espace collaboratif).
- Le contenu d'un site Web (textes, formulaires, tableaux, menus, liens hypertextes...).
- Les contenus multimédias : images, vidéo, audio, animations Flash.
- Exemples de pages HTML basiques et de navigation.
- Les pages HTML statiques et les pages dynamiques.
- Le rôle du navigateur (Internet Explorer, Firefox).
- Quel est le rôle du serveur Web ?

**Travaux pratiques** Repérer les différents navigateurs sur son PC, rechercher des adresses IP ou des noms de domaines.

### Le dialogue entre le client et le serveur

- La notion de protocole.
- Le protocole HTTP.
- Déposer des fichiers sur un serveur distant avec FTP.
- Mettre à jour un fichier avec FTP.

### L'hébergement et le nom de domaine

- Hébergement mutualisé vs dédié.
- Choisir le nom de domaine.
- Comment louer le nom de domaine.
- L'hébergement DNS vs la redirection pour le nom de domaine.
- Développer chez soi, mettre en place chez les autres.
- Les différentes offres des hébergeurs (1and1, HostPapa, WebHostingPad, OVH...).
- La qualité de service proposée. Parallèle entre le prix de l'hébergement et les fonctionnalités proposées.
- La responsabilité du contenu diffusé. Le respect de la charte (nétiquette).

**Echanges** S'assurer de la bonne compréhension de l'installation technique d'un site Web. Les éléments clés à prendre en compte lors du choix d'un hébergeur (tarifs, offres, fonctionnalités).

### Le référencement naturel

- Qu'est-ce que le référencement et le positionnement ?
  - L'utilisation des mots-clés.
  - Les moteurs de recherche et les annuaires.
  - Bien déclarer son site Web sur les moteurs.
- Travaux pratiques** Rechercher des mots-clés pertinents. Utilisation de Google Keyword Tool (AddWords). Vérifier le bon référencement de son site avec l'outil Google Webmaster ou un outil équivalent.

### Exploitation et statistiques

- Outils de statistiques, services offerts par son hébergeur, autres solutions (Google Analytics, Alexa, WebRankInfo...).
- Connaître le trafic, les visiteurs, les navigateurs utilisés....
- Identifier les contenus pertinents.
- Outils d'administration de l'hébergement : CPANEL ou autres outils propriétaires (OVH...).
- Créer une sauvegarde de son site Web.
- Comment effectuer la restauration.
- La mise à jour d'un site (FileZilla, Net2Ftp ...).

**Travaux pratiques** Mettre en place des outils d'analyse. Découverte de l'outil CPANEL. Créer une archive d'un site, supprimer puis restaurer ce site sur le serveur FTP.

### La création du site

- La conception et l'ergonomie.
- Notions d'ergonomie. Rédiger pour le Web. Notion d'accessibilité.
- Exemples de sites mal conçus.
- Concevoir l'arborescence du site.
- Création de la maquette, de la charte graphique et des images du site. Optimisation.
- Les standards en vigueur (W3C).
- Les vidéos (récupération, coupe, ajout de son).

**Travaux pratiques** Concevoir l'organisation d'un site Web.

### Les éditeurs de texte

- Qu'est-ce qu'un éditeur de texte ?
- Les applications qui éditent directement en langage HTML/XHTML.
- Les compétences requises pour les utiliser.
- Les plus connus (Notepad++, UltraEdit, etc.).
- Les éditeurs Wysiwyg.
- Editer une page Web telle qu'elle apparaît dans les navigateurs courants.
- Les plus utilisés (Adobe Dreamweaver, Blue Griffon...).
- Présentation de Blue Griffon.

### Ecrire sa première page Web en HTML

- Présentation de l'HTML.
- Le principe des balises et attributs HTML.
- Mise en forme du texte et des paragraphes.
- Les feuilles de style CSS. Trouver des éléments CSS sur Internet.
- CSS3 / HTML5.

**Travaux pratiques** Se familiariser avec le HTML. Ecrire une page avec insertion d'images.

### Simplifier la création de site avec Blue Griffon

- Installation et configuration de Blue Griffon.
- Présentation de l'interface graphique de Blue Griffon.
- Création et édition d'une page.
- Manipuler du texte, des listes, des images, des tableaux, des liens hypertextes.
- Mettre en place des formulaires.
- Les feuilles de style.
- Les modèles de pages Web.
- La gestion de plusieurs sites.

**Travaux pratiques** Création d'un formulaire à l'aide de Blue Griffon.

### Intégrer des scripts Javascript

- Qu'est-ce que le Javascript ?
- Etendre les possibilités du HTML grâce à Javascript.
- Comment intégrer du Javascript dans une page Web ?
- La gestion des événements et le DOM.
- Le déclenchement automatique des événements.
- Comment trouver les scripts qui conviennent ?

**Travaux pratiques** Intégration de scripts dans une page.

# Commercial relation client

» Management commercial p. 449

» Techniques commerciales p. 456

» Accueil et relation client p. 474

447



clients

appels d'offres

objections

téléconseillers

SAV négociation

prospection

P<sub>AC</sub>

portefeuille

networking

# Nos experts en Commercial Relation client

## »» Michel LALLIARD »

Consultant Formateur, il est doté d'une forte expérience terrain de la vente et du marketing qui, conjuguée à son pragmatisme, lui permet de former à la vente – techniques de base, vente complexe – et sur des thèmes indispensables aux commerciaux : rédiger une proposition commerciale convaincante, persuader ses interlocuteurs en face à face... Il utilise des clés d'entrée pour s'adapter à ses interlocuteurs avec notamment le langage des couleurs (langage DISC).



Avec une carrière de plus de dix ans dans la vente, »» Pascal PHELIPEAU » a créé sa propre structure à travers laquelle il propose des formations commerciales mais aussi en management et en communication, soutenues par un projet d'ingénierie pédagogique : réalisation d'audits, accompagnement de l'entreprise dans ses projets, développement de l'autonomie et transfert de compétence.



»» Patrick PLECY » a une expérience approfondie de la vente et du management commercial. Après une solide formation à SUP de CO ROUEN puis un MBA à HEC, il devient responsable commercial puis directeur des ventes. Depuis 2002, il est gérant, consultant et formateur du cabinet conseil MONZA Consultants, spécialisé dans le développement commercial et le marketing.



Coach certifiée, consultante et formatrice indépendante, »» Florence ALVAREZ » a été Business Developer Partner chez Computacenter puis manager commercial Europe chez Oberthur Card Systems. En 2004, après avoir été certifiée coach à HEC, elle crée 3C Performance pour exercer les fonctions de consultante et coach.



»» Ingrid ATAMIAN » exerce le métier de formatrice en entreprise depuis 10 ans en développement personnel, marketing et vente. Parallèlement elle accompagne de A à Z des porteurs de projets humains et solidaires, dans le développement de leur activité, avec « Créons demain ensemble ». Elle est diplômée Maître Praticien en Pnl, kinésologue, et certifiée coach gestaltiste en développement de ressources personnelles et professionnelles. Valoriser l'humain et accompagner le développement de potentiel a toujours été son projet de vie.



Consultant expert en relation client et développement personnel, formateur indépendant. Longtemps directeur commercial, »» Eric HAMM » accompagne aujourd'hui les entreprises dans leur développement sur les domaines suivants : gestion de la relation client, prospection, techniques de vente face à face et par téléphone, management, communication orale et écrite et développement personnel. Il est aussi formateur sur ces sujets depuis près de 20 ans.



# Stratégie et Management Commercial

La performance des équipes commerciales exige un management efficace et bien adapté. Définir et déployer une stratégie gagnante, concevoir ses plans d'actions, piloter les activités, recruter ses commerciaux, dynamiser ses équipes, mesurer les résultats... sont autant d'éléments centraux pour un développement commercial dynamique.

## » Management »

Best

**Manager une équipe commerciale**  
3 j - MEC - p.453

**ADV/Service clients : managez votre activité Supply Chain** **Nouveau**  
2 j - ADV - p.453

**Mieux recruter vos commerciaux**  
2 j - VOC - p.454

**Mieux accompagner vos commerciaux sur le terrain**  
2 j - MIT - p.454

**Dynamiser votre équipe commerciale**  
2 j - NAM - cf@

**Key Account Manager**  
2 j - ACM - p.455

## » Stratégie commerciale, pilotage »

**Optimiser sa stratégie commerciale**  
2 j - STC - p.451

**Optimiser la rentabilité en choisissant le bon prix**  
2 j - TAR - p.451

**Bâtir et piloter le Plan d'Actions Commerciales**  
3 j - PAC - p.452

**Construire des tableaux de bord commerciaux**  
2 j - TBC - p.452

**Stratégie e-commerce, conception et mise en œuvre d'un site**  
2 j - SEC - p.432

**Gestion financière de l'activité commerciale** **Nouveau**  
2 j - SSF - p.455

**Créer sa documentation commerciale**  
2 j - RDO - p.429

**Optimiser sa documentation commerciale**  
2 j - ODO - p.429

## » Droit et contrat commercial »

**Droit de la consommation**  
2 j - DCN - p.275

**Droit de la concurrence**  
2 j - DRE - p.276

**Faire face à une concurrence déloyale**  
2 j - CDL - p.276

**Négocier vos contrats avec succès**  
3 j - NCS - p.278

**Négocier et rédiger un contrat commercial**  
2 j - CCC - p.279

**Droit commercial : sécuriser sa politique**  
2 j - SPO - p.279

**E-commerce : les aspects juridiques**  
2 j - EJU - p.280

## » Cycle Certifiant

**MANAGER COMMERCIAL » 11 j. - KMV - p.450**

» composition du cycle

MEC 3j, p.453/PAC 3j, p.452/MIT 2j, p.454/TBC 2j, p.452

» journée de certification

KTX

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.

A la fois gestionnaire, meneur d'hommes et négociateur, le manager commercial décline les orientations de l'entreprise sous forme de plans d'actions. Ce cycle vous apportera tous les éléments pour bâtir vos plans d'actions commerciales, les piloter par les tableaux de bord, manager et coacher vos équipes commerciales.

## Manager une équipe commerciale

- Bien se connaître pour mieux manager. Autodiagnostic : définir votre style de management.
- Maîtriser les outils du management. Mettre en valeur votre équipe grâce à l'Ecoute Active.
- Le recrutement efficace des commerciaux.
- Mener des entretiens individuels efficaces. Mener un entretien pour remotiver un commercial.
- Le management par objectifs.
- L'entretien d'évaluation : techniques et méthodes.
- Savoir évaluer les performances : valider l'adéquation entre compétences acquises et requises.
- La grille d'observation individuelle, la grille de diagnostic collectif, la M.A.M.I.E.
- Analyser chaque vendeur : motivations, compétences et résultats obtenus. Organiser et distribuer les tâches motivantes.
- L'accompagnement terrain en développant une culture coaching, tutorat, formation...
- Mettre en place des grilles d'évaluation et actions correctives.
- Savoir traiter les situations conflictuelles.
- Faire face à la démotivation. Prendre des décisions impopulaires et les communiquer.
- Mettre en place ses plans opérationnels. Concevoir le Plan d'Actions Commerciales (PAC).
- Animer des réunions d'équipe dynamisantes. Préparer une réunion. Gérer les différentes personnalités.

## Accompagner les commerciaux sur le terrain

- Connaître les différents types d'accompagnement terrain : appui commercial, formation, perfectionnement...
- Comprendre les enjeux et avantages de l'accompagnement sur le terrain.
- Se mettre en posture de coach et non de manager opérationnel.
- Poser le cadre avec clarté : expliquer le contexte et l'objectif de l'accompagnement, déterminer le rôle de chacun...
- Etre crédible, factuel et à l'écoute : ne pas rentrer dans l'émotionnel, le jugement et l'interventionnisme.
- Identifier et comprendre le profil de ses collaborateurs, respecter leurs besoins.
- Créer l'autonomie et la motivation de ses collaborateurs.
- Maîtriser les étapes de la démarche d'accompagnement terrain.
- Savoir introduire, mener et conclure l'entretien commercial en duo.
- Réussir le débriefing et le suivi de son accompagnement terrain.
- Connaître les sujets à évoquer et les erreurs à ne pas commettre lors du debriefing.
- Identifier les axes de progrès et formaliser un plan d'actions avec le commercial.

## Bâtir et piloter le Plan d'Actions Commerciales

- Du plan marketing au plan d'actions commerciales. Le PAC : traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux.
- Définir les indicateurs marketing et commerciaux.
- Comprendre les faits significatifs par segment de marché, par segment de clientèle.
- Analyse du portefeuille client. Les forces et faiblesses de l'équipe commerciale. Etudier la concurrence.
- Construire la matrice SWOT par secteur de vente.
- Valider ses domaines d'activités stratégiques (DAS) : ses segments stratégiques et le ciblage, ses produits ...
- Fixer les actions en lien avec les objectifs marketing : matrices ABC, produits/clients.
- Décider des actions et bâtir son plan d'action : optimiser le mix de l'offre marketing.
- Définir sa stratégie tarifaire. Distribution. Communication. Politique de vente.
- Planifier, lancer et contrôler des actions. Hiérarchie des actions à entreprendre.
- Etablir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management. Les tableaux de bord de suivi.
- Savoir « vendre » son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs. Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion.
- Lancer l'action : la réunion marketing/ventes.

## Construire des tableaux de bord commerciaux

- Les fondamentaux de la Gestion des Processus Métier (BPM).
- Formalisation des objectifs, méthode PCHC « Process Centric » / « Human Centric ».
- Cycles de vente et repositionnement dans la stratégie de développement.
- Les douze étapes de la méthode PCHC pour mettre en œuvre un projet de BPM.
- Points d'intervention et variables d'action.
- Lien BPM / terrain : une adéquation fondamentale.
- Créer un tableau de bord de pilotage avec les Key Performance Indicator.
- Qu'est-ce qu'un bon KPI ? Méthode SMART applicable aux KPI
- Mesurer la performance commerciale : KPI et objectifs.
- Choisir des marqueurs pertinents et suivre l'évolution de ces marqueurs.
- Mise en œuvre des KPI en fonction des objectifs de développement.
- Construire les tableaux de bord.
- Planification de la mise en œuvre du système de pilotage commercial.
- Les causes d'échec dans le choix et la mise en œuvre des KPI.
- Faire adhérer l'équipe au système de reporting et au process de pilotage choisis.



Exercices pratiques

Réf : KMV

Durée : 11 jours

### Composition du cycle :

réf MEC, 3j, cf p. 453

réf PAC 3j, cf p. 452

réf MIT, 2j, cf p. 454

réf TBC, 2j, cf p. 452

Examen réf KTX

12 déc. 2014

3 avril 2015

Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 4 410 € HT (prix 2014)  
option full offerte

soit environ 30% de remise incluse

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » PARTICIPANTS

Directeurs commerciaux, chefs des ventes ou commerciaux, ingénieurs d'affaires amenés à animer une équipe de vente.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances des techniques commerciales. Expérience requise en vente.

# Optimiser sa stratégie commerciale

## définition et mise en œuvre



Cette formation vous montrera comment concevoir une stratégie commerciale cohérente, en assurer le déploiement et en mesurer la pertinence. Vous apprendrez à positionner stratégiquement votre offre et à cibler les actions commerciales efficaces en fonction des secteurs d'activités visés.

### » Le périmètre clients

- Pourquoi raisonner en termes de couples produit/marché ? Qu'est-ce qu'un marché ?
- Comment détecter les besoins, motivations, résistances, processus d'achat des clients ?
- Comment utiliser les études de marché ?
- Pourquoi et comment segmenter les clients ?

**Travaux pratiques** Travail sur la segmentation clients de son entreprise.

### » Le marketing stratégique qui sous-tend l'activité commerciale

- Objectifs de l'entreprise (dirigeants, financiers...).
- Analyse de l'existant et opportunités de business.
- Etude de la concurrence.
- Méthodes et outils d'aide à la décision.
- Positionnement.

**Travaux pratiques** Réflexion collective.

### » Le marketing opérationnel

- Offre produits/services : la gamme proposée.
- Politique de prix.
- Commercialisation : vente directe ou distribution.
- Communication et promotion des ventes : publicité, outils de marketing direct.

**Travaux pratiques** Etudes de cas de marketing opérationnel et recherche d'alternatives.

### » Elaboration de la stratégie et de son Plan d'Actions Commerciales

- Applications terrain du marketing-mix.
- Prospection et fidélisation.
- Analyse du portefeuille client.
- Intégration des outils marketing : événements, salons, campagnes, publicité, PLV...
- Affectation des ressources (humaines/matérielles).

**Travaux pratiques** Construction en groupe de la stratégie commerciale.

### » Outils du service commercial en B to B

- Argumentaires, spécifications techniques...
- Etude de la concurrence sur le terrain.
- Budgets (communication, salons, frais...).
- Gestion des rendez-vous clients.
- Gestion des grands comptes : sociogrammes, organigrammes.
- Synergie avec les autres services (technique, marketing, comptabilité...).
- Animation des commerciaux : challenges, formations.

**Travaux pratiques** Check-list et panorama des outils du service commercial.

### » Suivi et pilotage de l'activité

- Pilotage de l'activité commerciale.
- Choix des indicateurs pour son tableau de bord.
- Suivi des résultats. Suivi de son équipe.

**Travaux pratiques** Construction de tableaux de bord commerciaux.



Réf :	STC
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etude de cas, construction d'outils de pilotage et tableaux de bord.

### » PARTICIPANTS

Membres de la direction, managers commerciaux ou marketing, responsables de centres de profit.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Optimiser la rentabilité en choisissant le bon prix



Cette formation vous permettra d'acquérir les concepts et méthodes liés à l'élaboration d'une politique tarifaire, de l'adapter en fonction de la " valeur " du client et du positionnement des produits/services proposés. Vous apprendrez en outre à identifier les facteurs à prendre en compte dans la fixation des prix.

### » Du positionnement à l'élaboration du prix

- Le positionnement dans la démarche marketing.
- L'outil de positionnement : construire un positionnement sur une offre existante.
- La cohérence entre positionnement et politique tarifaire.
- Les concurrents et leur positionnement.
- La différenciation autrement que par les prix.

**Etude de cas** La stratégie de tarification.

### » La politique de prix dans les services

- La politique de prix : le compte d'exploitation prévisionnel, la concurrence, le consommateur, la cohérence de gamme.
- Les spécificités de l'offre de service : immatérielle, achat sur plan, relation dans la durée, effet tunnel.

**Travaux pratiques** Etude d'une stratégie de tarification permettant de lisser la demande.

### » L'importance stratégique de la fixation de prix

- Par rapport aux objectifs stratégiques prioritaires établis pour l'offre produit/service.
- Par rapport à l'environnement concurrentiel : la politique tarifaire des concurrents directs/indirects.
- Par rapport au cycle de vie des produits/services : lancement, développement, maturité, déclin.

**Etude de cas** Le cycle de vie d'une tarification.

### » Les facteurs à intégrer pour la fixation du prix

- L'impact de la réglementation.
- La structure des coûts de réalisation.
- La politique de prix et de marges des clients intermédiaires et prestataires.
- Le concept d'élasticité de la demande au prix (associé à la valeur perçue).

**Etude de cas** Analyse de la chaîne de valeur.

### » Les démarches utilisées pour fixer le prix

- L'approche par les coûts.
- L'approche par l'élasticité de la demande : les attitudes des clients à l'égard du prix.
- L'approche de la valeur perçue.
- L'approche par la concurrence : l'alignement, écart optimal...

**Etude de cas** Méthode du prix psychologique.

### » Le suivi et le contrôle de la politique tarifaire

- L'élaboration des tableaux de bord.
- L'analyse des résultats, des écarts/origines et causes.
- Propositions d'actions correctives.

**Travaux pratiques** Indicateurs de suivi et de contrôle.



Réf :	TAR
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables marketing/commerciaux, chefs de produits, chefs de marché, chefs des ventes, toutes les personnes amenées à travailler sur le positionnement et la fixation d'une offre service.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Acquérir les méthodes et outils pour définir votre Plan d'Actions Commerciales (PAC). Identifier les actions de marketing opérationnel pertinentes. Maîtriser les étapes de la construction du PAC. S'entraîner à sa mise en œuvre et aux procédures de contrôle.

**Exercices pratiques**

**dif**

Réf :	PAC
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 12-14 janv./16-18 mars 2015 18-20 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Directeurs et responsables commerciaux/marketing, chefs des ventes, chefs de produit, chefs de marché, chefs d'entreprise en charge du déploiement des stratégies marketing et commerciales.

**PREREQUIS**  
Connaissances en marketing.

» Du plan marketing au plan d'actions commerciales

- Le PAC : traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux.
- Définir les indicateurs marketing et commerciaux.
- S'approprier l'architecture de la démarche et ses étapes. Prévenir les conflits avec les autres fonctions.

» Analyse et diagnostic

- Comprendre les faits significatifs par segment de marché, par segment de clientèle.
- Analyse du portefeuille client. Les forces et faiblesses de l'équipe commerciale. Etudier la concurrence.
- Construire la matrice SWOT par secteur de vente.

**Exercices** Réalisation d'un diagnostic (matrice de Porter, recherche des facteurs clés de succès, SWOT).

» Définir sa stratégie d'objectifs

- Valider ses domaines d'activités stratégiques (DAS) : ses segments stratégiques et le ciblage, ses produits ...
- Fixer les actions en lien avec les objectifs marketing : matrices ABC, produits/clients.
- Définir son positionnement par segment de clients.

**Exercices** Construction d'un tableau de segmentation produits/clients et étude du positionnement correspondant.

» Décider des actions et bâtir son plan d'action

- Optimiser le mix de l'offre marketing par secteur.
- Analyser les performances, les axes d'amélioration.
- Définir sa stratégie tarifaire, impact sur la marge.

- Distribution : définition de la politique tarifaire. Définir le réseau approprié.
- Communication : promotions, publicité de consommateurs, animation de la force de vente.
- Politique de vente : adéquation des moyens à la stratégie initiale. Choix et équilibre des moyens.
- Construction d'un Plan d'Actions internes, externes.

**Exercices** Etude des actions prioritaires à mener (prospection, fidélisation, animation de la force de vente).

» Planifier, lancer et contrôler des actions

- Etablir le compte d'exploitation prévisionnel.
- Hiérarchie des actions à entreprendre.
- Rédaction des fiches descriptives d'actions.
- Dresser l'inventaire des moyens : choix et répartition.
- Etablir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management.
- Les tableaux de bord de suivi.

**Etude de cas** Elaboration d'un plan d'actions commerciales finalisé.

» Savoir "vendre" son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs

- Simplifier la présentation du PAC.
- Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion.
- Vendre son PAC à la Direction, aux vendeurs.
- Lancer l'action : la réunion marketing/ventes.

**Exercices** Entraînement à la "vente" du plan d'actions commerciales.

## Construire des tableaux de bord commerciaux

Création de tableaux de bord commerciaux et fondamentaux de la gestion des processus métier. Définition d'un environnement optimal (aspect applicatif et humain). Présentation d'indicateurs de performance pour l'aide à la décision (KPI).

**Exercices pratiques**

**dif**

Réf :	TBC
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Définition des indicateurs de performance (KPI), construction d'outils de pilotage et d'un plan de reporting commercial.

**PARTICIPANTS**  
Directeurs et managers commerciaux, Account Managers et Key Account Managers pour qui le pilotage de l'activité commerciale est une priorité quotidienne.

**PREREQUIS**  
Expérience commerciale souhaitable.

» Les fondamentaux de la Gestion des Processus Métier (BPM)

- Environnement optimal : formalisation des objectifs, méthode PCHC " Process Centric " / " Human Centric ".
- BPM et ventes indirectes.
- Cycles de vente et repositionnement dans la stratégie de développement et le contexte de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Echanges sur la base des best practices.

» Les étapes de la méthode PCHC pour mettre en œuvre un projet de BPM

- Points d'intervention et variables d'action.
- Lien BPM / terrain : une adéquation fondamentale.
- Suivi du BPM : validation des critères, suivi de l'évolution des performances.

» Créer un tableau de bord de pilotage : les Key Performance Indicator

- Mesurer la performance commerciale : KPI et objectifs.
- Process de validation des KPI.
- Choisir des marqueurs pertinents et suivre l'évolution de ces marqueurs.

**Travaux pratiques** Elaboration d'un reporting commercial. Adaptation en fonction de différents contextes. Analyse d'objectifs propres à chacun.

» Choisir un indicateur de performance clé KPI

- Mise en œuvre des KPI en fonction des objectifs de développement.

- Qu'est-ce qu'un bon KPI ?
- Méthode SMART applicable aux KPI.

» Construire vos tableaux de bord

- Planification de la mise en œuvre du système de pilotage commercial.
- Contenu et suivi des indicateurs clés de performance.

**Travaux pratiques** Présentation devant le groupe des indicateurs clés de performance choisis.

» Les causes d'échec dans le choix et la mise en œuvre des KPI

- Pourquoi certains KPI pourtant bien adaptés au contexte et à la stratégie de l'entreprise ont finalement peu d'impact ?
- Comment faire adhérer l'équipe au système de reporting et au processus de pilotage choisis ?

**Travaux pratiques** Réflexion collective.

» Le plan d'actions commerciales (PAC)

- Impératifs de reporting face aux ventes à cycle long auprès des grands comptes.
- Impliquer sa hiérarchie (N+1).
- Marqueurs portant sur la gestion d'un portefeuille client.
- Identifier les zones de pouvoir et d'influence.
- Maîtriser la vision systémique des acteurs.

**Travaux pratiques** Construction d'un PAC puis présentation à l'ensemble du groupe.

Structurer sa pratique à travers l'acquisition d'outils managériaux opérationnels. Apprendre à dynamiser et motiver une équipe commerciale. Définir des objectifs commerciaux, les décliner en plans d'actions d'équipes et individuels. Faire progresser ses collaborateurs en se comportant en leader.

## » Bien se connaître pour mieux manager

- Autodiagnostic : définir votre style de management. Réfléchir sur votre métier. Développer votre leadership.
- Exercices** Autodiagnostic et élaboration du Plan d'Actions Managérial.

## » Maîtriser les outils du management

- Les clés d'efficacité du management.
- Mettre en valeur votre équipe grâce à l'Ecoute Active.
- Le recrutement efficace des commerciaux.

**Exercices** Entraînement intensif à l'écoute active.

## » Mener des entretiens individuels efficaces

- Mener un entretien pour remotiver un commercial.
- Les repères pour adapter son style de management à chaque commercial.
- Le plan d'actions individuel.
- L'entretien d'évaluation : techniques et méthodes.

**Exercices** Entraînement intensif à la conduite d'entretiens.

## » Savoir évaluer les performances

- Valider l'adéquation entre compétences acquises et compétences requises.
- Les repères pour adapter son style de management à chaque commercial.
- La grille d'observation individuelle, la grille de diagnostic collectif, la M.A.M.I.E.

**Exercices** Chacun construit la grille d'observation individuelle adaptée.

## » Renforcer la motivation des commerciaux

- Analyser chaque vendeur : motivations, compétences et résultats obtenus. Organiser et distribuer les tâches motivantes.
- Développer l'esprit d'équipe.

**Exercices** Check-list de plus de trente actions de motivation.

## » L'accompagnement terrain

- Développer une culture coaching, tutorat, formation...
- Les différents types de visites. Durée. Fréquence.
- Mettre en place des grilles d'évaluation et actions correctives.

**Exercices** Simulation d'un accompagnement terrain.

## » Savoir traiter les situations conflictuelles

- Faire face à la démotivation. Prendre des décisions impopulaires et les communiquer.

**Exercices** Entraînement intensif à la résolution de conflits.

## » Mettre en place ses plans opérationnels

- Concevoir votre Plan d'Actions Commerciales (PAC).
- Organiser l'action au quotidien.
- Animer des réunions d'équipe dynamisantes. Préparer une réunion. Gérer les différentes personnalités.

**Exercices** Chaque participant construit son PAC. Préparation d'un programme de réunions motivantes.



Réf :	MEC
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 19-21 janv./23-25 mars 2015 26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Formation illustrée par de nombreux tests, cas pratiques, check-lists et tableaux de bord, basés sur des cas réels, y compris ceux des participants.

### » PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, chefs de ventes, directeurs commerciaux en charge de l'animation d'une équipe de vendeurs.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# ADV/Service clients : managez votre activité Supply Chain

Valider et suivre les commandes jusqu'à la livraison, veiller aux flux financiers et à la satisfaction client sont les missions quotidiennes des services ADV. Ces missions exigent une parfaite connaissance des outils logistiques et de la chaîne transport d'un point de vue à la fois pratique et réglementaire.

## » Positionner l'ADV dans la chaîne logistique globale

- Concepts de la chaîne logistique globale, taux de service et OTIF.
- Cartographie des flux : qui fait quoi dans la chaîne logistique ?
- Missions de l'ADV : bonnes pratiques et collaboration interne.
- Livrer les clients dans le respect de la réglementation transport : incoterm, douane, assurances...
- Identifier les documents clés et responsabilités sur l'ensemble de la chaîne logistique.

**Travaux pratiques** Mon rôle et mes interfaces dans la chaîne logistique. Exercice sur les incoterms.

## » Comprendre les flux et leurs spécificités

- Identifier les flux logistiques et le coût complet produit.
- Identifier les contraintes logistiques et réglementaires des produits.
- L'impact des contraintes clients sur les opérations logistiques/transports.
- Connaître les obligations de l'expéditeur.

**Etude de cas** Identifier les spécificités logistiques/transports de l'entreprise et leur incidence sur l'organisation et les coûts transports.

## » L'ADV et le suivi des transports

- Le cadre juridique et réglementaire : documents et titres de transport, acteurs, responsabilité...

- Préparer une expédition : contraintes d'emballage, assurance, instructions d'expédition...
- Choisir le mode de transport : réglementation, réserves litiges, assurances, indemnisation, règles de tarification...
- Connaître la responsabilité du transporteur et traiter un dossier litige.

**Exercices** Litiges et indemnisations : cas pratiques.

## » L'ADV et l'amélioration de la performance

- Concevoir et optimiser le plan de transport, exécuter le contrat de transport.
- Les tableaux de bord et indicateurs métiers.
- Les outils : TMS et traçabilité.
- Bonnes pratiques pour éviter les litiges et démarche d'amélioration continue appliquée aux transports.

## » L'ADV et la charte logistique client

- La promesse logistique, partie intégrante de l'offre commerciale.
- Les éléments clés à intégrer.
- Les retours clients : impacts logistiques et transports.
- Mise en place de bonnes pratiques.

**Réflexion collective** Construire une charte logistique client : mise en situation reprenant l'ensemble des éléments vus au cours de la formation.



Réf :	ADV
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 5-6 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices, mises en situation, échanges, ateliers de réflexion collective.

### » PARTICIPANTS

Tout public occupant une fonction en interface dans la chaîne logistique : ADV, services clients, transport, expédition... dans le cadre d'une prise de poste ou souhaitant renforcer sa performance.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Durant ce stage, vous apprendrez à définir le profil recherché et à attirer les bons candidats via une campagne de recrutement adaptée. Vous verrez comment structurer l'entretien pour le rendre efficace, et comment évaluer le potentiel commercial ainsi que l'adéquation aux critères recherchés.



Réf :	VOC
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 22-23 janv./26-27 mars 2015 28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Elaboration d'une grille de critères d'un profil commercial, études de cas et simulations d'entretiens.

### PARTICIPANTS

Responsables et chargés de recrutement, responsables opérationnels, toutes les personnes amenées à recruter ponctuellement ou de façon régulière des commerciaux.

### PREREQUIS

Expérience souhaitable en recrutement.

#### La démarche de recrutement

- Enjeux et principes fondamentaux du recrutement.
- Points clés d'un processus de recrutement d'un commercial.

**Travaux pratiques** Distinguer la personnalité, les motivations et les compétences.

#### Le profil du commercial

- Qu'est-ce qui caractérise les meilleurs commerciaux ?
- Connaître les traits de personnalité et les principales motivations qui marquent la différence.
- Savoir définir le profil idéal du commercial en fonction de son besoin.

**Travaux pratiques** Création d'un outil renseigné sur un profil commercial : détection des critères de sélection à prendre en compte.

#### Gagner en visibilité et en attractivité avec un sourcing adapté

- Rédiger une offre d'emploi accrocheuse et valorisant l'image de l'entreprise.
- Connaître les outils et médias de sourcing qui marchent.

#### Présélectionner rapidement les meilleurs dossiers

- CV et lettre de motivation : détecter le potentiel commercial.
- Affiner et fiabiliser la présélection avec l'entretien téléphonique.

#### Mener l'entretien et recueillir des informations décisives

- Préparer et structurer l'entretien.
- Accueillir le candidat et instaurer des échanges sincères et de qualité.
- Comprendre la logique du parcours du candidat.
- Évaluer la personnalité, les motivations et les compétences du candidat à partir de données verbales et non verbales.
- Mesurer le potentiel commercial du candidat.
- Donner envie grâce à une présentation attractive du poste de commercial et de l'entreprise.
- Décider de recruter grâce à la grille d'analyse de l'entretien.

**Travaux pratiques** Repères sur la communication lors d'un entretien, étude de cas d'un profil commercial, choix des critères de sélection et simulations d'entretiens.

#### Fidéliser les commerciaux

- Sécuriser l'intégration du nouvel embauché grâce au plan d'intégration.
- Motiver les commerciaux : les points clés à connaître.

**Travaux pratiques** Création de la fiche d'intégration et repères sur les clés de motivation des commerciaux.



Une formation dynamique et interactive pour accompagner efficacement vos commerciaux sur le terrain. Elle vous apprendra notamment à adopter la posture de manager coach, à débriefing vos collaborateurs et à développer leurs compétences.



Réf :	MIT
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Apports théoriques, échanges et retours d'expérience. Autodiagnostic, études de cas et mises en situation filmées.

### PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, chefs de ventes, directeurs commerciaux en charge de l'animation d'une équipe de commerciaux.

### PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### Comprendre les enjeux de l'accompagnement sur le terrain

- Connaître les différents types d'accompagnement terrain : appui commercial, formation, perfectionnement...
- Comprendre les avantages d'un accompagnement terrain : bénéfices communs, relation individualisée...
- Se mettre en posture de coach et non de manager opérationnel.
- Poser le cadre avec clarté : expliquer le contexte et l'objectif de l'accompagnement, déterminer le rôle de chacun...

**Réflexion collective** Echanges et retours d'expériences. Analyse des succès et des difficultés rencontrées.

#### Asseoir sa crédibilité de manager coach

- Connaître les qualités d'un manager coach et savoir les mettre en œuvre.
- Être crédible, factuel et à l'écoute (ne pas rentrer dans l'émotionnel, le jugement et l'interventionnisme).
- Identifier et comprendre le profil de ses collaborateurs, respecter leurs besoins.
- Créer l'autonomie et la motivation de ses collaborateurs.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic : découverte de ses modes préférentiels de communication et de management.

#### Maîtriser les étapes de la démarche d'accompagnement terrain

- Comprendre les différentes étapes de la visite en double.
- Savoir introduire, mener et conclure l'entretien commercial en duo.
- Créer du liant, de la confiance et de la structure tout au long de la journée.
- Savoir associer la démarche (méthode) à la posture (comportement).

**Mise en situation** Cas pratiques et jeux de rôles filmés : simulations de visites commerciales en binômes.

#### Réussir le débriefing et le suivi de son accompagnement terrain

- Comprendre les points clés d'un débriefing complet et efficace.
- Connaître les sujets à évoquer et les erreurs à ne pas commettre.
- Identifier les axes de progrès et formaliser un plan d'actions avec le commercial.
- Identifier ses propres axes de progrès pour son prochain accompagnement.

**Mise en situation** Cas pratiques et jeux de rôles filmés : simulations de débriefings.

Ce stage est destiné à délivrer aux Key Account Managers des clés leur permettant d'adopter un comportement fédérateur autour de leur projet commercial. Ils découvriront les outils d'influence susceptibles de les aider à développer leur impact auprès de leurs clients comme en interne.

## » Les qualités et le comportement à développer pour devenir un K.A.M.

- Le rôle du KAM en interne et chez le client.
- Les comportements gagnants du leader.
- Identifier ses freins personnels au développement du rôle de KAM.
- Savoir les recadrer pour en faire des leviers de progrès.

**Exercices** Autodiagnostic des freins personnels. Exercices de recadrage positif.

## » Fédérer les équipes internes : les clés du leadership

- Découvrir ce qu'est le leadership.
- Les quatre styles de leadership.
- Apprendre à fixer de vrais objectifs motivants.
- Comprendre les moteurs de la motivation.
- Les règles pour mobiliser efficacement.
- Identifier et s'appuyer sur les capacités individuelles de chacun.
- Apprendre à responsabiliser une équipe et savoir déléguer.
- La technique pour faire passer un message difficile.

**Exercices** Jeu de rôle filmé : faire passer un message difficile.

## » Développer son impact sur le compte

- Comprendre ce qu'est le pouvoir d'influence.
- Le mettre en œuvre sur un compte.
- Savoir utiliser les valeurs du client.

- Inspirer un climat de confiance pour devenir un partenaire.
- Valider les informations, éviter la désinformation.
- Intégrer les différents types de personnalités et les adresser avec efficacité.
- Connaître et utiliser deux techniques d'influence.

**Exercices** Mise en situation filmée : découvrir les valeurs intrinsèques d'un interlocuteur pour l'influencer.

## » Accompagner les changements liés aux projets commerciaux

- L'homéostasie, moteur et frein au changement.
- Utiliser la balance coût/bénéfice du changement.
- S'appuyer sur les points noirs de l'ancien système.
- Faire naître et comprendre les résistances au changement.
- Le changement : une guerre de territoire, comment la gagner.

**Exercices** Mise en situation filmée : lors d'un entretien découvrir les résistances au changement dans le cadre d'un projet commercial.



Réf :	ACM
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./11-12 déc. 2014 2-3 mars/28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Ce stage est composé à 50% environ de jeux de rôle, d'exercices, de tests, de réflexions communes et de mises en situation.

### » PARTICIPANTS

Chefs d'entreprise, commerciaux et managers commerciaux destinés à exercer la fonction de Key Account Manager et maîtrisant déjà les bases de la vente qui ne seront pas abordées dans ce stage.

### » PREREQUIS

Aucun

# Gestion financière de l'activité commerciale

nouveau

Cette formation vous apportera les notions fondamentales pour mesurer l'impact financier de vos décisions commerciales. Cela vous permettra d'évaluer la performance à l'aide d'indicateurs pertinents en vue d'améliorer l'efficacité et la rentabilité de votre activité commerciale.

## » Lire et comprendre bilan et compte de résultat de l'entreprise

- Connaître les principaux postes du bilan et sa présentation fonctionnelle.
- Comprendre les grands équilibres du bilan.
- Interpréter le compte de résultat et sa présentation en solde intermédiaire de gestion.
- Décomposer la formation du résultat.
- Appréhender le lien entre bilan et compte de résultat.

**Etude de cas** Analyse d'un bilan et compte de résultat d'une activité commerciale.

## » Construire un budget commercial pour le niveau de rentabilité souhaité

- Comprendre le plan stratégique d'entreprise et sa déclinaison en budget annuel.
- Réaliser les cadrages ultérieurs.
- Recueillir les éléments variables nécessaires.
- Modéliser les volumes, prix de vente unitaire, remises, marges, coûts prévisionnels.
- Concevoir le budget commercial mensuel.

**Etude de cas** Analyse de différents formats de budgets commerciaux.

## » Manager la rentabilité avec ses vendeurs

- Elaborer les soldes intermédiaires de gestion.
- Calculer la valeur ajoutée et l'excédent brut d'exploitation.
- Définir et calculer les ratios de profitabilité.
- Construire et animer les tableaux de bord.

**Etude de cas** Choix, analyse et commentaire des ratios de gestion d'une activité commerciale.

## » Manager le risque client par la construction d'un tableau d'évaluation

- Détecter la défaillance client.
- Discerner le poids du crédit interentreprise.
- Sélectionner les informations essentielles.
- Distinguer les principaux ratios et les interpréter.
- Pratiquer la lecture normative et sectorielle.
- Définir le scoring, son utilisation et ses limites.

**Etude de cas** Identifier le risque client rattaché aux secteurs industriels, de service ou de négoce et commenter les scores de différentes entreprises.

## » L'intelligence économique pour mesurer la santé financière de vos clients

- Récupérer rapidement les données.
- Choisir les alertes les plus pertinentes.
- Saisir les données complémentaires extracomptables.
- Intégrer les données sectorielles.
- Réaliser le diagnostic.

**Etude de cas** Mettre en place un outil de veille économique.



Réf :	SSF
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 12-13 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Managers commerciaux, dirigeants et cadres non spécialisés en gestion financière chargés d'évaluer la solvabilité des prospects, directeurs financiers chargés d'optimiser la marge commerciale.

### » PREREQUIS

Connaissances de base en comptabilité (lecture d'un bilan et compte de résultat).

# Techniques Commerciales et Ventes

Conçues et animées par des professionnels de l'action commerciale, les formations Orsys vous proposent des approches concrètes pour la conduite des entretiens commerciaux et les stratégies de négociation qui renforceront votre impact commercial et feront la différence auprès de vos clients, partenaires et prospects.

## » Techniques de vente »

- Best** Perfectionnement aux techniques de vente **F**  
2 j - VEN - p.460
- Best** Vendre au téléphone  
2 j - VTE - p.462
- Best** Répondre aux appels d'offres  
2 j - RAO - p.463
- Rédiger des argumentaires de vente  
2 j - AVE - p.463
- Le traitement des objections  
2 j - TOB - cf@
- Maîtriser les ventes complexes  
2 j - VEX - cf@
- Vendre de la création de valeur à ses clients **Nouveau**  
2 j - CVC - p.465
- Reconquérir les clients inactifs ou perdus  
2 j - REC - p.479

## » Gestion de portefeuilles et prospection »

- Analyser et optimiser son portefeuille clients  
2 j - FEU - p.461
- Best** Prospecter et gagner de nouveaux clients  
2 j - PGN - p.461
- Prospecter avec les réseaux sociaux  
1 j - PRS - p.462

## » Activités commerciales : les fondamentaux »

- Best** Commercial pour non-commerciaux  
2 j - CIL - p.459
- Best** Maîtriser les fondamentaux de la vente **F**  
2 j - FOV - p.460
- Technico-commerciaux, les clés du métier  
2 j - NTC - p.468
- Assistant(e) commercial(e), le métier **F**  
2 j - ASC - p.494

## » Soutenance et négociation »

- Réussir ses grands rendez-vous en clientèle  
2 j - RDV - p.464
- Réussir ses présentations et soutenances commerciales  
2 j - SOU - p.464
- Le traitement des objections  
2 j - TOB - cf@
- Vendre de la création de valeur à ses clients **Nouveau**  
2 j - CVC - p.465
- Best** Négociation commerciale, les points clés  
2 j - NEG - p.466
- Négociation commerciale, défendre ses prix et ses marges  
2 j - NCD - p.466
- Réussir ses négociations à l'international  
2 j - RGI - p.467

## » Cycle Certifiant

**CHARGÉ D'AFFAIRES »**

**9 j. - KOM - p.458**

» composition du cycle

FOV 2j, p.460/NEG 2j, p.466/TOB 2j, cf@/TRE 2j, p.469

» journée de certification

**KKX**



## »» Ventes spécialisées »

### Vendre aux grands comptes

3 j - GCO - p.467

### Vendre des services

2 j - VSE - cf@

### Vendeur en point de vente : le bon communicant **Nouveau**

2 j - VPV - p.468

## »» Marchés publics »

### **Best** Répondre aux appels d'offres

2 j - RAO - p.463

### **Best** Vendre aux acheteurs publics

2 j - VAP - p.371

### Remporter un appel d'offres public

2 j - BLI - p.371

### **Best** Concevoir et bien rédiger un mémoire technique pour un marché public

1 j - RMT - p.372

### PME : optimisez vos réponses aux appels d'offres du secteur public

2 j - OAO - p.372

### Répondre aux marchés publics à l'international

1 j - PUI - p.374

## »» Efficacité commerciale : communication, outils »

### **Best** Améliorer votre efficacité commerciale

2 j - EFA - p.469

### Renforcer son impact commercial **F**

2 j - TRE - p.469

### **Best** Faire face aux clients difficiles

2 j - FFD - p.470

### Les outils pour les commerciaux

2 j - PCP - p.470

### Mieux vendre et négocier avec la Process Com®

2 j - NOM - p.471

### Charisme et persuasion pour les commerciaux, atelier théâtre

2 j - PES - p.471

### Ecouter pour mieux vendre

2 j - EMV - p.472

### Développer sa voix pour mieux vendre

2 j - DMV - p.472

### Excel et Powerpoint, l'essentiel pour commerciaux **Nouveau**

2 j - XCP - p.473

## »» CIEL : gestion commerciale »

### CIEL Gestion Commerciale, prise en main **Nouveau**

2 j - ELG - p.473

### CIEL Gestion Commerciale, perfectionnement **Nouveau**

2 j - ELC - cf@



En tant que commercial, vous devez élaborer et hiérarchiser vos actions pour réaliser vos objectifs. Ce cycle vous apportera des repères méthodologiques pour bien suivre votre entretien commercial, développer votre impact, mieux vous connaître dans les phases de négociation et bien gérer les objections de vos clients.

### Les fondamentaux de la vente

#### »»» Contexte de l'entretien de vente

- L'importance de la vente dans le processus marketing et commercial.
- La vente aux professionnels et aux particuliers.
- Le rôle du commercial.

#### »»» Se présenter : la prise de contact

- Techniques pour se présenter.
- Attitudes de communication pour briser la glace.
- La communication non verbale.

#### »»» Découvrir les besoins du client

- Pratiquer la technique de l'entonnoir pour la découverte.
- Questionner : utiliser différents types de questions.
- Ecouter : l'écoute active pour rebondir.
- Analyser les différents leviers de motivation.
- Reformuler les besoins du client.

#### »»» Argumenter et convaincre son client

- Démontrer l'adéquation de la solution au besoin.
- Utiliser l'argumentaire SONCAS.
- Mettre en avant les bénéfiques clients : CAB.

#### »»» Répondre aux objections

- Transformer une objection en un élément positif.
- Traiter l'objection prix avec différentes techniques.

#### »»» Conclure l'entretien et signer

**Travaux pratiques** Nombreuses mises en situation sur les différentes phases de l'entretien de vente.

### Négociation commerciale, les points clés

#### »»» Connaître et dérouler son cycle de vente

- Rappel général : technique, stratégie, tactique d'une négociation en B2B.
- Cycle de vente face au cycle d'achat.

#### »»» Elaborer une grille de négociation

- Elaborer la cible de négociation : sauvegarder ses marges.
- Anticiper le refus : bâtir une MESORE efficace.
- Identifier les objets de négociation autre que le prix.

#### »»» Déjouer les techniques des acheteurs professionnels

- Garder le leadership face à l'intimidation et la pression.
- Favoriser les techniques d'échange.

#### »»» Maîtriser les techniques de closing efficace

- Traiter les objections de dernière minute et obtenir un accord. Rassurer un acheteur fuyant.
- Technique de l'enchaînement logique.
- Reformuler les points d'accord et de douleurs.

#### »»» Formaliser l'accord

- Anticiper la suite de la négociation.
  - Conforter l'acheteur : les techniques de valorisation.
  - Consolider la confiance : la technique de "l'ancrage".
- Travaux pratiques** Techniques pour préparer les étapes majeures du cycle.

Rédaction, présentation de sa grille de négociation. Mises en situation : un acheteur et un vendeur se font face dans une négociation. Echange sur le thème de la négociation.

### Le traitement des objections

#### »»» Accueillir et comprendre les objections

- Les différents types d'objections.
- Identifier quand et pourquoi elle survient.
- Chercher et trouver l'objection derrière l'objection.

#### »»» Traiter les objections par la technique

- Personnalité du client et expression de l'objection. Les huit règles de base. Douze techniques à utiliser.
- Repérer notre attitude personnelle face aux objections. Voir l'objection comme une chance offerte au vendeur.
- Notre position face à notre interlocuteur. Utiliser un canal de communication adapté.
- Le cas de l'objection sur le prix.

#### »»» Anticiper les objections

- Rechercher les objections possibles pour les prévenir.
- Transformer les arguments de nos concurrents.
- Le niveau de "pollution" de l'objection chez le client.

#### »»» Savoir influencer pour répondre aux objections

- Adopter une communication positive pour mieux influencer. Se centrer sur votre interlocuteur.
- Mesurer la portée d'une objection. Qui est face à vous ? S'adapter aux types de réactions possibles.

**Exercices** Jeux de rôle.

### Renforcer son impact commercial

#### »»» Identifier vos réactions face à vos clients

- Mesurer votre assertivité.
- Déjouer les pièges de la mécommunication.

#### »»» Oser dépasser vos craintes, vos appréhensions

- Découvrir vos croyances limitantes et messages contraignants.
- Transformer les objections en arguments.

#### »»» Développer votre image et votre crédibilité

- Connaître et reconnaître vos qualités et limites.
- Utiliser les techniques de réassurance.
- Utiliser des techniques pour projeter une image de crédibilité.

#### »»» Argumenter de façon persuasive et assertive

- Affirmer vos intentions et rassurer votre client.
- Utiliser le recadrage positif.
- Eviter au doute de s'installer.

#### »»» Oser vous affirmer face à vos clients

- Savoir répondre posément à une critique.
- Prononcer un refus acceptable par le client.

#### »»» Influencer votre client

- Donner envie et faire adhérer à sa cause.
- Satisfaire ses besoins psychologiques.
- Faire du lobbying.

**Travaux pratiques** Test mesurant votre niveau d'assertivité. Entraînement à la préparation mentale. Exercice filmé : accueillir et gérer les différentes objections clients. Débriefing collectif.



Réf : KOM

Durée : 9 jours

#### Composition du cycle :

réf FOV, 2j, cf p. 460  
réf NEG, 2j, cf p. 466  
réf TOB, 2j, cf @  
réf TRE 2j, cf p. 469

Examen réf KKK  
20 oct/19 déc. 2014  
7 avril 2015

Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 3 700 € HT (prix 2014)  
option full offerte  
soit environ 30% de remise incluse

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### »» PARTICIPANTS

Vendeurs, ingénieurs commerciaux, technico-commerciaux ou ingénieurs d'affaires.

### »» PREREQUIS

Première expérience souhaitable dans une fonction commerciale ou relation client.

Ce stage pratique vous permettra d'adopter un esprit commercial gagnant afin de pouvoir accompagner l'action commerciale, recueillir des informations pertinentes en clientèle mais aussi comprendre la manière dont un commercial entretient et gère la relation avec un prospect ou un client.

## Adopter un comportement commercial

- Découvrir, au-delà des apparences, ce qu'est vraiment l'esprit commercial.
- Les missions du commercial.
- Cartographier les différentes étapes de la relation client/prospect.
- Apprendre à se présenter et nouer le contact. Les points à respecter pour présenter sa société.
- Apprendre à se présenter à un client : les différences par rapport au prospect.
- Proposer un plan d'entretien à son client.
- Observer, savoir écouter, questionner et savoir reformuler.
- Décoder les comportements de son client : posture, gestes, voix, regard, expression du visage.
- Connaître son offre et savoir en parler.
- Utiliser le référencement pour découvrir de nouveaux prospects.

**Travaux pratiques** Exercices filmés : présenter sa société et son offre en une minute. Débriefing collectif.

## Dépasser vos freins

- Découvrir vos " croyances limitantes " dans votre approche commerciale.
- Prendre du recul pour faire preuve de discernement et d'objectivité.
- Traiter les objections les plus fréquentes.
- Dépasser ses peurs : les étapes à suivre.
- Transmettre votre enthousiasme : aimer et croire en son produit, employer un langage constructif.
- Observer le comportement de votre interlocuteur.
- L'effet "iceberg" : le conscient et le subconscient.

**Travaux pratiques** Exercices filmés : faire face à une situation de face-à-face et transmettre une émotion positive. Débriefing collectif.

## Découvrir les besoins potentiels de vos interlocuteurs

- Maîtriser l'art du questionnement pendant l'entretien. Les différents types de questions.
- Questionner pendant la phase de découverte.
- Prendre le temps de reformuler les réponses de son interlocuteur pour vérifier et rassurer.
- Utiliser la reformulation centrage, écho, synthèse.
- Apprendre à se centrer sur votre interlocuteur : l'empathie et l'écoute.
- Se synchroniser avec son interlocuteur, utiliser le même langage.
- Comprendre les différents types de besoins : besoins fonctionnels, rationnels et psychologiques.
- Sélectionner les leviers de motivation du client : le SONCAS.
- Découvrir les points d'amélioration du service ou du produit proposé.

**Travaux pratiques** Exercices filmés : entraînement à des entretiens destinés à découvrir des besoins. Débriefing collectif.

## Susciter l'intérêt de vos interlocuteurs

- Suggérer plutôt qu'affirmer.
- Adopter la bonne posture pour proposer l'offre commerciale.
- Trouver un point d'intérêt dans la situation actuelle.

- Dispenser l'information avec parcimonie.
- Donner des exemples, imaginer son discours.
- Préparer l'étape suivante, mettre au point une phase de transition.
- Enoncer votre proposition.

**Travaux pratiques** Exercices filmés : s'entraîner dans un face-à-face à susciter l'intérêt d'un interlocuteur. Débriefing collectif.

## Développer un argumentaire

- Construire un argumentaire avec l'outil SONCAS.
- S'appuyer sur les besoins identifiés.
- Développer les arguments correspondant aux besoins exprimés : l'argumentation sélective.
- Savoir mettre en avant les points forts de votre offre.
- Ne pas en nier les points faibles et les utiliser.
- Ecouter et accepter les objections du client. Rebondir sans agressivité.

**Travaux pratiques** Simulation comportementale et entraînement sur l'argumentaire : développer un argumentaire sur un produit ou une offre puis exposer deux arguments du SONCAS en fonction de besoins exprimés.

**Travaux pratiques** Simulation comportementale et entraînement sur l'argumentaire : développer un argumentaire sur un produit ou une offre puis exposer deux arguments du SONCAS en fonction de besoins exprimés. Débriefing collectif.

## S'adresser à un auditoire

- Préparer des éléments de présentation et préparer son matériel.
- Apprendre à cadrer une présentation commerciale.
- Exposer l'objet, développer le contenu en exposant, annoncer un plan, répéter l'essentiel, conclure en synthétisant.
- Rendre une présentation vivante. Stimuler l'attention de l'auditoire.
- Comprendre tous les types de besoins psychologiques.
- Faire face aux questions, aux contradictions.
- Rendre efficace et constructive la phase de questions.

**Travaux pratiques** Faire une présentation devant un auditoire et gérer ses réactions. Débriefing collectif.



Réf :	CIL
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./1-2 déc. 2014 26-27 fév./16-17 avril 2015 18-19 juin 2015
Groupe 1	12-13 mars/4-5 juin 2015
Groupe 2	19-20 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	9-10 avril/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015	voir p. 545

### » EXERCICES

Jeux de rôle filmés, mises en situation.

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant développer son esprit commercial ou bien comprendre les règles de fonctionnement de base d'un commercial.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### » pour aller plus loin »

- Maîtriser les fondamentaux de la vente p. 460
- Perfectionnement aux techniques de vente p. 460
- Réussir ses présentations et soutenances commerciales p. 464

La vente est un acte qui n'admet pas l'improvisation ou la spontanéité. Cette formation à vocation opérationnelle vous apprendra à maîtriser les différentes phases de l'entretien de vente. Les techniques enseignées vous permettront d'arriver sereinement jusqu'à la signature de vos contrats.



Réf :	FOV
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./4-5 déc. 2014 26-27 fév./23-24 avril 2015 18-19 juin 2015
Groupe 1	19-20 fév./25-26 juin 2015
Groupe 2	5-6 fév./4-5 juin 2015
Groupe 3	12-13 fév./11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Commercial. Assistant(e) commercial. Toute personne à vocation commerciale, en contact avec la clientèle.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Contexte de l'entretien de vente**

- L'importance de la vente dans le processus marketing et commercial.
- La vente à des professionnels et aux particuliers.
- Se préparer (dans la tête et dans la pratique).
- Le rôle du commercial.
- Attirer l'attention de l'interlocuteur et susciter son intérêt.
- Connaître les phases d'un entretien de vente.

**» Se présenter : la prise de contact**

- La première rencontre, la première impression, la crédibilité de l'entreprise et de son représentant.
- Techniques pour se présenter.
- Attitudes de communication pour briser la glace.
- La communication non verbale.
- Un truc à retenir.

**Travaux pratiques** Exercices pour briser la glace et se présenter. Débriefing orienté sur le non-verbal.

**» Découvrir les besoins du client**

- Recueillir les besoins, obtenir la confiance.
- Pratiquer la technique de l'entonnoir pour la découverte.
- Questionner : utiliser différents types de questions (questions ouvertes...).
- Ecouter : l'écoute active pour rebondir.
- Analyser les différents leviers de motivation.
- Faire ressortir les besoins cachés.
- Reformuler les besoins du client.

**Travaux pratiques** Lister les questions à poser et les ordonnancer avec la technique de l'entonnoir. Mise en situation sur la découverte des besoins et la reformulation.

**» Argumenter et convaincre son client**

- Créer une suite logique après la découverte des besoins.
- Démontrer l'adéquation de la solution au besoin.
- Se différencier de la concurrence.
- Utiliser l'argumentaire SONCAS.
- Mettre en avant les bénéfices clients : CAB.
- Formuler une proposition : devis, offre, présentation verbale.

**Travaux pratiques** Construction d'un argumentaire de vente avec la méthode SONCAS. Jeux de rôle volontaires.

**» Répondre aux objections**

- Les objections : qu'est-ce qu'une objection ?
  - Transformer une objection en élément positif.
  - Identifier les types d'objections et les anticiper.
  - Traiter l'objection prix avec différentes techniques.
- Travaux pratiques** Constituer un catalogue d'objections et de réponses. Entraînement à répondre aux objections avec les différentes techniques.

**» Conclure l'entretien et signer**

- Déceler les signes qui montrent qu'il est temps de conclure. Les types d'objections.
- Obtenir un engagement et signer.
- Prendre congé.



Organisée autour de mises en situation réalistes, cette formation vous permettra de vous perfectionner aux techniques de vente, et notamment d'améliorer vos comportements commerciaux, votre argumentaire et le traitement des objections.



Réf :	VEN
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./8-9 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Ce cours, très interactif, s'appuie sur une pédagogie ludique, des études de situations rencontrées, des jeux de rôle.

**» PARTICIPANTS**  
Ce cours est destiné à des commerciaux et technico-commerciaux (avant-ventes) ou toute personne ayant suivi les Fondamentaux de la vente ou disposant de 3 à 5 ans d'expérience commerciale.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances des techniques commerciales. Expérience requise en vente.  
» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**» Obtenir un rendez-vous avec un décideur**

- Obtenir la recommandation par le client : structurer une référence active.
  - Identifier les bénéfices que retire votre interlocuteur de passer du temps avec vous.
  - Lui communiquer ce bénéfice avec enthousiasme.
- Exercices** Réfléchir à ses clients existants : quels sont ceux qui pourraient vous recommander ?

**» Acquérir la confiance dès les premières minutes de l'entretien**

- La règle des 4x20.
  - L'importance du non-verbal.
  - Les attitudes naturelles.
  - Faire face à une attitude de réserve et de repli.
- Exercices** Coaching sur la manière de présenter sa société en une minute (filmé et analysé).

**» Découvrir**

- Que découvrir ? Stratégie, organisation, données techniques.
  - Identifier le réseau d'influence.
  - Détecter les besoins fonctionnels.
  - Cerner les motivations de votre interlocuteur.
  - Utiliser les outils de la découverte : questions, empathie, écoute active, reformulation.
  - Identifier le style de communication de son interlocuteur et s'y adapter.
- Travaux pratiques** Mise en situation sur les cas des participants.

**» Affiner son argumentation**

- Choisir les arguments en fonction des informations recueillies en phase de découverte.
  - Bâtir et structurer son argumentation.
  - Savoir communiquer en termes de bénéfices client.
  - Utiliser des preuves pertinentes.
  - Se démarquer de la concurrence.
  - Les trois techniques de présentation du prix.
- Exercices** Présentation de la solution en lien direct avec les besoins identifiés durant la phase de découverte.

**» Traiter les objections**

- Les différentes sortes d'objections.
  - Les attitudes à adopter face aux objections.
  - Les trois étapes clés du traitement d'objections.
  - Les techniques de traitement.
- Exercices** Entraînement pratique sur les objections les plus fréquentes rencontrées par les participants.

**» Conclure**

- Savoir détecter les "signaux d'achat".
  - Choisir la bonne forme de conclusion.
  - Elaborer le compte rendu de l'entretien de vente.
- Exercices** Travail sur la reconnaissance des signaux d'achat et des signaux de vigilance. Rédaction d'un compte rendu de l'entretien de vente.

Ce stage vous montrera comment avoir une vue précise de votre territoire de vente en environnement B2B. Vous apprendrez à segmenter votre portefeuille et à construire une stratégie de développement de votre chiffre d'affaires.

## » Les fondements de la Performance Commerciale Individuelle

- L'efficacité commerciale à court et long terme.
- Piloter la performance commerciale : organisation et communication.
- Comprendre la position marketing de ses produits/ services.
- Réaliser l'historique de ses clients et relations commerciales.
- Quelles sont les attentes des clients ?

**Exercices** Exercice en sous-groupes sur les attentes clients.

## » Photographie de son portefeuille clients

- Les dix étapes pour élaborer son PAAC.
- Evaluer son portefeuille client.
- Segmentation du portefeuille, répartition des clients.
- Classer les clients en fonction de leur potentiel.
- S'approprier le concept MDFC.

**Etude de cas** Etude de cas sur la matrice MDFC.

## » Actions de prospection et de fidélisation

- Qualification nominative et photographie globale du portefeuille.
- Etablir un diagnostic factuel de son portefeuille.
- Travailler ses " cœurs de cibles ".
- Déterminer ses actions et ses priorités.
- Elaborer une stratégie avec les clients à faible valeur.

**Exercices** Exercice d'analyse avec son propre portefeuille.

## » Réaliser ses objectifs de chiffre d'affaires

- Fixer des objectifs commerciaux prévisionnels : charge du territoire.
- Fixer des objectifs qualitatifs d'activité : potentiel d'activité du vendeur.
- Mettre en place des arguments de développement de CA.
- Utiliser les leviers de fidélisation (télémarketing, mailing...).
- Anticiper les objections, prévoir des solutions de repli.
- Définir une stratégie tarifaire et préparer des contreparties.

**Exercices** Exercice sur la réalisation d'objectifs et l'organisation de son travail.

## » Améliorer sa rentabilité

- Mise en place d'un plan de moyen pour maintenir, développer, entretenir et prospecter ses clients.
- Mise en place et utilisation de tableaux de bord.
- Avoir une visibilité claire de son planning pour gérer son temps et son efficacité.

**Exercices** Exercice sur le suivi de son activité commerciale.



Réf :	FEU
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./1-2 déc. 2014 2-3 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices permettant à chaque stagiaire de s'approprier la matrice d'analyse pour construire sa propre stratégie de développement et d'organisation.

### » PARTICIPANTS

Personnes impliquées dans le développement des ventes et amenées à négocier en environnement BtoB : commerciaux, VRP, technico-commerciaux, managers, ingénieurs d'affaires.

### » PREREQUIS

Avoir un volume d'activité et de clients existants suffisamment significatif.

# Prospecter et gagner de nouveaux clients

Acquérir les techniques nécessaires pour organiser sa prospection et étoffer son portefeuille client. Préparer les scénarios d'appels et les entretiens face-à-face. Elaborer des arguments performants. Maîtriser son agenda.

## » Se préparer et s'organiser

- Faire l'état de son portefeuille actuel.
- Identifier les secteurs géographiques à prospecter.
- Recenser les typologies d'entreprise à contacter.
- Inventorier les outils.
- Créer un fichier de prospects.

**Exercices** Simulations d'une réunion de préparation sur les projets de prospection.

## » Apprendre à rendre un message intéressant

- Techniques de communication professionnelle.
- La communication rapide : l'Elevator pitch.
- Savoir se présenter.
- Observer et pratiquer l'écoute active.

**Travaux pratiques** "Elevator pitch" : préparation d'un argumentaire condensé pour se présenter en 2 minutes.

## » Elaborer ses argumentaires et ses outils

- Prévoir les scénarios de prospection.
- Définir et choisir les outils.
- Conception des documents et supports.
- La cohérence entre les actions et les outils.

**Exercices** Présentation des stratégies des participants.

## » Prospecter au téléphone

- Elaborer ses scénarios d'appels.
- Préparer des arguments en fonction des profils prospects.
- Déclencher la prise de rendez-vous.
- Organiser et "timer" la prospection.

- Suivre son tableau d'indicateurs et analyser ses résultats.
- Faire de chaque entretien un entraînement.
- Développer sa résistance à l'échec.

**Exercices** Mises en situation téléphoniques.

## » Mener des entretiens face-à-face

- Elaborer le scénario d'entretien.
- Dérouler les différentes phases de l'entretien.
- Réussir sa phase de découverte et d'argumentation.
- Mettre en valeur des preuves et des expériences.
- Anticiper un face-à-face improvisé.

**Exercices** Mises en situation d'entretien face-à-face.

## » Argumenter et traiter les objections

- Comprendre le mécanisme des arguments performants : CAB.
- Préparer ses réponses à objections.
- Utiliser les objections pour étoffer ses arguments.
- Prévoir les parades aux objections.
- Dédramatiser la présentation du prix.

**Exercices** Mises en situations sur le traitement des objections.

## » Gérer son agenda

- Apprendre à créer un rythme de prospection.
- Maîtriser son agenda de prospection.
- Prévoir un suivi de prospection.

**Exercices** Exercices sur la gestion du temps.



Réf :	PGN
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./15-16 déc. 2014 2-3 avril 2015
<b>Groupe 1</b> 30-31 mars/22-23 juin 2015	
<b>Groupe 2</b> 2-3 mars/15-16 juin 2015	
<b>Groupe 3</b> 2-3 mars/8-9 juin 2015	
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices, autodiagnostic, mises en situation, jeux de rôle avec enregistrements.

### » PARTICIPANTS

Vendeurs, commerciaux, ingénieurs d'affaires, chargés de prospection, assistant(e)s...

### » PREREQUIS

Connaissance des produits ou services à vendre.

Cette journée de formation vous montrera comment utiliser les réseaux sociaux pour augmenter votre chiffre d'affaires. Vous apprendrez à améliorer vos techniques de communication commerciale sur les médias sociaux et ainsi créer de nouvelles stratégies de prospection plus pointues.



Réf :	PRS
Durée :	1 jour
Paris	28 nov. 2014 30 janv./27 mars 2015 22 mai 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Démonstration, échanges, études de cas, exercices sur machine.

**PARTICIPANTS**  
Tout manager qui voudrait utiliser les réseaux sociaux afin de booster des activités commerciales.

**PREREQUIS**  
De l'expérience dans le domaine commercial et une première utilisation des réseaux sociaux seraient bénéfiques.

» **Faire un audit de ses habitudes actuelles de prospection 2.0**

- Identifier ses connaissances 2.0, habitudes, freins, et techniques actuels.
- Prospecter sur les réseaux sociaux : les raisons.
- Comprendre leurs fonctions en tant qu'outils incontournables de vente.
- Choisir un réseau social pour son public cible. Identifier comment le choisir.

**Travaux pratiques** Cartographie d'habitudes et présentation des objectifs de chaque participant.

» **Créer son personal branding en tant que commercial**

- Découvrir son personal branding : se "googler".
- Harmoniser les stratégies Networking off et on line à travers son personal branding.
- Définir sa propre stratégie : pourquoi et comment ?
- Construire un personal branding efficace pour tirer le meilleur profit en ligne : les étapes à mettre en place.
- Augmenter les chances de réussite et diminuer les risques d'avoir un personal branding obsolète.

**Travaux pratiques** Création du personal branding commercial. Rechercher sur le net son identité numérique se "googler".

» **Créer des stratégies pointues de préqualification et de détection**

- Préqualifier et détecter les besoins des prospects et clients actuels.
- Identifier les objectifs commerciaux et comment les transposer sur les réseaux sociaux.
- Recueillir des techniques de communication commerciale sur les médias sociaux.

**Etude de cas** Analyse de profils différents.

» **Comprendre comment utiliser les réseaux sociaux afin d'augmenter le CA**

- Augmenter les points d'entrée.
- Connaître les techniques pour la prospection, les contacts, et les clients en ligne.
- Mettre en place une veille commerciale.
- Maîtriser les fonctionnalités qui aident à vendre.
- Comprendre les pièges à éviter.

**Travaux pratiques** Etude de cas et discussions suivies sur les facteurs clés de succès. Démonstration et surf sur les réseaux sociaux.



# Vendre au téléphone prospecter au téléphone et obtenir des rendez-vous

Acquérir les techniques nécessaires pour obtenir des rendez-vous ciblés afin de développer son portefeuille client. Savoir traiter commercialement les appels difficiles. Faire du téléphone un instrument performant au service de l'action commerciale.



Réf :	VTE
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Exercices, autodiagnostic, mises en situation, jeux de rôle avec enregistrements téléphoniques.

**PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur en charge d'obtenir des rendez-vous commerciaux : vendeurs, commerciaux, ingénieurs d'affaires, chargés de prospection, assistantes...

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Bien communiquer**

- Emetteur / récepteur : qui est responsable de la qualité de la communication ?
- Appréhender les spécificités du téléphone et l'importance de la voix/sourire.
- Comprendre le traitement automatique de l'information et les pertes obligatoires.
- Utiliser les outils : écoute active, reformulation, questionnement, parler positif, présent et futur.

**Travaux pratiques** Exercices sur la voix, l'écoute, les différents types de questions, le parler positif. Débriefing collectif.

**Travaux pratiques** Mises en situation téléphoniques. Débriefing collectif.

» **Les barrages standard et secrétaire**

- Attitudes à éviter.
- Comportements à privilégier.

**Travaux pratiques** Mises en situation téléphoniques. Débriefing collectif.

» **L'argumentation et le traitement des objections**

- La méthode AIDA.
- La méthode CAB.

**Travaux pratiques** Mises en situation téléphoniques sur le traitement des objections.

» **L'évaluation de son activité prospection**

- Mesurer l'efficacité de ses actions de prospection.
- Identifier les ratios adaptés à son activité.
- Connaître les moyens pour suivre ces ratios.
- Comprendre comment transformer le suivi de ces indicateurs en actions pour optimiser la performance.

**Travaux pratiques** Réflexion en sous-groupes sur les indicateurs d'évaluation.

» **Le déroulement réussi d'un appel**

- Identification.
- Présentation de soi et de l'entreprise.
- Phrase d'accroche.
- Proposition de rendez-vous.
- Réponse aux objections/argumentation.
- Conclusion positive : accord de rendez-vous et fixation des modalités.
- Prise de congé.

Cette formation apprend à formuler une réponse lors d'un appel d'offre afin de maximiser les chances de succès. Vous comprendrez les caractéristiques des appels d'offres privés et publics - le formalisme, la procédure et le déroulement - afin de savoir ce qu'il faut faire et éviter de faire.

## » Généralités sur les appels d'offres

- Qu'est-ce qu'un appel d'offres ou plus simplement une consultation ?
- Les raisons de l'émission d'un appel d'offres.
- Projet important ou bien renouvellement de fournitures ou de services standard ?

**Travaux pratiques** Quiz marchés publics et privés.

## » Composition d'un appel d'offres

- Le cahier des charges de l'entreprise qui le lance.
- L'offre correspondante de l'entreprise postulante.
- Les phases et le timing.

**Travaux pratiques** Exercice d'élaboration d'un processus d'achat.

## » Les différences entre appels d'offres publics et privés

- Caractéristiques des marchés publics.
- Réglementation sur les appels d'offres et sur la passation des marchés.
- Dispositions du nouveau Code des marchés publics.
- Différences entre services de l'Etat, établissements publics, collectivités territoriales et organismes sociaux.
- Documents essentiels du dossier d'appel d'offres : DCE, CCTP, CCAG...
- Caractéristiques des consultations privées.

**Travaux pratiques** Analyse d'un CCTP (CCAP).

Constitution d'un dossier administratif DCE. Lister les avantages et inconvénients des consultations privées.

## » Les points-clés du traitement de l'appel d'offres

- Définir la bonne stratégie pour répondre : rester en solo, alliance, cotraitance, sous-traitance.
- L'interprétation du cahier des charges.
- Savoir détecter l'appel d'offres "bidon".
- Traiter les quatre phases de la vente (présentation, découverte des besoins, solution et argumentation, conclusion).
- Obtenir l'information manquante.
- Comment se différencier de la concurrence.
- Connaître et agir sur les décisionnaires : méthode GRID.
- Ne pas tout dévoiler de son savoir et de ses solutions.

**Travaux pratiques** Rédaction d'un dossier. Formalisation d'une réponse à l'appel d'offres. Construction d'un argumentaire CAB et préparation des réponses aux objections.

## » La rédaction de l'offre écrite (ou dématérialisée)

- Conseils pratiques sur le format de la réponse.
- Travaux pratiques** Analyse critique du mémoire (réponse à l'appel d'offres).



Réf :	RAO
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 2-3 fév./7-8 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Direction commerciale, commerciaux et services techniques.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Rédiger des argumentaires de vente

L'argumentation est la phase incontournable dans tout acte de vente. Ce stage vous permettra de maîtriser les techniques d'élaboration d'argumentaires performants, en mettant en valeur les bénéfices clients. Vous apprendrez à élaborer un catalogue de réponses aux questions et à traiter les objections.

## » Connaître les fondamentaux de la communication

- Prendre conscience des stratégies pour impliquer le récepteur dans la communication.
- Appréhender les liens et les spécificités entre la rédaction d'argumentaire et la communication orale.
- Intégrer la notion de " feed-back " dans l'élaboration de ses argumentaires.
- Prévoir et anticiper.
- Utilisation des outils : écoute active, reformulation, questionnement, parler positif, présent et futur.

**Travaux pratiques** Exercices sur la rédaction, la voix, l'écoute, les différents types de questions, le parler positif. Débriefing collectif.

- Enchaîner les questions en fonction du feedback.
- Préparer des questions annexes ou " joker ".

**Travaux pratiques** Rédaction et mise en situation de la phase de découverte. Débriefing collectif.

## » Mettre en valeur les bénéfices clients

- Créer une suite logique après la phase découverte.
- Construire des arguments performants.
- Repérer et exploiter les motivations d'achat du client : SONCAS.
- Développer ses arguments avec l'outil CAB.

**Travaux pratiques** Rédaction d'arguments et mises en situation filmées. Débriefing collectif.

## » Préparer et structurer un argumentaire de vente

- Rappeler les différentes phases de l'entretien de vente.
- Les phases : présentation, découverte, argumentation, traitement des objections, conclusion.
- Faire l'inventaire des messages à faire passer.
- Hiérarchiser les temps forts de sa communication.
- Lister les avantages du produit ou service.
- Préparer l'argumentaire SONCAS.

**Travaux pratiques** Réflexions en commun, exercice sur la structure d'un argumentaire.

## » Savoir répondre aux objections clients

- Recenser les questions que peut poser son interlocuteur.
- Prévoir les réponses et élaborer de nouveaux arguments.
- Lister les objections.
- Rédiger les phrases de rebond.

**Travaux pratiques** Rédaction et mises en situations sur la réponse aux questions et le traitement des objections.

## » Tester son argumentaire

- Repérer les points d'amélioration dans sa rédaction d'argumentaire.
- Travaux pratiques** Simulations enregistrées des argumentaires rédigés par les participants. Débriefing collectif pour affiner le déroulement des scénarios.



Réf :	AVE
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./11-12 déc. 2014 5-6 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices, autodiagnostic, mises en situation, jeux de rôle avec enregistrements.

### » PARTICIPANTS

Tout collaborateur en charge de rédiger des argumentaires de vente : directeurs des ventes, commerciaux, responsables marketing, assistantes commerciales.

### » PREREQUIS

Connaissance des produits ou services à vendre.

Ce stage vous montrera comment préparer efficacement vos grands rendez-vous clientèle : soutenances commerciales, entretiens de vente, négociations. Vous apprendrez à améliorer votre comportement commercial afin de mettre en valeur et de défendre avec succès vos propositions.



Réf :	RDV
Durée :	2 jours
Paris :	20-21 oct./1-2 déc. 2014 2-3 mars 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables commerciaux. Ingénieurs d'affaires. Commerciaux. Technico-commerciaux (avant-ventes). Chefs de projet. Toute autre personne impliquée dans le développement des ventes.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances des techniques commerciales. Expérience requise en vente.

#### » Préparer l'entretien avec soin

- Les techniques pour projeter une image de crédibilité.
- Faire passer un message : auteur et interprète.
- Les éléments de la communication orale : verbal et non verbal.
- Sa propre préparation : fond et forme.
- Préparer son état d'esprit. Assertivité : assumer sa position. Empathie...
- Evaluer le rapport de force Acheteur-Vendeur.
- Choisir sa stratégie. Définir et hiérarchiser ses objectifs.
- Choisir un chemin d'entretien ou de négociation.

**Exercices** Entraînement aux techniques d'assertivité pour améliorer ses comportements en situation d'inconfort.

#### » Lancer l'entretien face au client

- Acquérir la confiance dès les premières minutes de l'entretien.
- La règle des 4x20.
- Savoir se présenter soi-même avec assurance et simplicité.
- Préciser son pré carré commercial.
- Faire face à une situation de réserve et de repli.
- Eviter les mots et les expressions parasites.
- Exploiter les motivations du client : le SONCAS.
- Utiliser les outils de la découverte : questions, empathie, écoute active, reformulation.

**Exercices** Mises en situation sur le cas des participants. Débriefing collectif.

#### » Savoir réaliser des présentations commerciales

- Présenter son sujet de manière vivante, animée et confiante.
- Comment persuader son interlocuteur.
- Identifier les réseaux d'influence.
- Donner envie et faire adhérer à sa cause.
- Comment structurer ses arguments pour les rendre vraiment impactants.
- Associer des messages clés.
- Savoir communiquer en termes de bénéfices client. Utiliser des preuves pertinentes.
- Les trois techniques de présentation du prix.

**Mise en situation** Préparation d'une présentation client, enregistrement vidéo et analyse.

#### » Défendre son offre commerciale et négocier

- Connaître les techniques de déstabilisation des acheteurs.
- Apprendre à déjouer les pièges des acheteurs en négociation.
- Savoir reconnaître les différents types d'objections.
- Les techniques du traitement des objections.
- La spécificité des objections sur le prix.
- Choisir la bonne forme de closing.
- Engager son interlocuteur vers la conclusion.
- Suivre et accompagner la relation dans la durée.

**Exercices** Mises en situations filmées pour traiter les objections et engager l'interlocuteur vers la conclusion.



Comment préparer une présentation commerciale et l'animer de manière confiante, efficace et dynamique, devant vos clients. Cette formation vous montrera comment répondre aux réactions, questions et objections en toute sérénité et par là-même emporter l'adhésion de votre auditoire.



Réf :	SOU
Durée :	2 jours
Paris :	13-14 oct./15-16 déc. 2014 9-10 fév./7-8 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Mises en situation filmées et analysées en groupe. Venir avec une présentation courte (5- 10 minutes) d'un sujet tiré de sa fonction.

### » PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, commerciaux, technico-commerciaux (avant-ventes), chefs de projet.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

#### » Les bases de la communication orale

- Différences entre la communication écrite et orale.
- Faire passer un message : auteur et interprète.
- La communication orale : espace, temps, son. Verbal et non-verbal.
- Sa propre préparation : fond et forme. Gérer le trac : respiration, visualisation, répétition.
- Préparer son état d'esprit. Assertivité : assumer sa position et ses propos. Empathie. Calme. Bienveillance. Plaisir.

**Exercices** Mises en situation : le "Bonjour". Analyse.

#### » Lancer sa présentation

- Connaître les informations indispensables au démarrage.
- Oser passer du "jeu" au "je".
- Préciser son pré carré commercial.
- Eviter les mots et expressions parasites.
- Les attitudes corporelles à proscrire.

**Exercices** Mise en situation : le "First minute", enregistrement vidéo et analyse.

#### » Présenter son sujet de manière vivante

- Le contexte de vente : objectif, public, enjeu.
- La présentation sur vidéoprojecteur.
- Soigner son introduction et sa conclusion.
- Passage du BAC à vos produits et projets commerciaux.
- Exploiter les motivations du client : le "SONCAS".
- Gestion du "timing" de la présentation client.
- Les références, la concurrence : comment les aborder ?

- Le support de la présentation : construire l'exposé en trois fiches.

**Exercices** Mises en situation : préparation d'une présentation client, enregistrement vidéo et analyse.

#### » Animer la séance de questions/réponses avec le client

- Partie capitale : recevoir du " feedback ".
- Lancement de la séance : attitude et langage pour recueillir les réactions.
- La réponse : séparer le fond et la forme, répondre sans conflit : la méthode DESC, les méthodes douces.
- Gestion des clients difficiles.

**Exercices** Mises en situation de lancement de la séance de questions/réponses, distribution de rôles aux participants, enregistrement vidéo et analyse collective.

#### » Conclure efficacement le rendez-vous de présentation

- Conclure de manière constructive le rendez-vous de présentation : comment faire ? Comment prévoir la suite ?
- Construction d'un plan d'action personnalisé. Fiche d'autoévaluation de ses prestations.

Cette formation vous permettra d'appréhender la notion de création de valeur en vue de l'intégrer dans le processus de vente. Vous apprendrez à mettre en évidence des axes de création de valeur dans vos entretiens de vente, à construire des argumentaires en ce sens ainsi qu'à apporter des éléments chiffrés.

## » Comprendre la notion de création de valeur dans la vente

- Identifier les trois niveaux où opère la création de valeur.
- Découvrir la force de "la douleur".
- Analyser le cycle de création de la valeur : enquête/recoupement/transformation.
- Evoluer de la création à la coproduction de valeur : confiance/suggestion/adhésion.

**Travaux pratiques** Réflexion sur la notion de création de valeur. Découvrir les axes de création de valeur.

## » Mener un entretien de vente propice à la création de valeur

- Se préparer et mener l'enquête.
- Etablir la check-list des données à recueillir.
- Identifier les vecteurs potentiels de création de valeur.
- Identifier les idées clés et apprendre à les exploiter.
- Savoir mener l'enquête : les techniques de questionnement.
- Pratiquer le "coup du dentiste" pour découvrir le "coût de la douleur".

**Travaux pratiques** Rechercher les vecteurs de création de valeur. Etablir la check-list des médias et des acteurs. Entretien filmé "mener l'enquête".

## » Passer de la création à la valorisation de la valeur

- Connaître les règles de validation de l'information.
- Utiliser le cycle caractéristique/avantage /bénéfice client.

- Aider le client à vendre la valeur à son client interne.
- Construire un argumentaire fondé sur la création de valeur.
- Valoriser la création de valeur dans sa présentation.

**Travaux pratiques** Construire un argumentaire à partir des cas réels proposés par les participants.

*Exercice filmé : présenter l'argumentaire à un client. Conseils personnalisés.*

## » Chiffrer la création de valeur

- Chiffrer les éléments de "marchandage" et les objets de négociation.
- Intégrer le "prix de la douleur".
- Intégrer ces éléments à la proposition commerciale et à la négociation.
- Etablir une échelle subjective pour les éléments non chiffrables.
- Apprendre à raisonner à partir de la notion de "manque".
- Etablir la balance "coût/bénéfice" du changement.

**Travaux pratiques** Chiffrer la création de valeur. Atelier final : échange entre les participants et élaboration d'un plan d'action individuel.



Réf :	CVC
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 5-6 mars/18-19 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices et mises en situation. Réflexion individuelle et collective. Atelier. Jeux de rôle.

### » PARTICIPANTS

Directeurs et managers commerciaux, Key Account Manager, commerciaux, ingénieurs avant-vente, chefs de projets.

### » PREREQUIS

Expérience nécessaire dans le domaine de la vente et/ou de la négociation commerciale.

## Gérez vos inscriptions en ligne !



Destiné aux responsables des formations, ce service gratuit, disponible 24h/24, est une façon simple et efficace de gérer ses demandes de formation et d'accéder rapidement aux informations de sa société.

# L'espace client



### Pour bénéficier de ce service

Il vous suffit d'appeler au 01 49 07 73 73 ou d'envoyer un message à l'adresse [inscription@orsys.fr](mailto:inscription@orsys.fr). Un code d'accès vous sera attribué comprenant un identifiant et un mot de passe, la date de mise en service vous sera alors précisée.

Orsys vous propose un espace client performant et simple d'utilisation pour gérer et consulter :

- » Les inscriptions en ligne
- » L'historique et le suivi de vos inscriptions
- » Les feuilles d'évaluation
- » Les convocations et plans d'accès
- » La dématérialisation de certains documents administratifs
- » Un accès multi-utilisateurs

Ce stage vous permettra d'acquérir une réelle maîtrise des phases de négociation en environnement B2B. Vous apprendrez notamment à construire une grille de négociation, à déjouer les techniques de déstabilisation des acheteurs, pour formaliser l'accord et consolider la relation dans la durée.



Réf :	NEG
Durée :	2 jours
Paris	16-17 oct./18-19 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Mises en situation filmées, échanges et jeux de rôles sont pratiqués par les stagiaires pour bien s'approprier toutes les phases.

### PARTICIPANTS

Personnes impliquées dans la vente et amenées à négocier en environnement B2B : commerciaux chasseurs, commerciaux développeurs, technico-commerciaux, managers, ingénieurs d'affaires.

### PREREQUIS

Expérience souhaitable en négociation.

#### Contexte de la négociation BtoB

- Rappel général de la négociation BtoB : technique, stratégie, tactique de négociation.
- Travaux pratiques** *Echange entre participants.*

#### Connaître et dérouler son cycle de vente

- Qualité du cycle de vente, pour une négociation confiante.
  - Cycle de vente face au cycle d'achat.
  - Défendre son cycle de vente.
  - Techniques pour s'affirmer et convaincre.
- Travaux pratiques** *Test de ses capacités à défendre son cycle de vente. Techniques pour préparer les étapes majeures du cycle.*

#### Elaborer une grille de négociation

- Entrer dans une logique de concession/contrepartie.
  - Elaborer la cible de négociation : sauvegarder ses marges.
  - Anticiper le refus : bâtir une MESORE efficace.
  - Identifier les objets de négociation autres que le prix.
- Travaux pratiques** *Rédaction, présentation de sa grille de négociation.*

#### Déjouer les techniques des acheteurs professionnels

- Rester stable et gérer les imprévus de la négociation.
- Garder le leadership face à l'intimidation et la pression.
- Favoriser les techniques d'échange.

#### Maîtriser les techniques de closing efficace

- Démystifier le " gagnant-gagnant ".
  - Traiter les objections de dernière minute et obtenir un accord.
  - Rassurer un acheteur fuyant.
  - Technique de l'enchaînement logique.
  - Reformuler les points d'accord et de douleurs.
- Travaux pratiques** *Mises en situation : un acheteur et un vendeur se font face dans une négociation : traiter les objections, éprouver les techniques de stabilisation.*

#### Formaliser l'accord

- Anticiper la suite de la négociation.
  - Conforter l'acheteur : les techniques de valorisation.
  - Consolider la confiance : la technique de l'ancrage.
- Travaux pratiques** *L'accord est conclu et après ? Echange sur le thème de la négociation, prélude au développement du courant d'affaires.*

#### Développer la relation avec ses clients et anticiper les renégociations

- Que renégocier ? Quand et dans quelles conditions ?
- Construire de nouvelles solutions, conforter ses positions.

#### Synthèse et plan d'actions

- Principes qui mènent les négociations au succès.
- Choisir les bons marqueurs pour réussir dans la durée.

Ce stage vous permettra d'être plus à l'aise face à un client exigeant, d'acquérir des outils pratiques pour défendre vos prix et vos marges, de défendre vos propositions et résister à la pression du client, et de gérer les situations difficiles ou déstabilisantes en négociation.



Réf :	NCD
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 29-30 janv./26-27 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### EXERCICES

Exercices pratiques permettant à chaque participant de construire sa stratégie de vente face à des acheteurs exigeants.

### PARTICIPANTS

Personnes impliquées dans le développement des ventes. Commerciaux B to B, commerciaux VRP, technico-commerciaux, managers, ingénieurs d'affaires.

### PREREQUIS

Expérience souhaitée dans le domaine de la vente.

#### Préparer son entretien de vente et valoriser ses prix

- Les enjeux économiques de vos négociations.
  - Le rapport de force acheteur-vendeur.
  - Votre style spontané de négociateur.
  - Les points de vigilance pour la future négociation.
  - Structurer son argumentaire et définir son objectif.
  - Positionner son offre face à la concurrence.
  - Vendre des "Bénéfices" et non un "Prix".
- Exercices** *Atelier en sous-groupes pour identifier dans son environnement les enjeux, les points de vigilance ...*

#### Etre convaincant et valoriser sa propre image

- A prix et qualité égale, c'est le vendeur qui fait la différence.
  - Les comportements qui valorisent votre image.
  - Montrer sa confiance et agir sur les émotions.
  - Travailler son assertivité et résister à l'agressivité.
- Exercices** *Test d'assertivité.*

#### Connaître les techniques de déstabilisation des acheteurs

- Comprendre les attentes des acheteurs.
  - Se préparer aux techniques de : menace, ultimatum, dévalorisation, dilemme.
  - Apprendre à déjouer leurs pièges.
  - Les comportements adaptés face à un acheteur.
- Exercices** *Partager les expériences de chacun sur les techniques de réponses aux pièges des acheteurs.*

#### Traiter les objections Prix et vendre de la différenciation

- Le prix et son environnement.
  - Les résistances face au prix.
  - Les conséquences d'une remise de prix.
  - Les coûts cachés.
  - Les techniques de présentation du prix.
  - Le prix dans la rédaction de l'offre.
  - Le traitement de l'objection Prix, les freins.
- Exercices** *Mises en situation filmées pour apprendre à traiter les objections Prix.*

#### Maîtriser les phases de la négociation

- Construire les bases de la négociation.
- Clarifier les points de résistance par une écoute active.
- Identifier les véritables enjeux de la négociation.
- Rechercher les plages d'accord.
- Préparer ses marges de manœuvre.
- Les points négociables et non négociables.
- Gérer les tensions relationnelles.

#### Conclure la vente

- Obtenir des contreparties aux concessions éventuelles.
  - Engager son interlocuteur et entériner les accords.
  - Valoriser les accords conclus.
  - Suivre et accompagner la relation dans la durée.
  - Comprendre la négociation comme un partenariat.
- Exercices** *Jeu de rôle filmé sur la construction d'un scénario de négociation avec débriefing individualisé.*

Cette formation vous permettra de reconnaître les différents styles de négociation par zone culturelle et vous donnera les clés de compréhension pour vous adapter au contexte de la négociation. Vous apprendrez à gérer les négociations difficiles en situation multiculturelle, à défendre et développer vos marges.

## » Particularités d'une négociation internationale

- Aspects juridiques et réglementaires.
- Les styles de négociation et leur impact.
- Les différences culturelles.
- Se renseigner sur le(s) pays d'origine des négociateurs (histoire, culture, religion et politique).
- La pratique des affaires par zone et par pays.
- Les nouveaux défis du négociateur international.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic et quiz interculturel ludique.

## » Définir les contours d'une négociation

- L'impact des différences culturelles sur le comportement des négociateurs.
- Cibler ses recherches d'information.
- Organiser le temps dans la négociation.
- Les différents styles de négociations interculturelles (Asie, Afrique, Europe, Amérique...).

**Travaux pratiques** Analyse des différentes attitudes de management selon l'origine culturelle des interlocuteurs.

## » Planifier une négociation

- Connaître le contexte géopolitique.
- Cibler ses recherches d'information.
- Identifier ses interlocuteurs : du décideur aux influenceurs.
- Analyser les enjeux et les rapports de pouvoir.
- Négocier seul ou en équipe.
- Définir sa stratégie de négociation.
- Fixer des objectifs précis.

- Anticiper (scénarios et marges de manœuvre).

**Exercices** Préparation de différents types de négociations commerciales internationales.

## » Préparer et conduire une négociation

- Etablir un cadre de travail et de négociation adapté aux interlocuteurs (Chine, Inde, Afrique du Nord...).
- Le langage gestuel et verbal.
- Agir sur les rapports de force. Traiter les objections.
- Argumenter pour faire adopter son produit.
- Démontrer la valeur de son offre.
- Evaluer les principaux motifs de blocage.
- Parvenir à une solution équitable.
- Conclure, finaliser et suivre les négociations.

**Exercices** Conduite d'une négociation internationale à fort enjeu. Exercice filmé et commenté.

## » Négocier en situations complexes et difficiles

- Déceler les motifs de blocage.
- Résister au forcing.
- Résoudre les problèmes, trouver des compromis et suivre le respect des accords.

**Exercices** Mises en situation de négociation internationale conflictuelle. Analyse commentée des pièges à éviter et des techniques à privilégier.



Réf :	RGI
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015 5-6 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Test de négociation, mises en situations comportementales suivies d'une analyse individualisée, partages d'expériences.

## » PARTICIPANTS

Ingénieurs d'affaires, responsables export, responsables commerciaux et toute personne ayant en charge la vente et la négociation de services ou produits à l'international.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Vendre aux grands comptes

Ce stage vous permettra de découvrir toutes les spécificités de la vente stratégique aux grands comptes. Vous apprendrez à dresser un plan d'action pour conquérir le compte, recueillir les informations pertinentes pour cerner les besoins spécifiques, percevoir les signaux d'alerte et déjouer les principaux pièges.

## » Définir votre stratégie grands comptes

- Comprendre le fonctionnement d'un grand compte. Définition des grands comptes. Caractéristiques communes.
- Etre commercial grand compte. Qualités intrinsèques et principales caractéristiques. Démarche et rôle spécifique.
- Dresser la cartographie du compte. Identifier les informations utiles à recueillir.
- Optimiser la relation avec ses partenaires. Cerner ses principaux compétiteurs.
- Identifier ses cibles. Evaluer le potentiel du compte. Identifier les comptes " vedettes ".

**Travaux pratiques** Etablir la cartographie d'un compte à partir d'informations données.

## » Comprendre les circuits de décision

- Identifier vos interlocuteurs clés. Quels sont les acteurs apparents ? Quels sont les acteurs invisibles ?
- Comprendre leurs motivations d'achat.
- Cerner les besoins spécifiques de l'entreprise.
- Distinguer les deux types de besoins individuels.
- Utiliser les déclencheurs d'achat.
- Identifier leur rôle et leur sphère de pouvoir.
- Répertoire la situation des acteurs en présence. Connaître le type de pouvoir dont ils disposent.
- Appréhender leur comportement vis-à-vis de l'offre.

## » Elaborer un plan d'action grand compte

- Rédiger une fiche d'analyse de compte.
- Recueillir et regrouper les informations pertinentes.
- Présenter la fiche d'analyse de compte.
- Construire un plan d'action.
- Définir la stratégie de pénétration du compte.
- Préparer les entretiens.
- Connaître les éléments pouvant entraver vos actions.
- Contourner les difficultés.

**Travaux pratiques** Elaboration d'une fiche d'analyse d'affaire à partir du modèle donné.

## » Mener les actions sur le grand compte

- S'appuyer sur ses alliés.
- Faire du lobbying sur le compte.
- Définir des signaux d'alerte.
- Rechercher et valider les informations.

## » Mettre en place des indicateurs de suivi de la performance

- Mesurer l'activité commerciale.
- Etablir un " milestone " définissant les grandes étapes incontournables.
- Mesurer la probabilité de réussite d'une affaire.

**Travaux pratiques** Définition d'indicateurs de performance en adéquation avec le business et le modèle commercial des participants.



Réf :	GCO
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 19-21 janv./2-4 mars 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Chefs d'entreprise et acteurs commerciaux désirant aborder la vente stratégique aux grands comptes.

## » PREREQUIS

Expérience souhaitable dans le domaine de la vente aux entreprises.

Compte tenu du niveau d'exigence grandissant de la clientèle, bien communiquer est un point essentiel pour la réussite d'une vente. Ce stage vous apprendra à bien identifier le profil du client ainsi qu'à améliorer vos performances par la mise en œuvre des bonnes pratiques de communication.



Réf :	VPV
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 20-21 avril/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Vendeurs en point de vente, collaborateurs de petites, moyennes ou grandes surfaces, collaborateurs de SAV, commerçants, personnels en contact avec la clientèle.

## » PREREQUIS

Une pratique de la vente ou de la relation commerciale.

### » Vendeur(se) : véhiculer l'image de marque

- Rappeler les missions et le rôle du vendeur.
- Identifier les capacités et aptitudes requises pour la vente.
- Connaître la politique commerciale de l'entreprise.
- Adapter son attitude et son comportement aux valeurs de l'entreprise.
- Fidéliser le client : le coût des clients perdus.
- La notion de service à la clientèle selon le principe de Kano.

**Exercices** Test : IPV Inventaire de la Personnalité du Vendeur.

### » Maîtriser les techniques de communication

- Identifier les freins à la communication interpersonnelle.
- Connaître la communication non verbale.
- Identifier les phénomènes liés à la perception.
- Pratiquer l'écoute active.
- Comprendre la P.N.L. : synchronisation.
- Connaître ses préférences cérébrales.

**Exercices** Mini cas sur les para-langages. Exercice sur la pratique de l'écoute active. Test sur ses préférences cérébrales.

### » S'exprimer pour susciter l'intérêt

- Identifier le cadre de référence et son impact sur la communication.
- S'exprimer visuellement : tenue, attitude, comportement.

- S'exprimer simplement et clairement au niveau verbal.
- Etre précis et éviter les interprétations erronées.
- Utiliser le questionnement de manière adaptée.
- Utiliser les mots et termes positifs pour la vente.
- S'entraîner à la communication orale : timbre de voix, tonalité...
- Utiliser les mots et phrases clés aux moments opportuns.

**Exercices** Cas pratiques filmés sur un entretien de vente. Débriefings individualisés.

### » Gérer les situations difficiles

- Identifier les types de clients et leurs comportements.
- Connaître son attitude habituelle en situation de face à face selon PORTER.
- Traiter efficacement les réclamations et insatisfactions du client.
- Définir ce qu'est un client difficile et canaliser l'agressivité.
- Savoir s'affirmer et adopter un comportement assertif.
- Gérer ses émotions en public.
- Comprendre le stress et le trac.

**Exercices** Mise en situation filmée : traiter une réclamation.

### » Réflexion et Plan d'Action Personnel de progrès

- Elaborer le profil du "bon communicant".
- Synthèse et validation.
- Plan d'action personnel.

**Exercices** Ateliers pratiques en sous-groupes.

# Technico-commerciaux, les clés du métier

L'objectif de cette formation est de réconcilier les deux mondes, commercial et technique, et de comprendre les rôles attendus de l'ingénieur technico-commercial, à savoir une fonction incontournable de support à la vente. Vous apprendrez à présenter des solutions complexes pour les relier aux besoins du client.



Réf :	NTC
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./15-16 déc. 2014 26-27 fév./9-10 avril 2015 25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Approche très pratique, basée sur la mise en situation de cas réels d'entreprises analysés et débattus par les participants.

## » PARTICIPANTS

Toute personne occupant une fonction technique et confrontée à des situations commerciales à forts enjeux : ingénieurs technico-commerciaux, ingénieurs méthodes, chefs de projets.

## » PREREQUIS

Avoir expérimenté des situations client et comprendre les situations de la vente.

### » La mission du technico-commercial

- Aspects techniques.
- Aspects commerciaux.
- Définition de la mission et du métier.
- Avantages et inconvénients de la posture technique et commerciale.

**Travaux pratiques** Construction en groupe de la fiche métier.

### » Identifier le rôle du technico-commercial dans les ventes complexes

- Une équipe (du fournisseur) vend à une autre équipe (celle du client).
- Identification des différents rôles des interlocuteurs client (FEDAU).
- Identification des différents rôles de l'équipe fournisseur (MIRT).
- Le périmètre du TC et des autres parties prenantes (le manager, l'IC et les autres ressources transversales).
- La satisfaction client : la comprendre.

**Travaux pratiques** A travers un exemple concret, cartographier les acteurs internes et externes d'un cycle de vente complexe.

### » Maîtriser les outils de communication

- Développer l'empathie avec le client.
- Savoir écouter son client et reformuler son besoin.
- S'adapter à son style de communication.
- Faire des comptes rendus pertinents.
- Présenter de mauvaises nouvelles.

**Travaux pratiques** Exercice sur l'utilisation d'outils de communication comme l'écoute active, la reformulation et la synchronisation, lors d'un entretien de vente. Lister les mots interdits et le non-verbal à éviter.

### » Gérer les situations à fort enjeu

- Créer des brèches pour découvrir les besoins clients.
- Présenter de manière simple et convaincante de l'information complexe.
- Passer des caractéristiques aux bénéfices clients. Méthode CAB.
- Traiter des objections de type " inconvénients réels ".
- Gérer les situations d'après-vente fortes émotionnellement.
- Développer son réseau de prescripteurs chez le client.
- Savoir mobiliser les ressources aidantes par l'influence.

**Travaux pratiques** Formuler un argument avec la méthode CAB. Lister les questions types en fonction du FEDAU. répertorier les objections possibles et les réponses. Simulation d'entretiens techniques complexes.

Cette formation vous aidera à augmenter votre efficacité commerciale en améliorant votre organisation et votre impact professionnel grâce à des outils et des techniques de communication. Vous apprendrez à analyser votre profil commercial, à gérer vos priorités et votre temps pour améliorer votre efficacité.

## » Analyser la situation

- Repérer ses propres freins et ses peurs.
- Cerner ses motivations et ses attentes.
- Connaître ses contraintes et ses possibilités.
- Appréhender son environnement.
- Définir son profil de poste.

**Travaux pratiques** Faire l'état des lieux de son organisation commerciale actuelle.

## » Faire vite et bien

- Clarifier vos intentions.
- Identifier les risques d'une communication rapide.
- Revisiter les symptômes que vous ressentez face à l'urgence.
- S'imprégner de la nécessité d'être concis.

## » Se préparer à l'épreuve d'urgence

- Répertoire les arguments qui feront la différence.
- Ecrire plusieurs scénarios courts.
- Prendre quelques précautions.
- Se mettre à la place de son interlocuteur.

**Travaux pratiques** Exercice de mises en situation de scénarios d'urgence.

## » Structurer l'intervention

- Articuler clairement ses idées.
- Trouver les bonnes accroches.
- Choisir les mots qui feront mouche.
- Etre logique pour être convaincant.

## » Canaliser son stress

- Gérer son stress.
- Modifier son attitude pour exploiter son stress de façon positive face aux clients.
- Se fixer des objectifs.

**Travaux pratiques** Jeux de rôle filmés sur les attitudes d'un commercial en situation de stress.

## » Gérer ses priorités

- La priorité, c'est donner la priorité aux priorités.
- Maîtriser le processus d'organisation.
- Créer une synergie entre les objectifs.
- Hiérarchiser les priorités.
- Abandonner tout ce qui n'est pas une priorité.

**Travaux pratiques** Entraînement à l'analyse de reconnaissance des priorités.

## » Gérer son temps

- Sortir du cercle vicieux du manque de temps.
- Supports, méthodes : créer ou améliorer son système.
- Mettre le client au centre de son organisation.
- Gagner du temps dans les comptes rendus.

**Travaux pratiques** Etude de cas sur l'organisation d'une journée.

## » Travailler en bonne harmonie avec les autres

- Développer une communication individualisée.
- Investir sur les compétences disponibles.
- Savoir dire non de manière assertive.

**Travaux pratiques** Jeux de rôle sur la délégation.



Réf :	EFA
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./4-5 déc. 2014 12-13 mars/25-26 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Mises en situation, jeux de rôles, construction de méthode d'organisation.

## » PARTICIPANTS

Commerciaux sédentaires et terrain.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière. Expérience commerciale souhaitable.  
» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Renforcer son impact commercial



Ce stage pratique vous permettra de maîtriser votre image et votre crédibilité, pour renforcer votre impact en entretien de vente. Vous découvrirez les techniques de communication et de persuasion qui vous permettront de conduire le client vers la signature d'une affaire dans les conditions que vous recherchez.

## » Identifier vos réactions face à vos clients

- Mesurer votre assertivité.
- Savoir repérer les comportements inefficaces en entretien et leurs conséquences.
- Déjouer les pièges de la mécommunication.

**Travaux pratiques** Test mesurant votre niveau d'assertivité.

## » Oser dépasser vos craintes, vos appréhensions

- Découvrir vos croyances " limitantes " et messages contraignants.
- Oser vendre le prix affiché.
- Transformer les objections en arguments.
- Travailler en environnement hostile.

**Travaux pratiques** Exercice filmé : interagir avec un client agressif en adoptant une attitude assertive. Sortir d'une " position basse " induite par le client. Débriefing collectif.

## » Développer votre image et votre crédibilité

- Connaître et reconnaître vos qualités.
- Identifier vos limites.
- Utiliser les techniques de réassurance.
- Se préparer mentalement.
- Adopter l'attitude d'un " winner ".
- Utiliser des techniques pour projeter une image de crédibilité.

**Travaux pratiques** Entraînement à la préparation mentale (visualisation de la victoire, ancrage d'un ressenti positif).

## » Argumenter de façon persuasive et assertive

- Affirmer vos intentions.
- Rassurer votre client.
- Utiliser le recadrage positif.
- Utiliser le bon canal de communication.
- Eviter au doute de s'installer.

**Travaux pratiques** Exercice filmé : entraînement à un entretien en utilisant le recadrage positif. Débriefing collectif.

## » Oser vous affirmer face à vos clients

- Savoir répondre posément à une critique.
- Traiter efficacement les objections.
- Prononcer un refus acceptable par le client.
- Pratiquer " l'anti-vente ".

**Travaux pratiques** Exercice filmé : accueillir et gérer les différentes objections clients. Débriefing collectif.

## » Influencer votre client

- Donner envie et faire adhérer à sa cause.
- Satisfaire ses besoins psychologiques.
- Faire du lobbying.
- Développer votre capacité de persuasion.
- Vous rendre sympathique et incontournable.
- Prendre l'ascendant en douceur.

**Travaux pratiques** Simulations comportementales : découvrir les besoins motivant un client au cours d'un entretien. Débriefing collectif.



Réf :	TRE
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 19-20 janv./2-3 avril 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Jeux de rôle filmés, mises en situation, tests d'auto-évaluation.

## » PARTICIPANTS

Commerciaux, managers commerciaux, vendeurs, consultants et techniciens avant-vente.

## » PREREQUIS

Expérience souhaitable en vente.

Cette formation vous montre comment gérer les rapports délicats, voire conflictuels, avec certains clients. Elle propose également des outils pour repérer et désamorcer les comportements déstabilisants de certains interlocuteurs.

**dif** **Vidéo** **Best**

Réf :	FFD
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 8-9 janv./5-6 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Commerciaux, technico-commerciaux, assistants commerciaux et collaborateurs engagés dans la relation client.

**» PREREQUIS**  
Maîtriser les techniques de vente.

**» Evaluer ses réactions dans les relations commerciales**

- Les comportements inefficaces et leurs conséquences.
- Passivité, agressivité et manipulation.
- Comprendre sa personnalité.
- Diagnostic de son niveau d'assertivité.
- Déterminer ses axes de progrès vers l'assertivité.

**Exercices** Partage de situations vécues sur le terrain et autodiagnostic permettant d'établir un contrat individuel d'objectifs d'amélioration.

**» Se préparer à l'entretien**

- La typologie des clients difficiles.
- La préparation psychologique et la prise de recul face aux enjeux. L'art d'anticiper dans la relation.
- Comprendre l'origine des tensions et les gérer.
- Le plan d'actions efficace.
- L'écoute active et le questionnement de précision.
- L'anticipation des réclamations.
- L'annonce des mauvaises nouvelles.

**Exercices** A partir de situations vécues, définition de la typologie des clients difficiles. Entraînement au questionnement de précision.

**» Apprendre à refuser sans perdre le client**

- L'art de dire " non ".
- La maîtrise des limites infranchissables.
- Les réflexes pour ne plus être pris au dépourvu.
- Le bon langage et les expressions à éviter.
- La communication positive.

- L'établissement d'une relation de coopération.

**Exercices** Jeux de rôles, repérage du langage négatif de chaque stagiaire, établissement d'une liste d'expressions de remplacement.

**» Maîtriser ses émotions**

- Identifier les différents types d'émotions.
- Savoir réagir " à froid ".
- Adopter une attitude professionnelle.
- Affronter les situations non maîtrisées.
- Techniques pour maîtriser ses émotions.

**Exercices** Cartographie des émotions face aux situations rencontrées.

**» S'affirmer sereinement face au client**

- La bonne position relationnelle : positions de vie.
- La méthode DESC au service de la critique.
- Les réponses aux réticences ou incompréhensions.
- Nuancer jugement et ressentiment.
- Le recadrage en souplesse.
- Le traitement des objections.
- L'art de demander sans faire monter la pression.

**Exercices** Jeux de rôles filmés (savoir critiquer, recadrer, demander). Atelier d'identification et réponses aux objections. Gestion de la critique et des émotions.

**» Plan d'action personnel de progrès**

- Autoanalyse/diagnostic de chaque participant.
- Plan de développement personnel.

Cette formation présente les outils et les techniques d'approche et de compréhension d'un prospect afin de mieux communiquer avec lui et de le convaincre du bien-fondé de la proposition commerciale.

**dif** **Vidéo**

Réf :	PCP
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» EXERCICES**  
Mises en situation et entretiens filmés à partir de cas concrets vécus en entreprise. Partage d'expériences vécues.

**» PARTICIPANTS**  
Commerciaux, ingénieurs d'affaires, vendeurs expérimentés désirant renforcer leur efficacité commerciale.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Comprendre les fondements de la PNL et de l'analyse transactionnelle**

- Les bases, principes et outils de la PNL.
- Les filtres qui structurent notre expérience du monde.
- Communication verbale, non-verbale et paraverbale.
- Identifier les trois canaux préférentiels de son interlocuteur : parent - adulte - enfant.
- En comprendre l'utilité dans la relation client.

**Exercices** Test de l'égogramme, préférences sensorielles, exercices ludiques, Diagnostic personnel sur son profil de communicant.

**» Préparer ses entretiens grâce à la PNL**

- Pratiquer la visualisation mentale de réussite.
- Le conditionnement positif.
- Définition et gestion de ses Etats Internes.
- Savoir mobiliser ses propres ressources personnelles.
- Gérer ses émotions et son stress.
- Prendre conscience de la " carte du monde " de chacun.
- Déterminer avec précision les objectifs de l'entretien.

**» Créer une relation de confiance**

- Prendre contact et instaurer la confiance.
- L'importance des premières minutes, capter l'attention.
- Utiliser la synchronisation sur les différentes dimensions : posturale, vocale...
- La phase d'observation ou de " calibrage " : repérer le mode de fonctionnement de son interlocuteur.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés. Débriefing collectif.

**» Explorer et comprendre le prospect**

- La calibration d'une situation : questionnement, reformulation.
- L'écoute active. Etre congruent. Repérer les motivations d'achat de son interlocuteur.

**» Adapter son discours au client**

- Les registres sensoriels: visuel, kinesthésique...
- Les prédicats pour détecter le registre dominant.
- Découvrir, comprendre et satisfaire son client.

**» Convaincre et inciter à l'achat**

- Structurer son discours de façon claire et précise.
- S'entraîner à utiliser un langage adapté à son prospect. Adopter les positions de perceptions.
- Traiter les objections, recadrer.
- Utiliser les quatre positions de vie de la PNL.
- Reprendre les motivations profondes pour conclure.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles filmés et commentés sur l'entretien de vente.

**» Gérer les situations relationnelles difficiles**

- Détecter les signaux préalables à la mécommunication.
- Déjouer les situations de rupture relationnelle.
- Eviter les mécanismes d'échec relationnel.

**Travaux pratiques** Entraînement aux négociations et à la gestion de clients difficiles.

La Process Com® vous aide à adapter votre communication en fonction de l'interlocuteur. Ce stage pratique vous montrera comment identifier les comportements et intégrer une communication individualisée dans les processus de négociation et des ventes.

## » Mieux se connaître et connaître les autres

- Découvrir le modèle Process Com®.
- Points forts et points faibles des six types de personnalité.
- Principes de base et de phase du modèle.
- Identifier sa propre personnalité.
- Développer son écoute et ses capacités d'observation pour repérer les caractéristiques des six types de personnalité.

**Travaux pratiques** Découverte de la structure de personnalité de chacun. Entretiens filmés sur cas concrets.

## » Identifier les comportements dans les différentes phases de la vente

- Caractéristiques spécifiques des types de personnalité dans le processus de vente.
- Identifier le type de personnalité de ses interlocuteurs grâce à plusieurs indicateurs observables.
- Repérer les motivations d'achat et adapter sa façon d'aborder le processus de vente.

**Travaux pratiques** Sur vidéo, identification des profils de différents acheteurs lors des sept phases du processus de vente.

## » Apprendre à entrer en relation face à différents clients

- Les besoins psychologiques des acheteurs (motivateur d'achat n°1) et leur manifestation.
- Utiliser les six modes de perception (motivateur d'achat n°2).

- Décoder les critères d'achat du client.
- Les transformer en bénéfices exprimés dans le langage du client et de son entreprise.
- Utiliser le bon canal de communication (motivateur d'achat n°3).

**Travaux pratiques** L'expression du besoin et de la demande client sur des cas concrets. Utilisation du trio gagnant : canal/perception/besoin. Etude de cas de vente.

## » Déjouer les pièges de la mécommunication en situation difficile

- Découvrir et intégrer les trois degrés de stress.
- Les notions de masques et de drivers.
- Explorer les comportements sous stress des types de personnalité.
- Evaluer les comportements prévisibles sous stress.
- Remédier aux phénomènes de stress pour soi et pour l'autre.

**Travaux pratiques** Se repérer dans le triangle dramatique. Découverte sur des extraits de film des types de personnalité sous stress. Entretiens avec des clients sous stress.

## » Bilan et plan d'action

- Identifier nos qualités premières et nos challenges grâce au cadran d'Ofman.
- Effectuer une synthèse des apprentissages de la formation.

**Travaux pratiques** Plan de développement pour chaque participant.



Réf :	NOM
Durée :	2 jours
Paris	11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant améliorer sa performance au cours du processus de vente.

### » PREREQUIS

Etre amené à participer au processus de vente auprès de clients.

# Charisme et persuasion pour les commerciaux, atelier théâtre

A partir d'exercices et d'improvisations théâtrales, cet atelier vous permettra de développer des capacités de persuasion particulièrement utiles aux fonctions commerciales. Les techniques d'acteurs seront appliquées aux situations d'entretien commercial et/ou de vente en face-à-face.

## » Rappel sur les principes fondamentaux de la vente

- Jeux de vente : situation d'entretien commercial.
- Rappel théorique sur la vente : des attentes aux besoins.
- Les trois moments de la vente : avant-vente, vente, après-vente.
- Les principales étapes de l'entretien commercial.

**Jeu de rôle** Les participants devront réaliser des entretiens de vente "types" à partir de scénarios prédéfinis. Ils joueront successivement le rôle de vendeur et d'acheteur. Débriefing collectif.

## » Travail individualisé sur mesure : simulation d'entretien

- Identification par chaque participant d'une situation ou problématique commerciale spécifique.
- Préparation en binôme de la situation et des difficultés rencontrées.

- Mises en situation devant le reste du groupe.
- Débriefing par le groupe et l'animateur.
- Identification de ses points forts et axes de progrès.
- Conclusion par l'animateur sur les savoir-être et les savoir-faire utilisables par les participants.

**Mise en situation** Chaque participant joue une situation de vente de son quotidien. Un feedback collectif lui indique les points qu'il maîtrise et ses axes de progrès, qu'il retravaille lors d'un second passage.

## » La vente : une approche théâtrale

- Réussir le premier contact clientèle.
- Mieux appréhender l'image de soi.
- Savoir se synchroniser avec le client.
- Augmenter sa capacité d'argumentation et de contre-objection.
- Développer son éloquence et sa force de persuasion.

**Exercices** Exercices de théâtre autour de la rencontre, l'observation, l'écoute, la répartie, la fluidité verbale et les niveaux d'énergie.

## » Identification de son style commercial

- Identification des qualités personnelles distinctives de chaque participant.
- Bilan qualitatif individualisé de maîtrise de l'acte de vente.
- Construction de son plan personnel de progrès.

**Echanges** Les participants sont invités tout au long du stage à noter (seul ou en binôme) leurs qualités distinctives et les acquis du stage.



Réf :	PES
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./11-12 déc. 2014 9-10 fév./26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Jeux de vente. Simulations d'entretiens de vente personnalisés. Exercices de théâtre adaptés pour des non-acteurs.

### » PARTICIPANTS

Commerciaux, vendeurs, chargés de clientèle, managers ou toute personne amenée à réaliser des actions commerciales.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de la vente. Expérience commerciale souhaitable.

Ce stage vous permettra d'acquérir des techniques d'écoute active et de questionnement, ceci afin de mieux répondre aux objections et accroître votre force de conviction. En ayant un comportement centré sur vos interlocuteurs, vous décèlerez les informations productives pour faire des propositions gagnant/gagnant.

Exercices pratiques

---

Réf : EMV

Durée : 2 jours

Paris 12-13 nov. 2014  
9-10 fév./11-12 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Exercices pratiques permettant à chaque participant de construire sa stratégie d'identification des besoins dans un environnement de vente.

**PARTICIPANTS**

Personnes impliquées dans le face-à-face commercial B2B ou B to C, conseillers commerciaux, VRP, technico-commerciaux, managers, ingénieurs d'affaires...

**PREREQUIS**

Maîtriser les fondamentaux en technique de vente.

» Qu'est-ce que l'écoute et pourquoi écouter ?

- Qu'est-ce qu'on écoute ?
- Les avantages de l'écoute active en situation de vente.
- Quelles postures adopter, utiliser les silences.

**Exercices** Apprendre à utiliser le VAKOG pour se synchroniser et établir un contact positif.

» La personnalité de son interlocuteur pour adapter son écoute

- Identifier les différentes facettes de la personnalité avec les " états du moi ".
- Comprendre et utiliser les "transactions" positives pour mieux communiquer.
- Mesurer les impacts sur la communication.

**Exercices** Apprendre à repérer les différents états du moi et trouver des réponses adaptées.

» Les techniques de questionnement

- Formuler des questions pertinentes.
- Utiliser une méthode de questionnement.
- Définir les priorités du client (SONCAS).

**Exercices** En sous-groupes : apprendre à formuler les questions pertinentes

» La capacité à faire exprimer les besoins

- Utiliser l'empathie pour obtenir la confiance.
- Créer une ambiance de reconnaissance mutuelle.
- Poser des questions dérangeantes et impliquantes.

**Exercices** Construire son inventaire de questions ouvertes pour préparer ses négociations.

» La reformulation, phase de compréhension et reconnaissance

- Maintenir la confiance et la synchronisation par la reformulation.
- Les trois types de reformulation et leurs avantages.
- La présentation de son offre gagnant/gagnant.

**Exercices** Atelier en sous-groupes de mise en pratique de la reformulation.

» L'écoute active pour repérer les objections cachées

- Comment questionner pour influencer les réponses sans manipuler ?
- L'écoute active pour adapter sa proposition.
- Faire tomber les résistances techniques, financières, psychologiques.

**Exercices** Mises en situation pour apprendre à identifier dans les réponses verbales et non-verbales les comportements acheteurs ou objections.

» Plan d'Action Personnel de Progrès

- Autoanalyse/diagnostic de chaque participant.
- Mise en évidence de vos talents personnels.

**Exercices** Plan de développement personnel : objectifs, étapes prévues, délais, acteurs, obstacles à la réalisation, résultats attendus.

Au téléphone, une voix monocorde, mal assurée ou trop agressive rendra l'interlocuteur réticent à votre message malgré la qualité de son contenu. Ce stage vous permettra de prendre conscience de votre voix pour mieux l'utiliser et acquérir les techniques vocales appropriées pour réussir vos ventes par téléphone.

Exercices pratiques

---

Réf : DMV

Durée : 2 jours

Paris 13-14 oct./15-16 déc. 2014  
12-13 mars/4-5 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Exercices vocaux et posturaux, jeux de rôles, mise en situation téléphonique, coaching comportemental.

**PARTICIPANTS**

Toute personne souhaitant améliorer ses ventes au téléphone.

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

» Découvrir et prendre conscience de sa voix

- Importance de la voix dans la communication par téléphone.
- Repérer les caractéristiques de sa voix.

**Exercices** Enregistrement audio, exercice du répondeur téléphonique.

» Renforcer sa communication non verbale

- Développer son expressivité en jouant sur l'intonation, le débit, le volume, le timbre.
- Adapter son rythme à son interlocuteur pour déclencher positivement l'entretien.
- Poser sa voix pour installer un climat de confiance.
- Gérer son débit pour mieux convaincre.

**Exercices** Jeux sur les paramètres de la voix.

» Acquérir les techniques vocales qui font un bon vendeur

- Adopter une posture ouverte. Maîtriser sa respiration.
- Projeter sa voix, s'engager dynamiquement dans l'échange.

**Exercices** Exercices de respiration et de maintien, travail sur le renforcement des appuis, technique vocale.

» Réussir ses ventes, conduire l'entretien.

- Etre ouvert et accueillant.
- Pratiquer une écoute attentive et active pour rebondir.
- Poser des questions appropriées pour obtenir des informations clés.
- Faire des propositions adaptées.

- Convaincre du bien-fondé de sa proposition.

**Mise en situation** Mises en situations téléphoniques, débriefing.

» Gérer les appels difficiles

- Rester factuel.
- Dire ce qui est à dire sans contrarier et avec diplomatie.
- Savoir dire non, savoir annoncer une mauvaise nouvelle, savoir présenter des excuses.

**Mise en situation** Jeux de rôle suivis de débriefing.

» Adopter un comportement assertif

- S'affirmer à travers sa voix.
- Présenter et valoriser son offre.
- Stimuler la prise de décision.

**Jeu de rôle** Jeux sur l'intention et le caractère.

» Pratiquer l'écoute empathique

- Reconnaître les motivations.
- Identifier les réactions d'autrui.
- Favoriser la coopération et l'adhésion.

**Jeu de rôle** Jeux sur les différentes attitudes d'écoute.

» Diminuer son stress, gérer ses émotions

- Améliorer sa posture de travail et sa respiration pour mieux réguler son énergie.
- Effectuer une bonne " prise de terre ".
- Repérer et gérer ses réactions en situation tendue.

**Mise en situation** Coaching comportemental en temps réel lors d'une simulation d'appel stressant.

Cette formation très pratique vous permettra d'effectuer les principales opérations de gestion avec le logiciel CIEL Gestion Commerciale Evolution pour Windows. Vous apprendrez notamment à réaliser et éditer des bons de commande, des devis, des bons de livraison ainsi que les factures dans leur intégralité.

## » Découvrir le logiciel CIEL

- Connaître les principales fonctionnalités du logiciel.
- Découvrir l'écran d'accueil et les différentes interfaces.
- Connaître les principaux raccourcis clavier.

**Travaux pratiques** *Prise en main et découverte du logiciel.*

## » Créer et paramétrer un dossier

- Créer et paramétrer un dossier.
- Intégrer les constantes.
- Renseigner les différentes rubriques.
- Savoir utiliser un modèle.

**Travaux pratiques** *Création et paramétrage du dossier. Utilisation d'un modèle, renseignement des différentes rubriques.*

## » Créer et paramétrer les articles et familles d'articles

- Créer les familles d'articles.
- Créer les tables correspondantes.
- Créer les fiches articles.
- Mettre à jour les articles et les prix.

**Travaux pratiques** *Création, paramétrage et mise à jour des bases de données articles et familles d'articles.*

## » Créer et paramétrer les clients

- Créer les fiches clients.
- Mettre à jour les fiches clients.

**Travaux pratiques** *Création et mise à jour de fiches clients.*

## » Gérer les ventes

- Paramétrer et enregistrer les devis.
- Paramétrer et saisir les bons de commande.
- Paramétrer et éditer les bons de livraison.
- Paramétrer et établir les factures.
- Contrôler la présence des mentions obligatoires.

**Travaux pratiques** *Paramétrages, saisies et éditions de différentes opérations de ventes.*

## » Gérer les factures

- Définir les modes de facturation.
- Transformer un devis en facture.
- Dupliquer un devis.
- Générer le journal comptable.
- Transférer les factures dans CIEL comptabilité.

**Travaux pratiques** *Gestion d'une opération depuis le devis jusqu'à la facture.*

## » Suivre l'activité

- Consulter le tableau de bord de l'activité.
- Suivre l'activité des ventes et éditer l'état des ventes.
- Editer le listing des factures.
- Editer le listing des clients.
- Editer le listing des articles et des familles d'articles.

## » Sauvegarder un dossier

- Sensibilisation à l'importance de la sauvegarde.
- Sauvegarde et restauration d'un dossier.

**Travaux pratiques** *Sauvegarde et restauration d'un dossier.*



Réf :	ELG
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 13-14 avril/11-12 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Apports théoriques et exercices pratiques de saisie et de gestion sur le logiciel CIEL Gestion Commerciale.

### » PARTICIPANTS

Responsables et collaborateurs d'un service en charge de la gestion commerciale et toute personne amenée à utiliser le logiciel CIEL Gestion Commerciale (Windows).

### » PREREQUIS

Connaissances de base en gestion commerciale.

# Excel et PowerPoint, l'essentiel pour commerciaux

Cette formation vous permettra de maîtriser les fonctionnalités essentielles d'Excel et PowerPoint au service de votre activité commerciale. Vous pourrez ainsi construire vos outils de reporting, de pilotage d'activité et valoriser la présentation de vos offres et de vos résultats.

## » Manipuler les données dans Excel

- Bonnes pratiques et raccourcis.
- Importer des données externes.
- Tris et filtres, simples et avancés.
- Plage de données vs tableau.

**Travaux pratiques** *Mise en forme d'un tableau.*

## » Enrichir ses données avec les formules

- Formules de base : somme (), moyenne(), médiane(), max(), min() et si ().
- Formules avec parenthèses et pourcentages.
- Quand et pourquoi utiliser le caractère "\$" ?

**Travaux pratiques** *Création des formules de calcul.*

## » Mettre en valeur ses chiffres

- Formats personnalisés.
- Mises en forme conditionnelles.
- Générer des graphiques lisibles et percutants.

**Travaux pratiques** *Appliquer différents formats personnalisés et mises en forme conditionnelles.*

## » Analyser et anticiper avec les tableaux croisés

- Maîtriser tous les paramètres avec trois boîtes de dialogues.
- Synthétiser : nombre, moyenne, somme, max, min...
- Ajouter des ratios, des écarts, des %, des cumulés...
- Trier, filtrer et grouper les étiquettes de ligne et de colonne.

**Travaux pratiques** *Concevoir des tableaux croisés dynamiques.*

## » Règles d'or d'une présentation PowerPoint réussie

- Identifier le cœur du message, l'objectif et le public.
- Créer des accroches et des formules synthétiques.
- Choisir entre texte, tableau, graphique ou dessin.
- Enregistrer dans le format adapté : modèle, Web, PDF...

## » Standardiser ses présentations grâce au masque

- Utiliser les masques multiples et créer des masques.
- Ajouter et gérer les espaces réservés.
- Créer des pages de disposition personnalisées.

**Travaux pratiques** *Créer une nouvelle présentation, un masque. Insérer une image.*

## » Développer l'interactivité

- Etablir des liens avec Excel et Word.
- Rendre l'animation dynamique.
- Créer une table des matières dynamique.
- Insérer des liens mail et Web.

## » Dynamiser et maîtriser votre message

- Valoriser son contenu : photo, vidéo, schéma...
- Appliquer des effets aux textes.
- Ajouter des effets de transitions aux diapositives.
- Maîtriser le mode présentateur.

**Travaux pratiques** *Mise en page d'une présentation. Animer objets et transitions. Projeter le diaporama.*



Réf :	XCP
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 19-20 mars/21-22 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Commerciaux, assistant(e)s commercial(e)s et toute personne qui souhaite construire des outils de pilotage et présenter son activité de façon attractive.

### » PREREQUIS

Connaissance de base d'Excel et de PowerPoint.

# accueil et relation client

Conçus et animés par des experts de la relation client, les cours Orsys proposent des stratégies et des mesures concrètes pour répondre à la préoccupation majeure qu'est la satisfaction du client : fidéliser la clientèle, valoriser son image de marque, assurer un accueil de qualité, organiser efficacement son SAV, ou encore gérer un centre d'appels figurent parmi les principaux sujets traités.

## » Satisfaction client »

### Mesurer la satisfaction client

2 j - MSC - p.477

### Créer des enquêtes et questionnaires de satisfaction

1 j - ESA - p.478

### Fidéliser ses clients

2 j - FID - p.478

### Traiter les réclamations client

2 j - TRR - p.479

### Reconquérir les clients inactifs ou perdus

2 j - REC - p.479

## » Relation client »

### Les clés de la relation client **F**

2 j - CRO - p.475

### **Best** La relation client, pour non-commerciaux

2 j - CLI - p.475

### Optimiser les relations commerciales avec ses clients

2 j - ALE - p.476

### **Best** Améliorer ses écrits pour renforcer la relation client

2 j - ERI - p.476

### Valoriser votre capital client grâce au CRM et au datamining

2 j - DAI - p.477

## » Accueil/Hotline/SAV »

### Professionaliser votre accueil client

2 j - REL - p.480

### **Best** Optimiser son accueil téléphonique

2 j - ACT - p.480

### **Best** Hotline, optimiser le traitement des incidents

2 j - HOT - p.481

### Faire face à l'agressivité physique et verbale en situation d'accueil

2 j - VER - p.481

### Organiser son SAV

2 j - SAV - p.482

## » Centre d'appels »

### Manager un centre d'appels

2 j - MCP - p.482

### Manager une campagne d'appels sortants

2 j - PEL - p.483

### Superviseurs : gérez et motivez vos téléconseillers

2 j - GMT - p.483

### Superviseurs : construisez des scripts d'appels entrants et sortants

2 j - PPE - p.484

### Téléconseillers : développez vos compétences commerciales

2 j - DCT - p.484



En deux jours, vous apprendrez à maîtriser les règles d'or pour optimiser la relation avec vos clients. Vous vous exercerez à reconnaître les différents leviers de motivation et à conduire une démarche efficace de prospection et de fidélisation.

## » Le client au centre de l'entreprise

- Rappels de micro-économie. Offre supérieure à la demande. Client roi et impact de la concurrence.
- Caractéristiques des différents types de clients. Production, commerce, service public.
- Client particulier, entreprise, collectivité.
- Produits et services obligatoires ou quasi-obligatoires.
- L'importance d'une relation client de qualité.
- Enjeux économiques, financiers, sociaux.
- Système d'information orienté client. Présentation et utilité des ERP et CRM.

**Travaux pratiques** Illustrations de plateformes.

## » Les caractéristiques de la relation client

- Satisfaction des besoins et attentes objectives et affectives du client.
- Motivations et freins à la relation client.
- Marketing opérationnel et satisfaction du besoin client.

**Travaux pratiques** Reconnaître les différents types de motivation à partir de simulations d'entretiens.

## » Le fonctionnement de l'activité commerciale

- Cohérence avec la vision stratégique de l'entreprise.
- Prospection et fidélisation.
- Rôle de la force de vente.

**Travaux pratiques** Les quinze techniques de prospection et les vingt techniques de fidélisation.

## » Les caractéristiques de l'acte de vente

- Cinq étapes de la vente : contacter, connaître les besoins, convaincre, conclure et conforter.
- Traitement de la réclamation client.
- Types de clients mécontents et comportements à adopter.
- Relation téléphonique : ses spécificités.
- Interface de l'équipe commerciale avec les autres services.

**Travaux pratiques** Simulations d'entretiens avec des clients mécontents et débriefing.

## » Se situer dans la relation client

- Inventaire de personnalité : connaissances, motivations, compétences.
- Atouts et axes de progrès personnels.

**Travaux pratiques** Construction de son plan de progression.

---

Réf : CRO

Durée : 2 jours

Paris 13-14 nov. 2014  
9-10 fév./23-24 avril 2015  
4-5 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Commerciaux, personnes en contact avec la clientèle.

**» PREREQUIS**

Expérience souhaitable dans le domaine commercial.

# La relation client, pour non-commerciaux

Cette formation vous permettra de découvrir les enjeux de la relation client. Vous développerez vos compétences commerciales en appliquant des techniques d'écoute et de communication, pour apporter des réponses aux attentes de vos interlocuteurs.

## » Comprendre les enjeux de la relation client

- Représenter son entreprise.
- Etre en cohérence avec la vision stratégique de l'entreprise.
- Répondre aux besoins et attentes des clients.
- Savoir que l'offre est souvent supérieure à la demande.
- Le client roi : enjeux économiques.

**Travaux pratiques** Test sur l'image de marque de son entreprise : la considération représente un des moteurs de la relation client.

## » Démystifier la relation commerciale

- Découvrir les fondamentaux de la relation commerciale.
- Appréhender la part ludique des échanges.
- Comprendre les motivations et freins à la relation client.
- Etre opérationnel rapidement : les clés.

**Exercices** Exercice de communication ludique autour de la relation client. Débriefing.

## » Etre disponible et appliquer les techniques d'écoute

- Appliquer la technique de l'écoute active.
- Se rendre disponible pour recueillir les besoins.
- Savoir poser des questions : technique de l'entonnoir.
- Vérifier l'information avec la reformulation.

**Travaux pratiques** L'écoute : reproduction d'un dessin en écoutant uniquement sa description. Atelier d'élaboration de questions pour découvrir les besoins client.

## » Harmoniser son activité avec la relation commerciale

- Faire de son activité un atout.
- Trouver les comportements en accord avec chaque situation.
- Avoir une vision globale de son entreprise.
- Connaître les différents services.
- Etablir des liens entre les attentes, les besoins client et les solutions.
- Faire appel à sa créativité.
- Savoir prendre le temps pour organiser et vivre le relationnel.
- Traduire le langage technique en avantages et en bénéfices clients : CAB.

**Travaux pratiques** Travail d'élaboration d'arguments basés sur les avantages des produits et services déclinés en bénéfices client. Simulations d'entretiens avec vidéo.

## » Découvrir ses qualités de communicant

- Favoriser les échanges pour découvrir ses capacités à comprendre.
- Communiquer sur les thèmes privilégiés des clients.
- Utiliser l'argumentaire SONCAS.
- Renforcer ses moyens techniques d'expression : paroles, corps, regards, gestuelle...

**Travaux pratiques** Autodiagnostic. Mises en situations filmées, avec l'utilisation du SONCAS pour développer les arguments adaptés aux besoins des clients. Débriefing orienté sur le non-verbal.

---

Réf : CLI

Durée : 2 jours

Paris 12-13 nov. 2014  
5-6 fév./12-13 mai 2015

Groupe 1 6-7 nov. 2014  
26-27 mars/4-5 juin 2015

Groupe 2 13-14 nov. 2014  
19-20 mars/11-12 juin 2015

Groupe 3 20-21 nov. 2014  
12-13 mars/4-5 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» EXERCICES**

Improvisations, jeux de rôle, échanges entre les participants et apports du formateur. La vidéo permet une analyse approfondie des comportements.

**» PARTICIPANTS**

Toute personne souhaitant développer ses compétences en matière de relation client dans un contexte commercial.

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

## Optimiser les relations commerciales avec ses clients

Cette formation vous apprendra à optimiser astucieusement vos relations commerciales avec vos clients. Vous verrez comment développer vos ventes, élargir le champ des solutions proposées sur un compte et préparer avec efficacité vos futures négociations dans le cadre d'une relation de partenariat.



Réf :	ALE
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 19-20 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Tests d'auto-évaluation, échanges d'expériences, jeux de rôle filmés avec débriefing personnalisé.

**PARTICIPANTS**  
Commerciaux, ingénieurs avant-vente, managers commerciaux et toutes les personnes désireuses d'accroître leur efficacité commerciale.

**PREREQUIS**  
Expérience nécessaire dans le domaine de la vente ou de la relation clientèle en face-à-face.

### » Apprendre à se centrer sur son client

- Découvrir les trois besoins fondamentaux de son client.
- Savoir adopter sa vision du monde pour le comprendre.
- Appréhender son client par une démarche systémique.
- Connaître et savoir utiliser les règles de base de l'influence.
- Utiliser la méthode A.I.D.A.

**Travaux pratiques** Le jeu de l'explorateur suivi d'un débriefing personnalisé.

### » Faire du lobbying sur un compte

- Découvrir comment faire du lobbying.
- Identifier les forces en présence.
- Se donner de la "visibilité" sur le compte.
- La tactique du "club".
- Savoir utiliser la stratégie de la réciprocité.

**Travaux pratiques** Test d'auto-évaluation afin de mesurer votre capacité à faire du lobbying. Réflexion individuelle et collective sur la façon de développer vos actions de lobbying.

### » Transformer une relation commerciale en un partenariat actif

- Découvrir les hommes clés du compte.
- Identifier leur position et leur environnement.
- Savoir donner pour recevoir.
- Modifier votre identité de vendeur en celle de partenaire.
- Etablir une relation de complicité.

**Travaux pratiques** Travail de réflexion sur des comptes issus du portefeuille client des stagiaires, identification des hommes clés, de leur position, de leur pouvoir.

### » Elargir la demande initiale pour concevoir une nouvelle solution

- Les bonnes raisons d'élargir la demande initiale.
- Anticiper l'avenir.
- Fédérer les besoins internes.
- Miner le terrain des concurrents.
- Traiter la question du prix.

**Travaux pratiques** Jeux de rôle filmés, élargir la demande.

### » Construire un argumentaire pertinent

- Découvrir des arguments efficaces.
- Les transformer en bénéfices client.
- Identifier et classer les différents types d'arguments.

**Travaux pratiques** Exercice d'argumentation.

### » Traiter les objections

- Dédramatiser les objections.
- Les transformer en arguments de vente.
- L'intérêt de vendre cher.
- Découvrir la technique de "la porte au nez".
- Différencier fausses et vraies objections.
- Comprendre les résistances au changement.

**Travaux pratiques** Mise en situation filmée sur le traitement d'objections.

## Améliorer ses écrits pour renforcer la relation client

Cette formation vous permettra d'améliorer vos écrits professionnels afin de renforcer votre relation client. Vous découvrirez une méthode rédactionnelle efficace et structurée qui vous positionnera dans une relation gagnant-gagnant.



Réf :	ERI
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 12-13 fév./28-29 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Ce stage s'adresse à toute personne qui souhaite renforcer la relation client au travers des écrits.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Les missions et les enjeux

- S'accorder sur sa mission, son rôle et la notion de client.
- Se positionner dans une relation gagnant-gagnant avec ses clients internes et externes.
- Les difficultés de l'écriture : phrases, lisibilité, vocabulaire.
- Définir l'objectif pour structurer ses écrits.

**Réflexion collective** Réflexion en sous-groupes. Partages d'expériences.

### » Le comportement du client

- Le client interne et le client externe.
- Repérer les attentes du client.
- Analyser l'évolution des attentes. Essayer d'en déduire son comportement et mieux le comprendre.
- Comprendre l'importance de l'écrit pour le client interne : traçabilité, certitude, recours, ...
- Repérer les similitudes entre un client interne et un client externe.
- Intégrer le comportement de "service client" comme faisant partie intégrante de la mission.
- Comprendre la raison de choisir ses mots : ancrer, convaincre.

**Réflexion collective** Réflexion en sous-groupes. Partages d'expériences.

### » La méthodologie sur les écrits

- Comprendre la demande : les enjeux, les objectifs du message et ceux de son destinataire.
- Analyser et comprendre la demande : choix des éléments de réponse et structuration du courrier.
- Intérêt d'une structure logique et aisée.
- Apprendre à argumenter de manière structurée. Connaître le plan SOSI et le plan thématique.
- Rédiger pour être lu et compris. Quelques techniques pour commencer, rédiger, conclure.
- Les mots à éviter. Ancrer la structure et faire une première approche de la rédaction.
- Guider le lecteur par une mise en forme pratique : connaître les principes de lisibilité.
- Se relire : les outils (forme, exactitude, contenu).

**Exercices** Mises en pratique individuelles et collectives.

### » Les incontournables de la rédaction efficace

- Préparer : réfléchir avant d'écrire.
- Structurer sa pensée et élaborer un plan.
- Ecrire de façon claire, précise, concise.
- Vérifier l'impact de ses écrits : relire et faire lire.

**Travaux pratiques** Divers exercices de rédaction.

### » S'entraîner et écrire son plan de progrès

- Le participant établira son plan d'action personnel.
- Définition des objectifs, des actions à mettre en œuvre et des délais.

Ce stage vous permettra d'optimiser votre stratégie d'acquisition et de fidélisation en vous appuyant sur le CRM et l'e-CRM. Il vous aidera à définir les objectifs, à concevoir et mettre en œuvre votre CRM. Il vous présentera aussi les outils du Datamining pour valoriser votre capital client.

## » CRM et e-CRM, définitions et enjeux vis-à-vis du marketing relationnel

- Evoluer d'un marketing produit à un marketing client.
- Prendre en compte l'environnement concurrentiel.
- Intégrer la multiplication des canaux de contact et de vente.
- Suivre l'évolution des attentes et profils consommateurs.
- Mettre à profit les innovations techniques : CRM, e-CRM et Datamining.

**Travaux pratiques** *Mise en commun d'expériences autour de la gestion de la relation client.*

## » Définir les objectifs du CRM en adéquation avec la stratégie marketing

- Développer et enrichir la connaissance client.
- Assimiler les nouveaux comportements des « digital natives ».
- Gérer le capital client et optimiser le cycle de vie client.
- Construire une stratégie de ciblage adaptée au recrutement.
- Bâtir une stratégie de ciblage au service de la fidélisation.
- Intégrer les points de contact online et offline pour développer le chiffre d'affaires.

**Travaux pratiques** *Exercice individuel : études de segmentation sur les usages digitaux.*

## » Gérer et optimiser son capital client

- Construire et faire évoluer sa base de données.

- Sélectionner les différents types de données et les sources online et offline.
  - Elaborer un plan de collecte de données.
  - Positionner l'e-CRM dans la qualification.
  - Elaborer et mettre en œuvre un plan de qualification.
- Travaux pratiques** *Simulation d'un plan de collecte et de qualification online et offline.*

## » Utiliser le Datamining pour analyser le capital client

- Connaître les principes du Datamining et les méthodes d'utilisation des données.
  - Etudier les différents types de segmentation.
  - Analyser le portefeuille client par son comportement.
  - Analyser le portefeuille client par sa valeur.
- Travaux pratiques** *Exemples de Datamining réalisés à partir d'un CRM.*

## » Facteurs clés de succès pour la mise en œuvre d'un projet CRM/e-CRM

- Définir les objectifs du projet CRM/e-CRM.
- Analyser le parcours client et identifier les processus de la relation client.
- Intégrer et anticiper tous les canaux de contacts.
- Collecter et organiser les flux de données.
- Faire du CRM un projet reliant marketing, commercial et informatique.
- Etudier les différents types de solutions CRM.
- Former, informer et communiquer.



Réf :	DAI
Durée :	2 jours
Paris	15-16 déc. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices de mises en œuvre à partir des objectifs des stagiaires, co-construction et expérimentation d'outils.

### » PARTICIPANTS

Responsable et chef de projet marketing, marketing direct, marketing relationnel. Chargé d'études, responsable base de données. Responsable commercial, chargé de la relation client...

### » PREREQUIS

Connaissance en marketing souhaitable.

# Mesurer la satisfaction client

Cette formation vous montrera comment évaluer la performance de votre entreprise par le prisme de la satisfaction de la clientèle. Elle vous apprendra à concevoir des questionnaires et à les exploiter en vue d'améliorer la relation client.

## » Comprendre la notion de satisfaction client

- Définitions : satisfaction client, fidélité...
- Les principes de fonctionnement du cycle de vie d'un client : qualité, satisfaction et fidélisation.
- Quels enjeux pour l'entreprise, les salariés ?
- Les prérequis, les modes d'animation et de communication, les facteurs clés de succès de la mise de ce type d'outils.
- L'identification, l'analyse et l'importance des facteurs de satisfaction et d'insatisfaction.
- L'introduction de la notion d'attachement et les déterminants de la fidélité.

**Travaux pratiques** *Echanges et retours d'expériences.*

## » Mesurer la satisfaction

- Quand mesurer : timing, fréquence, saisonnalité...
- Qui interroger : cibles, interlocuteurs (BtoB, BtoC...).
- Quel mode de recueil des informations privilégier : face-à-face, téléphone, postal, Internet...
- Choisir l'échantillon et s'assurer de sa représentativité.
- Structurer son questionnaire : choix des échelles de mesure, de l'ordre et de la formulation des questions...

**Travaux pratiques** *Rédaction d'un questionnaire de mesure de satisfaction client.*

## » Mettre en œuvre des enquêtes

- Tester et optimiser son questionnaire.
- Briefer les enquêteurs : les consignes à respecter, les erreurs à éviter...
- Suivre l'avancement de l'enquête : le suivi terrain.

## » Exploiter les résultats de l'étude

- Savoir traiter les questions ouvertes : plan de codes, codification, analyses sémantiques ...
- Choisir les traitements quantitatifs à appliquer aux données.
- Choisir les indicateurs synthétiques à construire.
- Choisir l'angle d'analyse : global, par cible clients, par marché, par service, en intégrant des données financières...
- Présenter les résultats : choix graphiques, mappings...
- Définir les points critiques sur lesquels agir, déterminer les axes d'amélioration.
- Mettre en œuvre des actions correctives : choix des outils et plans d'actions...

**Travaux pratiques** *Analyse et exploitation des questionnaires.*



Réf :	MSC
Durée :	2 jours
Paris	24-25 nov. 2014 22-23 janv./23-24 mars 2015 26-27 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exposés théoriques et exemples concrets. Mise en commun d'expériences. Ateliers de réflexion et de mise en œuvre pratique.

### » PARTICIPANTS

Responsables qualité, responsables services clients, responsables études, responsables marketing ou commercial.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Il est indispensable de connaître les attentes de ses clients afin de mieux y répondre. Ce stage vous propose une méthodologie pratique pour la conception, l'administration des questionnaires de satisfaction et l'élaboration des plans d'action.



Réf :	ESA
Durée :	1 jour
Paris	19 déc. 2014 13 mars/12 juin 2015
Prix :	840 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Etude de cas. Rédaction d'un questionnaire. Définition d'un plan d'actions. Retours d'expériences.

**PARTICIPANTS**  
Assistant marketing, chef de produit ou toute personne impliquée dans la démarche satisfaction client.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» L'importance de la satisfaction client

- Comprendre le principe de fidélisation : définition du processus de consommation (du besoin au sentiment post-achat).
- Etudier et distinguer les éléments mesurables de la satisfaction : la garantie, l'identification, l'attachement.
- Déterminer les enjeux et les objectifs de la réalisation d'une étude de satisfaction.

**Travaux pratiques** Définir les critères de satisfaction client d'une offre.

» Cadrer l'objectif de votre étude de satisfaction client

- Identifier l'objectif de votre étude : passer d'un problème général à un problème spécifique mesurable.
- Discerner les outils de mesure adaptés à votre objectif d'étude : démarche qualitative, démarche quantitative.
- Déterminer la périodicité de l'étude en fonction de votre objectif : le baromètre.

**Travaux pratiques** Quiz : reconnaître une problématique d'un objectif d'étude.

» Identifier les attentes de vos clients

- Comprendre l'importance d'identifier votre cible : à qui vous adressez-vous ?
- Appréhender l'importance d'identifier les attentes de votre cible : à quoi allez-vous vous intéresser ?
- Identifier les critères à quantifier pour établir un plan d'actions pertinent.

**Etude de cas** Définition du portrait-robot d'une cible.

» Concevoir une enquête de satisfaction

- Construire un échantillon représentatif (méthode probabiliste/méthode des quotas).
- Choisir le mode d'administration du questionnaire (on-line, téléphone, face-à-face, postal).
- Rédiger le questionnaire : questions et modalités de réponse (méthodologie, outils et pièges à éviter).

**Mise en situation** Rédaction d'un questionnaire de satisfaction.

» De l'enquête à l'action

- Administrer l'étude : formation et contrôle.
- Utiliser les différentes méthodes d'analyse (tris à plat, tris croisés) : faire parler les informations recueillies.
- Synthétiser les résultats et formuler des recommandations d'action sous la forme d'un plan.

**Travaux pratiques** Définition un plan d'actions.



## Fidéliser ses clients

Mettre en œuvre des outils d'écoute client et de suivi de satisfaction. Construire une stratégie de fidélisation de la clientèle pour entretenir et développer son portefeuille clients.



Réf :	FID
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 26-27 fév./2-3 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Mises en situation, jeux de rôles, construction d'outils supports à un programme de fidélisation et à l'évaluation de la satisfaction clients.

**PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur contribuant à la fidélisation de la clientèle.

**PREREQUIS**  
Initiation commerciale.

» Les enjeux de la relation client

- Une offre souvent supérieure à la demande pour l'entreprise.
- Le client roi et l'impact de la concurrence.
- Les enjeux économiques.
- Répondre aux besoins des clients, les motivations et les freins à la relation client pour les collaborateurs.
- Représenter son entreprise.

» Créer une relation client de qualité

- La préparation efficace.
- L'introduction gagnante.
- La découverte active.
- La présentation valorisée.
- La conclusion constructive.
- La consolidation de la relation.
- L'analyse objective.

» Les savoir-être du commercial

- Comprendre sa personnalité.
  - Contacter. Connaître. Convaincre.
- Exercices** Quel vendeur êtes-vous ?

» Fidéliser par l'écoute

- Le client au cœur de l'activité.
  - Les principaux outils d'écoute.
  - L'identification des besoins du client.
  - La relation satisfaction/fidélité.
- Exercices** Exercices filmés sur l'écoute active.

» Les sept conditions pour fidéliser les clients

- Mobiliser les collaborateurs autour d'un combat pour le client.
- Mettre en place "les essentiels".
- Etablir des rituels. Utiliser les "soft skills".
- Préparer son état d'esprit.
- Savoir répondre à la dialectique du client.

**Exercices** Les conditions de fidélisation.

» Stratégie de fidélisation

- Déterminer vos clients cibles suivant leur importance, leur possibilité de développement ou leur rentabilité.
- L'efficacité du service client.
- La personnalisation de la relation client.
- La récompense de la fidélité du client.

» Mettre en place un programme de fidélisation

- L'objet du programme de fidélisation.
- Les raisons du choix de la cible commerciale.
- La planification des actions de fidélisation.

**Exercices** Mise en place d'un programme de fidélisation.

» Evaluation de la satisfaction clients

- Les réclamations.
  - Le choix des priorités d'amélioration.
  - La mesure des résultats clients.
  - Grilles d'autodiagnostic et formulaires d'enquête.
- Exercices** Elaboration de grilles d'analyse et d'enquête de satisfaction.

Développer ses compétences relationnelles et commerciales pour gérer efficacement les réclamations.  
Transformer les situations difficiles en actions positives pour le client et pour l'entreprise.

## » La situation de réclamation

- Définitions et gradation : l'incident, la réclamation, l'escalade...
- La légitimité du client à réclamer : droits et devoirs des parties.
- Qui est le client réclamant ? Pourquoi réclame-t-il ?
- Examen du problème du point de vue objectif, du point de vue de la personnalité du client.
- Liste des situations concrètes en entreprise. Comment les traite-t-on jusqu'alors ?
- Cas particulier de l'escalade et de l'incident qui prend de trop grandes proportions.
- Typologie des critiques.

## » Comment transforme-t-on un client mécontent en client satisfait ?

- Les forces et faiblesses de l'entreprise.
- Les promesses faites.
- La réalité perçue de l'intérieur.
- Les problèmes prévisibles avec les clients.
- Examen de cas concrets.

## » Le profil du "réclamant"

- Qu'est-ce qu'un client satisfait ?
- Quelles sont ses caractéristiques ? Comment juge-t-il le service rendu ?
- L'environnement du client, ses propres connaissances et capacités, son système de valeurs.
- La notion de qualité. L'effet du temps.
- La différence entre produit et service.

- Les différentes composantes de l'insatisfaction.
- Les différents types de personnalités.
- Comment les détecter, les aborder, communiquer avec eux ; comment s'y prendre ?

## » La gestion de la réclamation en elle-même

- Le dialogue : le questionnement et l'écoute active.
- L'objection : différents types et techniques de réponses.
- L'empathie : c'est une attitude mais aussi une démarche et une méthode en quatre temps.
- L'argumentation et la persuasion : différences entre le logos, l'ethos, le pathos.
- La négociation, savoir dire NON.
- Savoir gérer l'agressivité et les situations délicates : DESC.

**Travaux pratiques** *Jeux de rôle : le cas particulier de l'agressivité exacerbée : comment traiter la crise. Utiliser les incidents et réclamations dans une optique de progrès et d'amélioration.*



Réf :	TRR
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Personnes en relation téléphonique avec les clients externes et internes : assistantes, secrétaires, attachés de direction, commerciaux sédentaires, service après-vente et service relation clientèle.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Reconquérir les clients inactifs ou perdus

Analyser les causes d'un éloignement clientèle ou d'une interruption des relations commerciales. Travail sur un repositionnement individualisé de l'offre auprès des prospects. Savoir définir de nouveaux objectifs de contact et se préparer à la prise de parole.

## » Comprendre les causes de l'infidélité des clients

- Le client du XXI<sup>e</sup> siècle : expertise, volatilité, exigence.
- L'évolution du marché : centralisation, mondialisation, rationalisation.
- La crise financière et ses conséquences sur les affaires et le commerce.

**Travaux pratiques** *Réflexions, échanges et retours d'expériences.*

## » Connaître les caractéristiques du client inactif ou perdu

- Les caractéristiques du client inactif : un client qui n'est pas forcément mécontent.
- Les caractéristiques du client perdu : un client à traiter différemment.
- Comprendre la force du ressentiment chez un client perdu : frustration, remords, irritation, revanche...
- Comprendre ce qui, dans notre offre, peut intéresser les clients inactifs ou perdus.

**Travaux pratiques** *Réflexions, échanges et retours d'expériences.*

## » Mettre en place une stratégie de reconquête : la relance

- Reprendre contact avec le client.
- Éveiller son intérêt, mettre l'accent sur les évolutions de son offre.
- Nouer une nouvelle relation, s'engager sur de nouvelles bases.
- Conclure sur l'avenir, imaginer des perspectives.

**Travaux pratiques** *Echanges, réflexions collectives et retours d'expériences. Mises en situation sur la stratégie de reconquête clients.*

## » Savoir reprendre contact

- Choisir l'axe et les modalités de reprise de contact. Choisir entre un moyen classique et un moyen innovant.
- Déterminer un objectif de contact et construire son message.
- Se mettre en condition : avoir une attitude intérieure positive, choisir le bon moment, éveiller l'intérêt.
- Optimiser sa prise de rendez-vous téléphonique.
- Accrocher l'écoute du client, susciter son intérêt.
- Laisser le client s'exprimer et reformuler ses craintes et ses besoins.
- Nouer une nouvelle relation avec le client : les outils pour un nouveau départ.

**Travaux pratiques** *Jeux de rôles et simulations d'entretiens téléphoniques axés sur la reprise de contacts avec des clients perdus ou inactifs.*



Réf :	REC
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Mises en situation, simulations d'entretiens et débriefing collectif, études de cas.

## » PARTICIPANTS

Acteurs commerciaux reprenant une zone en "friche" ou ayant pour mission la reconquête de marchés.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

À l'issue de ce stage, les participants seront en mesure de se comporter comme des professionnels de l'accueil. Ils apprendront à valoriser l'image de la société et à répondre aux besoins de leurs interlocuteurs en pratiquant une écoute active, en questionnant et s'exprimant de façon efficace et courtoise.

### » Comprendre les particularités de l'accueil téléphonique

- Inventaire des contraintes.
- Les impacts de l'accueil téléphonique sur l'image de marque de la société.
- Un impératif : offrir une première image positive de soi, du service demandé, de sa société.

**Travaux pratiques** Echanges et retours d'expériences.

- Les moyens corporels de l'expression : gestes, postures, regards, sourire.
- "Positiver" ses attitudes dans les moments délicats.
- Accueillir le public handicapés : son comportement, sa façon de communiquer.
- Sélectionner l'information à fournir à un public handicapé : l'accessibilité de l'établissement et des services.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles et simulations de situations d'accueil physique.

### » Connaître les meilleures techniques de prise en charge téléphonique

- décrocher rapidement et accueillir.
- Réussir le premier contact.
- Soigner sa présentation : ton, débit, articulation, rythme, disponibilité et clarté de la communication.
- Poser les bonnes questions pour orienter l'appelant et répercuter le message.
- Pratiquer les techniques d'écoute active pour mettre en confiance et être certain d'avoir bien compris.
- Assurer la prise en charge complète de l'interlocuteur.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles et simulations de situations d'accueil téléphonique.

### » Gérer les réclamations : la communication interpersonnelle

- La communication interpersonnelle : définition, techniques de base.
- La communication verbale, paraverbale et non verbale.
- L'impact des messages, l'image véhiculée par son comportement (comment les autres nous voient).
- L'Assertivité : l'affirmation de soi.
- La relation de confiance et de respect mutuel, l'estime de soi.
- Désamorcer une situation difficile.

- Les attitudes face aux réactions des autres : passivité, fuite, attaque, agressivité, manipulation, insinuation...

**Travaux pratiques** Questionnaires d'autodiagnostic, mises en situation.

### » Accueillir : règles de communication appliquées à l'accueil physique

- Savoir accueillir : se positionner, connaître son rôle et ses missions.
- Les règles relatives à l'écoute et l'empathie.
- Les règles relatives à l'observation.
- Savoir questionner et reformuler.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : REL

Durée : 2 jours

Paris 12-13 nov. 2014  
29-30 janv./5-6 mars 2015  
21-22 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**

Ce stage est destiné à tout collaborateur en contact avec le public et/ou utilisant le téléphone.

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.



L'accueil au téléphone permet d'établir une bonne relation et de véhiculer une bonne image de marque de l'entreprise. Pour assurer un accueil professionnel de qualité, il faut savoir bien écouter, questionner pour bien comprendre la demande et adopter un langage approprié dans la formulation de sa réponse.

### » Comprendre les principes de la communication et de l'accueil

- Identifier les rôles de l'émetteur et récepteur : qui fait quoi et qui est responsable de quoi.
- Hiérarchiser et maîtriser les trois médias de communication : verbal, para-verbal et non-verbal.
- Appréhender les spécificités du téléphone.
- Comprendre l'importance du sourire.
- Découvrir le traitement automatique de l'information : la sélection, la distorsion et la généralisation.

**Travaux pratiques** Exercices sur la voix.

### » Traiter les objections

- Identifier les différents types d'objections.
- Utiliser les techniques d'acceptation et de traitement des objections : Edredon/Sandwich/Disque rayé/D.E.S.C.
- Appliquer les techniques : Amortir/Rebondir/Enchaîner.

**Travaux pratiques** Exercices de traitement des objections sous forme d'échanges "ping-pong". Simulations d'entretiens téléphoniques en utilisant les techniques d'acceptation et de rebond.

### » Pratiquer les techniques adaptées au téléphone

- L'écoute active et objective.
  - Pratiquer la reformulation.
  - Savoir questionner.
- Travaux pratiques** L'écoute, les techniques de reformulation et les questions facilitantes. Rédaction des questions adaptées à l'activité de chaque participant. Débriefing collectif.

### » Accueillir dans une relation de qualité et de service

- Avoir l'intention de faire son maximum pour répondre au mieux et le plus rapidement possible aux demandes.
- Comprendre les besoins et les attentes des interlocuteurs : SONCAS.
- Adopter les comportements adaptés à la demande et à la situation.
- Choisir ses mots et développer ses arguments (C.A.B.).
- Appréhender le principe de traitement des situations difficiles.

**Travaux pratiques** Mise en situations téléphoniques sur la détection des motivations et la recherche de réponses adaptées. Débriefing collectif.

### » Utiliser un langage efficace

- Parler positif pour atteindre ses objectifs en bannissant les jargons, les formules de doute, les mots noirs.
  - Utiliser le présent et le futur pour donner de la force à votre discours.
- Travaux pratiques** Remplacement des formules négatives par d'autres positives ; entraînement sur les formules d'accueil, d'orientation des interlocuteurs, de mises en attente.

**dif** Exercices pratiques **Best**

---

Réf : ACT

Durée : 2 jours

Paris 2-3 oct./11-12 déc. 2014  
23-24 mars/25-26 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» EXERCICES**

Exercices, autodiagnostic, mises en situation, jeux de rôle avec enregistrements téléphoniques.

---

**» PARTICIPANTS**

Tout collaborateur en relation avec le client-tèle. Agent d'accueil du secteur public.

---

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

Savoir questionner et anticiper autour d'un traitement ordonné des incidents. Gérer l'émotionnel lors de l'accueil téléphonique en relation client et travailler sa voix. Techniques d'écoute active, de reformulation. Gestion de l'agressivité et du stress, mise en œuvre d'une attitude relationnelle assertive.

## » Bien communiquer

- Emetteur / récepteur : être responsable de la qualité de la communication pour maîtriser les entretiens.
- Les composantes de la voix : ton, volume, timbre, articulation, débit, rythme, hauteur, silence.
- La voix transmetteur d'énergie.
- Les outils de communication : écoute active, reformulation, questionnement, parler positif...

**Travaux pratiques** Exercices sur la voix, l'écoute, les différents types de questions et de reformulation, le parler positif. Débriefing collectif.

## » Savoir reconnaître et accueillir l'incident

- Faire la liste des incidents déjà vécus par les participants et relever leurs particularités.
- Anticiper et être toujours en position d'accueil d'incidents.
- Comprendre les attitudes qui favorisent ou amplifient les incidents.

**Travaux pratiques** Réflexions en commun, simulations de "défectuologie" (les participants simulent des situations de résolution d'incidents).

## » Ecouter : le cœur de la relation

- Qu'est-ce que l'écoute ?
- La pratique de l'écoute active au téléphone.
- Comment renforcer son attention ?
- Ecouter pour comprendre et analyser le comportement.
- Faire parler.
- La grille d'écoute de Porter.

**Travaux pratiques** Mises en situation et jeux de rôle autour de thèmes suggérés par les participants. Débriefing collectif.

## » Poser des questions, reformuler et argumenter

- Montrer son intérêt et son engagement à résoudre le problème en posant des questions.
- Elaborer des questions et des points de reformulation.
- Structurer des arguments persuasifs.

**Travaux pratiques** Rechercher des questions de découverte et d'arguments. Mises en situation et jeux de rôle. Débriefing collectif.

## » Gérer son registre émotionnel

- Gérer son stress et celui de l'interlocuteur.
- Développer son registre émotionnel.
- Réagir face à l'agressivité.

**Travaux pratiques** Mises en situations et jeux de rôle spécifiques pour mieux gérer son stress.

## » Garder et capitaliser sur la confiance

- Apprendre à développer des comportements assertifs.
- Savoir conclure les entretiens téléphoniques.

**Travaux pratiques** Test sur l'attitude relationnelle. Réflexion sur les comportements générateurs de confiance.



Réf :	HOT
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 5-6 fév./2-3 avril 2015 8-9 juin 2015
Groupe 1	26-27 fév./21-22 mai 2015
Groupe 2	12-13 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	19-20 fév./6-7 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Exercices, autodiagnostic, mises en situation, jeux de rôle avec enregistrements.

## » PARTICIPANTS

Toute personne travaillant dans un service d'hotline (SAV, service d'information, service informatique...) ou en contact téléphonique régulier avec des interlocuteurs et amenée à gérer des incidents.

## » PREREQUIS

La maîtrise de l'outil téléphone et des entretiens.

# Faire face à l'agressivité physique et verbale en situation d'accueil

Ce stage vous permettra de connaître les mécanismes de la violence et de l'agressivité, d'intégrer des techniques internes et externes pour prévenir les situations explosives et stressantes. Vous apprendrez notamment à pratiquer une communication assertive prenant en compte la personnalité de votre interlocuteur.

## » Connaître le processus du conflit : de l'agressivité au passage à l'acte

- L'influence des émotions sur les comportements : le cerveau instinctif, affectif et cognitif.
- Analyser les processus de dominance et soumission : les positions de vie.
- Comprendre les enjeux et les rôles des acteurs du conflit : le triangle dramatique.
- Prendre du recul sur les situations conflictuelles en décryptant motivations internes et habitudes comportementales.
- Anticiper l'agressivité de son interlocuteur : dépister les messages de la communication non-verbale et para-verbale.
- Connaître ses points forts et zones de fragilité face au conflit.

**Exercices** Auto-évaluation de sa personnalité et comportements sous stress. Analyse de ses points forts et axes de progression.

## » Intégrer des techniques corporelles et verbales pour affronter la violence

- Ne plus être destabilisé grâce à la pratique du « centrage » corporel.
- Accroître sa disponibilité et sa résistance face aux conflits.
- Affronter la violence et les intimidations en utilisant sa voix.
- Contrôler ses émotions en retrouvant une respiration équilibrée.

- Communiquer avec assertivité pour faire face aux conflits : soutenir le regard, installer son territoire.
- Sortir d'une relation conflictuelle grâce à une verbalisation positive.

**Exercices** Apprentissage de techniques corporelles et de communication en jeux de rôles pour faire face à l'agressivité. Apprendre à garder le leadership en situation de conflit.

## » Apprendre à canaliser et transformer l'agressivité

- Comprendre ses attitudes réflexes face au conflit (attaque, fuite, repli).
- Maintenir des relations positives en respectant le point de vue de son agresseur.
- Utiliser le langage adapté à chaque type de personnalité pour mettre en place une relation constructive.
- Identifier le niveau de stress de son interlocuteur pour y répondre efficacement.
- Pratiquer le recadrage positif pour garder le contrôle de la situation.
- Affronter les conflits quotidiens en préservant son énergie et sa motivation.

**Jeu de rôle** Mise en situation en sous-groupes pour gérer l'agressivité en fonction de la personnalité de son interlocuteur. Plan d'actions.



Réf :	VER
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant développer des techniques pour contrer l'agressivité et/ou faire face à des situations stressantes.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Manager l'interface entre direction et équipe SAV. Développer un esprit relation Clients et Qualité auprès des techniciens. Motiver son équipe avec empathie et l'accompagner vers la performance commerciale et la fidélisation. Elaboration d'indicateurs et de plannings, aide à la formulation d'objectifs.



Réf :	SAV
Durée :	2 jours
Paris	6-7 oct./8-9 déc. 2014 9-10 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic, jeux de rôles, mises en situation, construction d'outils de pilotage. Plan de progrès individuel alimenté tout au long du stage.

**PARTICIPANTS**  
Managers et responsables de services après-vente, responsables d'équipes de maintenance ou de hotliners.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

» **Définir les missions et le périmètre du responsable SAV**

- Finalités du management d'un service SAV.
- Définir son périmètre d'intervention.
- Rendre compatibles les attentes de ses managers avec celles de son équipe.
- Adapter son management à des équipes techniques.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic pour identifier son style de management et les comportements associés.

» **Manager le Service Après-Vente (SAV)**

- Tenir compte des contraintes du SAV dans la satisfaction Client.
- Aider ses techniciens à passer d'une logique technique à une logique relation client.
- Mobiliser et sensibiliser ses équipes techniques autour de la qualité du service rendu.
- Mettre la Qualité de Service au cœur de son management.

**Travaux pratiques** Mises en situation.

» **Motiver et stimuler son équipe de techniciens**

- Développer son écoute active et son empathie auprès de ses techniciens.
- Formuler des signes de reconnaissance positifs et faire progresser.
- Analyser les motivations des clients.
- Motiver son équipe pour l'amener à la performance.
- Insuffler une culture commerciale à des populations techniques.

- Reconnaître et valoriser les réussites de ses techniciens.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles, diagnostic des forces et des axes de développement de son équipe.

» **Animer et piloter l'activité**

- Organiser des plannings d'intervention équilibrés.
- Définir des objectifs et des indicateurs de mesure.
- Focus sur la Qualité : qualité du dépannage, qualité de l'accueil en centre et chez le client.

**Travaux pratiques** Création d'outils de bord et d'indicateurs qualité.

» **Maîtriser les situations difficiles du SAV**

- Savoir remotiver un technicien.
- Savoir recentrer sur la fidélisation des clients.
- Gérer les tensions et conflits dans l'équipe.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles.

» **Plan d'Action Personnel de Progrès**

- Autoanalyse/diagnostic de chaque participant.
- Mise en évidence de ses talents personnels.
- Détecter ses potentialités et tirer ses fonctions inférieures vers le haut.

**Travaux pratiques** Construction de son plan de développement personnel.



**P** pratique **Manager un centre d'appels**

Cette formation a pour but de former aux spécificités du management en centre d'appels et de faire le point sur les fondamentaux de l'animation d'équipes dans un tel environnement. Elle permet aux futurs managers de bâtir les outils nécessaires au suivi et au contrôle de la performance.



Réf :	MCP
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 29-30 janv./2-3 avril 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Des études de cas, des jeux et qui vous permettront de prendre du recul sur l'organisation de votre structure.

**PARTICIPANTS**  
Managers, superviseurs, responsables d'équipes expérimentés (centres d'appels, hotline, SAV, services administratifs organisés en centres d'appels, agences commerciales).

**PREREQUIS**  
Expérience du management.

» **Constituer et animer une équipe dédiée à la relation client**

- Recruter, former et intégrer ses collaborateurs.
- Déterminer le rôle et les missions du manager.
- Identifier le rôle des conseillers de niveau 2 (seniors).
- Savoir féliciter et créer un lien solide avec son équipe.

**Travaux pratiques** Schématiser votre centre d'appels par la présentation du rôle et des interactions entre les collaborateurs.

» **Les outils dédiés à la relation client et au contrôle**

- L'architecture téléphonique : provenance des flux, la distribution, les files d'attente, la gestion des agents...
- La terminologie des centres d'appels : SVI, CCS, PABX, priorités, pilotes, etc.
- Les bases de données : mises à jour et suivi.
- Les outils de supervision : en temps réel, historique des appels...
- Construction d'outils de contrôle : suivi des performances individuelles et commerciales, écoutes téléphoniques.

**Travaux pratiques** Autodiagnostic de vos outils de suivis actuels. Compiler les données et présenter des bilans quantitatifs et qualitatifs.

» **Comprendre l'activité de son centre et optimiser son organisation**

- Placer le centre de relation client dans l'organisation de l'entreprise et en déduire les relations transverses.

- Maîtriser la gestion des flux multicanaux : appels entrants, sortants, webcall, chats, gestion mails.
- Mesurer la durée moyenne de traitement pour chacun des flux.
- Anticiper les pics d'activité et savoir y faire face.
- Planifier les ressources : selon l'activité, les contrats de travail, les périodes de congés, et l'absentéisme.
- Savoir animer : une réunion, l'activité au quotidien.

**Travaux pratiques** Quiz sur la terminologie centre d'appels.

» **Mesurer la satisfaction client et mettre en place les actions**

- Assurer des écoutes régulières des entretiens téléphoniques.
- Mesurer le taux de réclamation.
- Mettre en place un processus de réponse aux réclamations.

**Travaux pratiques** Le traitement des réclamations.

» **Prévenir et gérer le stress de son équipe**

- Repérer les différentes sources de stress : signaux d'alarme.
- Savoir écouter le stress et apprendre à communiquer avec des collaborateurs stressés.
- Avoir des outils concrets pour évacuer les tensions et le stress liés aux interactions.

**Travaux pratiques** Exercices de respiration.

Cette formation permet aux managers de centres d'appels ou aux responsables d'équipes de développer les compétences nécessaires à la gestion des émissions d'appels. Elle traite l'ensemble des thématiques liées à la prospection téléphonique, de la préparation de la campagne jusqu'au suivi d'activité et bilan.

## » Préparer sa campagne d'émission en amont

- Connaître les objectifs de l'entreprise sur la campagne et les décliner sur sa structure.
- Construire un outil de suivi des résultats collectifs et individuels.
- Prendre connaissance du fichier, le vérifier et bien déterminer la cible.
- Organiser la campagne selon la planification et le calibrage des ressources : mesure d'impact.
- Choisir les bons profils pour dynamiser la campagne.

**Travaux pratiques** Construire un argumentaire/script d'entretien.

## » Présenter la campagne aux équipes et le suivi des résultats

- Présenter la campagne, ses enjeux.
- Rappel des consignes de gestion de campagne.
- Travailler sur la phase d'accroche, le traitement des objections et la validation de la proposition.
- Être transparent sur les attentes et sur le suivi.
- Prévoir un argumentaire " concurrence ".

**Travaux pratiques** Simulation de présentation des enjeux et objectifs d'une campagne lors d'une réunion.

## » Animer sa campagne au quotidien et accompagner ses équipes

- Importance du lancement de la campagne avec la présence terrain du manager.
- Suivi des créneaux d'émission d'appels : management par marguerite.

- Savoir s'appuyer sur le partage d'expériences.
- Mettre en place des relais terrain (conseillers niveau 2) lorsque le manager de proximité ne peut être présent.
- Créer et faire vivre les challenges commerciaux pendant la campagne.

**Travaux pratiques** Simulation d'un démarrage de campagne sur le terrain. Débriefing commun avec le formateur sur le rôle du manager.

## » Mettre en place un suivi d'activité et maîtriser les bilans d'étapes

- Effectuer un suivi individuel ou un " zoom " sur la production individuelle.
- Faire le maximum pour créer une homogénéité et un investissement égal de la part de tous les collaborateurs.
- Programmer des bilans d'étapes et les communiquer à l'équipe. Inclure les aspects qualitatifs.

**Travaux pratiques** Construction de tableaux de bord journaliers pour le suivi de la campagne.

## » La synthèse en fin de campagne

- Bilan quantitatif de la campagne (nombre de conseillers concernés, volumes horaires ...).
- Bilan qualitatif (accueil de la campagne par les clients ou prospects, ressenti des collaborateurs ...).
- Savoir utiliser les résultats des campagnes d'appels sortants pour agrémente le suivi des collaborateurs.

**Travaux pratiques** Réflexion sur les éléments qui doivent être communiqués à l'équipe. Construction de bilan/reporting de campagnes d'appels sortants.



Réf :	PEL
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Managers, superviseurs, responsables d'équipes en charge de l'animation de campagnes d'appels sortants (campagnes commerciales, campagnes de notoriété, prise de rendez-vous).

### » PREREQUIS

Expérience en management d'équipes.

# Superviseurs : gérez et motivez vos téléconseillers

Ce stage très pratique vous permettra en tant que superviseur, d'accompagner et de gérer au quotidien vos téléconseillers pour développer leurs compétences et booster leurs résultats. A l'issue de ce cours, vous maîtriserez les techniques de coaching et de débriefing pour motiver vos équipes.

## » Ecouter ses téléconseillers

- Développer les techniques d'écoute objective et active.
- Savoir poser des questions. Reformuler.
- Appliquer la grille d'écoute de Porter.
- Utiliser les outils et les grilles d'observation. Plan de progrès de coaching.
- Mieux connaître son équipe pour mieux la gérer. Les attitudes relationnelles. Les positions de vie.

**Travaux pratiques** Simulations d'entretiens enregistrés. Débriefing sur l'utilisation des outils à chaque étape des entretiens.

## » Renforcer sa structure d'appel

- Approfondir la capacité d'organisation de ses téléconseillers.
- Renforcer les argumentaires et leurs prises en charge.
- Elaboration des catalogues de réponses aux questions et objections.
- Lever les obstacles rencontrés dans le déroulement des entretiens.
- Préparation des appels. Arguments, voix, choix des mots. Organisation matérielle.
- Les clés de réussite des appels stratégiques : rappel des fondamentaux, les phases de découverte et de reformulation.

**Travaux pratiques** Tests d'argumentaires filmés. Débriefing des points forts et les axes d'amélioration.

## » Débriefer les appels et motiver par le coaching

- Utiliser les leviers d'une préparation efficace.
- Créer un relationnel fort et un climat favorable.
- Être un exemple dans l'art du questionnement.
- Faire de la reformulation un outil de progression.
- Encourager l'autonomie. Repérer les degrés d'autonomie des membres de son équipe.
- Adapter ses débriefings pour progresser vers plus de délégation.

• Accompagner vers la réalisation des objectifs.  
• Argumenter sur les ressources nécessaires.  
**Travaux pratiques** Simulations filmées d'appels de téléconseillers. Débriefing utilisant les outils de la première séquence.

## » Motiver par des réunions stimulantes

- S'appuyer sur les leviers de la stratégie par objectifs.
- Mettre en mouvement son équipe par des stimulations.
- Donner du sens aux objectifs, aux actions.
- Présenter les statistiques et les résultats de l'équipe.
- Inscrire les bonnes pratiques dans le temps.

**Travaux pratiques** Des objectifs, des statistiques et des résultats fournis par les participants et le formateur sont analysés.



Réf :	GMT
Durée :	2 jours
Paris	12-13 nov. 2014 19-20 janv./9-10 mars 2015 8-9 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Improvisations, jeux de rôle, individuels ou collectifs, échanges entre les participants et apports du formateur. Feedback magnéto et vidéo.

### » PARTICIPANTS

Managers d'équipes de téléconseillers en émission ou en réception d'appels.

### » PREREQUIS

Avoir une bonne connaissance de l'outil téléphone en émission ou réception d'appels.

# Superviseurs : construisez des scripts d'appels entrants et sortants

Durant ce stage, les participants apprendront à construire un script téléphonique et à l'adapter aux situations. Ils verront comment mettre en valeur l'image du téléconseiller et de la société, apprendront à utiliser les techniques d'écoute et d'argumentation pour comprendre et influencer le client.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : PPE

Durée : 2 jours

Paris 4-5 déc. 2014  
19-20 fév./9-10 avril 2015  
22-23 juin 2015

---

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Ateliers de réflexion collective. Jeux de rôles téléphoniques avec restitution personnalisée. Echanges d'expériences.

---

**PARTICIPANTS**

Superviseurs, fonctions « support » en centre d'appels, formateurs internes de centre d'appels.

---

**PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

» Définir les objectifs et les enjeux du script

- Prendre en compte les différents interlocuteurs : BtoB, BtoC.
- Comprendre leurs réticences face aux multiples appels.
- Valoriser le script dans la relation client.
- Analyser la « qualité » des scripts dans les campagnes d'appels sortants et entrants.
- Inciter les téléconseillers à valoriser les bénéfiques clients.
- Avoir les connaissances techniques nécessaires des produits/services.

**Travaux pratiques** Ateliers de réflexion sur les comportements « réticents » des interlocuteurs.

» Les phases d'un script d'appels entrants

- Structurer ses appels entrants.
- Connaître les procédures de gestion (utilisation de l'outil informatique).
- Identifier les phases de traitement (questions, arguments, destinataire).
- Adapter son vocabulaire et véhiculer une image positive de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles téléphoniques : concevoir un script d'appels entrants. Débriefing.

» Les phases d'un script d'appels sortants pour prise de rendez-vous

- Structurer ses appels sortants.
- Utiliser les premiers instants pour créer la relation.
- Connaître les techniques d'accroche.

- Organiser ses arguments pour répondre aux premières objections.
- Influencer la prise de rendez-vous.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles : concevoir un script de prise de rendez-vous. Débriefing.

» Les phases d'un script d'appels sortants dédié à la télévente

- Structurer ses appels sortants dédiés à la télévente.
- Utiliser les premiers instants pour créer la relation.
- Susciter l'intérêt de son interlocuteur.
- Argumenter en apportant une valeur ajoutée pour le prospect.
- Anticiper les objections et proposer une solution simple et adaptée.
- Savoir conclure positivement.

**Travaux pratiques** Jeux de rôles : concevoir un script d'appel sortant adapté à la vente d'un produit/service. Débriefing.

» Les paramètres d'influence de la communication verbale et non verbale

- Prendre en compte l'importance des attitudes, ton, articulation du téléprospecteur dans la transmission des messages.
- Pratiquer l'écoute active et le questionnement pour une bonne compréhension de la situation de l'interlocuteur.

**Travaux pratiques** Exercices en sous-groupes sur l'écoute active, le questionnement, la reformulation.



# Téléconseillers : développez vos compétences commerciales

Démystifier l'acte commercial au téléphone. Passer du conseil à la commercialisation. Développer son écoute et être force de proposition. Cibler les attentes de son interlocuteur. Argumenter, répondre aux objections et conclure sereinement.

**dif** Exercices pratiques

---

Réf : DCT

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
23-24 fév./13-14 avril 2015

---

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**EXERCICES**

Autodiagnostic, mises en situation, jeux de rôle avec enregistrements téléphoniques. Partages d'expériences.

---

**PARTICIPANTS**

Tout téléconseiller en relation avec les prospects et les clients.

---

**PREREQUIS**

Expérience souhaitable en qualité de téléconseiller.

» Mieux communiquer

- Emetteur / récepteur : être responsable de la qualité de la communication et du feed-back.
- Appréhender les spécificités du téléphone sous l'angle de la relation commerciale.
- Comprendre les enjeux de la communication commerciale.
- Utiliser les outils : écoute active, reformulation, questionnement, parler positif, présent et futur.

**Exercices** Exercices sur la voix, l'écoute, les différents types de questions, le parler positif. Débriefing collectif.

» Démystifier l'acte commercial

- Comment allier conseil et état d'esprit " vente ".
- Faire la check-list de ses atouts et talents de " négociateur ".
- Découvrir la part ludique de la relation prospect/client.
- Trouver de nouvelles sources de motivation.

**Exercices** Réflexions en commun, premières simulations d'entretiens commerciaux enregistrés.

» Le déroulement réussi d'une relation commerciale

- Accueil impactant.
- Ecouter, poser des questions et reformuler.
- " Glisser " du conseil à la commercialisation.
- Argumenter de manière simple et stratégique.
- Conclusion positive : accord et fixation des modalités.
- Prise de congé.

**Exercices** Mises en situation téléphoniques. Débriefing.

» Le traitement des objections

- Accueillir les objections comme un signe positif.
- Méthodes de traitement des objections.
- Développer sa capacité à rebondir.
- Mises en situation téléphoniques. Débriefing collectif.

» L'argumentation

- Mettre en valeur les caractéristiques, avantages et bénéfiques pour l'interlocuteur : la méthode CAB.
- Trouver le ton " d'évidence " de déroulement des arguments.

**Exercices** Elaboration d'arguments performants au cours de simulations d'entretiens enregistrés.

» L'évaluation de son activité commerciale

- Avoir ses propres indicateurs pour progresser dans son action commerciale.

**Exercices** Réflexion en sous-groupes sur les indicateurs d'évaluation.

# a ssistant(e) S ecrétaire

485

hôtesse

téléphone

relationnel

Manager

efficacité

reportings

organisation



# Nos experts

## Métiers d'assistant(e)

Fondatrice de la société Oblance Formations en 2010, **» Odile BOUVINET »** accompagne les managers et les assistantes dans le développement des compétences métier, l'organisation et l'efficacité professionnelle. Elle est formée à différents outils de communication Programmation Neuro Linguistique, Analyse Transactionnelle et Communication non Violente, outils qu'elle utilise dans ses formations en management et développement personnel aussi.

En charge d'animer un réseau de grossistes et détaillants (suivi logistique, comptable, commercial) et de la mise en place d'opérations commerciales, qualification de ces points de vente, et également en charge de la formation de ces grossistes sur un outil de communication, **» Armelle GUILLON »** a quitté le monde de la presse pour la formation de formateur professionnel pour adulte. Aujourd'hui, elle travaille à construire, conduire et animer des actions de formations, accompagner des personnes en formation et suivre leurs parcours et projets et commercialiser des produits de formation.



Consultante indépendante, **» Bénédicte LUCIEN-BRUN »** accompagne des entreprises et des associations dans leurs projets de communication. Auparavant, elle a occupé des postes à responsabilités pendant plus de 15 ans au sein des départements communication d'Hachette, Seiko, Diageo, AOL et Dailymotion, basée successivement aux Etats-Unis, au Japon et en France. Mobilisée par les problématiques du développement durable et de la communication responsable, elle a suivi, le cursus du Collège des Hautes Études de l'Environnement et du Développement Durable et est également diplômée de Sciences Po Paris et d'un Master en Communication de Boston University.



Suite à des études en Sciences politiques, sociologie et psychothérapie, **» Marco PAPAYANOU »** a exercé comme sociologue-chercheur dans des universités de Montréal, associations, ministères et organismes gouvernementaux du Québec. Il a eu une activité de psychothérapeute en libéral et au sein d'une association. Il a conçu et animé une soixantaine de formations en communication, développement personnel, management et organisation du travail, travail social et psychologie.



Le métier d'assistant(e) dépend pour beaucoup du domaine auquel il se réfère. De l'assistant(e) de gestion à l'assistant(e) commerciale, un large panel de formations est proposé pour permettre d'accéder à ces professions et de s'y perfectionner. Les cours Orsys traitent notamment tous les aspects de l'efficacité professionnelle dans ce métier.

## » Métiers »

- Best** Assistant(e) et secrétaire, le métier **F**  
2 j - ASS - p.489
- Assistant(e) de direction, le métier **F**  
2 j - ASD - p.489
- Assistant(e) de Manager  
2 j - EAS - p.490
- Assistant(e) chef de projets, le métier  
2 j - AHP - p.490
- Assistant(e) de gestion, le métier **F**  
3 j - ASG - p.491
- Assistant(e) juridique, le métier  
2 j - AJU - p.491
- Assistant(e) achat, le métier **F**  
2 j - ATA - p.492
- Best** Assistant(e) RH, le métier  
2 j - ARH - p.492
- Best** Assistant(e) formation, le métier  
2 j - ASF - p.493
- Assistant(e) communication, le métier  
2 j - CMU - p.493
- Assistant(e) commercial(e), le métier **F**  
2 j - ASC - p.494
- Hôte/Hôtesse d'accueil standardiste, le métier **F**  
2 j - HST - p.494

## » Efficacité professionnelle : organisation, communication »

- Assistant(e) : efficacité professionnelle **F**  
2 j - APF - p.495
- Assistant(e) : savoir travailler avec plusieurs managers **Nouveau**  
2 j - ASI - p.495
- Assistant(e) : organisez avec succès un événement professionnel **Nouveau**  
2 j - ASU - p.496
- Assistant(e) : développez des relations positives au travail **F**  
2 j - RPT - p.496
- Assistant(e) : communication assertive **F**  
2 j - ACU - p.497
- Assistant(e) : mieux communiquer par téléphone **Nouveau**  
2 j - AOM - p.497
- Assistant(e) : réalisez des reportings efficaces  
2 j - RPI - p.498
- Best** Améliorer son organisation personnelle **F**  
2 j - OPE - p.160
- Best** Entraîner et développer votre mémoire  
2 j - MEM - p.162
- Classer utile, rapide, efficace  
2 j - CLA - p.163
- Gérer l'information et gagner du temps  
2 j - TIP - p.165
- Lire, synthétiser et restituer avec efficacité  
2 j - LEC - p.167
- Best** Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral  
2 j - ECO - p.168
- Best** Développer des relations non hiérarchiques constructives  
2 j - DHC - p.196
- Communiquer efficacement avec sa hiérarchie  
2 j - OPI - p.196

## » Bureautique »

- Assistant(e) : exploitez Office 2010  
2 j - OOA - p.498
- Office 2013, prise en main des nouveautés  
2 j - FIO - cf@
- Office 2010, initiation **B**  
1 j - DDO - cf@
- Excel 2010/2007, prise en main  
1 j - DXA - p.509
- Excel 2010/2007, consolider vos connaissances  
1 j - LMX - p.511
- Word 2010, prise en main **B**  
1 j - MWO - cf@
- Best** Word 2010, perfectionnement **B**  
2 j - MWB - p.519
- PowerPoint 2010/2007, prise en main  
1 j - DPP - cf@
- Best** Maîtriser PowerPoint 2010 **B**  
2 j - MON - p.521
- Maîtriser Outlook 2010  
1 j - MOL - p.522

## » Communication écrite, prise de notes »

- Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions  
2 j - PNR - p.168
- Best** Améliorer vos écrits professionnels  
2 j - CEP - p.169
- Best** Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux  
2 j - AGO - p.170
- Orthographe et grammaire, perfectionnement  
2 j - OGM - p.170
- Communiquer efficacement par mail  
2 j - CAT - p.171

## » Cycle Certifiant

ASSISTANT(E) SECRÉTAIRE » 11 j. - KSS - p.488

» composition du cycle

ASS 2j, p.489/OOA 2j, p.498/CLA 2j, p.163/CAT 2j, p.171/PNR 2j, p.168

» journée de certification

KSY



Ce cycle certifiant vous permettra de maîtriser toutes les compétences dans votre métier d'assistant(e), en positionnant votre rôle dans l'organisation. Vous verrez comment gagner du temps dans la rédaction et la gestion de vos messages et comptes rendus de réunion. Enfin, vous découvrirez les principales fonctions du pack Office 2010 de Microsoft pour améliorer votre productivité quotidienne.

## Le métier d'assistant(e) et secrétaire

- Positionner son rôle d'assistant(e) et secrétaire dans l'organisation.
- Être une force de proposition et se faire reconnaître dans la culture de l'organisation.
- Démarche et outils de base de la gestion de son activité : lister les activités et déterminer le degré de priorité.
- Définir efficacement ses priorités selon l'urgent et l'important.
- Gérer les interruptions : téléphone, visites et situations imprévues, changement de priorité, distractions.
- Les principes de gestion de l'agenda (papier et électronique). Gérer l'agenda de son manager.
- Organiser les réunions et manifestations professionnelles.
- Entretenir des relations efficaces avec ses collègues et sa hiérarchie.
- Faire passer un message avec diplomatie. Formuler une critique de manière constructive et savoir dire non.
- Gérer les tensions et les conflits.

**Travaux pratiques** Test sur les capacités d'organisation. Identification des voleurs de temps et recherche de solutions. Elaboration de ses priorités ; construction d'un plan de journée. Préparation d'une réunion. Mises en situation sur cas de gestion de conflits.

## Classer utile, rapide, efficace

- Déterminer le rôle clé du classement dans la collecte et le traitement des informations.
- Les engagements et les objectifs personnels de chacun.
- Rationaliser son espace de travail et réduire les sources de stress liées au temps et à l'organisation.
- Connaître les différents outils pour une vue globale : to-do list, carte conceptuelle.
- Organiser le classement sur ordinateur.
- Être rigoureux dans le choix des noms de fichiers informatiques et utiliser les astuces de rangement sur la messagerie.
- Mettre en place un classement compréhensible par tous.
- L'archivage : gestion des documents, procédure de sécurité, contrôle des accès aux fichiers.
- Découvrir la GED.

**Travaux pratiques** Difficultés rencontrées dans les tâches de classement des documents. Autodiagnostic des forces et faiblesses du système actuellement en place. Plan d'action : formalisation des actions à mettre en œuvre pour élaborer son plan de classement.

## Communiquer efficacement par mail

- Définir son objectif de communication.
- Proposer un contenu synthétique.
- L'intention du message et la forme du message.
- Structurer ses messages et organiser ses idées en plan.
- Opter pour la bonne argumentation et hiérarchiser ses arguments.
- Adopter un style pertinent et créer des titres clairs et percutants.
- Privilégier les temps qui traduisent l'assertivité du rédacteur.

- Choisir un vocabulaire précis et adapté à la cible.
- Gérer sa messagerie : choisir judicieusement ses destinataires. Identifier le rôle de l'interlocuteur.
- Stocker efficacement ses mails. Créer des dossiers et sous-dossiers de classement.

**Travaux pratiques** Définir des plans. Travailler des messages : sujet, objectif, structure, argumentaire. Rédaction de messages. Manipuler les titres, les locutions, les temps, le vocabulaire, etc. Mise en pratique des techniques d'optimisation de la messagerie et des communications par email.

## Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunion

- Qu'est-ce que la prise de notes ? Quels sont les rôles du compte rendu ?
- Prendre des notes efficacement. Identifier votre objectif : informer, expliquer... Comprendre l'intérêt de vos lecteurs.
- Pratiquer l'écoute active et sélective. Filtrer l'information : messages essentiels et secondaires, superflu à éliminer.
- Cartes heuristiques en tant qu'outil principal pour la prise de note.
- Savoir abrégé : constituer son système d'abréviations. Utiliser des symboles et liens logiques entre les informations.
- Construire la structure du compte rendu : choisir un plan en fonction de vos objectifs.
- Organiser les paragraphes. Ecrire un brouillon.
- Présenter (objet, ordre du jour, présents, etc.) le compte rendu.
- Rédiger les titres et sous-titres. Rédiger avec des phrases courtes et claires, en s'adaptant aux lecteurs.

**Travaux pratiques** Simulation de réunions. Les participants prennent les notes associées et font une restitution au groupe. Débriefing collectif. Les participants réalisent le plan du compte rendu et font un premier brouillon qui sera progressivement transformé en compte rendu final.

## Exploiter efficacement Word, Excel, PowerPoint, Outlook 2010

- Prise en main du poste de travail.
- Word : créer des documents professionnels.
- Excel : maîtriser les tableaux.
- PowerPoint : parfaire votre communication.
- Outlook : communiquer efficacement.
- **Travaux pratiques** Créer un document modèle. Insérer et présenter un tableau. Effectuer des calculs, trier et filtrer. Créer et modifier efficacement une présentation PowerPoint. Personnaliser l'affichage d'Outlook. Utiliser les outils de suivi des messages, les règles automatiques. Organiser l'agenda.



Réf : KSS

Durée : 11 jours

### Composition du cycle :

réf ASS, 2j, cf p. 489

réf OOA, 2j, cf p. 498

réf CLA, 2j, cf p. 163

réf CAT 2j, cf p. 171

réf PNR, 2j, cf p. 168

Examen réf KSY

8 déc. 2014

3 avril 2015

Les dates de début du cycle sont indiquées sur le planning, les sessions sont à choisir sur une période de 12 mois.

Prix : 4 620 € HT (prix 2014)  
option full offerte  
soit environ 30% de remise incluse

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### EXERCICES

Tests, exercices écrits ; mises en situation sur cas ; analyse des résultats en groupe.

### PARTICIPANTS

Ce cycle s'adresse aux assistant(e)s et aux secrétaires.

### PREREQUIS

Aucun.

Cette formation vous montrera comment mieux vous positionner dans votre environnement professionnel, gérer votre temps et organiser vos tâches, tout en construisant des relations efficaces avec vos collègues de travail.

## » Positionner son rôle d'assistant(e) et secrétaire dans l'organisation

- La définition de la fonction et ses implications.
- L'étendue du champ d'action de l'assistant(e).
- Se faire reconnaître dans la culture de l'organisation.
- Comprendre les enjeux du rapport avec le management.
- Définir et maintenir les paramètres d'une bonne collaboration.
- Comment "manager son manager" ?
- Les attitudes réactives et proactives.
- Etre force de proposition.

## » Gérer son activité

- Les lois et principes de la gestion du temps.
- Fixer et lister les objectifs.
- Lister les activités.
- Déterminer le degré de priorité.
- Les facteurs associés à une bonne gestion de l'activité.
- Des solutions applicables à la perte de temps et d'énergie.
- Eviter les tensions contre-productives.
- Eviter les surcoûts.

**Travaux pratiques** Test sur les capacités d'organisation.

## » Connaître ses "voleurs" de temps

- Quels sont vos voleurs de temps ?
- Gérer les interruptions : téléphone, imprévus, changement de priorité, distractions.
- Le manque d'objectifs, de planification, de priorités.

- La volonté d'en faire trop, l'incapacité à dire " non ".
- Le manque d'organisation.
- Les réunions mal préparées.
- L'information incomplète ou en retard.
- L'absence de classement des informations.

**Travaux pratiques** Identification des voleurs de temps et recherche de solutions.

## » Définir efficacement ses priorités

- Définir des objectifs.
- Elaborer la matrice des priorités de son poste.
- Définir et lister les priorités, l'urgent et l'important.
- Elaborer un plan de journée.
- Organiser les réunions et manifestations.
- L'organisation matérielle d'une réunion.
- Les principes de gestion de l'agenda (papier et électronique).
- Gérer l'agenda de son manager.

**Travaux pratiques** Elaboration de ses priorités ; construction d'un plan de journée. Préparation d'une réunion.

## » Entretenir des relations efficaces avec ses collègues et sa hiérarchie

- Les attitudes dans les relations en face-à-face.
- Faire passer un message avec diplomatie.
- Savoir argumenter et convaincre.
- Formuler une critique de manière constructive.
- Négocier avec son manager.
- Gérer les tensions et les conflits.

**Travaux pratiques** Mises en situation.



Réf : ASS

Durée : 2 jours

Paris 30-31 oct./18-19 déc. 2014  
16-17 fév./20-21 avril 2015  
1-2 juin 2015

Groupe 1 15-16 déc. 2014  
2-3 fév./11-12 mai 2015

Groupe 2 8-9 déc. 2014  
9-10 fév./4-5 mai 2015

Groupe 3 1-2 déc. 2014  
16-17 fév./4-5 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Tests, exercices écrits ; mises en situation ; analyse des résultats en groupe.

### » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse aux assistant(e)s et aux secrétaires.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Assistant(e) de direction, le métier

Qu'attend-on de vous ? Que vous soyez excellents dans vos deux domaines de compétence : relationnel et technique. Que l'organisation, la communication, l'esprit d'analyse et de synthèse n'aient plus de secrets pour vous. Cette formation très concrète vous permettra de gagner en assertivité et en efficacité.

## » Se situer dans son métier

- Clarifier les finalités de son poste, son rôle, sa fonction.
- Définir ses marges de manœuvre.
- Clarifier ses missions.
- Connaître les valeurs et la culture d'entreprise.

**Réflexion collective** Réflexion en sous-groupes sur le périmètre des missions.

## » Renforcer la synergie assistante/manager

- Définir les attentes et les contributions réciproques.
- Evaluer son mode de communication.
- S'adapter aux modes de pensée et de leadership de son manager.
- Etablir une relation de confiance et savoir l'entretenir.
- Sortir de sa zone de confort.
- Renforcer sa confiance en soi. Utiliser les difficultés pour progresser.
- S'affirmer en osant, en sachant dire.

**Exercices** Autodiagnosics. Mises en situation de communication avec débriefing personnalisé.

## » Améliorer son organisation personnelle

- Distinguer l'urgent et l'important : prioriser.
- Anticiper les besoins de son manager.
- Gérer les urgences, les imprévus, les interruptions.
- Planifier les activités.
- Repérer les activités chronophages, savoir dire non.
- Se donner des permissions.

**Exercices** Définir ses priorités. Planifier les activités.

## » Se positionner en relais

- Etre l'interface entre clients internes, externes/manager.
- Savoir représenter son manager : le reporting.
- Recevoir, écouter et traiter les demandes.
- Informer et s'informer.
- Rédiger un compte rendu efficace.
- Développer son réseau.
- Adapter sa communication : interlocuteurs, contexte.

**Mise en situation** Mises en situations professionnelles de communication informelle (réseautage). Débriefing personnalisé.

## » Savoir communiquer en face-à-face

- Ecouter, être assertif, créer de la confiance, prendre la parole en public.
- Communiquer au téléphone.
- Prendre efficacement un message : question, reformulation, synthèse.
- Argumenter et convaincre.
- Gérer les interlocuteurs difficiles.

**Mise en situation** Mises en situations téléphoniques. Débriefing personnalisé.

## » Construire son plan d'actions

- Définir les actions, objectifs, délais.
- Se donner des critères de mesure et points de vigilance.

**Exercices** Construire son plan personnel.



Réf : ASD

Durée : 2 jours

Paris 6-7 nov./4-5 déc. 2014  
5-6 fév./12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Autodiagnosics, jeux de rôle, mises en situation avec débriefing personnalisé. Retours d'expériences.

### » PARTICIPANTS

Assistants de direction en fonction depuis moins de deux ans. Futures assistantes de direction.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Pratique Assistant(e) de Manager

Cette formation vous permettra de vous positionner dans votre rôle d'assistant(e) de manager. Elle vous montrera comment représenter efficacement votre manager, gérer au mieux votre temps et prendre confiance afin de renforcer l'organisation et la qualité de la communication de votre binôme.



Réf :	EAS
Durée :	2 jours
Paris	8-9 déc. 2014 19-20 mars/15-16 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Partage de pratiques, études de cas, brainstorming, réflexion en binômes et sous-groupes, autodiagnostic, mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Cette formation s'adresse aux assistant(e)s de manager.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Positionner son rôle d'assistant(e) de manager**

- Identifier les rôles et missions de l'assistant(e) de manager.
- Connaître les piliers d'un binôme efficace.
- Les 3 "C" : Confiance, Communication et Connaissance.
- Exploiter les leviers de la performance : mise en œuvre des 3 "C".

**Réflexion collective** Brainstorming, réflexion en sous-groupes et construction des bonnes pratiques.

**Développer la communication du binôme**

- Pratiquer l'écoute active : écouter, reformuler, questionner.
- Adapter sa communication au style du manager : le VAK.
- La synchronisation : verbal, non-verbal, para-verbal.
- Analyser la demande et répondre aux attentes du manager.

**Mise en situation** A partir des expériences des stagiaires, mises en situation sur la communication : écoute, synchronisation, analyse du besoin.

**Harmoniser les modes de fonctionnement assistant(e)/manager**

- Identifier les rôles et enjeux du manager et le situer dans l'organisation.
- La valeur ajoutée de l'assistant(e) : faciliter, accompagner.
- S'adapter au mode de management du manager : directif, persuasif, participatif, délégué.

- Convaincre, négocier pour gérer une nouvelle délégation.
  - Préparer l'entretien : arguments, objections et réfutations.
  - Cadrer la nouvelle mission : objectifs et délais.
- Exercices** Brainstorming et mises en situation : préparation d'un entretien. Débriefing collectif.

**Jouer pleinement son rôle d'interface interne/externe**

- Représenter le manager, être garant(e) de son image.
- Traiter l'information et la relayer.
- Être alerte à bon escient.

**Etude de cas** Echanges en binôme, étude de cas sur le traitement et la transmission de l'information.

**Gérer son temps et contribuer à l'organisation du binôme**

- Prioriser les tâches : la matrice d'Eisenhower.
- Planifier les tâches pour respecter les délais.
- Gérer les imprévus avec souplesse.

**Exercices** Exercices de planification, analyse et réflexion en sous-groupes.

**S'affirmer dans son poste et prendre confiance**

- Savoir dire non avec diplomatie.
- Faire une demande, exprimer un ressenti.

**Mise en situation** Mises en situation en binôme : pratique des outils de communication sur la base de l'expérience des participants.



# Pratique Assistant(e) chef de projets, le métier

Vous êtes chargé d'apporter une aide au chef de projet : planification, rédaction de comptes rendus de réunions de pilotage, classement documentaire du projet... Cette formation vous permettra de comprendre les composantes et contraintes d'un projet afin d'assister avec efficacité votre responsable.



Réf :	AHP
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Alternance d'apports méthodologiques, d'exercices pratiques à l'aide de la boîte à outils et de mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Toute personne chargée d'assister un chef de projet ou de programme. Sont ainsi concernés les assistants à maîtrise d'œuvre ou d'ouvrage, les secrétaires de projet.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Qu'est-ce qu'un projet ?**

- Ce qu'est et n'est pas un projet, quand passer en mode projet ? Les objectifs et contraintes d'un projet.

**Réflexion collective** Echanges d'expériences et difficultés rencontrées.

**Comprendre la démarche projet**

- Les trois cycles complémentaires d'un projet.
- Le phasage d'un projet (étapes, tâches et livrables).
- Les différents niveaux de prises de décisions dans un projet : la comitologie.

**Réflexion collective** Différentes stratégies de cycle de vie projet.

**Les missions du chef de projet et de son assistant**

- Les missions du chef de projet technique et du chef de projet manager.
- Les différentes formes de positionnement de l'assistant, ses limites d'intervention.

**Etude de cas** Délimiter son rôle d'assistant : lettre de mission.

**Préparer le plan de management projet**

- La note de cadrage : objectifs, enjeux, risques.
- La décomposition du travail et du "produit" : WBS/PBS.
- L'identification des risques projets : plans d'action.
- L'ordonnancement (PERT) et la planification des tâches et ressources (GANTT).
- Le budget du projet (notion d'Earned Value).

- Exemple d'un plan de projet sous MS Project.
- Exemples d'interventions de l'assistant dans l'élaboration du plan de management projet (PMP).

**Etude de cas** Proposer deux scénarios de planning et budget au chef de projet.

**Maîtriser l'avancement d'un projet**

- Connaître l'état d'avancement ainsi que les tendances : la réunion de suivi.
- Intégrer les écarts, réajuster le plan de management (planning, budget).
- Réaliser le tableau de bord synthétique de pilotage : indicateurs clés.
- L'organisation et l'animation des réunions de pilotage : rôle de l'assistant.

**Etude de cas** Élaborer un point d'avancement sur un planning GANTT puis établir le tableau de bord destiné au comité de pilotage.

**Organiser et maîtriser le classement documentaire du projet**

- Les principaux livrables, positionnement dans la matrice de responsabilités RACI.
- La gestion des changements documentaires et la traçabilité. Exemple de modes de classement.
- La capitalisation projet : le bilan de projet.

**Réflexion collective** Analyse des principaux documents projet.

Ce qu'il faut savoir pour assumer pleinement son rôle dans la gestion de l'entreprise. Participer à l'élaboration et au suivi des budgets ainsi qu'à la construction de tableaux de bord. Acquérir les compétences clés pour contribuer à l'efficacité de la gestion.

## » Cerner sa mission et ses responsabilités

- Missions principales et responsabilités.
- Processus de contrôle de gestion de l'entreprise.

**Travaux pratiques** Déterminer le périmètre d'intervention.

## » Les principaux schémas d'écriture comptable

- Les écritures d'achats, de ventes et de trésorerie.
- Les écritures de clôture d'exercice.
- Les écritures d'amortissements, de provisions ...

**Travaux pratiques** Identifier l'appartenance des écritures (achat, ventes ...).

## » Lire un bilan et un compte de résultat

- Analyse de l'actif : les investissements, les stocks, la trésorerie...
- Analyse du passif : les capitaux propres, l'endettement...
- Comptes de charges et produits.

**Travaux pratiques** Analyser les états financiers (bilan, compte de résultat).

## » Analyser les équilibres financiers

- Principaux ratios de l'analyse financière : autonomie financière, couverture des capitaux investis, équilibre financier.
- Autres ratios : degré de vieillissement des immobilisations, ratio de liquidité immédiate et relative.
- La structure financière : appréciation, BFR, FR.

**Travaux pratiques** Apprécier la rentabilité et la solvabilité à partir des états financiers.

## » Calculer les marges et les coûts

- Définition : coût de revient, analytique, charge.
- Calcul de coûts de revient : en cascades et ABC.
- L'analyse des charges directes et indirectes.

**Travaux pratiques** Dissocier les charges directes et indirectes pour le calcul d'un coût de revient.

## » Maîtriser le processus budgétaire de l'entreprise

- Procédure budgétaire : recadrage budgétaire trimestriel ou semestriel.
- Les différents budgets. Impact sur le pilotage de la trésorerie.
- Calculer les écarts pour les prises de décisions.
- Ecart sur chiffres d'affaires et écarts sur charges.

**Travaux pratiques** Compléter le budget semestriel de l'entreprise. Optimiser la trésorerie. Compléter et interpréter les écarts obtenus. Identifier les actions correctives.

## » Réaliser des tableaux de bord

- Les différents types de tableaux de bord. Sélection des informations essentielles.
- Formalisation des données. Compte rendu synthétique.

**Travaux pratiques** Sélectionner les indicateurs les plus pertinents pour constituer un tableau de bord efficace.



Réf :	ASG
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 5-7 janv./2-4 mars 2015 26-28 mai 2015
Prix :	1 830 € HT (prix 2014) 2 130 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Ce stage s'adresse aux assistant(e)s de gestion ou toute personne ayant en charge le contrôle de gestion et la comptabilité analytique.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Assistant(e) juridique, le métier

L'assistant(e) juridique est un(e) assistant(e) spécialisé(e) et très qualifié(e). Il lui est nécessaire, notamment, de savoir organiser efficacement la tenue et le suivi des réunions et assemblées, réaliser tous les documents et formalités et gérer les événements majeurs de la vie de la société. Autant de sujets traités lors de ce stage.

## » Aspects généraux de la fonction d'assistant(e) juridique

- Clarifier son rôle, sa fonction, ses missions.
- Acquérir les notions juridiques indispensables au quotidien.
- Connaître les diverses branches du droit.
- Comprendre le système juridique français et les différentes juridictions.
- Cerner ses interlocuteurs : avocats, juristes, comptables...

## » Panorama des diverses sociétés commerciales

- Définir et comparer les sociétés : SNC, SARL, SA, SAS.
- Comparer l'organisation des pouvoirs et le fonctionnement des SARL, SA et des SAS.
- Identifier les formalités propres à chaque type de société.

**Travaux pratiques** Identifier, au moyen de fiches techniques, les points clés de chaque société.

## » Le registre du commerce et les formalités de constitution

- Présentation du registre du commerce et du Centre de Formalités (CFE).
- Maîtriser les formalités constitutives des sociétés :
- Savoir rédiger des actes.
- Préparer des formalités constitutives.
- Connaître les différents registres obligatoires.

**Travaux pratiques** Rédiger les actes de constitution d'une SARL et d'une SAS.

## » Les actes de gestion courante d'une SARL

- Le gérant : statut, pouvoirs, formalités le concernant.
- Les parts sociales : définition, formalités de cession, clause d'agrément.
- Les assemblées : définition, tenue, règles de majorité, approbation des comptes.
- Les assemblées : perte des capitaux propres, augmentation du capital social, transfert de siège.
- Les formalités consécutives des assemblées.
- Les conventions réglementées (rapport spécial du gérant et procédure).

**Travaux pratiques** Tenir le secrétariat juridique annuel d'une SARL.

## » Les actes de gestion courante d'une SA et d'une SAS

- La direction : les administrateurs, le Conseil d'administration, le Directoire, le Conseil de Surveillance.
  - Les actions de la SA : définition, les clauses d'agrément, les transferts de titres (registres).
  - Les assemblées : Définition, règle de convocation, règle de majorité et de quorum.
  - Tenue et examen des diverses assemblées, formalités consécutives, conventions réglementées.
- Travaux pratiques** Identifier les conventions réglementées d'une SA.



Réf :	AJU
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./1-2 déc. 2014 16-17 fév./16-17 avril 2015 18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Vision complète et très pratique de tous les cas généraux et particuliers pouvant être rencontrés dans la vie des sociétés commerciales.

### » PARTICIPANTS

Juristes souhaitant actualiser ses connaissances, toute personne attachée au service juridique d'entreprise.

### » PREREQUIS

Connaissance en droit des sociétés.

Ce stage vous présentera les principales étapes du processus achat et vous permettra d'en maîtriser les outils et les méthodes d'organisation. Il vous montrera comment mettre en place une gestion administrative des appels d'offres et des litiges.

**Exercices pratiques**

**diff**

---

Réf : ATA

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
15-16 janv./26-27 mars 2015  
12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)  
1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Collaborateurs achats, assistants achats, approvisionneurs chargés d'achats.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Les responsabilités de l'assistant achats**

- Situer la fonction achats dans l'organisation.
- Comprendre le rôle et les responsabilités de l'assistant achats.
- Repérer les enjeux de la fonction assistant achats.
- Identifier les différents interlocuteurs et leurs attentes.

**Travaux pratiques** Chaque participant conduit une réflexion sur ses responsabilités d'assistant achats dans son entreprise. Echanges croisés avec le groupe et l'animateur.

**» La gestion du portefeuille fournisseurs**

- Les différents éléments de la gestion de la base fournisseurs.
- Comment optimiser la recherche de fournisseurs et de sous-traitants ? Les sources d'informations disponibles.
- Savoir utiliser la loi de Pareto.

**Travaux pratiques** Les participants conduisent une analyse de portefeuille en utilisant la méthode ABC.

**» Le traitement des commandes et le suivi**

- Les différents modes de commande.
- Maîtriser le circuit d'approbation de la commande.
- Mettre en place un suivi efficace des commandes.
- Savoir différencier les différents types d'engagements : bon de commande, contrat, avenant...

**Travaux pratiques** En sous-groupes, les participants préparent plusieurs types de commandes fournisseurs. Présentation et échanges. Apport de bonnes pratiques.

**» La préparation des appels d'offres**

- Connaître les notions de RFI, RFP, RFQ.
- Rédiger un courrier pour chacune de ces procédures.
- Savoir mettre en place une organisation efficace pour réceptionner et dépouiller les offres.
- Elaborer un tableau d'analyse des offres.

**Travaux pratiques** En sous-groupes, les participants élaborent et rédigent l'ensemble des documents nécessaires à la mise en place et au traitement d'une RFQ.

**» Assurer le suivi des achats**

- Respect des délais.
- Organisation des relances fournisseurs.
- La réception : produits, prestations.
- La gestion des factures.
- Les procédures de gestion des incidents et des litiges.
- La tenue du tableau de bord achats.

**» Développer son efficacité personnelle**

- Développer son efficacité au téléphone.
- Préparer son entretien téléphonique. Conduire efficacement un entretien.
- Gérer ses priorités et organiser son planning.
- Coordonner son planning avec l'acheteur.
- Les différents outils pour améliorer son organisation.
- Formalisation d'un plan d'actions.

**Travaux pratiques** Mise en situation : conduite d'un entretien téléphonique avec un fournisseur. Dbriefing collectif.

Cette formation vous permettra d'identifier les enjeux stratégiques de la fonction RH et de maîtriser les fondamentaux de la législation sociale et de l'administration du personnel. Vous apprendrez à bien délimiter votre périmètre de compétences et à vous situer tant vis-à-vis de la hiérarchie que des collaborateurs.

**Exercices pratiques**

**diff**

**Best**

---

Réf : ARH

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
5-6 janv./2-3 mars 2015  
12-13 mai 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» EXERCICES**  
Etudes de cas, exemples de missions RH des assistants, identification des grandes missions du poste et construction de son plan d'action.

**» PARTICIPANTS**  
Tout collaborateur évoluant vers un poste d'assistant(e) RH, assistant(e)s RH et assistant(e)s du personnel.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Maîtriser les fondamentaux du droit du travail**

- Se mettre à jour sur ses obligations légales : identifier les formalités et déclarations obligatoires.
- Comprendre l'impact de la convention collective.
- Veiller à la présence des affichages et registres obligatoires, du règlement intérieur, de la charte Internet.
- Identifier l'intérêt et les acteurs impliqués dans le Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels.
- Connaître les obligations en termes de formation.
- Appréhender les infractions en matière d'embauche, le travail dissimulé.
- Gérer l'embauche : éléments à recueillir, documents à remettre au nouvel embauché, période d'essai, plan d'intégration.

**Exercices** Check-up en gestion sociale à finaliser par la suite dans son entreprise. Liste des documents à établir lors de l'embauche et la constitution du dossier du personnel.

**» Gérer l'administration du personnel**

- Dialoguer avec les différents partenaires : médecin et inspection du travail, prud'hommes, OPCA, DP, CE et CHSCT.
- Gérer la durée du temps de travail, les absences et les congés.
- Cerner le pouvoir disciplinaire de l'employeur : qualification des fautes, panorama des sanctions.

**Exercices** Planning des congés à créer, mettre à jour et afficher.

**» S'impliquer efficacement dans les missions RH**

- Cerner son rôle dans l'évolution de la fonction RH : les facettes du poste et ses évolutions, enjeux et perspectives.
- Participer à la gestion des compétences : décrire fonctions et missions, différencier capacité, potentiel, compétences.

**Exercices** Répondre à un outil de gestion de projet pour déterminer les enjeux de cette démarche.

**» Communiquer une image positive du département et de la stratégie RH**

- Agir dans une logique de client-fournisseur en interne.
- Bien connaître les attentes et besoins des clients internes.
- Comment réagir lors d'une crise.
- Développer ses qualités relationnelles, savoir écouter.
- Savoir dire non et négocier.
- Comment envisager la qualité du service RH, la qualité de l'accueil ?

**Exercices** Jeu en équipe : fixation d'objectifs relatifs au développement de qualités relationnelles.

Cette formation vous permettra de mieux appréhender votre rôle et vos missions lors des différentes étapes du dispositif de formation et de maîtriser les modes de financement. Vous apprendrez à suivre et optimiser les actions de formation par des tableaux de bord adaptés.

## » Connaître le cadre global de la formation

- Identifier les principaux acteurs de la formation (internes et externes). Le rôle des représentants des personnels.
- Appréhender le cadre juridique et les textes réglementaires.
- Repérer son propre rôle : missions principales et possibles, compétences requises, perspectives.

**Exercices** Echanges d'expériences.

## » Maîtriser les différents dispositifs

- Le plan de formation (définition, acteurs, mise en œuvre...).
- Le DIF (cadre légal, financement, obligations de l'employeur, financement...).
- Gérer le passage du DIF au CPF. Connaître les nouvelles dispositions liés au CPF.
- La VAE et le bilan de compétences.
- Communiquer en interne sur la formation.

**Etude de cas** Choisir les formations à proposer.

## » Connaître les modes de financement

- Participation financière de l'entreprise.
- Définition et rôle des organismes collecteurs.
- Budgétiser les actions de formation.
- Optimiser les financements (OPCA).
- Communiquer avec les parties prenantes.

**Exercices** Etude des financements possibles, budgétisation, établissement des documents de demandes auprès des organismes payeurs.

## » Participer à l'élaboration du plan de formation

- Recueillir, analyser et traiter les besoins.
- Etablir les conventions avec les organismes de formation (identification des types, choix des prestataires...).
- Constituer les dossiers internes de formation (administratif et logistique).
- Contribuer à la rédaction du cahier des charges.
- Préparer les réunions, les consultations et la communication interne (CE, commission formation).

**Exercices** Etablissement d'un plan de formation, de dossiers internes, préparation d'un CE de présentation du plan.

## » Appréhender la fiscalité

- Vérifier l'imputabilité des dépenses et traiter les cas particuliers.
- Valoriser les dépenses imputables.
- La déclaration 2483.

**Exercices** Remplir la déclaration fiscale.

## » Suivre et optimiser les actions de formation

- Répartir les actions selon les différentes catégories du plan.
- Assurer l'interface nécessaire à chaque action.
- Gérer les aspects logistiques.
- Elaborer les tableaux de bord (gestion et analyse).
- Evaluer et exploiter les actions de formation.

**Exercices** Etablir les tableaux de bord de gestion et de suivi du plan, définir une grille d'évaluation des formations.



Réf :	ASF
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 8-9 janv./12-13 mars 2015 12-13 mai 2015
Groupe 1	11-12 déc. 2014 5-6 mars/11-12 juin 2015
Groupe 2	4-5 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Etude de cas en groupes, construction d'un plan formation et de tableaux de bord.

### » PARTICIPANTS

Tous les assistant(e)s formation qui souhaitent consolider leurs acquis et maîtriser les nouveaux aspects de la formation professionnelle. Toute personne souhaitant évoluer dans ce domaine.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Assistant(e) communication, le métier

Par ses missions, l'assistant(e) communication contribue à ancrer une image positive de l'entreprise. Ce stage vous permettra de cerner les enjeux de la communication d'entreprise et d'identifier vos principales actions en interne et en externe.

## » Comprendre les enjeux de la communication d'entreprise

- La communication corporate et non corporate.
- Les différents types de communication au sein de l'entreprise : financière, externe, interne.
- Les acteurs du marché de la communication.

**Travaux pratiques** Analyse en groupe de stratégies de communication corporate.

## » Assister efficacement la Direction de la communication

- Collaborer avec le manager : instaurer la relation, prendre des notes, informer, produire des écrits professionnels...
- Contribuer à la cohésion de l'équipe de communication.
- Appliquer et assurer le respect de la charte graphique.
- Anticiper les actions futures, réaliser une veille des informations sectorielles, réglementaires, techniques.
- Travailler au quotidien avec les agences et les partenaires de la communication.

**Travaux pratiques** Réaliser un questionnaire en ligne à l'aide du logiciel Survey Monkey pour analyser le lectorat d'un support interne.

## » Maîtriser les principales actions de communication

- Réaliser l'état des lieux des outils disponibles.
- L'organisation événementielle, les relations presse et les relations publiques, les supports écrits, les supports Web.

- Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits et supports de communication.
- Mettre à jour les données d'activités et réaliser le bilan des actions de communication.

**Exercices** Réflexion sur la mise en œuvre d'une page d'accueil d'un site Internet. Les étapes de la réalisation d'un événement, la réalisation du carton d'invitation et le publipostage.

## » Participer à l'élaboration du plan de communication

- Analyser l'existant.
- Définir les objectifs.
- Décliner les messages, les cibles, les moyens.
- Piloter et suivre le plan.

**Travaux pratiques** Analyse des messages véhiculés dans les campagnes publicitaires.

## » Assurer le suivi des actions de communication

- Organiser et planifier.
- Mettre à jour les données d'activité (tableaux de bord, statistiques).
- Réaliser le bilan des actions de communication.
- Evaluer et mesurer l'impact d'une opération.

**Travaux pratiques** Construire un tableau de bord pour mesurer les relations avec la presse.



Réf :	CMU
Durée :	2 jours
Paris	20-21 oct./8-9 déc. 2014 23-24 fév./20-21 avril 2015 2-3 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Exercices collectifs d'analyse des messages et de construction d'indicateurs de suivi, étude de cas concrets suivie d'échanges participatifs.

### » PARTICIPANTS

Assistant(e) de communication, toute personne impliquée dans la mise en œuvre des actions de communication interne ou externe.

### » PREREQUIS

Une première expérience des actions de communication est souhaitable.

Cette formation vous permettra d'optimiser l'organisation de votre travail afin d'assurer un suivi efficace des actions commerciales. A l'issue de ce stage, votre capacité à orienter les demandes clients et à servir d'interface avec les commerciaux sera optimisée, avec pour objectif de fidéliser la clientèle.

<b>dif</b>	<b>Exercices pratiques</b>
Réf :	ASC
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 8-9 janv./5-6 mars 2015 12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Pédagogie basée sur le "faire comprendre". Exposé théorique, exemples pratiques, méthode participative. Etude de cas et mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Assistant commercial, chargé/conseiller de clientèle, assistant administration des ventes.

**PREREQUIS**  
Appétence à la vente et aux relations humaines.

**Assumer l'administration des ventes**

- Traiter les commandes : du devis jusqu'au règlement de la facture.
- Assurer le suivi de la relation clientèle.
- Maîtriser les outils bureautiques (Word, Excel...).
- Prévenir le risque client.
- Suivre les affaires en cours et gérer les écarts.

**Exercices** *Bâtir la fiche de poste de l'Assistant(e) commercial(e) (fonction, tâches, liaisons hiérarchiques et occasionnelles, qualités requises...).* *Echanges sur les bonnes pratiques.*

**Contribuer au succès commercial**

- Hiérarchiser des priorités de nature différente. Le prospect ou le client. Les commerciaux. Le manager.
- Assister le responsable commercial dans la gestion de son quotidien.
- Organiser et gérer les informations nécessaires à l'activité. Savoir analyser les écarts objectifs/résultats.
- Gestion du temps.
- Assister les commerciaux dans l'organisation opérationnelle.
- Renseigner les outils de suivi de l'activité commerciale.
- Mise en place et mise à jour des tableaux de bord des résultats. Alerter sur les échéances clients.
- Participer à la veille du marché et des concurrents.

**Exercices** *Construire, mettre à jour et "faire vivre" un tableau de bord d'un service commercial.*

**Renforcer ses compétences en communication**

- Etre entendu, se positionner comme aide à la décision.
- Accueillir et renseigner les prospects/clients.
- Conseiller et vendre en face-à-face et par téléphone.
- Savoir traiter les réclamations.
- Rédiger des courriers orientés client.

**Apporter sa valeur ajoutée à l'action commerciale**

- Savoir-être commercial.
- Etre proactif dans l'action commerciale et assurer le suivi.
- Concevoir et réaliser un support de communication commerciale.
- Organiser les salons et manifestations commerciales.
- Gérer efficacement les retombées des événements.

**Exercices** *Mise en situation filmée : relation client au téléphone : rester positif et savoir gérer un prospect ou un client difficile, traiter une réclamation... Débriefing individualisé.*

Cette formation vous apprendra à maîtriser les outils indispensables à la gestion d'un accueil efficace, tant en face-à-face qu'au téléphone. Elle vous apportera les savoir-faire et savoir-être nécessaires pour être capable d'agir en véritable professionnel dans toutes les circonstances de ce métier d'accueil.

<b>dif</b>	<b>Exercices pratiques</b>
Réf :	HST
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
De nombreuses mises en situation et exercices pratiques pour acquérir les techniques, afin d'être opérationnel dès le retour en entreprise.

**PARTICIPANTS**  
Hôte ou hôtesse d'accueil, standardiste en prise de poste ou en poste et souhaitant améliorer son organisation et son efficacité.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**L'accueil, un savoir-faire**

- Comprendre et définir l'accueil et ses spécificités.
- Maîtriser un savoir-faire indispensable : le questionnement.
- Pratiquer l'écoute active pour dépasser les "non-dits".
- Utiliser la reformulation pour valider sa compréhension.

**Travaux pratiques** *Entraînement sur les différentes techniques, test et fiches MEMO.*

**Hôte/hôtesse d'accueil : entre savoir-faire et savoir-être**

- Maîtriser la communication verbale.
- Renforcer sa communication para-verbale : la voix et ses caractéristiques.
- Utiliser et comprendre le non-verbal.
- Gérer son image et celle de l'entreprise.

**Travaux pratiques** *Mises en situations filmées avec débriefing individualisé : identification des points forts et axes d'amélioration.*

**Les particularités de l'accueil physique**

- Déterminer les étapes d'un accueil physique efficace.
- Donner la meilleure impression dès les premières secondes.
- Véhiculer l'image de l'entreprise : codes vestimentaires.
- Maîtriser le stress et ses émotions : rester maître de la situation en toutes circonstances.

**Travaux pratiques** *Mises en situation et exercices d'acquisition des techniques.*

**Les particularités de l'accueil téléphonique**

- Déterminer les étapes d'un accueil téléphonique efficace.
- Pratiquer les techniques propres à la gestion des appels : mettre en attente, transférer, orienter.
- Choisir le vocabulaire approprié aux différentes situations.
- Utiliser la reformulation, indispensable à l'accueil téléphonique.

**Travaux pratiques** *Exercice de priorisation sur un cas d'accueil téléphonique.*

**La gestion des demandes simultanées**

- Gérer les demandes concomitantes et les interruptions.
  - Etre rapide et efficace pour satisfaire tous ses interlocuteurs.
  - Utiliser les règles et techniques de priorisations.
- Travaux pratiques** *Exercice de priorisation sur un cas d'accueil physique.*

**Savoir gérer les situations délicates**

- Prendre du recul et garder le contrôle de la situation.
  - Agir à bon escient face aux clients mécontents.
  - S'adapter aux différents interlocuteurs : de niveaux hiérarchiques élevés, clients importants.
- Travaux pratiques** *Mise en situation et débriefing individualisé.*

# Assistant(e) : efficacité professionnelle



Ce stage vous montrera comment améliorer votre organisation en gérant votre temps et votre stress d'une manière constructive et efficace. Il vous apportera les clés pour mieux vous positionner dans votre environnement professionnel et pratiquer une communication efficace dans toutes les situations.

## » Se positionner dans son environnement professionnel

- Comprendre les quatre postures de communication.
- Eviter les postures infructueuses : fuite, manipulation, agressivité.

- Développer son assertivité face à des managers, clients internes/externes, fournisseurs.

**Travaux pratiques** Questionnaire de positionnement.

## » Pratiquer une communication efficace

- Connaître les règles de base de la communication
- Faire preuve d'empathie.
- Comprendre les leviers de motivation de son interlocuteur.

**Réflexion collective** Atelier en binômes sur les savoir-être de communication.

## » Vendre ses idées

- Préparer son intervention.
- Définir son objectif de communication.
- Elaborer un argumentaire performant.
- Savoir rebondir face aux répliques inattendues.

**Mise en situation** Simulations de situations professionnelles filmées.

## » Gérer les situations de crise

- Reconnaître les différents types de conflits.
- Savoir faire face à l'agressivité, évaluer le seuil d'acceptabilité.
- Gérer ses émotions négatives : peur et colère.

- Renforcer les attitudes d'affirmation de soi.
- Savoir dire NON.

**Mise en situation** Simulations filmées de situations conflictuelles.

## » Organiser ses idées grâce à la carte mentale

- Découvrir la technique du mind-mapping.
- Cartographier l'organisation d'un projet.
- Prendre une décision.
- Elaborer un pense-bête détaillé et lisible.

**Exercices** En binômes, élaborer une carte mentale réutilisable en situation professionnelle.

## » Gérer son temps

- Connaître ses propres messages contraignants.
- Optimiser son temps en fonction de son bio-rythme.
- Distinguer l'important de l'urgent.
- Repérer et neutraliser ses "voleurs temps".
- Savoir prioriser les tâches.

**Exercices** Construire une matrice pour classer ses activités professionnelles.

## » Gérer son stress

- Identifier les déclencheurs du stress.
- Apprivoiser et interpréter les symptômes.
- Savoir se distancier par rapport à son propre stress et à celui de son entourage.
- Mettre en place des solutions simples et efficaces.

**Réflexion collective** Réflexion en binômes sur le stress. Réaliser une feuille de route.



Réf :	APF
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 23-24 mars/25-26 juin 2015
Groupe 1	6-7 nov. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Approche pratique et participative avec mises en situations filmées, réalisation de questionnaires, partages d'expériences, réflexion en ateliers.

### » PARTICIPANTS

Tout(e) assistant(e) qui souhaite développer ses capacités professionnelles.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Assistant(e) : savoir travailler avec plusieurs managers



Cette formation vous permettra de définir vos responsabilités et de cerner les enjeux des missions managériales que vous accompagnez. Vous apprendrez à évaluer et prioriser avec méthode dans un objectif qualité. Vous acquerez les bases d'une communication assertive nécessaire à l'anticipation des besoins.

## » Développer votre rôle d'appui aux managers

- Cerner les missions des managers.
- Comprendre les enjeux de leurs différents postes.
- Identifier vos contributions et les attentes des managers.

- Définir votre périmètre d'autonomie et de responsabilité.

- Poser le cadre actuel et futur de vos missions.

**Réflexion collective** Réflexion en binôme, partage de pratique, élaboration de la cartographie des missions actuelles, mise en perspective avec les attentes des managers.

## » Optimiser la fluidité de l'organisation

- Evaluer la charge de travail pour anticiper.
- Maîtriser le questionnaire systématique pour cadrer les missions.
- Discerner les priorités et les hiérarchiser.
- Planifier les tâches pour agir dans les temps.
- Jouer le rôle de facilitateur auprès des managers.

**Exercices** Exercices de priorisation et de planification des tâches, analyse et réflexion en sous-groupes.

## » Se positionner comme acteur de la qualité

- Viser l'amélioration continue de son poste : les avantages.
- Utiliser une méthodologie par étape : observer, analyser et être force de proposition.
- Présenter des solutions efficaces et efficientes aux managers.

- Mettre en œuvre les solutions retenues.

- Gérer la situation de changement : informer et former.

**Travaux pratiques** Brainstorming, mise en œuvre de la méthodologie en sous-groupes, analyse de cause et proposition de solutions.

## » Etre garant(e) de l'information utile et accessible

- Identifier les besoins d'information des managers.
- Distinguer l'information utile : qui, quoi, où, comment.
- Assurer l'accès rapide à l'information papier et électronique.
- Gérer efficacement une boîte mail.
- Proposer des règles de travail aux managers pour uniformiser.

**Etude de cas** Réalisation d'une étude de cas sur le traitement de l'information.

## » Favoriser des relations sereines et constructives

- Maîtriser les clés d'une communication réussie.
- Répondre aux diverses sollicitations avec souplesse.
- Savoir dire non avec diplomatie.
- S'affirmer dans son poste et prendre confiance.

**Mise en situation** Mise en situation en binômes : pratique des outils de communication sur la base de l'expérience des participants.



Réf :	ASI
Durée :	2 jours
Paris	18-19 déc. 2014 9-10 mars/22-23 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Partage de pratiques, réflexion en sous-groupes et en binômes, exercices, mise en œuvre de méthodologie, études de cas, mises en situation.

### » PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse aux assistant(e)s de plusieurs managers.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

Cette formation propose une démarche pour organiser avec efficacité vos événements professionnels. Elle vous montrera comment fonctionner en " mode projet " afin de garantir sa réussite et de vous faire reconnaître en tant qu'organisateur et gestionnaire.



Réf :	ASU
Durée :	2 jours
Paris	3-4 nov. 2014 23-24 mars/8-9 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Partage de pratiques, études de cas, brainstorming, réflexion en binômes et sous-groupes, mises en situation.

**PARTICIPANTS**  
Assistant(e) en charge de l'organisation, de la mise en œuvre et de la communication d'événements professionnels.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Comprendre les enjeux d'un événement professionnel**

- Identifier les différents types d'événements professionnels.
- Discerner les enjeux stratégiques d'un événement professionnel.
- Comprendre les rôles et missions de l'assistante dans l'organisation de l'événement.
- Analyser la valeur ajoutée de l'assistante dans ce type d'événement.

**Réflexion collective** Brainstorming, réflexion en binômes et sous-groupes, partage de pratiques.

**Organiser un événement professionnel en " mode projet "**

- Connaître et comprendre le "mode projet".
- Repérer les clés de réussite d'un projet : objectifs, délais, budget.
- Poser le cadre du projet : contexte, besoins, ressources.
- Identifier les facteurs garantissant le succès du projet.
- Utiliser une méthodologie d'analyse pour atteindre le résultat attendu.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une étude de cas fil rouge en sous-groupes autour de différents événements professionnels.

**Négocier avec les prestataires et proposer une organisation cohérente**

- Elaborer une organisation en cohérence avec les facteurs du succès.

- Argumenter et négocier avec les prestataires pour maîtriser le budget.
- Construire un outil d'aide à la décision pour le responsable.
- Présenter une proposition d'organisation au responsable.
- Soumettre des recommandations et confirmer ses talents d'organisateur.

**Mise en situation** Etude de cas fil rouge : présenter sa proposition, bien négocier.

**Suivre et maîtriser l'événement professionnel**

- Surveiller les délais et le budget, clés de réussite de l'événement.
- Bâtir et suivre le budget de l'événement professionnel.
- Créer un rétro-planning des actions à mener.
- Contrôler, être alerte et montrer ses talents de gestionnaire.

**Etude de cas** Etude de cas fil rouge : construire un budget et un rétro-planning.

**Communiquer autour de l'événement professionnel**

- Identifier les objectifs de la communication.
- Choisir les supports de communication selon le type d'événement.
- Rédiger des supports efficaces pour attiser l'intérêt des invités.
- Etre créatif et révéler ses talents de communicant.

**Exercices** Réflexion en binômes et en sous-groupes, élaboration des bonnes pratiques et création de supports.

Ce stage vous apprendra à gérer des situations délicates, des personnalités difficiles, situations auxquelles sont régulièrement confrontés les assistant(e)s. Elle vous montrera comment désamorcer des conflits, contourner des blocages afin de développer une communication assertive, propice à des échanges de qualité.



Réf :	RPT
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./18-19 déc. 2014 12-13 mars/4-5 juin 2015
Groupe 1	20-21 nov. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Groupe 2	13-14 nov. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Groupe 3	6-7 nov. 2014 5-6 mars/11-12 juin 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Autodiagnostic, échanges, mises en situation et débriefing en groupe.

**PARTICIPANTS**  
Cette formation s'adresse aux assistant(e)s et aux secrétaires.

**PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**Positionner son rôle d'assistant(e) au sein du service**

- La définition de la fonction et ses implications : le rôle et le statut.
- Se faire reconnaître dans la culture de l'organisation.
- Comprendre les enjeux du rapport d'assistante vis-à-vis du management.
- Définir et maintenir les paramètres d'une bonne collaboration.
- Les attitudes réactives et proactives.

**Travaux pratiques** Echanges et retours d'expérience.

**Connaître les principes de base de la communication**

- Schéma et règles de base de la communication.
- Comprendre sa propre vision du monde : "la carte n'est pas le territoire".
- Mieux se connaître pour bien communiquer.
- Définir l'intelligence émotionnelle.

**Travaux pratiques** Autoévaluation : comprendre son profil personnel de communicant. Retours d'expériences.

**Etablir des relations interpersonnelles positives**

- Développer son empathie, être à l'écoute.
- Repérer l'état relationnel de l'interlocuteur.
- S'adapter au système de perception des autres.
- Elaborer l'habitude de verbaliser sa satisfaction.
- Elaborer un contrat de relations gagnant-gagnant : les positions de vie.

**Travaux pratiques** Test complet d'analyse transactionnelle.

**Développer un comportement assertif**

- Remplacer les comportements de fuite, d'agressivité ou de manipulation par l'affirmation de soi.
- Distinguer faits, opinions, sentiments.
- Apprendre à critiquer de manière constructive et accepter d'être critiqué.
- Savoir faire une demande délicate.
- Gérer les demandes abusives et formuler un refus grâce à la méthode DESC.

**Travaux pratiques** Mises en situations filmées : répondre avec assertivité à une demande délicate.

**S'adapter aux personnalités difficiles et résoudre les situations délicates**

- Identifier les différents types de conflits.
- Les différentes catégories de gens difficiles.
- Repérer les comportements passifs, agressifs ou manipulateurs.
- Prendre de la distance. Faire valoir ses droits et les faire respecter.
- Savoir gérer ses émotions et celles de ses interlocuteurs.

**Travaux pratiques** Jeu pour diagnostiquer les profils difficiles et apprendre à les gérer.

# Assistant(e) : communication assertive



Ce stage vous montrera comment dépasser vos blocages émotionnels, analyser vos caractéristiques comportementales et développer votre assertivité en vue d'améliorer votre communication notamment dans des situations difficiles (critiques, conflits, attitudes agressives...).

## » Prendre conscience des freins à l'assertivité pour mieux les dépasser

- Identifier ses blocages personnels.
- Expérimenter l'impact de l'image négative sur l'affirmation de soi.
- Rompre la spirale infernale des croyances limitatives.
- Transformer ses faiblesses en forces.
- Développer sa pensée positive.

**Exercices** Travail d'analyse individuel et partage en groupe. Exercices corporels.

## » Faire le point sur ses caractéristiques comportementales

- Découvrir ses préférences relationnelles par un test.
- Savoir différencier les comportements assertif, passif, manipulateur et agressif.
- Reconnaître leurs signaux identifiables à travers les mots et attitudes.
- Comprendre le fonctionnement de chaque comportement.
- Découvrir les causes profondes d'un comportement inadapté.
- Gérer sereinement les attitudes d'agressivité, de passivité et de manipulation.

**Mise en situation** Autodiagnostic d'assertivité et partage. Mises en situation analysées en groupe portant sur les techniques d'assertivité.

## » Adopter une posture intérieure assertive

- Développer le respect de soi et d'autrui.
- Apprendre à demander et à donner des signes de considération.
- Savoir accueillir les critiques justifiées et refuser les critiques injustifiées.
- Reconnaître et mettre ses atouts en valeur.
- Autogérer les signes de considération attendus.

**Exercices** Exercices de feedbacks constructifs. Exercices de confrontation positive face au groupe.

## » Utiliser les techniques de communication assertive

- Développer son empathie pour mieux communiquer.
- Comprendre le fonctionnement des filtres et du cadre de référence.
- Maîtriser l'art du questionnement et de l'écoute active.
- Gérer les situations délicates.
- Savoir dire non avec tact et fermeté.

**Mise en situation** Mise en situation analysée en groupe portant sur l'écoute active et la gestion des situations délicates.

## » Construire un plan d'action personnel

- Identifier et fixer des objectifs d'amélioration.
- Mesurer son niveau de motivation.
- S'engager.

**Réflexion collective** Etablir un plan d'action personnel. Partage en groupe.



Réf :	ACU
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./11-12 déc. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	1 320 € HT (prix 2014) 1 620 € HT (option full)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Prise de conscience de fonctionnements individuels. Exercices corporels. Auto-diagnostic. Mises en situations. Exercices de confrontation positive.

### » PARTICIPANTS

Assistant(e)s et secrétaires souhaitant développer l'aisance et l'habileté dans leur communication quotidienne.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Assistant(e) : mieux communiquer par téléphone



Entre urgence et temps volé, comment transformer le téléphone en allié de travail de qualité ? Cette formation, très pratique, vous propose des méthodes et des outils pour une communication productive et sereine au téléphone.

## » Transformer le téléphone de voleur de temps en levier d'efficacité

- Identifier les spécificités de la communication au téléphone.
- Adopter une attitude constructive.
- Mieux se connaître pour s'appuyer sur ses points forts et tenir compte de ses limites.
- Maîtriser les exigences des différents types d'appels.

**Travaux pratiques** World café, réflexions en sous-groupes, questionnaire d'autopositionnement.

## » Mener sa communication pour mieux répondre

- Se « programmer » pour être disponible pour chaque appel.
- Identifier les différents types d'interlocuteurs : le bavard, l'agressif, le taciturne, le technique...
- Conduire rapidement son interlocuteur à formuler sa demande.
- Reformuler et prendre en compte.
- Orienter l'échange vers une solution qui donne satisfaction.
- Conclure pour structurer le suivi de la communication.
- Agir et/ou planifier immédiatement pour libérer son esprit.

**Travaux pratiques** Mises en situation en groupes. Exercices pour tester son écoute et pour prendre conscience de la difficulté à écouter.

## » Développer son aisance et son assertivité au téléphone

- Limiter l'effet "surprise" lors des appels entrants.
- Anticiper et modéliser les scénarios les plus fréquents.
- Acquérir les réflexes pour gagner en fluidité.
- Développer son assertivité.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées hors métier : s'entraîner à faire passer un message avec conviction afin de réaliser que le sourire s'entend au téléphone.

## » Maîtriser les situations déstabilisantes

- Négocier un délai.
- Identifier le degré réel d'urgence de la demande.
- Savoir valoriser la réponse apportée à son interlocuteur.
- Tenir compte de ses propres contraintes.
- Gérer son temps pour gagner en sérénité.

**Travaux pratiques** Mises en situation filmées sur des situations complexes. Débriefing personnalisé.



Réf :	AOM
Durée :	2 jours
Paris	1-2 déc. 2014 16-17 mars/4-5 juin 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

### » EXERCICES

Approche pratique et participative avec mises en situations filmées. Partages d'expériences. Réflexion en atelier.

### » PARTICIPANTS

Assistant(e), secrétaire et tout collaborateur en contact téléphonique avec le public ou des clients internes.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Assistant(e) : réalisez des reportings efficaces

Ce stage vous montrera comment élaborer des tableaux de bord efficaces et produire des reportings clairs et pertinents. Il vous apprendra aussi à mieux communiquer à l'oral comme à l'écrit en vue de gagner en force de persuasion.

Exercices pratiques

---

Réf : RPI

Durée : 2 jours

Paris 9-10 oct./11-12 déc. 2014  
19-20 mars/11-12 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**EXERCICES**

Apports théoriques et exercices pratiques. Etudes de cas et mises en situations avec débriefing personnalisé.

**PARTICIPANTS**

Assistant(e) de direction et secrétaires.

**PREREQUIS**

Aucune connaissance nécessaire.

**» Comprendre les enjeux du reporting**

- Accompagner le manager dans son rôle de pilotage de l'activité.
- Comprendre l'importance du tableau de bord : pilotage stratégique, indicateur de l'activité, lien avec le budget...
- Appréhender la logique d'un tableau de bord : les natures d'objectifs et les différents types d'indicateurs.
- Comprendre l'organisation du système de management autour du tableau de bord : la responsabilisation, la délégation...

**Réflexion collective** *Réflexion collective et échanges, retours d'expérience.*

**» Gérer les tableaux de bord**

- Elaborer le tableau de bord : méthodologie de projet.
- Déterminer les indicateurs pertinents et les niveaux d'information requis, selon les destinataires et leurs besoins.
- Choisir et hiérarchiser les indicateurs de résultat, de progression, de pilotage, de reporting et de gestion.
- Suivre et contrôler le tableau de bord : vérifier les chiffres, alerter le manager sur les écarts et erreurs...
- Bâtir et optimiser le processus de reporting : organiser l'animation des tableaux de bord avec les équipes.
- Etre force de proposition : commenter, optimiser et favoriser l'évolution des indicateurs.

**Exercices** *Sélection, parmi les indicateurs les plus courants par fonction, des plus pertinents pour son activité.*

**» Présenter clairement des informations à l'écrit**

- Hiérarchiser, classer et sélectionner les informations pertinentes.
- Etre synthétique : construire un plan clair et adapté, bâtir un argumentaire, dire l'essentiel...
- Faire parler les chiffres : mise en forme de graphiques avec Excel et astuces visuelles avec Powerpoint.
- Extrapoler : traduire des chiffres en exemples, donner des exemples concrets.

**Jeu de rôle** *Elaboration d'un document écrit de reporting.*

**» Communiquer les informations essentielles à l'oral**

- Préparer et réussir sa prise de parole.
- Les règles d'or d'une présentation orale réussie.
- Organiser ses idées dans un plan, trouver les mots justes et adapter son langage.
- Renforcer son impact à l'oral.

**Mise en situation** *Jeu de rôles et mises en situation autour de reportings oraux.*



# Assistant(e) : exploitez Office 2010

## Word, Excel, PowerPoint, Outlook

Vous apprendrez à maîtriser l'environnement bureautique et les logiciels courants de la suite Microsoft Office 2010 : Word, Excel, PowerPoint et Outlook. Vous verrez comment être opérationnel et efficace en vue de créer des documents, de communiquer, de gérer des tableaux et de mettre en forme vos présentations.

Exercices pratiques

---

Réf : 00A

Durée : 2 jours

Paris 8-9 déc. 2014  
9-10 mars/8-9 juin 2015

Prix : 1 320 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**PARTICIPANTS**

Assistant(e)s de direction, assistant(e)s, secrétaires.

**PREREQUIS**

Tous niveaux.

**» Prise en main du poste de travail**

- Lancer les applications et les programmes.
- Consulter le contenu des dossiers avec l'explorateur.
- Organiser vos dossiers : créer, déplacer et renommer des dossiers.
- Créer des raccourcis.

**Travaux pratiques** *Organiser dossiers et programmes, créer des raccourcis aux dossiers et applications.*

**» Word : créer des documents professionnels**

- Maîtriser l'interface et les outils.
- Créer un document, un modèle.
- Maîtriser les outils de présentation et de mise en forme.
- Présenter avec une énumération et des puces.
- Utiliser efficacement tabulations et tableaux.
- Intégrer images, plans et objets externes.

**Travaux pratiques** *Créer un document modèle. Insérer et présenter un tableau. Ajouter un plan d'accès, des images. Soigner la présentation.*

**» Excel : maîtriser les tableaux**

- Maîtriser l'interface et les outils.
- Conception et modification d'un tableau simple et complexe.
- Les outils de mise en forme.
- Mise en surbrillance avec la mise en forme conditionnelle.
- Trier et filtrer un tableau.
- Maîtriser les calculs.

- Mise en page et impression.

**Travaux pratiques** *Créer efficacement un tableau, soigner la mise en page. Effectuer des calculs, trier et filtrer.*

**» PowerPoint : parfaire votre communication**

- Maîtriser l'interface et les outils.
- Créer une présentation à partir d'un modèle.
- Ouvrir une présentation et la modifier.
- Insérer et modifier une zone de texte.
- Insérer une diapositive. Changer l'ordre des diapositives.
- Insérer une forme, une image, un tableau.
- Maîtriser animations et transitions.

**Travaux pratiques** *Créer et modifier une présentation.*

**» Outlook : communiquer efficacement**

- Maîtriser l'interface et les outils.
- Composer un message, insérer une pièce jointe. Suivi des messages.
- Créer une liste de distribution.
- Classer, créer des dossiers et rechercher des messages.
- Afficher et organiser les messages par couleur.
- Insérer et organiser des rendez-vous.
- Organiser une réunion, gérer les réponses.
- Créer et gérer des contacts.

**Travaux pratiques** *Personnaliser l'affichage d'Outlook. Utiliser les outils de suivi des messages, les règles automatiques. Organiser l'agenda et les réunions. Gérer ses contacts.*

# bureautique et Poste de travail

» Poste de travail et Office p. 501

» Excel p. 507

» Access p. 513

» Word, PowerPoint... p. 517

499



Office  
open

poste  
de travail

création  
de documents

word

maîtriser  
Excel

Powerpoint

VBA

Windows

# Nos experts en bureautique

## »» Chaouki RADDADI »

Formateur et consultant spécialisé en bureautique, il a été chargé de TD en informatique à l'Université Paris II. Il a animé un Centre de Ressources en formation pour L'Oréal et procédé à la conception, au développement et à la mise en place d'une base Access pour la gestion des coûts et le suivi des demandes de formation. Il maîtrise les outils décisionnels tels que BO, Webi, la création d'univers pour BO. Il a également travaillé dans le secteur bancaire (Banque mondiale, Société Générale...) pour développer diverses applications en VBA ou sous Excel.



»» Philippe PONS » Consultant en informatique et formateur indépendant, il a pour spécialités la conception et l'implantation de base de données, la conception de requête en langage SQL, la réalisation d'applications de gestion avec Access, les feuilles de calcul avec Excel, la programmation en Visual Basic pour Application (VBA). Il est également professeur d'informatique à la Chambre de commerce de Grenoble et à l'école de commerce de Chambéry.



## »» Catherine COIGNY »

Formateur expert, responsable qualité, recherche et développements. Depuis 1988 elle a créé une entreprise personnelle de services en micro-informatique dans laquelle elle a pour mission la formation expertise sur Excel, Access et VBA, l'utilisation de la micro, et le développement d'applications spécifiques. Ses principaux clients sont des filiales françaises de SPIE-Batignolles, des entreprises du secteur agro-alimentaire, la Société Générale, l'AFSSAPS...



Après un début de carrière dans la marine marchande, »» Tarik HANNANE » se tourne vers les techniques de fabrication en édition puis tout naturellement vers l'infographie dans des agences de communication et enfin, suite logique, et toujours en autodidacte, vers la bureautique et Internet. Il s'est ainsi constitué une solide expérience sur laquelle il s'appuie pour exercer son métier de consultant et formateur en bureautique.



# Poste de travail et Office

L'informatique offre une panoplie de moyens efficaces pour répondre à vos exigences professionnelles. Les cours Orsys vous aideront à maîtriser votre poste de travail ainsi que les principaux outils du marché afin de créer et gérer vos documents, communiquer de manière efficace, organiser vos activités ou encore travailler de manière collaborative. Certains cours ont été spécifiquement conçus pour les utilisateurs débutants` avec pour objectif d'être rapidement opérationnel sur les outils les plus utiles, parmi lesquels Word, Excel et PowerPoint.

## » Windows 8/7 : prise en main »

### Windows 8, prise en main

1 j - WDT - p.502

### Windows 8, maîtriser votre poste de travail

2 j - VOT - cf@

### Windows 7, prise en main

1 j - WDE - cf@

### Windows 7, maîtriser son poste de travail et Internet

2 j - WMP - p.502

## » MS Office 2010/2007 : prise en main »

### Office 2010, initiation

1 j - DDO - cf@

### Office 2010, prise en main des nouveautés

2 j - OPM - p.505

### Assistant(e) : exploitez Office 2010

2 j - 00A - p.498

### Office 2007, les nouveautés

2 j - OFF - cf@

## » MS Office 2013 : prise en main »

### Office 2013, initiation

1 j - D00 - p.504

### Office 2013, prise en main des nouveautés

2 j - F10 - cf@

### Office 2013, prise en main opérationnelle des logiciels

2 j - EPO - p.504

## » Office pour Mac, LibreOffice, OpenOffice »

### Microsoft Office pour Mac 2011, initiation

1 j - DDC - cf@

### Microsoft Office pour Mac 2011, prise en main des nouveautés

2 j - OMN - cf@

### Microsoft Office pour Mac 2011, prise en main opérationnelle

2 j - OME - p.505

### LibreOffice, prise en main **Nouveau**

2 j - L10 - cf@

### Migration vers LibreOffice, pour utilisateurs MS Office **Nouveau**

2 j - ML0 - cf@

### OpenOffice, prise en main

2 j - M00 - cf@

## » Offre en ligne : Office 365, Google Apps »

### Office 365, prise en main

2 j - OFC - p.506

### Office 365, administrateur **Nouveau**

2 j - F1C - cf@

### Google Apps, utilisateur

2 j - GAP - p.506

### Google Apps, administrateur

2 j - GOA - cf@

# P pratique Windows 8, prise en main

Ce stage vous permettra de découvrir l'environnement de travail de Windows 8. Vous prendrez en main sa nouvelle interface et verrez comment personnaliser votre bureau. Vous apprendrez à gérer vos fichiers et dossiers et à utiliser efficacement les outils du système.

## » Présentation du poste de travail

- Les interfaces Bureau et Modern UI.
- Présentation du poste de travail et de ses composants.
- Le menu Démarrer, le bureau et les applications.

**Travaux pratiques** Découverte des interfaces.

## » Gérer l'interface Bureau

- Paramétrage des options d'affichage.
- Déplacer, dimensionner et fermer une fenêtre.
- Gestion du multifenêtrage.
- Créer et supprimer les icônes.
- Gestion de la barre des tâches.

**Travaux pratiques** Prise en main du Bureau. Epingler un élément sur la barre des tâches.

## » Personnaliser l'environnement

- Gérer son compte utilisateur.
- Choisir un fond d'écran et un écran de veille.
- Utiliser et modifier un thème Windows.
- Personnaliser l'apparence du menu Démarrer.
- Accéder au panneau de configuration.
- Options d'ergonomie. Imprimantes et scanners.

**Travaux pratiques** Modifier son espace de travail.

## » Maîtriser l'explorateur de fichiers

- Navigation dans l'explorateur de fichiers.
- Notion de bibliothèques.
- Création et gestion des dossiers et fichiers.
- Modifier l'aspect de l'explorateur.

**Travaux pratiques** Gestion des dossiers et fichiers.

## » Le multimédia et l'utilisation de SkyDrive

- Gérer la médiathèque. Afficher des photos.
- Ecouter de la musique. Lire des vidéos.
- Gérer l'application SkyDrive.

**Travaux pratiques** Ouvrir un support multimédia avec le logiciel adéquat. Utiliser Skydrive.



Réf :	WDT
Durée :	1 jour
Paris	6 oct./8 déc. 2014 6 mars/11 mai 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# P pratique Windows 7, maîtriser son poste de travail et Internet



Ce stage vous apprendra à utiliser de manière optimale votre poste de travail Windows 7. Vous verrez comment personnaliser votre bureau, le volet Windows et ses gadgets, gérer et rechercher fichiers et dossiers, trouver des informations sur le Web et utiliser efficacement les outils du système.

## » Introduction à Windows 7 et au poste de travail

- Présentation du poste de travail.
- Présentation de ses différents composants.

## » L'interface de Windows 7

- Le bureau de Windows 7 : barre des tâches, icônes, mode Aéro, menus et menus contextuels.
- Nouvelle recherche dans le menu Démarrer.
- Modification des paramètres de la barre des tâches.
- Utilisation du gestionnaire des tâches.

**Travaux pratiques** Prise en main du bureau Windows 7.

## » Personnaliser le poste de travail

- Gestion de l'affichage et des propriétés.
- Principales fonctions du panneau de configuration.
- Gestion des imprimantes et des scanners.
- Les gadgets et le volet Windows.

**Travaux pratiques** Modifier son espace de travail. Personnalisation des gadgets du volet Windows.

## » Gestion des dossiers et des fichiers

- Les dossiers : consulter le poste de travail, créer, copier, déplacer, renommer et supprimer.
- Les fichiers : ouvrir, créer, copier, déplacer...
- Trier, classer, organiser ses dossiers et fichiers.
- Ajouts de dossier dans les favoris de l'explorateur.

**Travaux pratiques** Utiliser les fonctions de gestion des dossiers et des fichiers.

## » Recherche avec l'explorateur de Windows

- Recherche simple et avancée des fichiers ou des dossiers.
- Créer des index sur des dossiers pour accélérer les recherches.

**Travaux pratiques** Recherche et classification des résultats.

## » Utiliser des applications et créer des documents

- Créer un document, l'enregistrer et le retrouver.
- Gestion des raccourcis pour lancer un programme.
- Utiliser les applications du menu Accessoires.

**Travaux pratiques** Créer un document Word simple et le retrouver, utilisation de l'outil Capture.

## » Communication, collaboration et multimédia

- Démarrer la messagerie et paramétrer son compte.
- Envoi et réception de messages avec/sans pièce jointe.

**Travaux pratiques** Gérer sa boîte aux lettres et ses contacts.

## » Recherche et consultation sur le Web

- Les différents navigateurs Internet.
- Consulter des pages Web et faire des recherches avec un moteur de recherche.

**Travaux pratiques** Utiliser un moteur de recherche et consulter les résultats des pages Web.



Réf :	WMP
Durée :	2 jours
Paris	6-7 nov. 2014 5-6 fév./5-6 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toute personne utilisant le système Windows 7.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## > Les formations e-learning en bureautique sur les logiciels des Suite Office 2003, 2007 et 2010



### Les formations 100% e-learning

Pour apprendre à son rythme en toute autonomie

Vous pourrez ainsi apprendre dans votre propre environnement, sur les logiciels réels, et atteindre, d'une manière progressive et guidée, le niveau de compétences que vous souhaitez.



#### » Office 2010 »

- /// Office 2010, prise en main  
Prix : 150€. Réf. YOB : durée approximative : 23h
- /// Excel 2010  
Prix : 150€. Réf. YCX : durée approximative : 15h
- /// Word 2010  
Prix : 150€. Réf. YWX : durée approximative : 25h
- /// PowerPoint 2010  
Prix : 150€. Réf. YPX : durée approximative : 17h

#### » Office 2007 »

- /// Excel 2007  
Prix : 150€. Réf. YEX : durée approximative : 17h30
- /// Access 2007  
Prix : 150€. Réf. YAC : durée approximative : 17h
- /// Word 2007  
Prix : 150€. Réf. YWO : durée approximative : 23h30
- /// PowerPoint 2007  
Prix : 150€. Réf. YPO : durée approximative : 19h30
- /// Outlook 2007  
Prix : 100€. Réf. YOU : durée approximative : 5h

#### » Office 2003 »

- /// Excel 2003  
Prix : 150€. Réf. YXC : durée approximative : 13h
- /// Access 2003  
Prix : 150€. Réf. YAS : durée approximative : 14h
- /// Word 2003  
Prix : 150€. Réf. YOR : durée approximative : 18h
- /// PowerPoint 2003  
Prix : 150€. Réf. YPN : durée approximative : 14h
- /// Outlook 2003  
Prix : 100€. Réf. YOL : durée approximative : 3h30

### Les formations "blended"

Pour renforcer l'efficacité de nos formations présentielles

Des modules de formations e-learning associées aux cours présentiels Orsys permettent d'approfondir et de compléter les connaissances acquises lors des formations présentielles, puis de réviser et s'entraîner grâce aux exercices pratiques et ce durant 1 an.



#### » Office 2010 »

- /// Maîtriser Excel 2010 niveau 1  
Réf. : MEX. Prix global\* : 1 280 €
- /// Maîtriser Excel 2010, niveau 2  
Réf. : MEN. Prix global\* : 990 €
- /// Maîtriser Word 2010, prise en main  
Réf. : MWO. Prix global\* : 630 €
- /// Maîtriser Word 2010, perfectionnement  
Réf. : MWB. Prix global\* : 990 €
- /// Maîtriser Powerpoint 2010  
Réf. : MON. Prix global\* : 990 €
- /// Maîtriser Outlook 2010  
Réf. : MOL. Prix global\* : 630 €

#### » Office 2007 »

- /// Maîtriser Excel 2007 niveau 1  
Réf. : MBB. Prix global\* : 1 280 €
- /// Maîtriser Excel 2007 niveau 2  
Réf. : MBX. Prix global\* : 990 €
- /// Maîtriser Access 2007 niveau 1  
Réf. : MBC. Prix global\* : 1 590 €
- /// Maîtriser Access 2007 niveau 2  
Réf. : MBJ. Prix global\* : 1 280 €
- /// Word 2007, perfectionnement  
Réf. : WOB. Prix global\* : 990 €
- /// Powerpoint 2007, optimisez vos présentations  
Réf. : POT. Prix global\* : 990 €

#### » Office 2003 »

- /// Maîtriser Excel 2003 niveau 1  
Réf. : MAB. Prix global\* : 1 280 €
- /// Maîtriser Excel 2003 niveau 2  
Réf. : MAX. Prix global\* : 990 €
- /// Maîtriser Access 2003 niveau 1  
Réf. : MAC. Prix global\* : 1 590 €
- /// Maîtriser Access 2003 niveau 2  
Réf. : MAJ. Prix global\* : 1 280 €

Ce stage vous permettra de découvrir les principales fonctions d'Excel, Word et PowerPoint du pack Office 2013 de Microsoft. Vous verrez les concepts et les bases pour utiliser simplement ces logiciels, avec pour objectif d'améliorer l'efficacité et la productivité de votre travail au quotidien.

» Introduction à Office 2013

- Présentation des applications du pack Office.
- Le principe du travail collaboratif.

» Word 2013, initiation

- L'interface et les fonctions de base.
- Personnalisation du ruban et de la barre d'état.
- Ouverture d'un document.
- Déplacement du point d'insertion. Saisie de texte.
- Gestion de paragraphes. Sélection et suppression de texte.
- Annulation et rétablissement d'une action.
- L'enregistrement des fichiers.

**Travaux pratiques** Création de documents Word 2013. Le mode Plan et les styles.

» Excel 2013, initiation

- L'interface, le ruban et les onglets. La découverte du tableur.
- Classeurs : créer, ouvrir et enregistrer un classeur.
- Saisir des données, les modifier, etc. Déplacement dans un classeur.
- Saisie de données, les aides à la saisie. Sélection et effacement de cellules.
- Annulation et rétablissement d'une action. Largeur de colonne/hauteur de ligne.
- Enregistrement d'un classeur. Modification du contenu d'une cellule.
- Zoom d'affichage. Les formules de calcul de base.
- Présentation des graphiques.

**Travaux pratiques** Navigation dans Excel 2013. Exemples avec des formules simples.

» PowerPoint 2013, initiation

- Ouverture d'une présentation. Modes d'affichage.
- Zoom d'affichage. Accès aux diapositives.
- Création de diapositives. Sélection et suppression de diapositives.
- L'enregistrement des fichiers. Enregistrement d'une présentation.
- Saisie de texte. Annulation et rétablissement d'une action.
- Copie et déplacement de diapositives.
- Sélection et modification de texte.
- Page de commentaires.

**Travaux pratiques** Création d'une présentation simple.




---

Réf : D00

---

Durée : 1 jour

---

Paris 6 oct./8 déc. 2014  
9 mars/15 juin 2015

---

Prix : 530 € HT (prix 2014)

---

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**  
Tout public.

---

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de travail type Windows.

**P** pratique **Office 2013, prise en main opérationnelle des logiciels**  
Excel, Word, PowerPoint et Outlook

Cette formation vous permettra de prendre en main le poste de travail et les principaux outils de la suite Office 2013 (Word, Excel, PowerPoint et Outlook). Elle vous rendra opérationnel dans la création et la modification de documents ainsi que dans l'utilisation de la messagerie électronique.

» Prise en main du poste de travail

- Lancer les applications et les programmes.
- Consulter le contenu des dossiers avec l'explorateur.
- Créer, déplacer et renommer des dossiers.

**Travaux pratiques** Explorer le poste de travail, créer, déplacer et renommer dossiers et fichiers. Lancer un programme.

» Utiliser Word 2013

- Présentation du logiciel et des outils.
- Créer et sauvegarder un document simple.
- Ouvrir un document et le modifier.
- Mettre en forme le texte et les paragraphes.
- Présenter une énumération.
- Mettre en page et imprimer.

**Travaux pratiques** Ouvrir un document, le modifier et l'enregistrer. Créer un nouveau document, saisie, mise en forme, insérer une liste à puces, mise en page et impression.

» Utiliser Excel 2013

- Présentation du logiciel et des outils.
- Conception et/ou modification d'un tableau.
- Les outils de mise en forme.
- Enregistrer un fichier.
- Trier et filtrer un tableau.
- Mise en page et impression.

**Travaux pratiques** Ouvrir un fichier, modifier le contenu et enregistrer. Créer un nouveau fichier Excel, saisie, mise en forme. Trier et filtrer, mise en page et impression.

» Utiliser PowerPoint 2013

- Présentation du logiciel et des outils.
- Créer une présentation à partir du modèle de l'entreprise.
- Ouvrir une présentation et effectuer des modifications.
- Insérer, modifier une zone de texte. Insérer une diapositive, changer l'ordre des diapositives.
- Insérer une image, un tableau. Projection de la présentation.

**Travaux pratiques** Créer, ouvrir, modifier et enregistrer une présentation. Insérer une zone de texte, tableau et image. Lancer et arrêter le diaporama.

» Utiliser Outlook 2013

- Présentation du logiciel de messagerie.
- Composer et envoyer un message.
- Insérer une pièce jointe.
- Ouvrir un message et récupérer une pièce jointe.
- Répondre et transférer un message.
- Classer, rechercher et imprimer des messages.
- Insérer un rendez-vous dans le calendrier.
- Déplacer, supprimer un rendez-vous.

**Travaux pratiques** Composer un nouveau message, sélectionner le ou les destinataires, insérer un fichier. Répondre à un message, transférer. Insérer un rendez-vous.




---

Réf : EPO

---

Durée : 2 jours

---

Paris 20-21 nov. 2014  
8-9 janv./5-6 mars 2015  
4-5 juin 2015

---

Prix : 890 € HT (prix 2014)

---

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

---

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne ayant besoin de concevoir des documents bureautiques et communiquer à travers la messagerie.

---

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.

# Office 2010, prise en main des nouveautés



Ce stage vous permettra de découvrir les principales nouveautés du pack Office 2010 de Microsoft. Vous verrez les apports de cette édition pour améliorer votre productivité quotidienne et apprendrez à utiliser les nouvelles fonctions des principaux outils de la version standard (Excel, Word, PowerPoint, Outlook).

## » Introduction à Office 2010

- Le principe du travail collaboratif.
- Le menu Backstage. Interface personnalisable.

## » Excel 2010

- Le nouvel affichage. Ruban, onglets et commandes.
- Personnalisation du ruban et de la barre d'état.
- Le nouveau format.xlsx.
- Les exportations des tableaux (PDF, XPS).
- La saisie semi-automatique des formules de calcul.
- Le style des cellules. Mises en forme conditionnelles.
- Les nouveaux formats de mise en page. Les nouveautés graphiques : styles, "Sparkline"...

**Travaux pratiques** Navigation dans Excel 2010.

Exemples avec de nouvelles formules. Mise en page complexe. Cas pratique sur une base de données.

## » Word 2010

- La nouvelle interface et le nouveau format.docx.
- La conversion des fichiers en format PDF et XPS.
- Personnalisation du ruban et de la barre d'état. La nouvelle mise en forme avec les styles prédéfinis.
- Mise en forme avec les thèmes. SmartArt. Quick Part.
- Les nouveaux outils de correction, citation et "traduction" en anglais.
- Le générateur d'équations.
- La gestion des révisions d'un document.

**Travaux pratiques** Création de documents Word 2010.

Le mode Plan et les styles. Création d'un modèle.

## » PowerPoint 2010

- La nouvelle interface et les formats.pptx.
- La conversion des fichiers en format PDF et XPS.
- Utilisation des thèmes. Nouvelle gestion des masques de diapositive. Création de diagrammes avec SmartArt.
- Création de tableaux. Insertion d'images. Nouveaux outils.
- Insertion vidéo, son. Animations. Transitions en 3D.

**Travaux pratiques** Création d'une présentation complète intégrant tous les nouveaux outils.

## » Outlook 2010

- Présentation de la nouvelle interface. Outlook Social Connector, le principe.
- L'organisation par catégorie dans l'archivage.
- Voir les pièces jointes sans avoir les applications externes.
- Le "Quickstep" pour exécuter plusieurs actions.
- Archivages : les fichiers pst.
- Calendrier : nouveau look. Nouvelle gestion.

**Travaux pratiques** Configuration d'un compte de messagerie. Recherche de mails. Organisation d'une réunion, création d'un contact, d'une note et d'une tâche.



Réf :	OPM
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 26-27 fév./26-27 mai 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014 19-20 fév./6-7 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tout public.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances des outils Office 2003 ou 2007.  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Microsoft Office pour Mac 2011, prise en main opérationnelle



Cette formation vous permettra de prendre en main le poste de travail et les principaux outils de la suite Office 2011 pour Mac (Word, Excel, PowerPoint et Outlook). Vous deviendrez rapidement opérationnel dans la création et la modification de documents ainsi que dans l'utilisation de la messagerie électronique.

## » Prise en main du poste de travail

- Lancer les applications.
- Consulter le contenu des dossiers avec le finder.
- Créer, déplacer et renommer des dossiers.

**Travaux pratiques** Explorer le poste de travail, créer, déplacer et renommer dossiers et fichiers. Lancer une application.

## » Word 2011

- Découvrir l'interface utilisateur. Créer et sauvegarder un document simple. Les formats d'enregistrement.
- Naviguer dans un document. Rechercher et modifier du texte.
- Mettre en forme le texte et les paragraphes. Bordure, trame, liste à puces ou numérotée.
- Modifier la mise en page du document et imprimer.

**Travaux pratiques** Ouvrir un document, le modifier et l'enregistrer. Créer un nouveau document, saisie, mise en forme, insérer une liste à puces, mise en page et impression.

## » Excel 2011

- Découvrir l'interface utilisateur. Conception et/ou modification d'un tableau.
- Les outils de mise en forme. Enregistrer un fichier.
- Trier et filtrer un tableau. Mise en page et impression.

**Travaux pratiques** Ouvrir un fichier, modifier le contenu et enregistrer. Créer un nouveau fichier Excel, saisie, mise en forme. Apprendre à trier et filtrer, mise en page et impression.

## » Powerpoint 2011

- Découvrir l'interface utilisateur. Créer une présentation vide ou à partir d'un modèle, application d'un thème.
- Insérer des diapositives. Ajout de contenu. Mise en forme du contenu d'une diapositive.
- Intégrer et retoucher des images. Intégration de SmartArt. Intégration de vidéo.
- Transition entre diapositives. Projeter la présentation.

**Travaux pratiques** Créer un document à partir d'un modèle. Intégration de textes. Intégration et habillage de ressources image et vidéo.

## » Outlook 2011

- Découvrir l'interface utilisateur. Composer et envoyer un message. Insérer une pièce jointe.
- Ouvrir un message et récupérer une pièce jointe. Répondre et transférer un message.
- Classer, rechercher et imprimer des messages. Créer un RDV, organiser une réunion, gérer ses contacts et ses tâches.
- Synchroniser Outlook avec iCal et Apple Mail sur votre Mac.

**Travaux pratiques** Composer un nouveau message, sélectionner le ou les destinataires, insérer un fichier. Répondre à un message, transférer. Insérer un RDV.



Réf :	OME
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 18-19 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Explications théoriques, exercices simultanés sur les fonctionnalités essentielles de ces logiciels de manière à obtenir une bonne autonomie.

## » PARTICIPANTS

Toute personne ayant besoin de concevoir des documents bureautiques et communiquer à travers la messagerie.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Macintosh.

La suite MS Office 365 est un ensemble d'outils de productivité et de collaboration utilisable à distance sur le Cloud : mail, messagerie instantanée, réunion virtuelle, etc. A l'issue de ce stage, vous serez capable de configurer votre compte Office 365 et d'utiliser efficacement ses principaux outils.

### » Vue d'ensemble de l'offre Office 365

- Présentation générale de l'offre Office 365 : Exchange Online, Lync Online et SharePoint.
- Comment configurer son poste de travail ?

**Exercices** Mise en œuvre de toutes les étapes nécessaires à la configuration de son compte Office 365.

### » Présentation d'Exchange Online

- Présentation de la partie e-mail d'Office 365.
- Naviguer dans la messagerie.
- Comment accéder à ses e-mails.
- Utiliser le planning.

**Exercices** Se connecter à sa boîte mail. Naviguer dans sa messagerie. Utiliser son planning personnel.

### » Présentation de Lync Online

- Lync Online : messagerie instantanée, réunion virtuelle...
- Que peut-on faire avec Lync ? Présentation des différents usages en entreprise.

- Changer sa disponibilité. Les différents statuts.
- Organiser des réunions virtuelles.
- Partager le bureau.

**Exercices** Utiliser la messagerie instantanée et les autres fonctionnalités vues dans le chapitre.

### » Présentation des listes et des bibliothèques

- La personnalisation des listes et des bibliothèques.
- Principes et utilisation des modèles standard.
- Ajout, modification et suppression de contenu.

- Création de modèles personnels.

**Exercices** Utiliser des listes et des bibliothèques dans un site SharePoint. Créer et personnaliser des listes. Créer des modèles.

### » Gestion de contenu

- Colonnes de sites et types de contenu.
- Suivi d'activité : alertes et flux RSS.
- Introduction au Web Content Management.

**Exercices** Gérer des documents. Définir des alertes.

### » Gestion des espaces de travail

- Définition. Que peut-on faire avec un espace de travail ?
- Présentation des modèles standard.
- Création de site.
- La navigation.
- Personnalisation générale : titre, description, logo...

**Exercices** Créer et personnaliser un site. Mettre en place le système de navigation.

### » Gestion de la sécurité

- Les grands principes : authentification et autorisation.
- Eléments sécurisés.
- Les bonnes pratiques.

**Exercices** Définir les accès à son site et à ses pages.

### » Utilisation des Workflows

- Introduction. Usages et principes d'utilisation.
- Création d'un Workflow avec SharePoint Designer 2010.

**Exercices** Concevoir et utiliser un workflow.



Réf :	OFC
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/22-23 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes utilisant Office 365 et les sites SharePoint dans leurs activités bureautiques.

#### » PREREQUIS

Connaissances de base du Web.

# Google Apps, utilisateur

Ce stage vous apportera la maîtrise des fonctions de base des applications de messagerie (Gmail, Google Agenda, Google+ Hangouts) et de collaboration en ligne (Google Drive comportant un traitement de texte, un tableur, un logiciel de présentation et de formulaire, ainsi que Google Sites).

### » Pourquoi utiliser des outils en ligne ?

- Comparatif avec les applications bureautiques traditionnelles.
- Les atouts des outils en ligne.
- Comment les applications Google Apps sont intégrées entre elles ?
- Des outils collaboratifs et sécurisés.

### » Panorama des Google Apps

- Les principales fonctionnalités de Gmail et Google+ Hangouts.
- La gestion des contacts.
- Les principales fonctionnalités de Google Agenda.
- L'accès mobile.
- Les principales fonctionnalités de Google Drive.
- Partage sécurisé, collaboration et publication des documents. Fonctionnalités d'import/export avec les formats courants.
- L'accès au mode hors connexion.

**Travaux pratiques** Prise en main et paramétrage de Gmail, Google+ Hangouts et Google Agenda. Démonstrations de travail collaboratif sur document. Publier des documents et les partager.

- La gestion de pièces jointes.
- Les outils de recherche.
- La création d'événements dans Google Calendar et les invitations.
- Le partage d'agenda.
- La réservation de ressource avec Google Agenda.

**Travaux pratiques** Utilisation de Gmail (lecture et envoi de messages, mise en page de messages...) et de Google Agenda (définir des événements, créer des invitations, partager son agenda...).

### » Pratique de Google Drive

- Création, édition, mise en forme et modification de : documents, feuilles de calcul, présentations ou formulaires.
- Publication d'un document.
- Travail collaboratif sur un document, définition de droits d'accès.
- Organisation des documents.
- Recherche dans les documents.

**Travaux pratiques** Création, mise en forme et publication de documents. Paramétrage des droits d'accès.

### » Créer un site web avec Google Sites

- Création d'un site.
- Création et mise en forme de pages.
- Contrôler l'accès à un site.
- Monitoring avec Google Analytics.

**Travaux pratiques** Création d'un mini site Web avec Google Sites. Mise en forme des pages. Paramétrage des accès et de l'audit.



Réf :	GAP
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./11-12 déc. 2014 19-20 mars/11-12 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Tout public.

#### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Excel

Excel est devenu un outil incontournable dans l'entreprise. Les formations Orsys couvrent tous les niveaux de compétences sur Excel, du novice à l'utilisateur expérimenté. Les cours les plus avancés vous permettront de vous spécialiser, notamment sur les tableaux croisés dynamiques, les macro-commandes, le développement avec VBA, et l'utilisation d'outils complémentaires comme PowerPivot.

## » Excel 2013 »

**Excel 2013, prise en main**

1 j - DXB - p.508

**Maîtriser Excel 2013, niveau 1** B

3 j - ECM - p.508

**Maîtriser Excel 2013, niveau 2** B

3 j - ECE - cf@

**Analyse de données avec PowerPivot Excel 2013** **Nouveau**

2 j - POX - cf@

**Excel 2013/2010, utilisation et automatisation pour la finance**

2 j - ECI - p.509

## » Excel 2007/2003 »

**Best** **Maîtriser Excel 2007, niveau 1** B

3 j - MBB - p.512

**Best** **Maîtriser Excel 2007, niveau 2** B

2 j - MBX - p.512

**Excel 2007 pour le reporting et le décisionnel**

3 j - ERD - cf@

**Maîtriser Excel 2003, niveau 1** B

3 j - MAB - cf@

**Maîtriser Excel 2003, niveau 2** B

2 j - MAX - cf@

## » Excel 2010 »

**Excel 2010/2007, prise en main**

1 j - DXA - p.509

**Best** **Maîtriser Excel 2010, niveau 1** B

3 j - MEX - p.510

**Best** **Maîtriser Excel 2010, niveau 2** B

2 j - MEN - p.510

**Excel 2010/2007, consolider vos connaissances**

1 j - LMX - p.511

**Excel 2010/2007, base de données et tableaux croisés dynamiques**

1 j - TCD - p.511

**Excel, créer efficacement des graphiques et reportings visuels** **Nouveau**

1 j - XCG - cf@

**Excel, prendre en main les macros et découvrir le VBA** **Nouveau**

1 j - XCE - cf@

**Analyse de données avec Excel 2010 et PowerPivot**

2 j - PIV - cf@

## » Excel : développement VBA »

**Excel 2013, développer des applications en VBA, niveau 1**

4 j - BAV - cf@

**Excel 2013, développer des applications en VBA, niveau 2**

2 j - BAE - cf@

**Best** **Excel 2010, développer des applications en VBA, niveau 1**

4 j - EXF - cf@

**Excel 2010, développer des applications en VBA, niveau 2**

2 j - EXG - cf@

**Best** **Excel 2007/2003, développer des applications en VBA, niveau 1**

4 j - EXE - cf@

**Excel 2007/2003, développer des applications en VBA, niveau 2**

2 j - EXD - cf@

Cette prise en main d'Excel 2013 vous apprendra les fonctionnalités essentielles pour utiliser avec efficacité ce logiciel de la suite Microsoft Office. A l'issue du stage, vous saurez construire un tableau simple, l'organiser convenablement et l'imprimer.

### »» Prise en main de l'interface

- Présentation du logiciel.
- L'interface et le menu Fichier, le ruban d'Excel.
- Le vocabulaire Excel.

### »» Les outils nécessaires à la création d'un tableau

- Savoir se déplacer dans un classeur.
- Sélectionner une zone de travail.
- Saisir dans une cellule : les différents types d'informations.

**Travaux pratiques** Création d'un tableau.

### »» Les formules de calcul

- Comment réaliser les opérations de base (addition...).
- Les premières fonctions de calcul.
- Recopier une formule de calcul.
- Utiliser les résultats d'un calcul dans une autre feuille de calcul (lier des tableaux).

**Travaux pratiques** Exemple de formule de calcul simple.

### »» Mise en forme d'un tableau

- Positionnement des titres.
- Insérer ou supprimer, modifier la hauteur et la largeur de lignes et/ou colonnes.
- Présentation des cellules (police, nombre, encadrement, alignements).
- La nouvelle commande Tableau d'Excel : découverte des outils de filtre.

**Travaux pratiques** Exemple de mise en forme.

### »» Imprimer un tableau

- La configuration de l'impression.
- Utiliser les possibilités de mise en page.
- Choisir la zone à imprimer.

### »» La gestion multifeuilles

- Créer, renommer et supprimer des feuilles dans un classeur.
- Déplacer et copier des feuilles dans un classeur.

**Travaux pratiques** Créer, renommer, déplacer, supprimer et copier des feuilles dans un classeur.



Réf :	DXB
Durée :	1 jour
Paris	24 nov. 2014 6 mars/12 juin 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### »» PARTICIPANTS

Tout public.

#### »» PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de travail type Windows.



Ce cours vous permettra d'appréhender l'ensemble des fonctions d'Excel 2013. Vous apprendrez à créer, présenter et imprimer des tableaux intégrant des formules de calcul. Vous verrez également la gestion multifeuilles et multiclasseurs, la création de graphiques et les principales techniques d'analyse des données.

### »» Prise en main de l'écran de travail

- La nouvelle interface et le ruban. Le vocabulaire Excel.
- Présentation du menu Fichier (Backstage).
- Les nouveautés Excel 2013.

**Travaux pratiques** Créer, enregistrer un classeur.

### »» Conception et présentation d'un tableau

- Elaboration des besoins, positionnement des titres.
- Présenter rapidement un tableau. Thèmes et styles.
- Le nouveau remplissage automatique.
- Recopier ou déplacer des informations, collage amélioré, recopie incrémentée.
- Hauteur de lignes, largeur des colonnes, présentation des cellules (police...).

**Travaux pratiques** Concevoir des tableaux de calculs.

### »» Calculs et formules

- Mise en place de formules de calcul. L'adressage relatif et absolu, la recopie des formules.
- Calculer et utiliser des pourcentages, des dates.
- Découvrir les premières fonctions d'Excel.
- Créer des formules de liaison entre feuilles de calcul.

**Travaux pratiques** Exploiter les outils de calcul.

### »» Paramétrage d'impression

- Gérer la mise en page, les différents modes d'affichage.
- Personnaliser en-têtes et pieds de page.
- Sauts de page, répéter des titres, définir la zone à imprimer, ajustement automatique.

### »» Gestion des onglets et des classeurs

- Créer, renommer, déplacer, supprimer et copier des feuilles. Travailler sur deux écrans.
- Travailler via SkyDrive. Découvrir Excel Web App.
- Echanger des informations avec Word ou PowerPoint.

**Travaux pratiques** Travailler avec plusieurs onglets ou classeurs.

### »» Création d'une liste de données Excel

- Définir, créer une liste de données. Utiliser les nouveaux outils de "tableaux".
- Saisir des données, utiliser une liste déroulante, intégrer des calculs. Utiliser des données externes.

**Travaux pratiques** Gérer des listes de données.

### »» Exploitation et analyse de données

- La balise Analyse de données. Mise en forme conditionnelle.
- Gérer des tris et des sous-totaux, utiliser les filtres. Suppression de doublons.
- Les tableaux croisés dynamiques.

**Travaux pratiques** Calculer les informations significatives de listes de données.

### »» Création de graphiques

- Choisir un graphique. Graphiques recommandés. Graphes Sparkline. Personnaliser un graphique.
- Filtrer les résultats.

**Travaux pratiques** Créer des graphiques.



Réf :	ECM
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 5-7 janv./2-4 mars 2015 1-3 juin 2015
Groupe 1	20-22 nov. 2014 16-18 fév./26-28 mai 2015
Groupe 2	13-15 nov. 2014 9-11 fév./18-20 mai 2015
Groupe 3	27-29 nov. 2014 23-25 fév./11-13 mai 2015
Prix :	1 180 € HT (prix 2014) 1 280 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### »» PARTICIPANTS

Toute personne souhaitant maîtriser les bases d'Excel 2013.

#### »» PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.

Vous apprendrez dans cette formation à utiliser Excel en tant qu'outil d'aide à la décision. Acteur de la finance, vous verrez comment prendre les bonnes décisions pour tout type d'investissement ou de conseil. Vous apprendrez aussi à gagner en efficacité et à rendre vos feuilles de calculs plus souples, plus lisibles et pérennes.

## » Présentation Excel 2013/2010

- Découverte des interfaces : Onglets, Groupe, Ruban.
- Les outils intégrés : les tableaux et leurs fonctions intrinsèques (sous.total, auto-complétion).
- Les outils graphiques : mise en forme conditionnelle, les Sparklines, les formulaires.

**Travaux pratiques** Création d'un onglet avec des raccourcis Financiers répartis par groupe d'instruments. Approche graphique des résultats d'une entreprise. Rentabilité et efficacité des tableaux.

## » Le code de bonne conduite

- Structurer un workbook : un objectif par feuille (base de données, graphique, paramétrage).
- Trouver l'outil adapté aux données et à l'information véhiculée.
- Utilisation des raccourcis : raccourcis claviers, onglet personnalisé...
- Utilisation et gestion des noms de cellules : adressage relatif et absolu.

**Démonstration** Mise en forme d'un workbook complet.

## » Les fonctions de base pour les Financiers

- Les fonctions générales. Les plus utiles : recherche, concaténation, indirect...
- Les fonctions conditionnelles : nb.si.ens, somme.si.ens, moyenne.si.ens.

**Exercices** Calculs de moyenne pondérée, récupération d'un champ d'une table avec sa clé. Utilisation des fonctions conditionnelles.

## » Les fonctions avancées pour les Financiers

- Description du menu Financier.
- Autres menus : statistique, comptabilité.

**Exercices** Utilisation et répliation des calculs de l'amortissement linéaire, de la valeur actuelle nette et du taux de rendement interne. Elaboration d'un échéancier de prêt amortissable.

## » Les automatisations internes

- Les solveurs: analyse de scénarii.
- Les descriptions statistiques.

**Etude de cas** Calcul simple de l'imposition sur les revenus français et optimisation fiscale simple.

## » Les bases de données

- Connexion à des données externes : Access, Fichiers Textes. L'utilitaire Query d'Excel.
  - Les Tableaux Croisés Dynamiques (TCD). Les Slicers.
- Travaux pratiques** Mise en place de TCD pour extraire les caractéristiques importantes d'une base de données.

## » Automatisation - Découverte du monde VBA

- Création de macros avec l'assistant Excel.
- Le VBA : les projets, les objets et leurs propriétés.
- Création d'objets Excel et liaison avec une macro enregistrée.
- Lecture du code et ajustement avec quelques boucles classiques : For, While.

**Travaux pratiques** Automatisation de la mise en forme de tableaux.



Réf :	ECI
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 5-6 fév./12-13 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » EXERCICES

Des cas pratiques réels, des exemples simples, avec une présentation d'outils puissants et applicables de suite.

### » PARTICIPANTS

Directeurs financiers, consultants en Finance, banquiers, comptables, opérationnels de la Finance.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'Excel.

# Excel 2010/2007, prise en main

Cette prise en main d'Excel vous apprendra les fonctionnalités essentielles pour utiliser avec efficacité ce logiciel de la suite Microsoft Office. A l'issue du stage, vous saurez construire un tableau simple, l'organiser convenablement et l'imprimer.

## » Prise en main de l'interface

- Présentation du logiciel.
- L'interface et le menu Fichier, le ruban d'Excel.
- Le vocabulaire Excel.

## » Les outils nécessaires à la création d'un tableau

- Savoir se déplacer dans un classeur.
- Sélectionner une zone de travail.
- Saisir dans une cellule : les différents types d'informations.

**Travaux pratiques** Création d'un tableau.

## » Les formules de calcul

- Comment réaliser les opérations de base (addition...).
- Les premières fonctions de calcul.
- Recopier une formule de calcul.
- Utiliser les résultats d'un calcul dans une autre feuille de calcul. Lier des tableaux.

**Travaux pratiques** Exemple de formule de calcul simple.

## » Mise en forme d'un tableau

- Positionnement des titres.
- Insérer ou supprimer, modifier la hauteur et la largeur de lignes et/ou colonnes.
- Présentation des cellules (police, nombre, encadrement, alignements).
- La nouvelle commande Tableau d'Excel : découverte des outils de filtre.

**Travaux pratiques** Exemple de mise en forme.

## » Imprimer un tableau

- La configuration de l'impression.
- Utiliser les possibilités de mise en page.
- Choisir la zone à imprimer.

## » La gestion multifeuilles

- Créer, renommer et supprimer des feuilles dans un classeur.
- Déplacer et copier des feuilles dans un classeur.

**Travaux pratiques** Créer, renommer, déplacer, supprimer et copier des feuilles dans un classeur.



Réf :	DXA
Durée :	1 jour
Paris	17 nov. 2014 2 mars/1 juin 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de travail type Windows.

Ce cours vous permettra d'appréhender l'ensemble des fonctions d'Excel 2010. Vous apprendrez à créer, présenter et imprimer des tableaux simples intégrant des formules de calcul. Vous apprendrez à gérer vos classeurs, à insérer des graphiques et à manipuler les principales fonctions de gestion de base de données.



Réf :	MEX
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./3-5 nov. 2014 1-3 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	3-5 nov. 2014 12-14 janv./30 mars-1 avril 2015
Groupe 2	17-19 nov. 2014 26-28 janv./23-25 mars 2015
Groupe 3	24-26 nov. 2014 26-28 janv./16-18 mars 2015
Prix :	1 180 € HT (prix 2014) 1 280 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant maîtriser les bases d'Excel 2010.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

### » Prise en main de l'écran de travail

- La nouvelle interface et le ruban d'Excel. Le vocabulaire Excel. La compatibilité avec les versions antérieures.
- Présentation du nouveau menu Fichier (Backstage) et des ouvertures vers un travail collaboratif.

### » Conception d'un tableau

- Elaboration des besoins, positionnement des titres, saisie et création de formules de calculs simples.
- Comprendre l'adressage relatif et absolu.
- Recopier ou déplacer des informations, des formules.

### » Présentation d'un tableau

- Présenter rapidement un tableau avec les thèmes et les styles d'Excel 2010.
- Adapter la hauteur et la largeur de lignes et/ou colonnes et présentation détaillée des cellules (police, nombre...)
- La mise en forme conditionnelle.
- Le collage amélioré d'Excel 2010, la recopie incrémentée et la gestion des séries.

### » Création d'un graphique

- Définir la zone de travail à l'origine du graphique.
- Choisir un type de graphique adapté aux données.
- Personnalisation de la présentation du résultat.
- Les nouveaux mini-graphes Sparkline d'Excel 2010.

### » Paramétrage d'impression

- La gestion de la mise en page sous Excel 2010 : les différents modes d'affichage.
- Personnaliser les en-têtes et pieds de page.
- Les sauts de page forcés, répéter des titres en lignes/colonnes et définir la zone à imprimer, ajustement automatique.

### » Création d'une base de données Excel

- Définition et création d'une base de données dans Excel.
- Utiliser les nouveaux outils de "tableaux".
- Saisir des données, utiliser une liste déroulante pour contrôler la saisie, intégrer des calculs simples.
- Importer ou lier des données externes à un classeur Excel.

### » Exploitation d'une base de données

- Gestion des tris et des sous-totaux.
- Utiliser les filtres.
- Suppression de doublons dans la base Excel.
- Convertir des données externes.
- Définir et réaliser un tableau croisé dynamique.

### » Gestion des onglets et des classeurs

- Créer, renommer, déplacer, supprimer et copier des feuilles.
- Consolidation simple et complexe.
- Travailler sur des classeurs non stockés en local, via SkyDrive. Découvrir Excel Web App.

Vous vous perfectionnerez aux fonctions de calcul, aux statistiques avancées et aux graphiques. Vous exploiterez efficacement vos bases de données Excel ou externes. Vous verrez les liaisons, les importations, l'utilitaire Query ainsi que l'automatisation d'actions simples par l'enregistrement de macro-commande.



Réf :	MEN
Durée :	2 jours
Paris	9-10 oct./6-7 nov. 2014 11-12 déc. 2014 5-6 fév./9-10 avril 2015
Groupe 1	17-18 nov. 2014 26-27 fév./21-22 mai 2015
Groupe 2	12-13 nov. 2014 19-20 fév./12-13 mai 2015
Groupe 3	3-4 nov. 2014 12-13 fév./6-7 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne souhaitant se perfectionner sur Excel 2010.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'Excel. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Maîtriser Excel 2010, niveau 1" (réf. MEX).  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

### » Les fonctions de calcul avancées

- Bibliothèque de fonctions. Saisies semi-automatiques.
- Fonctions avancées : texte, conditionnelles...
- Imbriquer les fonctions, audit de formule.
- Fonctions conditionnelles : NB.SI.ENS, SOMME.SI.ENS...

### » Les liaisons entre feuilles, entre classeurs

- Liaison simple entre deux feuilles d'un même classeur.
- Utilisation de la copie de feuilles et création de calculs entre feuilles et entre classeurs différents.
- Gérer les liaisons. Consolidation de données.

**Travaux pratiques** Utilisation des fonctions dans des tableaux d'exploitation. Consolider les informations de plusieurs classeurs.

### » Les graphiques

- Les nouveaux styles de graphiques. Création, mise en forme et impression de graphe.
- Graphique à deux axes, graphiques combinés, courbes de tendance, graphiques sparkline.

**Travaux pratiques** Mettre en valeur les données avec un graphique approprié.

### » Importation de données

- L'interface d'importation d'Excel 2010.
- Les principes d'importation et de connexion à des données externes : texte, CSV, Access.
- Création d'une requête sur des données Access : l'utilisation du Query d'Excel.

**Travaux pratiques** Connexion à des données issues de diverses sources.

### » Les bases de données

- Les nouveaux outils de tableau, le tri et les filtres personnalisés et avancés.
- La mise en forme conditionnelle améliorée et ses indicateurs de performance.
- Identification et suppression de doublons dans une base.
- Les TCD (Tableaux Croisés Dynamiques) avec calculs et regroupements personnalisés. Le nouvel outil Slicer.
- Les graphiques croisés dynamiques.

**Travaux pratiques** Concevoir des TCD incluant des regroupements et des calculs personnalisés.

### » Outils de contrôle, de partage et de protection

- Insérer des contrôles dans une feuille. Imposer des critères de validation, utiliser une liste déroulante.
- Protéger des cellules, la feuille, le classeur.
- Partager un classeur avec d'autres utilisateurs.

**Travaux pratiques** Sécuriser la saisie des données dans une feuille. Utiliser un classeur partagé.

### » Principe de la macro-commande

- L'onglet Développeur sous Excel 2010. Définition d'une macro. Enregistrement et exécution de macros.
- Sécurité des macros. Lier une macro à un objet.

**Travaux pratiques** Création de macro-commandes.

Ce stage vous montrera comment construire rapidement des tableaux de calcul efficaces, correctement conçus et bien présentés. Vous améliorerez votre surface d'utilisation des formules de calcul. Vous saurez mettre en œuvre un tableau croisé dynamique.

## » Utiliser efficacement les raccourcis et les commandes essentielles

- Bonnes pratiques et raccourcis : éviter les impasses.
- Les commandes utiles, rapides et efficaces : ce qu'il faut retenir.

**Travaux pratiques** Découverte des raccourcis utiles, des bonnes pratiques d'utilisation.

## » Conception d'un tableau Excel

- Conception d'un tableau simple correctement conçu avec sa mise en forme.
- Fonctionnalités d'un tableau structuré.
- Présentation de la liste de données.
- Avantages et inconvénients d'un tableau structuré et d'une liste de données. Critères de choix.
- Présentation et impression d'un tableau, d'une liste.
- Utiliser les thèmes et les styles d'Excel 2010.

**Travaux pratiques** Créer, calculer et faire la mise en forme rapidement d'un tableau Excel correctement conçu.

## » Mise en place de formules de calcul

- Rappels sur les opérations simples : opérateurs + - \* /.
- Formules avec parenthèses et pourcentages.
- Quand et pourquoi utiliser le caractère \$ dans les formules?
- Coller avec liaison ou coller des valeurs.
- Copier et coller : comprendre la recopie des formules.
- Vos premières fonctions de calcul : statistiques courantes (Moyenne, NB ou NBVAL).

- Création des formules de calcul dans des tableaux de gestion courante.

**Travaux pratiques** Création et modifications de formules de calcul. Observations des différences de résultats.

## » Analyser les données

- Découvrir et comprendre les tableaux croisés dynamiques (TCD) : création, actualisation et mise en forme des TCD.
- Fonctionnement et utilisation des filtres de rapport.
- Choix des champs d'analyse et des valeurs.
- Modifier les paramètres de champs de valeurs. Choix du type de calcul.
- Gestion des étiquettes de lignes et colonnes.
- Comprendre le principe de l'analyse des données dans les tableaux croisés dynamiques.
- Mise en forme : la commande "Mettre sous forme de tableau".

**Travaux pratiques** Création de tableaux croisés dynamiques simples pour analyser les données.



Réf :	LMX
Durée :	1 jour
Paris	21 nov. 2014 23 janv./13 mars 2015 12 juin 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Utilisateurs autodidactes d'Excel hésitant à participer au niveau perfectionnement car ne sachant pas faire de formules avec des \$, ni construire des tableaux croisés dynamiques.

## » PREREQUIS

Utilisateurs d'Excel autodidactes non débutants : vous utilisez Excel fréquemment sans avoir jamais suivi de formation. Vous souhaitez combler vos lacunes et consolider vos connaissances.

# Excel 2010/2007, base de données et tableaux croisés dynamiques

Ce stage approfondit les fonctions avancées d'Excel, comme la gestion des bases de données et des tableaux croisés dynamiques. Il montre aussi comment gérer une suite ordonnée d'informations concernant une population (individus, objets...) et comment trier, consulter, extraire et analyser ce type de données.

## » Les fonctions de recherche avancées

- Les fonctions de recherche (EQUIV, INDEX, RECHERCHEV...).
- Les fonctions conditionnelles imbriquées (SI, ET, OU...).

## » Les bases de données

- Structurer une liste de données.
- Apprendre à trier des données avec une clé de tri.
- Trier des données avec plusieurs clés de tri.
- Savoir filtrer les données à l'aide du filtre automatique.
- Filtrer sur des données chronologiques, numériques et textuelles.
- Comment filtrer à l'aide d'un filtre élaboré ?
- Les critères complexes.

**Travaux pratiques** Exemple de gestion de bases de données.

## » Produire des états statistiques

- Les statistiques avec les fonctions SOMME.SI, NB.SI, MOYENNE.SI.
- Comment utiliser les fonctions statistiques multicritères BDSOMME, BDNBVAL ?
- Sortir un état statistique à l'aide de l'outil "Sous-total".

**Travaux pratiques** Exemple d'utilisation des fonctions statistiques.

## » Tableaux de synthèse avec l'outil "Tableaux croisés dynamiques"

- Créer un tableau croisé dynamique.
- Varier les axes d'analyse et la structure du TCD.
- Afficher les statistiques en pourcentage du total ou d'un élément du tableau.
- Cumul dans un TCD.
- Insérer un champ calculé dans un TCD.
- Grouper/Dissocier dans un TCD. Actualiser un TCD.
- Créer un tableau croisé dynamique à partir de sources multiples.



Réf :	TCD
Durée :	1 jour
Paris	1 déc. 2014 2 fév./7 avril 2015 1 juin 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Concepteurs de tableaux travaillant sur des listes d'informations.

## » PREREQUIS

Connaissances de base d'Excel.

Ce cours vous permettra d'appréhender l'ensemble des fonctions d'Excel 2007. Vous apprendrez à créer et présenter des tableaux intégrant des formules de calcul. Vous verrez également la gestion multifeuilles et multiclasseurs, la création de graphiques et les fonctions principales pour gérer une base de données.



Réf :	MBB
Durée :	3 jours
Paris	6-8 oct./3-5 nov. 2014 1-3 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	12-14 nov. 2014 19-21 janv./2-4 mars 2015
Groupe 2	17-19 nov. 2014 2-4 fév./26-28 mai
Groupe 3	12-14 nov. 2014 26-28 janv./16-18 mars 2015
Prix :	1 180 € HT (prix 2014) 1 280 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Tout utilisateur d'outils bureautiques.

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Prendre en main l'écran de travail**

- La nouvelle interface, le bouton Office et le ruban d'Excel. Le vocabulaire Excel.

**» Les outils nécessaires à la création d'un tableau**

- Savoir se déplacer dans un classeur. Sélectionner une zone de travail. Saisir dans une cellule.
- La recopie incrémentée et la gestion des séries.

**» Conception d'un tableau**

- Elaboration des besoins, positionnement des titres, saisir les données et créer des calculs simples et avec fonctions.
- L'adressage relatif et absolu.
- Présentation du tableau avec les nouveaux thèmes d'Excel 2007.
- Insérer ou supprimer, modifier la hauteur et la largeur de lignes et/ou colonnes.
- Présentation des cellules (police, nombre, encadrement, alignement et motifs). Protection des formules de calcul.

**» Création d'un graphique**

- Les nouveaux graphes d'Excel 2007.
- Elaboration des besoins et détermination de la zone de travail à l'origine du graphique.
- Création du graphe via l'assistant avec choix du type et personnalisation de la présentation du résultat.

**» Paramétrage d'impression**

- La gestion de la mise en page sous Excel 2007.
- En-tête et pied de page personnalisés avec saut de page forcé, répétition des titres en lignes/colonnes.
- Ajustement automatique du tableau.

**» Création d'une base de données Excel**

- Définition et création d'une base de données dans Excel. Saisir des données, intégrer des calculs simples.
- Importer ou lier des données externes à un classeur Excel.
- La mise en forme conditionnelle des cellules.

**» Les principales fonctions de la base de données**

- Gestion des tris et des sous-totaux.
- Faire des filtres simples et complexes. Suppression de doublons dans la base Excel.
- Convertir des données externes.
- Définir et réaliser un tableau croisé dynamique.

**» La gestion multifeuilles et multiclasseurs**

- Créer, renommer, déplacer, supprimer et copier des feuilles dans un classeur.
- Mettre en relation plusieurs feuilles de calcul d'un ou de plusieurs classeurs pour réaliser une consolidation.



Ce stage apporte une maîtrise de l'exploitation des données avec Excel : import et export, gestion de base de données, utilitaire 'Query', tableaux croisés dynamiques, graphiques et calculs avancés. Une présentation des macro-commandes vous montrera également les possibilités d'automatisation avec cet outil.



Réf :	MBX
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 15-16 janv./12-13 fév. 2015
Groupe 1	27-28 nov. 2014 5-6 fév./5-6 mai 2015
Groupe 2	20-21 nov. 2014 29-30 janv./12-13 mars 2015
Groupe 3	5-6 mars/26-27 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Tout utilisateur d'Excel souhaitant mieux comprendre et maîtriser l'application.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'Excel 2007. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Maîtriser Excel 2007, niveau 1" (réf. MBB).  
>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

**» Les fonctions de calcul avancées**

- La nouvelle bibliothèque de fonctions 2007.
- La saisie semi-automatique de fonctions.
- Les différentes fonctions avancées importantes.

**Travaux pratiques** Utilisation de fonctions financières, conditionnelles, statistiques, dates et textes.

**» Les graphiques**

- Les nouveaux styles de graphiques.
- Création, mise en forme et impression de graphe.

**Travaux pratiques** Création d'un graphique type courbes et sectoriel. Le graphique à double axe.

**» Importation de données**

- La nouvelle interface d'importation 2007.
- Les principes d'importation de fichiers en Excel.

**Travaux pratiques** Importation d'un fichier texte, de tables et de résultats de requêtes Access.

**» Les bases de données**

- Les nouveautés de 2007 dans le tri et le TCD.
- La mise en forme conditionnelle dans la version 2007.
- Les indicateurs de performance et la suppression de doublons dans une base.
- Les fonctions de statistiques BD.
- L'utilisation du Query Excel.
- Les TCD (Tableaux Croisés Dynamiques).

**Travaux pratiques** Créer une liste déroulante pour faciliter et sécuriser la saisie de données. Réaliser un état avec les fonctions BD d'Excel. Conception de TCD simples et complexes avec calculs personnalisés.

**» Les liaisons entre les feuilles**

- Liaison simple entre deux feuilles d'un même classeur.
- Utilisation de la copie de feuilles et création de calculs entre les deux feuilles.
- Création de calculs entre feuilles de classeurs différents.

**Travaux pratiques** Remplissage automatique de tableaux. Consolidation de feuilles d'un même classeur et sur deux classeurs distincts.

**» Création d'un formulaire de saisie**

- Utilisation des outils d'aide à la saisie.
- Travaux pratiques** Création d'un formulaire de saisie d'une base de données.

**» Principe de la macro-commande**

- L'onglet Développeur sous Excel 2007 et définition d'une macro-commande.
- Travaux pratiques** Création d'une macro-commande d'importation de données et d'un graphique.

# access

Manipuler un grand nombre de données, effectuer des interrogations complexes pour trouver l'information pertinente, ou encore travailler en mode collaboratif sur ces données, sont des besoins qui nécessitent l'utilisation d'une base de données. Microsoft Access est l'une des solutions les plus simples pour créer une base de données relationnelle. Orsys vous propose un ensemble de cours sur le sujet qui couvrent les dernières versions d'Access et les différents besoins d'utilisation, de la prise en main jusqu'à la programmation complète d'applications de gestion avec menus, formulaires de saisie et états de restitution d'information.

## » Access 2010 »

**Access 2010/2007, prise en main**

1 j - DAA - p.515

**Best** **Maîtriser Access 2010, niveau 1** **B**

4 j - MEA - p.515

**Maîtriser Access 2010, niveau 2**

3 j - ACE - cf@

## » Access 2013 »

**Access 2013, prise en main**

1 j - DAB - p.514

**Maîtriser Access 2013, niveau 1**

4 j - ATC - p.514

**Maîtriser Access 2013, niveau 2**

3 j - ATB - cf@

## » Access 2007/2003 »

**Best** **Maîtriser Access 2007, niveau 1** **B**

4 j - MBC - p.516

**Maîtriser Access 2007, niveau 2** **B**

3 j - MBJ - p.516

**Maîtriser Access 2003, niveau 1** **B**

4 j - MAC - cf@

**Maîtriser Access 2003, niveau 2** **B**

3 j - MAJ - cf@

## » Access : développement VBA »

**Bases de données et langage SQL  
pour non-informaticiens**

3 j - SIF - cf@

**Access 2013, développer des applications en VBA,  
niveau 1**

4 j - BAA - cf@

**Access 2013, développer des applications en VBA,  
niveau 2**

3 j - BCA - cf@

**Access 2010, développer des applications en VBA,  
niveau 1**

4 j - ACA - cf@

**Access 2010, développer des applications en VBA,  
niveau 2**

2 j - ADE - cf@

**Access 2007/2003, développer des applications  
en VBA, niveau 1**

4 j - ADA - cf@

**Access 2007/2003, développer des applications  
en VBA, niveau 2**

2 j - ADB - cf@

513



Access 2013 vous permet de créer rapidement des applications personnalisées pour gérer, créer, suivre et partager vos données sans être développeur. Ce stage de prise en main vous apprendra les concepts de base, ainsi que la mise en œuvre des fonctionnalités simples pour créer vos premières applications.

### » Introduction à Access

- Les concepts de base.
  - Le vocabulaire d'une base de données.
  - Rôle de chaque type d'objets.
- Démonstration** Présentation des objets de la base.

### » Création de tables

- Qu'est-ce qu'une table ?
  - L'onglet Créer dans une base Access.
  - Propriétés des champs et création de la clé primaire.
  - Filtrer et trier des informations dans une table.
- Travaux pratiques** Créer une table, ajouter champs et clé primaire.

### » Relations entre deux tables

- Qu'est-ce qu'une relation ?
  - Comprendre les jointures entre tables.
  - Désigner les champs en relation.
- Travaux pratiques** Lier deux tables.

### » Les requêtes sous Access

- Qu'est-ce qu'une requête ?
  - Créer une requête à partir d'une table.
  - Sélection simple, paramétrée.
- Travaux pratiques** Extraire des données avec des requêtes.

### » Les formulaires et les états

- Qu'est-ce qu'un formulaire ? Les états.
  - Comment créer un formulaire avec sous-formulaire ?
  - Créer un état à partir d'une table ou d'une requête.
- Travaux pratiques** Créer un formulaire et un état simple.



Réf :	DAB
Durée :	1 jour
Paris	17 nov. 2014 2 fév. 2015/29 mai 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Tout public.

#### » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de travail type Windows.



# Maîtriser Access 2013, niveau 1

Cette formation vous montrera comment créer et gérer efficacement une base de données sous Access 2013. Après la prise en main de son interface, vous apprendrez à réaliser des requêtes, à concevoir des formulaires et des états, ainsi qu'à exporter et importer des données entre Access et Excel.

### » Introduction à la base de données Access

- Le vocabulaire lié aux bases de données.
  - L'écran de démarrage Access 2013. Le ruban, le menu Backstage. Le volet de navigation.
  - Les objets d'une base de données.
- Travaux pratiques** Ouvrir une base exemple, naviguer à travers les tables et les formulaires.

### » Création d'une base Access

- Créer une base de données. Utiliser l'onglet Créer.
  - Créer les champs. Ajout d'une clé primaire.
  - Saisir et déplacer des enregistrements.
  - Trier et filtrer les enregistrements.
- Travaux pratiques** Créer une base, une table, nommer les champs et choisir les types. Remplir un enregistrement, maîtriser les modes Table, Création.

### » Relation entre deux tables

- Les types de relations et jointures entre tables.
  - Créer une relation entre deux tables.
- Travaux pratiques** Créer une relation entre deux tables.

### » Création de requêtes

- Créer des requêtes de sélection avec et sans critères.
  - Calculs simples et tri des résultats.
  - Requetes paramétrées. Requetes avec regroupements.
  - Requetes d'analyse croisée. Requetes Action.
- Travaux pratiques** Créer des requêtes de sélection et d'action, faire un regroupement.

### » Création de formulaires

- Le mode Création et le mode Page.
  - Modifier les propriétés des objets.
  - Créer un formulaire avec sous-formulaire.
  - Intégrer des calculs et des statistiques.
- Travaux pratiques** Créer un formulaire de consultation.

### » Edition de données grâce à un état

- Créer un état à l'aide de l'assistant.
  - Modifier la mise en forme et la mise en page de l'état.
  - Créer un état avec regroupements.
  - Intégrer des calculs et des statistiques.
  - Insérer des en-têtes et pieds de page.
- Travaux pratiques** Créer un état, utiliser les outils de présentation, faire un regroupement et un calcul simple.

### » Communication entre Access et d'autres produits

- L'onglet Données externes.
  - Import/Export de données entre Access et Excel.
- Travaux pratiques** Importer/exporter des données entre Access et Excel.

### » Les principaux utilitaires de base de données

- Présentation des outils. Compacter une base.
  - Protéger la base avec un mot de passe.
- Travaux pratiques** Compacter la base de données, définir un mot de passe.



Réf :	ATC
Durée :	4 jours
Paris	18-21 nov. 2014 6-9 janv./17-20 mars 2015 9-12 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### » PARTICIPANTS

Tout public.

#### » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.

Access 2010/2007 vous permet de créer rapidement des applications personnalisées pour gérer, créer, suivre et partager vos données sans être développeur. Ce stage de prise en main vous apprendra les concepts de base, ainsi qu'à mettre en œuvre des fonctionnalités simples pour créer vos premières applications.

## » Introduction à Access

- Les concepts de base.
- Le vocabulaire d'une base de données.
- Rôle de chaque type d'objets.
- Découverte de l'interface de l'application.
- Découverte du volet de Navigation.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'interface. Créer une nouvelle base de données vide.*

## » Création de tables

- L'onglet "Créer" dans une base Access.
- Les différents types de données dans une table (texte, numérique, date, etc.).
- Définition de la clé primaire d'une table.

**Travaux pratiques** *Créer une table, ajouter champs et clé primaire.*

## » Relations entre deux tables

- Les concepts de base.
- Principes des relations.
- Comprendre les jointures entre tables.
- La fenêtre "Relations" dans Access.
- Désigner les champs en relation.

**Travaux pratiques** *Lier deux tables.*

## » Navigation dans les tables

- Filtrer et trier en mode Feuille de données.
- Afficher le résultat d'un calcul.
- Visualiser les enregistrements dépendants dans une relation.

- Présentation des données dans la feuille de données.
  - Rechercher une information dans les données.
- Travaux pratiques** *Navigation dans les données.*

## » Acquérir des données

- Ajouter des enregistrements provenant d'Excel.
  - Importer des données dans une table.
  - Utiliser l'Assistant Importation.
- Travaux pratiques** *Ajouter des enregistrements à une table provenant d'une autre application.*

## » Les requêtes sous Access

- Qu'est-ce qu'une requête ?
  - Créer une requête à partir d'une table.
  - Utiliser l'Assistant Requête simple.
  - Etapes de conception d'une requête en mode Création.
  - Les critères de requête. Tri dans une requête.
  - Requête sur plusieurs tables.
  - Choix du critère de la requête lors de l'exécution.
- Travaux pratiques** *Extraire des données avec des requêtes.*

## » Les formulaires et les états

- Ajouter, modifier et supprimer des données avec un formulaire. Les modes d'affichage du formulaire.
  - Formulaire simple, ou avec sous-formulaire. Saisie et navigation avec un formulaire.
  - Présenter des informations grâce aux états.
  - Créer un état à partir d'une table ou d'une requête.
  - Modifier et visualiser d'un état en mode aperçu.
- Travaux pratiques** *Créer un formulaire et un état.*



Réf :	DAA
Durée :	1 jour
Paris	3 nov. 2014 9 fév./11 mai 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tout public.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de travail type Windows.

# Maîtriser Access 2010, niveau 1



Durant cette formation, vous découvrirez les nouveautés d'Access 2010 et apprendrez à en maîtriser l'interface. Vous verrez les fondamentaux nécessaires à la création et à la gestion d'une base de données en utilisant les différents objets et leurs enchaînements logiques.

## » Introduction à la base de données Access

- Le vocabulaire lié aux bases de données.
- Le ruban. Le menu Backstage. Le volet de navigation.
- Les objets d'une base de données.

**Travaux pratiques** *Découverte de l'interface.*

## » Création d'une base et de tables

- Créer une base de données. Ajouter une table.
- Choisir le type des champs. Ajouter une clé primaire.
- Saisie, trie et filtre d'enregistrements.

**Travaux pratiques** *Entraînement à la création d'une base de données.*

## » Relation entre deux tables

- Les différents types de relations et la gestion des jointures entre les tables.

**Travaux pratiques** *Compréhension et enrichissement dans Access d'un modèle relationnel proposé.*

## » Les requêtes

- Créer des requêtes simples avec et sans critères.
- Concevoir des calculs dans les requêtes.
- Créer des requêtes paramétrées avancées, créer des requêtes avec regroupements.
- Requêtes d'analyse croisée.
- Requêtes Action (ajout, mise à jour, création de table et suppression).

**Travaux pratiques** *Manipulation d'Access pour sélectionner des enregistrements suivant des critères simples puis plus complexes (analyse croisée)*

## » Les formulaires

- Création d'un formulaire de consultation à l'aide de l'assistant. Création d'un formulaire en mode tabulaire.
- Modifier les propriétés des objets d'un formulaire.
- Créer un formulaire avancé avec sous-formulaire.
- Intégrer un calcul.

**Travaux pratiques** *Création de formulaire de saisie, intégration de sous-formulaire.*

## » Editer les données grâce à un état

- Créer un état simple à l'aide de l'assistant.
- Modifier la mise en forme (couleur et taille de police...).
- Créer un état avancé avec regroupements.
- Intégrer des formules de calcul.
- Insérer des en-têtes et des pieds de page.
- Mise en page de l'état.

**Travaux pratiques** *Représentation des données sous forme d'états avec Access.*

## » Communication d'Access et des autres produits

- L'onglet Données externes et les relations du Pack Office.
  - Exporter une table/requête dans Excel.
  - Export au format PDF et import au format TXT.
- Travaux pratiques** *Entraînement à l'export.*

## » Les principaux utilitaires de base de données

- Compacter une base.
  - Protéger la base avec un mot de passe.
- Travaux pratiques** *Compacter et protéger la base.*



Réf :	MEA
Durée :	4 jours
Paris	13-16 oct./2-5 déc. 2014 10-13 mars/9-12 juin 2015
Groupe 1	25-28 nov. 2014 24-27 mars/23-26 juin 2015
Groupe 2	18-21 nov. 2014 17-20 mars/30 juin-3 juil. 2015
Groupe 3	4-7 nov. 2014 3-6 mars/2-5 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014) 1 590 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tout public.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de travail type Windows.

Ce stage vous permettra de maîtriser l'interface Access 2007 et ses nouveautés. Il vous donnera toutes les bases nécessaires à la gestion d'une base de données en vous apprenant l'utilisation des différents objets et leurs enchaînements logiques.



Réf :	MBC
Durée :	4 jours
Paris	21-24 oct./25-28 nov. 2014 15-18 déc. 2014 6-9 janv./3-6 fév. 2015
Groupe 1	25-28 nov. 2014 24-27 fév./21-24 avril 2015
Groupe 2	18-21 nov. 2014 24-27 fév./7-10 avril 2015
Groupe 3	10-13 fév./14-17 avril 2015 16-19 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014) 1 590 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Tout public.

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement de type Windows.

**» Introduction à Access**

- Le vocabulaire d'une base de données.
- Rôle de chaque type d'objets.

**Démonstration** Présentation des objets de la base.

**» Création et alimentation de tables**

- L'onglet Créer dans une base Access.
- Propriétés des champs et création de la clé primaire.
- Saisie et déplacement d'enregistrements.
- Génération de filtres et de tris sur les lignes.

**Travaux pratiques** Créer une table, ajouter champs et clé primaire. Alimenter la table. Utiliser les filtres.

**» Relations entre deux tables**

- Jointures entre tables.
- Désigner les champs en relation.

**Travaux pratiques** Lier deux tables.

**» Les requêtes sous Access**

- Sélection simple, paramétrée.
- Gérer des calculs, extraire des données.
- Gestion des requêtes Action (ajout, modification, suppression et création de table).
- La requête Analyse croisée.

**Travaux pratiques** Extraire des données. Utiliser les requêtes paramétrées et les requêtes Action.

**» Les formulaires**

- Gestion de formulaires en mode colonne et tabulaire.
- Description des objets et de leurs propriétés dans un formulaire.
- Création d'un formulaire avec sous-formulaire et principes de création de boutons de déplacement.

**Travaux pratiques** Créer un formulaire. Appeler un sous-formulaire, un état, à partir d'un bouton.

**» Les états**

- Création à partir de table, requête.
- Le mode Etat et la gestion des objets.
- Présentation personnalisée de l'état.
- Regroupement avec calculs, statistiques.

**Travaux pratiques** Créer un état simple, modifier sa mise en forme et sa mise en page. Ajouter des calculs et statistiques personnalisés à un état.

**» Données externes, utilitaires**

- L'onglet des données externes.
- Import de données Excel. Fusion avec Word.
- Compactage, tables liées, analyse. Mot de passe à l'ouverture.

**Travaux pratiques** Importer un fichier texte/Excel et créer une nouvelle base de données. Sécuriser la base.



Ce stage vous permettra de vous perfectionner sur Access 2007. Vous apprendrez à réaliser des requêtes avancées (paramétrées, avec calculs, multitable, actions...), ainsi que des formulaires et états interactifs. Vous verrez les différents types de jointures et comment transférer des données par import et export.



Réf :	MBJ
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./12-14 nov. 2014 15-17 déc. 2014 13-15 janv./9-11 fév. 2015
Prix :	1 180 € HT (prix 2014) 1 280 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Tout utilisateur d'Access souhaitant pratiquer les fonctionnalités avancées de cet outil.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'Access 2007. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Maîtriser Access 2007, niveau 1" (réf. MBC).

**» Les requêtes de sélection avancées**

- Les requêtes paramétrées simples et complexes.
- Rappel sur les relations et les jointures.
- Rappel sur les clés primaires et étrangères.
- Les requêtes multi-tables.
- Les requêtes de non-correspondance et de recherche de doublons.

**» Les requêtes avancées de mise à jour**

- L'onglet "Créer" d'Access 2007. Les requêtes action d'ajout, mise à jour et suppression.
- La requête de création de table.

**Travaux pratiques** Fusion de tables. Modification et suppression de données dans une table. Création de tables à l'aide de requêtes action.

**» Les enchaînements de requêtes**

- Pourquoi enchaîner des requêtes ?
- Travaux pratiques** Utilisation d'une requête de création de table pour réaliser une analyse croisée.

**» Les formulaires**

- Création de formulaires en mode "création".
- Utilisation des contrôles externes.
- Les différentes propriétés du formulaire, des contrôles et des objets.
- Le principe de l'enchaînement de deux formulaires.
- Création d'un formulaire avec sous-formulaire intégré.

**Travaux pratiques** Formulaire de consultation ou de modification avec intégration de cases à cocher et de listes déroulantes. Création d'un formulaire de détail avec sous-formulaire.

**» Les états**

- Les niveaux de regroupement dans les états Access.
  - Création d'un état complexe avec regroupements et affichage et gestion des en-têtes et des pieds de page.
  - Créer un état pour impression d'étiquettes.
- Travaux pratiques** Réalisation d'états complexes.

**» Communication entre Access et les autres produits**

- L'onglet des "données externes". Importation de fichier de type texte ou une base de données Excel.
  - Exportation d'un résultat de requête sous Excel avec et sans l'utilisation des actualisations des données.
  - Fusion d'un document Word avec une base Access.
- Travaux pratiques** Récupération d'un fichier .txt en table. Exporter des données Access vers Excel.

**» Les macros-commandes d'Access**

- La programmation sous Access.
- Les actions programmables en macros.
- La structure de programmation.
- Les modes d'exécution des programmes de macros-commandes.

# Word, PowerPoint et autres outils

Word, PowerPoint et Outlook sont des outils utilisés au quotidien dans les entreprises. Pourtant, certaines fonctionnalités conçues pour améliorer l'efficacité restent peu ou pas utilisées. Dans ce domaine, Orsys propose des formations très opérationnelles qui couvrent tous les besoins et tous les niveaux de compétence.

## » Word »

**Word 2013, prendre en main les fonctions les plus utiles** **B**  
1 j - PUF - p.518

**Word 2013, perfectionnement** **B**  
2 j - PAF - p.518

**Word 2010, prise en main** **B**  
1 j - MWO - cf@

**Best** **Word 2010, perfectionnement** **B**  
2 j - MWB - p.519

**Word 2010, développer des applications en VBA, niveau 1**  
4 j - WDA - cf@

**Word 2007, perfectionnement** **B**  
2 j - WOB - p.519

## » PowerPoint »

**PowerPoint 2013, prise en main**  
1 j - DPT - p.520

**PowerPoint 2013, créer vos documents et présentations**  
2 j - PDP - p.520

**PowerPoint 2013, perfectionnement**  
2 j - PDO - cf@

**PowerPoint 2010/2007, prise en main**  
1 j - DPP - cf@

**Best** **Maîtriser PowerPoint 2010** **B**  
2 j - MON - p.521

**PowerPoint 2010, perfectionnement**  
2 j - OIN - p.521

**Maîtriser Powerpoint 2007** **B**  
2 j - POT - cf@

**PowerPoint 2007, perfectionnement**  
2 j - ONI - cf@

## » Outlook »

**Outlook 2013, communiquer plus efficacement**  
1 j - LMO - p.522

**Maîtriser Outlook 2010**  
1 j - MOL - p.522

**Outlook 2010, perfectionnement**  
1 j - OLP - cf@

## » Autres outils »

**MS Dynamics CRM 2013, gestion des ventes** **Nouveau**  
1 j - GDV - cf@

**Google Adwords, optimiser vos campagnes** **Nouveau**  
1 j - GAW - p.444

**Google Analytics, analyser les statistiques de vos sites**  
2 j - LYT - p.445

**Google Apps, utilisateur**  
2 j - GAP - p.506

**Google Apps, administrateur**  
2 j - GOA - cf@

**Office 365, prise en main**  
2 j - OFC - p.506

**Office 365, administrateur** **Nouveau**  
2 j - FIC - cf@

**Publisher 2013, créer des publications professionnelles**  
2 j - ISH - p.528

517



Ce stage vous permettra de maîtriser les fonctions de base du traitement de texte Word 2013. Vous découvrirez la nouvelle interface, verrez comment créer et présenter des documents simples, de type lettres et petits rapports et comment gérer leur impression.

### »» Présentation du logiciel

- L'interface de Word 2013.
- Le ruban, le menu Backstage.
- Les onglets et les groupes de commandes.
- Les lanceurs de boîtes de dialogue.
- Personnaliser la barre d'outils.
- La règle et les marques de la règle.
- Les différents modes d'affichage et la barre de zoom.

**Travaux pratiques** Découverte et prise en main des outils de Word 2013.

### »» Créer et sauvegarder un document simple

- Créer un nouveau document.
- Saisir et corriger le texte.
- Sélectionner du texte, les différents modes de sélection.
- Se déplacer dans un document.
- Enregistrer un document.

**Travaux pratiques** Créer un nouveau document, saisir du texte, apporter des modifications, apprendre à sélectionner du texte. Enregistrer le document.

### »» Manipulations, recherche et correction

- La copie, le déplacement et la suppression.
- Les options de collage et aperçu avant collage.
- Les options de correction automatique.
- La Recherche/Remplacement.

**Travaux pratiques** Apprendre à copier et déplacer un texte, un paragraphe. Comprendre les options de collage.

Utiliser l'outil correction automatique et rechercher/remplacer un texte.

### »» Mise en forme et présentation

- Mise en forme des caractères.
- Alignement des paragraphes.
- Modifier les marges, l'interligne et les espacements.
- Encadrer une sélection.
- Appliquer une trame de fond.
- Poser des tabulations.

**Travaux pratiques** Apprendre à soigner la présentation du document : souligner un texte, encadrer un titre et appliquer une trame de fond. Apprendre à utiliser et gérer les tabulations.

### »» Présenter une énumération

- Utiliser une liste numérotée.
- Utiliser une liste à puces.
- Insérer des caractères spéciaux.

**Travaux pratiques** Appliquer une liste à puces et une liste numérotée. Insérer des caractères spéciaux.

### »» Mise en page et impression

- Options de mise en page du document.
- Numérotation des pages.
- Aperçu avant impression.
- Paramétrage de l'impression.
- L'impression du document.

**Travaux pratiques** Travailler la mise en page du document : orientation de la page, marges. Faire un aperçu et imprimer le document.



Réf :	PUF
Durée :	1 jour
Paris	21 nov. 2014 16 janv./20 mars 2015 18 mai 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014) 630 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### »» PARTICIPANTS

Tout public.

#### »» PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.

Ce cours vous apprendra à créer des documents évolués à l'aide des fonctions avancées de Word 2013. Il vous permettra également de maîtriser les fonctions de gestion de longs documents et l'intégration de données venant d'autres logiciels du Pack Office.

### »» Mise en page avancée, modèles, styles

- Créer et personnaliser les styles.
- Formats de paragraphes, tabulations, bordures.
- Numérotation des pages.
- Enregistrer le document en tant que modèle.

**Exercices** Créer et appliquer des styles, mettre en page et enregistrer le modèle.

### »» Insertions automatiques et outils de correction

- Créer et utiliser des insertions automatiques.
- Personnaliser l'espace QuickPart. La correction automatique.

**Exercices** Créer des insertions automatiques, gérer le contenu du QuickPart.

### »» Tableaux et objets externes

- Insérer un tableau et appliquer un style.
- Insertion lignes/colonnes, fractionnement et fusion.
- Alignements, largeur des colonnes, hauteur des lignes.
- Insérer un SmartArt, des filigranes, une image.

**Exercices** Manipuler un tableau et son contenu. Insérer une image et personnaliser les options d'habillage.

### »» Concevoir des documents longs et structurés

- Les sauts de section complexes. En-têtes et pieds de page. Les notes de bas de page.
- Les légendes. Les signets et renvois.

**Exercices** Insérer des sauts de section. Créer des en-têtes, pieds de pages, signets et renvois.

### »» Mode plan et table des matières

- Travailler en mode plan.
- Définir les niveaux hiérarchiques des titres.
- Appliquer une numérotation hiérarchique.
- Insérer une table des matières et des illustrations.

**Exercices** Structurer un document en mode plan et numéroter les titres. Insérer une table des matières.

### »» Conception de formulaires

- Définir le texte générique et les zones à remplir.
- Insérer une liste déroulante, des cases à cocher.
- Protéger un formulaire.

**Exercices** Créer un formulaire, le protéger.

### »» Publipostage et étiquettes

- Fusion de lettres, d'enveloppes ou d'étiquettes.
- Insertion de mots-clés dans le document.
- Paramétrer la fusion. Fusion vers l'imprimante.

**Exercices** Créer une lettre type, insérer les champs. Imprimer des étiquettes.

### »» Révision et partage de documents

- Activer le suivi des modifications.
- Comparer deux versions de documents.
- Verrouiller le suivi avec mot de passe.
- Enregistrer un document au format PDF et XPS.
- Partager des fichiers sur SkyDrive.

**Exercices** Réviser et suivre les modifications d'un document.



Réf :	PAF
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 15-16 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

#### »» PARTICIPANTS

Utilisateurs de Word souhaitant améliorer la présentation de leurs documents et maîtriser les nouvelles fonctionnalités de la version 2013.

#### »» PREREQUIS

Bonnes connaissances de Word 2013 ou connaissances équivalentes à celles apportées par le cours "Word 2013, prendre en main les fonctions les plus utiles" (Réf. PUF).  
»» Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Ce cours vous apprendra à automatiser les principales tâches de création et modification de texte avec Word. Il vous rendra également autonome en P.A.O. afin de soigner la présentation des documents et l'intégration de données venant d'autres logiciels du Pack Office.

## » Mise en forme avancée et styles

- Les formats de paragraphes, les tabulations.
- Les bordures de texte, de paragraphe.
- Les listes à puces et numérotées.
- Définir des styles de mise en forme.

**Travaux pratiques** Créer des styles personnalisés.

## » Les insertions automatiques : le QuickPart

- Créer des insertions automatiques.
- Personnaliser les insertions automatiques.
- Les outils de correction automatique et de traduction.

**Travaux pratiques** Créer des automatismes de saisie de texte.

## » Création et présentation des tableaux

- Les différents modes de création.
- La gestion des cellules : fractionnement et fusion.
- Les outils de présentation du tableau.
- L'alignement vertical et horizontal du texte.

**Travaux pratiques** Créer et mettre en forme un tableau en utilisant les styles de tableaux et de cellules.

## » Conception de documents longs et structurés

- Les sauts de page. Les sauts de section complexes.
- En-têtes et pieds de page.
- Les notes de bas de page.
- Les signets.
- Les renvois.
- Numérotation des pages.
- Les marges et l'orientation.

- Créer une table des matières.

**Travaux pratiques** A partir d'un texte long, le structurer et en faciliter la lecture.

## » Le mode Plan

- Concepts et fenêtre de travail.
- Créer un plan avec les styles prédéfinis.
- Appliquer une hiérarchisation.
- Personnaliser la numérotation des titres du plan.

**Travaux pratiques** Organiser les niveaux hiérarchiques de titres du document grâce au mode plan.

## » Conception de formulaires

- Définir le texte générique et les zones à remplir.
- Insérer une liste déroulante, des cases à cocher.

**Travaux pratiques** Manipulations des contrôles de formulaires.

## » Production en masse et publication de document Word.

- Fusions de lettres, d'enveloppes ou d'étiquettes.
- Insertion de mots-clés dans le document principal.
- Paramétrage de la fusion, options de requêtes.
- Fusion vers l'imprimante.
- Conversion du format d'un document.

**Travaux pratiques** Créer un modèle de lettre type et préparer une diffusion en masse de lettres en utilisant le publipostage. Enregistrer un document au format PDF et XPS.



Réf :	MWB
Durée :	2 jours
Paris	13-14 oct./4-5 déc. 2014 23-24 mars/25-26 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » PARTICIPANTS

Utilisateurs de Word souhaitant améliorer la présentation de leurs documents et maîtriser les nouvelles fonctionnalités de la version 2010.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de Word 2010. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Maîtriser Word 2010" (réf. MWO).

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

# Word 2007, perfectionnement

Ce stage vous apprendra à automatiser vos principales tâches de secrétariat par l'utilisation de fonctionnalités avancées du traitement de texte Word, en version 2007. Il vous montrera également les fonctions de P.A.O. de Word ainsi que l'intégration de données venant d'autres logiciels du Pack Office.

## » Mise en page d'un document

- Les nouveautés de Word 2007. La nouvelle interface. Le Ruban, les thèmes. Le bouton Microsoft Office.
- Mise en page d'un document. Formats de paragraphes, tabulations, bordures.

- Listes à puces et numérotées. Marges, orientation et sauts de page. En-tête, pied de page et numérotation des pages.
- Rappels sur les outils de mise en forme rapide. Les insertions automatiques.

## » Les styles et les modèles

- Création, modification et utilisation des styles.
- Style et mise en forme.
- Création, modification et utilisation des modèles.

## » Les tableaux

- Les différents modes de création.
- La gestion des cellules : scission et fusion.
- La présentation du tableau.
- L'alignement vertical et horizontal du texte.
- Convertir un tableau en texte/un texte en tableau.
- Trier les données.

## » Mise en page de textes longs

- Les sauts de section complexes.
- En-têtes et pieds de page personnalisés.
- En-têtes et pieds de page différents.

- Les notes de bas de page, les signets.
- Les renvois.
- Insérer une page de garde.

## » Le mode Plan

- Concepts et fenêtre de travail.
- Créer un plan avec les styles prédéfinis.
- Appliquer une hiérarchisation.
- Personnaliser la numérotation des titres du plan.

## » La table des matières interactive

- Créer une table des matières avec les styles prédéfinis.
- Modifier la table des matières.

## » Intégration d'objets externes

- Insérer des dessins et des filigranes. Insérer une zone de texte.
- Insérer et travailler des images. Gérer les objets insérés.

## » Le publipostage

- Création des données, utilisation de données existantes.
- Fusions de lettres, d'enveloppes ou d'étiquettes.
- Insertion de mots-clés dans le document principal.
- Paramétrage de la fusion, options de requêtes.
- Fusion vers l'imprimante.



Réf :	WOB
Durée :	2 jours
Paris	13-14 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

## » PARTICIPANTS

Utilisateurs de Word souhaitant améliorer la présentation de leurs documents et maîtriser les nouvelles fonctionnalités de la version 2007

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances du logiciel MS Word 2007.

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

PowerPoint est un outil incontournable pour la création de présentations. Ce stage vous permettra de découvrir PowerPoint 2013 et de débiter efficacement avec ce logiciel. Vous apprendrez à personnaliser l'interface, insérer et modifier du texte, gérer des graphiques et concevoir vos premières présentations.

### » Introduction

- Les principes pour réussir sa communication.
- Les apports de PowerPoint.

### » Présentation de PowerPoint

- Le ruban, les onglets, les groupes de commandes.
- La barre d'outils Accès rapide, le lanceur de boîtes.
- Personnaliser son environnement. La règle, la grille, les repères.
- Les différents modes d'affichage.
- Utiliser le mode Présentateur sur un seul moniteur.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'interface.*

### » Créer une nouvelle présentation

- Créer une présentation. Appliquer et varier un thème.
- Insérer une diapositive, choisir une disposition.
- Personnaliser la ligne graphique : utiliser les dispositions.
- Zoomer dans une diapositive.

**Travaux pratiques** *Créer une présentation et utiliser un thème.*

### » Saisie et modification du texte

- Insérer une zone de texte, saisie et modification.
- Modifier l'alignement, l'interligne, les espacements.
- Appliquer un style rapide, un effet.

**Travaux pratiques** *Insérer une zone de texte. Modifier les attributs du texte.*

### » Formes, images et diagrammes

- Insérer, modifier une forme.
- Attribuer des couleurs, un style et des effets.
- Saisir un texte dans une forme.
- Insérer une image.
- Utilisation des repères actifs.
- Fusion de formes.
- Utilisation de la pipette de correspondance de couleurs.

**Travaux pratiques** *Insérer des formes et images, appliquer des effets.*

### » Diaporama et impression

- Animer un texte, un objet. Modifier les paramètres des animations.
- Aperçu avant impression, les modes d'impression.

**Travaux pratiques** *Animer un titre, une forme et créer des effets de transition.*



Réf :	DPT
Durée :	1 jour
Paris	24 nov. 2014 2 mars/15 juin 2015
Prix :	530 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.



Ce stage vous apprendra à créer des présentations attractives avec PowerPoint 2013. Après la découverte de son interface, vous apprendrez à concevoir et partager des diaporamas et à personnaliser la ligne graphique de vos documents afin d'assurer une meilleure communication auprès de vos interlocuteurs.

### » Introduction

- Les principes pour réussir sa communication.
- Les apports de Powerpoint.

### » Présentation de PowerPoint

- Le bouton Office, le menu Backstage.
- Le ruban, les onglets, les groupes de commandes.
- La barre d'outils Accès rapide, le lanceur de boîtes.
- Personnaliser son environnement. La règle, la grille, les repères. Les différents modes d'affichage.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'interface.*

### » Créer une nouvelle présentation

- Créer une présentation. Appliquer et varier un thème.
- Insérer une diapositive, choisir une disposition.
- Personnaliser la ligne graphique : utiliser les masques.

**Travaux pratiques** *Créer une présentation. Utiliser un thème. Insérer des diapositives.*

### » Saisie et modification du texte

- Insérer une zone de texte, saisie et modification.
- Modifier l'alignement, l'interligne, les espacements.
- Appliquer un style rapide, un effet.
- Insérer une liste numérotée, une liste à puces.

**Travaux pratiques** *Insérer une zone de texte. Modifier les attributs du texte. Insérer des puces, une numérotation.*

- Insérer une image, un plan.
- Maîtriser les nouveaux outils d'images.
- Créer un processus simple à l'aide des formes.
- Insérer un process, un organigramme SmartArt.

**Travaux pratiques** *Insérer des formes et images, appliquer des effets. Aligner, grouper et dissocier.*

### » Tableaux et objets externes

- Insérer un tableau et appliquer un style.
- Insérer/supprimer lignes et colonnes.
- Fusionner/fractionner des cellules, modifier les alignements. Insérer un tableau, un graphique Excel.

**Travaux pratiques** *Insérer un tableau, appliquer un style, fusionner et fractionner des cellules.*

### » Diaporama et impression

- Animer un texte, un objet. Modifier les paramètres des animations. Paramétrer les transitions.
- Aperçu avant impression, les modes d'impression.
- Optimiser les options d'impression.

**Travaux pratiques** *Animer un titre, une forme et créer des effets de transition. Préparer l'impression.*

### » Diffuser et partager le diaporama

- Enregistrer au format PDF.
- Partager une présentation sur Microsoft SkyDrive.



Réf :	PDP
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 15-16 janv./19-20 mars 2015 18-19 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.

Ce stage vous permettra de maîtriser l'interface PowerPoint 2010 et ses nouveautés. Vous apprendrez à concevoir des présentations claires et attractives afin d'assurer une meilleure communication avec vos interlocuteurs (affiche, plaquette, lettre d'information, catalogues).

## » Introduction

- Réussir sa communication.
- Les principes du travail collaboratif.

## » Présentation de PowerPoint

- La nouvelle interface. Prise en main des onglets et des groupes de commandes. Le menu "Backstage".
- Barre d'outils accès rapide et ruban. Personnalisation.
- Gestion des zones de travail de l'affichage Normal.

**Travaux pratiques** Manipulation et prise en main de la nouvelle interface.

## » Définir une ligne graphique

- Apporter une cohérence visuelle : appliquer un thème.
- Modifier les couleurs, polices et effets de thème.
- Personnaliser la ligne graphique : utiliser les masques.

**Travaux pratiques** Créer une nouvelle présentation. Créer un masque. Insertion d'un logo dans le masque.

## » Saisie et modification du texte

- Les titres, les listes numérotées, les listes à puces.
- Gérer la disposition du texte, les alignements, les interlignes, les espacements, les tabulations.
- Dessiner et modifier une forme. Taille, position, couleurs, ombres.

**Travaux pratiques** Renseigner les zones de texte d'une diapositive. Modifier l'apparence du texte.

## » Images, diagrammes et Process SmartArt

- Insérer un organigramme/un process.
- Modifier la disposition, les styles, la couleur.
- Insérer et gérer les puces dans une forme.
- Insérer une image. Le nouveau jeu d'outils d'images.

**Travaux pratiques** Intégrer un diagramme à l'aide des SmartArt. Manipuler les outils de mise en forme.

## » Tableaux et objets externes

- Insertion/suppression de lignes et de colonnes.
- Fusionner/fractionner des cellules.
- Présenter le tableau. Utiliser les styles rapides.

**Travaux pratiques** Manipuler des tableaux. Insérer divers éléments.

## » Impression et projection de la présentation

- L'aperçu avant impression. Les différents modes d'impression. Optimiser l'impression.
- Définir des effets de transition. Animer le texte, les objets. Exécuter le diaporama.
- Diffusion d'une présentation sur Internet : le bouton "Broadcast Slide Show".

**Travaux pratiques** Mise en page et impression d'une présentation. Animer les objets et les transitions. Projeter le diaporama.



Réf :	MON
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 5-6 fév./5-6 mai 2015
Groupe 1	13-14 nov. 2014 12-13 fév./12-13 mai 2015
Groupe 2	6-7 nov. 2014 19-20 fév./21-22 mai 2015
Groupe 3	20-21 nov. 2014 26-27 fév./28-29 mai 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014) 990 € HT (option blended)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Tout public.

### » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# PowerPoint 2010, perfectionnement

Vous apprendrez dans ce cours à maîtriser les fonctions avancées de PowerPoint 2010. Vous verrez comment définir une ligne graphique, élaborer des présentations créatives et professionnelles basées sur des objets multimédias et les préparer pour la projection ou la publication Web.

## » Personnaliser son environnement et améliorer sa productivité

- Ajouter de nouvelles langues et polices.
- Gérer son dictionnaire, traduire du texte.
- Les raccourcis utiles.
- Travailler en mode collaboratif sur une présentation.

**Travaux pratiques** Utilisation des options avancées.

## » Maîtriser les masques de diapositive

- Les masques de diapositive et masques de document.
- Répéter un élément sur les diapositives.
- Créer des dispositions.
- Utiliser plusieurs masques de diapositive.
- Mettre en forme ses masques.

**Travaux pratiques** Mise en application de différents types de masques sur la présentation.

## » Personnaliser sa présentation

- Utiliser des images en arrière-plan.
- Thèmes et arrière-plan.
- Différence entre modèles et thèmes.
- Créer et exploiter des modèles.

**Travaux pratiques** Créer, modifier et appliquer des modèles de présentation et des thèmes de mise en forme.

## » Gestion avancée des objets graphiques (SmartArt et formes)

- Les différents SmartArt spécifiques.
- Faire pivoter, animer des textes dans un SmartArt.
- Décrire, animer un SmartArt.

- Convertir un texte/une image en SmartArt.

**Travaux pratiques** Utilisation de plusieurs smartArt.

## » Gestion avancée des images

- Insertion d'images (clipart, sites Web...).
- Appliquer des effets (transparence, rotation 3D...).
- Optimiser la taille (réduction, rognage, poids image).
- Créer ses propres images.

**Travaux pratiques** Rechercher et améliorer des images.

## » Gestion des objets multimédias : audios, vidéos, images animées (GIF)

- Formats compatibles avec PowerPoint.
- Optimiser la qualité de lecture.
- Couper un extrait ou repérer un passage (signet).
- Optimiser l'impression et les options d'impression.

**Travaux pratiques** Intégrer et modifier des vidéos.

## » Améliorer le dynamisme de la présentation

- Créer un lien sur un texte/un objet.
- Créer des liens de navigation entre diapositives.
- Minuter et tester les animations.

**Travaux pratiques** Créer plusieurs animations sur des objets et les orchestrer entre elles (ordre et durée).

## » Diffuser sa présentation

- Afficher ses commentaires en mode privé.
- Publier sur le Web.
- Les formats de publication (vidéo, package CD, XML).

**Travaux pratiques** Préparer des packages de présentation à diffuser dans plusieurs formats.



Réf :	OIN
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 22-23 janv./23-24 mars 2015 25-26 juin 2015
Prix :	890 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Concepteurs de présentations élaborées, souhaitant acquérir une méthode de travail leur permettant d'exploiter toutes les fonctionnalités du produit.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances de PowerPoint 2010 ou connaissances équivalentes à celles apportées par le cours "Maîtriser PowerPoint 2010" (réf. MON).

>> Testez vos connaissances : [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)

Ce cours vous permettra de prendre en main l'ensemble des outils proposés par Outlook 2013. Vous apprendrez à gérer vos courriers électroniques, à les classer, à les rechercher efficacement ainsi qu'à gérer vos contacts, organiser vos rendez-vous et planifier vos différentes activités.

### » Présentation d'Outlook 2013

- Les nouveautés d'Outlook 2013.
  - Présentation de l'interface et de la zone de travail.
- Démonstration** Description de l'outil et navigation à travers les dossiers.

### » Configurer les options d'Outlook

- Personnaliser Outlook, les affichages.
  - La nouvelle barre de navigation.
  - Les options des messages et de la messagerie.
- Travaux pratiques** Parcourir les options de base.

### » Gérer l'envoi de courrier

- Composition et mise en forme d'un message.
  - La saisie semi-automatique des adresses.
  - Définir les options d'un message.
  - Utiliser des signatures.
  - Insérer une pièce jointe, un élément ou un objet.
- Travaux pratiques** Créer un nouveau message, insérer une pièce jointe et une signature.

### » Gérer la réception de courrier

- Les symboles de la boîte de réception.
- Répondre, transférer à partir du volet de lecture.
- Classer par expéditeur, par catégorie.
- Créer un dossier personnel et modifier l'ordre des dossiers.
- Copier, déplacer, archiver, supprimer les messages.
- La barre "recherche rapide" et les dossiers de recherche.

**Travaux pratiques** Lecture des messages, aperçu. Répondre et transférer un message.

### » Gestion avancée de la messagerie

- Créer des règles de gestion automatique des messages.
  - Utiliser les indicateurs de suivi et les codes couleurs.
  - Le gestionnaire d'absence avec messages ciblés.
  - Nettoyage de la boîte aux lettres.
  - Les fonctions rapides "QuickSteps".
  - Partager un dossier de messagerie.
- Travaux pratiques** Mise en œuvre du gestionnaire d'absence. Mise en forme conditionnelle des messages.

### » Gérer son calendrier

- Personnaliser l'affichage du calendrier.
  - Créer un RDV, paramétrer la périodicité.
  - Déplacer, supprimer, modifier la durée d'un RDV.
  - Organiser une réunion, vérifier la disponibilité des participants.
  - Partager un calendrier.
- Travaux pratiques** Organiser une réunion.

### » Gérer ses contacts, tâches et notes

- Créer et gérer les contacts.
  - Créer et assigner une tâche.
- Travaux pratiques** Créer et suivre une tâche. Créer un contact, une liste de distribution, envoyer un message à une liste.



Réf : LMO

Durée : 1 jour

Paris 14 nov. 2014  
9 fév. 2015/22 mai 2015

Prix : 530 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Tout public.

**» PREREQUIS**

Connaissances de base de l'utilisation d'un environnement Windows.



# Maîtriser Outlook 2010

Ce cours vous permettra de prendre en main l'ensemble des outils proposés par Outlook 2010. Vous apprendrez à gérer vos courriers électroniques, à les classer et à les rechercher efficacement ainsi qu'à gérer vos contacts, organiser vos rendez-vous et planifier vos différentes activités.

### » Présentation du produit

- La fenêtre et les nouveautés d'Outlook 2010.
- Présentation de la zone de travail.

### » Configurer les options d'Outlook

- Personnaliser l'affichage des messages.
  - Les options de messagerie.
- Travaux pratiques** Navigation dans Outlook 2010.

### » Gérer l'envoi de son courrier

- Composition et mise en forme d'un message simple.
- La saisie semi-automatique des adresses.
- Définir les options d'un message.
- Utilisation des signatures.
- Le bouton Options.
- Insérer une pièce jointe, un élément ou un objet.

### » Gérer la réception de son courrier

- Les symboles de la boîte de réception.
  - Lire ses messages : aperçu partiel/volet de lecture.
  - Le classement par expéditeur.
  - L'affichage des messages non lus.
  - Répondre aux messages, transférer les messages.
  - Imprimer les messages.
- Travaux pratiques** Envois de mails avec bouton de vote, accusé de lecture et pièce jointe.

- Utiliser les indicateurs de tâches.
- Les codes couleurs.
- Classer par catégories.
- Copier, déplacer, archiver, supprimer les messages.

### » Options avancées de messagerie

- Le gestionnaire d'absence avec messages ciblés.
  - Nettoyage de la boîte aux lettres.
  - Les fonctions rapides "QuickSteps".
- Travaux pratiques** Faire une recherche, création de dossiers, création d'une règle suite à l'activation de son gestionnaire d'absence.

### » Gérer son calendrier

- Personnaliser l'affichage du calendrier.
  - Créer un RDV, créer un RDV périodique.
  - Rechercher des éléments.
- Travaux pratiques** Organiser une réunion, visualiser la disponibilité des participants.

### » Gérer ses contacts/tâches/notes

- Créer et gérer les contacts.
  - Créer et assigner une tâche.
- Travaux pratiques** Créer une tâche, créer un nouveau contact, créer une liste de distribution, créer et personnaliser une note.



Réf : MOL

Durée : 1 jour

Paris 20 oct./8 déc. 2014  
9 fév./27 avril 2015  
12 juin 2015

Prix : 530 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**

Tout public.

**» PREREQUIS**

Aucune connaissance particulière.

# g raphisme et M ultimédia

» PAO, CAO

p. 525

» Image, vidéo, animation

p. 537

523

Sharepoint

illustration

3d

P hotoshop  
vidéo

After Effect

publication

pour tablettes

mise en page

# Nos experts en Graphisme et multimédia

Titulaire d'un master de linguistique-informatique de la Sorbonne-Nouvelle, »

» **Roxane ANQUETIL** » travaille en tant que consultante depuis 2009 et a développé des applications web pour de nombreuses entreprises. Elle s'est spécialisée sur les applications permettant de traiter rapidement de grandes masses de données. Elle développe notamment un générateur permettant de créer des catalogues produits. Chez Orsys, elle anime les formations web et profite de son bagage de consultante/développeuse pour les enrichir de son expérience.



» **Philippe LARRIVE** » travaille depuis 15 ans dans le milieu de l'édition et de la publicité (agences de communication, studios de création...) et intervient dans la réalisation de tout type de document papier : annonces pub, dépliants, affiches, catalogues... En parallèle, il forme en entreprise sur les logiciels XPress, InDesign, Illustrator et Photoshop.

Spécialiste CAO/DAO et PAO, » **Haissem BENACHOUR** » est titulaire d'un DEA en informatique graphique. Après avoir travaillé pour l'Institut d'Urbanisme de Paris et la société cartographique de France, il est devenu conseil indépendant auprès notamment du Ministère de l'Équipement, Lafarge Coppee, EDF-GDF, Groupe Usine nouvelle... Il est aussi spécialiste en équipement informatique de la chaîne graphique.

Au sein de la société Sealskin Production qu'il a fondée, » **Julien DULOUTRE** » partage son temps entre la production vidéo (tournage et montage), la formation pour le compte de centres multimédias en France et à l'étranger et la coordination TV, notamment lors d'événements sportifs internationaux. Il est instructeur certifié Adobe Premiere Pro et Adobe Encore. Il a publié des tutoriels vidéo « Apprendre Adobe Premiere Elements » versions 8 et 10.

# PaO

# CaO

Orsys propose des formations très concrètes dans les domaines de la PAO/CAO, à la croisée des chemins entre savoir-faire métiers et utilisation des outils. Les cursus Orsys permettent d'atteindre différents niveaux de spécialisation et couvrent un très large spectre d'applications.

## » CAO/DAO : AutoCAD »

**AutoCAD 2014/2013 2D, prise en main**  
3 j - TAU - p.531

**AutoCAD 2014/2013 2D, perfectionnement**  
2 j - TUP - p.531

**AutoCAD 2014/2013 3D, prise en main**  
3 j - TDP - p.532

**AutoCAD 2014/2013 3D, perfectionnement**  
2 j - TDU - p.532

**AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 2D**  
3 j - AUT - p.533

**AutoCAD 2010, perfectionnement, fonctions 2D**  
2 j - TOP - p.533

**AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 3D**  
3 j - TUA - p.534

**AutoCAD 2010, perfectionnement, fonctions 3D**  
2 j - TOD - cf@

**AutoCAD® Map 3D, CAO et intégration de données cartographiques/SIG **Nouveau****  
4 j - TDM - p.535

**AutoCAD® Electrical, conception de schémas électriques **Nouveau****  
3 j - TDL - p.535

## » CAO/DAO : Turbocad, Autocad, Catia, SolidWorks »

**Autocad Mechanical, prise en main**  
5 j - ECH - cf@

**Turbocad, prise en main**  
3 j - TUR - cf@

**CATIA v6, conception et assemblage de pièces 3D **Nouveau****  
4 j - TID - cf@

**SolidWorks 2013, conception de produits industriels en 2D et 3D **Nouveau****  
4 j - LIW - cf@

## » Edition/PAO : InDesign, Quark XPress... »

**Maîtriser Adobe Acrobat XI/X Pro**  
2 j - AOB - p.526

**Maîtriser Adobe Acrobat 9 Pro**  
2 j - ARO - cf@

**Best** **Créer vos publications avec InDesign, PhotoShop et Illustrator**  
5 j - ROF - p.526

**InDesign CC, les nouveautés **Nouveau****  
1 j - IDI - cf@

**Best** **InDesign CS6, prise en main**  
3 j - IND - p.527

**InDesign CS6, perfectionnement**  
2 j - IDN - p.527

**Quark XPress, initiation**  
3 j - XPR - cf@

**Quark XPress, perfectionnement**  
2 j - ARK - cf@

**Digital Publishing Suite CS6, publication pour tablettes et Smartphones**  
3 j - DIG - p.528

**Publisher 2013, créer des publications professionnelles**  
2 j - ISH - p.528

## » Création Web, SharePoint »

**Design d'un site Web**  
2 j - ITF - p.445

**Best** **Réaliser un site Web, pour non-informaticiens**  
3 j - NIW - p.446

**SharePoint 2013, utilisateur/contributeur**  
1 j - HAU - p.529

**SharePoint 2013, concepteur**  
2 j - HAI - p.529

**SharePoint 2010, utilisateur/contributeur**  
1 j - SUT - p.530

**Best** **Sharepoint 2010, concepteur**  
2 j - SHO - p.530

## » Modélisation 3D : SketchUp »

**SketchUp 2014, prise en main **Nouveau****  
3 j - GLE - p.536

**SketchUp 2014, perfectionnement **Nouveau****  
2 j - GEL - cf@

## » Diagrammes professionnels : Visio »

**Best** **Visio 2013/2010, prise en main**  
2 j - VSI - p.536

**Visio 2013/2010, perfectionnement**  
2 j - SIO - cf@

Nos programmes sont en constante évolution et mis à jour régulièrement sur notre site web ([www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)), n'hésitez pas à le consulter pour en connaître les dernières versions.

Ce cours vous permettra de maîtriser les fonctions de travail collaboratif, la création, la collecte et la diffusion de données. Il vous montrera comment rationaliser la gestion de documents avec Adobe Acrobat XI et X Pro et vous apprendra à structurer et protéger des informations différentes dans des portfolios PDF.

Réf :	AOB
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./4-5 déc. 2014 5-6 mars/4-5 juin 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**EXERCICES**  
Un total de 50% du temps sur la théorie et 50% de pratique sur poste stagiaire.

**PARTICIPANTS**  
Tout public.

**PREREQUIS**  
Connaissances de base de Windows ou MacOS.

» L'espace de travail

- Découverte de l'interface Acrobat X et XI.
- Zone de travail.
- Principaux outils.
- L'organiseur.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'outil. Les menus, la zone de travail, la visualisation des documents.*

» Création d'un fichier PDF

- Créer un PDF sur le poste utilisateur.
- Créer un PDF en ligne (les différentes possibilités).
- Avantages et inconvénients de la création en ligne.
- Best Practices pour la création du document PDF.
- Portfolio. Le porte-documents.
- Partager un portfolio.

**Travaux pratiques** *Utiliser Acrobat X/XI pour créer des PDF. Création d'un porte-documents.*

» Le travail collaboratif

- Partage des documents PDF.
- Révision multiple des documents PDF.
- Ajout des notes et commentaires sur un document PDF.
- Découverte d'acrobat.com.

**Travaux pratiques** *Création d'un document PDF et révision multiple avec ajout de notes. Création d'un compte sur acrobat.com.*

» Les formulaires

- Créer un formulaire (les différentes possibilités).
- Collecter les informations d'un formulaire.

- Diffuser les informations d'un formulaire.
- Exporter les données d'un formulaire vers un fichier Excel.

**Travaux pratiques** *Création, diffusion et collecte de données avec un formulaire.*

» Protection des documents

- Introduction à la protection des documents.
- Signature digitale.
- Protection ou certificat numérique.
- Autres possibilités de protection.
- Stratégies de sécurité.

**Travaux pratiques** *Protéger un fichier PDF.*

» Recherche et indexation

- La recherche avec Adobe Pro X/XI.
- Faire une recherche dans un document PDF (plusieurs centaines de pages).
- L'indexation avec Adobe Pro X/XI.
- Indexer un ensemble de documents.
- Optimiser les recherches par l'indexation.

**Travaux pratiques** *Indexation avec Adobe Pro X/XI.*

» Optimisation et impression des documents PDF

- Définition d'optimisation des documents.
- Optimisation des PDF en fonction de leur affectation.
- Création d'une stratégie pour gagner du temps.

**Travaux pratiques** *Créer un PDF et l'optimiser pour une révision par email, une impression numérique sur copieur couleur, une impression Offset.*



Ce cours vous apportera les connaissances essentielles pour utiliser les outils nécessaires à la réalisation de vos travaux de retouche d'images, de dessin vectoriel et de mise en page professionnelle, et ce pour une diffusion papier et numérique. Vous utiliserez notamment InDesign, Photoshop et Illustrator.

Réf :	ROF
Durée :	5 jours
Paris	3-7 nov. 2014 12-16 janv. 2015 30 mars-3 avril 2015
Prix :	2 050 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**PARTICIPANTS**  
Graphistes, maquettistes, illustrateurs en charge de la publication professionnelle des supports de l'entreprise. Assistantes et secrétaires qui ont à réaliser des mises en page élaborées.

**PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique.

» InDesign : la clé de voûte pour une mise en page professionnelle

- Notions de mise en page. Interface et espace de travail.
- Les repères de réglage. Personnalisation des menus.

**Travaux pratiques** *Découverte de l'interface et création d'espaces personnalisés.*

» Les blocs

- Types de blocs. Saisie et importation de textes.
- Lettrine, filets typographiques, tabulations, puces et numérotation. Vectorisation de texte.
- Insertion d'images. L'habillage d'un objet par du texte.

**Travaux pratiques** *Créer un dépliant deux volets.*

» Publication papier et publication numérique

- Rassemblement des fichiers liés. Configuration de la séparation des couleurs et quadrichromie.
- Exportation vers d'autres formats.
- Adapter un PDF pour le Web. Exporter en XHTML.

**Travaux pratiques** *Créer un PDF pour le Web.*

» Photoshop : la retouche d'image et le photomontage

- Présentation de Photoshop. La colorimétrie.
- L'image numérique. Résolutions et tailles d'images.
- La sélection : lasso, baguette magique, sélection par plage de couleur. Les calques.

**Travaux pratiques** *Création d'un photomontage.*

» Création, retouches et corrections

- Les outils de dessin et de retouche.
- Les transformations, symétrie, rotation.
- Les réglages de luminosité et de contraste.
- Les corrections de couleurs.

**Travaux pratiques** *Restauration d'une photo ancienne.*

» Illustrator: l'illustration vectorielle, complément incontournable au pixel

- Différence entre vecteurs et pixels.
- Principes du dessin vectoriel et caractéristiques d'un document Illustrator.
- Environnement. Espaces de travail.

**Travaux pratiques** *Découverte de l'interface et création d'espaces personnalisés.*

» Outils de dessin et de modification

- Outils de dessin. Outils Plume et outil Pinceau.
- Attributs (couleurs, motifs, dégradés,...).
- Déformations (rotations, homothéties, symétries...).
- Vectorisation de texte, texte libre, captif et curviligne.

**Travaux pratiques** *Créer une affiche publicitaire avec création de logo.*

» Formats et échanges pour l'impression et le Web

- Les formats d'enregistrement et les liens avec d'autres logiciels. Export au format PDF.
- Export vers InDesign. Enregistrer pour le Web.

Le logiciel InDesign® d'Adobe® est un puissant outil de mise en page qui s'intègre parfaitement aux autres produits Adobe® dédiés à l'impression ou au Web. Cette formation vous fera découvrir ses fonctionnalités et vous apprendra à les utiliser efficacement pour réaliser vos travaux de création.

## »» Prise en main du logiciel

- Notions de mise en page.
- Espace de travail.
- Règles et repères.
- Déplacements et zooms dans une page.

**Travaux pratiques** Découverte de l'interface. Créer un espace de travail.

## »» Le document

- Paramétrage d'un nouveau document.
- Modification des paramètres.
- Enregistrement d'un document.
- Différents formats de document.

**Travaux pratiques** Créer un nouveau document. En modifier les paramètres. Créer la couverture d'un ouvrage.

## »» Les blocs

- Les types de blocs.
- Les propriétés de blocs.
- Les couleurs.
- Les bordures des blocs.
- La gestion et organisation des blocs.
- Les notions sur les calques.

**Travaux pratiques** Gérer et positionner des blocs dans une page : reproduire une mise en page de différents blocs à partir d'un modèle. Modifier des blocs. Créer un flyer à partir d'un document existant.

## »» Les images

- Formats d'images reconnus dans InDesign.
- Import des images.
- Modification des images du bloc.
- Gestion des liens.

**Travaux pratiques** Mise en page d'une carte de correspondance. Création d'une planche contact.

## »» Le texte

- Saisie et importation de textes. Effets de texte curviligne. Gestion du texte.
- Mise en forme du texte. Formatage de la typographie. Formatage des paragraphes.
- Filets et tabulations. Habillage des blocs de texte.

**Travaux pratiques** Créer sa carte de visite. Mise en page d'un dépliant deux volets. Gérer des blocs de texte.

## »» Les tableaux

- Création d'un tableau.
- Import d'un tableau.
- Mise en forme d'un tableau.
- Propriétés d'un tableau.

**Travaux pratiques** Concevoir et importer des tableaux.

## »» Impression

- Rassemblement des fichiers liés.
- Configuration de la séparation quadrichromique.
- Définition des réglages d'impression.
- Conservation des paramètres d'impression.



Réf :	IND
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./1-3 déc. 2014 2-4 mars/1-3 juin 2015
Groupe 1	6-8 oct./1-3 déc. 2014 12-14 janv./16-18 mars 2015
Groupe 2	17-19 nov. 2014 12-14 janv./30 mars-1 avril 2015
Groupe 3	30 mars-1 avril 2015 15-17 juin 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## »» PARTICIPANTS

Graphistes, maquettistes, illustrateurs en charge de la publication professionnelle des supports imprimés ou numériques. Assistantes et secrétaires qui ont à réaliser des mises en page élaborées.

## »» PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# InDesign CS6, perfectionnement

Ce stage, de niveau avancé, vous permettra d'approfondir les connaissances du logiciel InDesign. Vous apprendrez à mieux maîtriser les outils et les commandes déjà utilisés dans le cours d'initiation mais vous découvrirez aussi de nouvelles fonctionnalités qui vous permettront de réaliser un travail plus productif.

## »» Rappel des notions de base

- Format de document.
- Gestion des blocs (alignement, position, association, déformation...).
- Gestion du texte.
- Gestion des images (importation depuis Bridge, placement, résolution, mode colorimétrique...).
- Impression et création de fichiers en format pdf.

## »» Gestion des documents longs

- Utilisation des gabarits.
- Foliotage d'un document.
- Création de livre.

**Exercices** Exemple de création de livre.

## »» Fonctions avancées sur le texte

- Feuilles de style de paragraphe et de caractère.
- Enrichissement et règles typographiques.
- Utilisation de caractères spécifiques.
- Création et enrichissement de tableaux.

**Exercices** Exercice avec les feuilles de style. Création de tableaux.

## »» Fonctions avancées sur les images

- Importation d'images depuis Bridge.
- Détourage et habillage d'images importées.
- Création de blocs ancrés.

**Exercices** Exemple d'importation d'images depuis Bridge et de création de blocs ancrés.

## »» Fonctions avancées sur les blocs

- Nature vectorielle des blocs dans InDesign.
- Transparence et filtres.

**Exercices** Utilisation avancée des filtres.

## »» Impression et exportation

- Styles d'impression.
- Impression de livret.
- Exportation en pdf.

**Exercices** Exemple d'impression de livret.



Réf :	IDN
Durée :	2 jours
Paris	17-18 nov. 2014 22-23 janv./23-24 mars 2015 11-12 juin 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## »» PARTICIPANTS

Graphistes, maquettistes, illustrateurs en charge de la publication professionnelle des supports imprimés/numériques de l'entreprise. Assistantes ayant à réaliser des mises en page élaborées.

## »» PREREQUIS

Connaissances de base du logiciel InDesign. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "InDesign, prise en main" (réf. IND).

# Digital Publishing Suite CS6, publication pour tablettes et Smartphones

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de créer des documents pour la publication sur tablettes tactiles et Smartphones, de type iPad/iPhone et système Android. Vous apprendrez également à exporter des fichiers au format ePub, Flash, PDF interactifs et Digital Publishing.



Réf :	DIG
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct. 2014 19-21 janv./2-4 mars 2015 26-28 mai 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Professionnels du monde de la presse, de l'édition, des agences de publicité ou de communication, Webmaster...

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Connaître les bases d'InDesign serait un plus.

**» Introduction**

- Qu'est-ce que le Digital Publishing ?
- Le Folio : un format postPDF, multisupport.
- La navigation tactile, le multimédia et l'interactivité.
- L'interface et les outils de production.
- Personnalisation de l'espace de travail.
- InDesign et le Digital Publishing.
- Les limites, contourner ces limites.

**Travaux pratiques** Découverte de l'interface. Créer un espace de travail.

**» Créer du contenu**

- L'audio via Audition et Adobe Media Encoder.
- La vidéo avec After Effect et Adobe Media Encoder.
- Créer des folios, des articles et des orientations de page.
- Mise en œuvre de contenus à défilement lisse, vertical ou horizontal.

**Travaux pratiques** Les images Photoshop. Les images Illustrator. Ajout d'hyperliens à l'intérieur et à l'extérieur de la publication, ajout de fichiers HTML ou de pages Web dynamiques.

- Les états d'objets simples et avancés.
- Les bandeaux défilants.

**Travaux pratiques** Créer un document avec du contenu audio, vidéo, photo et des illustrations.

**» Placer et structurer le document InDesign**

- Du contenu pour les tablettes tactiles.
- De la page au frame.

- Des calques.
- Gabarits InDesign vers Flash.
- Texte, styles et habillage de texte.
- Les boutons.
- Enregistrer dans InDesign et exporter vers Flash.

**Travaux pratiques** Créer un document InDesign.

**» Les fonctions Digital Publishing**

- Utiliser le panneau Overlay Creator.
- Insertion de diaporama.
- Ajout d'hyperliens et de navigation.
- Panorama et zoom, 360° Viewer.
- Séquence d'images.
- Intégrer du contenu Web (HTML).

**Travaux pratiques** Réalisation d'un projet complet.

**» Les différentes solutions de diffusion et d'exportation**

- Connexion à Acrobat.com.
- Exportation au format .folio, E-pub (Calibre), SWF (flash), PDF interactif (Acrobat).
- Infos de publication de folios avec Viewer Builder (Mac) sur l'Apple Store ou le Play Store (Android Market).
- Réglages des paramètres pour la diffusion.
- Prévisualiser un contenu interactif via le simulateur de tablettes (Content Viewer).

**Travaux pratiques** Diffusion d'un document réalisé.



# Publisher 2013, créer des publications professionnelles

Durant ce stage, vous découvrirez les fonctionnalités de Publisher 2013 et apprendrez à les utiliser efficacement pour réaliser vos travaux de création et de mise en page.



Réf :	ISH
Durée :	2 jours
Paris	4-5 déc. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Graphistes, illustrateurs en charge de la publication professionnelle des supports imprimés ou numériques de l'entreprise. Assistantes et secrétaires qui ont à réaliser des mises en page élaborées.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique.

**» Prise en main du logiciel**

- L'environnement de Publisher.
- Notions de mise en page. Règles et repères.
- Utilisation des boîtes de dialogue.

**Travaux pratiques** Découverte de l'interface. Créer un espace de travail.

**» Les cadres de texte**

- Création d'un cadre de texte.
- Mettre en forme le texte, les caractères, les paragraphes et les colonnes.
- Lier des cadres de texte. Les styles de texte.

**Travaux pratiques** Réaliser un bulletin d'information.

**» Les outils de dessin**

- Dessiner des formes simples.
- Modifier, déplacer et supprimer un objet de dessin.
- Mettre en forme un dessin. Bibliothèque de formes.

**Travaux pratiques** Création d'un dessin.

**» Les images**

- Insérer une image. Habiller une image avec du texte.
- Rogner, redimensionner une image.
- Améliorer une image avec les outils de retouche photo.

**Travaux pratiques** Création d'une revue de presse.

**» Les tableaux**

- Créer un tableau et y insérer du texte.
- Mettre en forme la taille, la présentation et les propriétés de cellule d'un tableau.

- Ajouter des bordures, des remplissages et des effets spéciaux à un tableau.
  - Copier un tableau à partir d'une autre application.
- Travaux pratiques** Créer un tableau avec des données numériques et des données alphanumériques.

**» Les pages maîtres**

- Les avantages de la page maître.
- Créer, modifier et supprimer une page maître.
- Appliquer les pages maîtres aux pages de composition.
- Masquer les objets de la page maître.
- Travailler avec plusieurs pages maîtres.

**Travaux pratiques** Créer des pages maîtres.

**» Les modèles dans Publisher**

- Utiliser les différents modèles prédéfinis de Publisher.
- Utiliser les assistants et choisir un type de composition (brochure, carte de vœux, de visite, affiche...).
- Utiliser les jeux de couleurs, utiliser les jeux de polices.
- Respecter une charte graphique.

**Travaux pratiques** Faire un publipostage d'un modèle de carte d'invitation.

**» Impression et diffusion électronique**

- Paramétrer un document pour une impression.
- Créer un fichier PDF. Créer une publication Web/HTML.

**Travaux pratiques** Imprimer et diffuser une newsletter.

Ce cours, très pratique, s'adresse aux utilisateurs finaux qui s'occupent de gérer ou d'alimenter en contenu des sites Web avec SharePoint Server 2013. L'objectif est de leur permettre de créer et d'enrichir leurs sites de manière simple et efficace en limitant les aspects techniques au minimum essentiel.

## » Introduction

- Qu'est-ce que SharePoint ? Les usages de SharePoint Foundation et de SharePoint Server 2013.
- Présentation de SharePoint Server 2013 et de sa nouvelle interface utilisateur.

## » Présentation des bibliothèques et listes

- Gestion des sites et des applications.
- Les tâches, les liens, les calendriers et les enquêtes.
- Les bibliothèques de photos, de formulaires.
- L'ajout de contenu. Les alertes, les flux RSS.

**Travaux pratiques** Utiliser des listes et des bibliothèques dans des sites SharePoint. Créer des modèles.

## » Gestion des listes

- Création des listes personnalisées.
- Modification de colonnes.
- Gestion des formulaires.
- Vues "défaut" et "feuilles de données".

**Travaux pratiques** Gérer ses listes, créer et personnaliser ses listes.

## » Gestion des bibliothèques de documents

- Ajout et modification de contenu.
- Approbation de contenu.
- Gestion et personnalisation des colonnes.
- Gestion de l'historique.

**Travaux pratiques** Créer, personnaliser et gérer ses bibliothèques. Mise en pratique du versioning.

## » Gestion des composants Web Parts

- Création d'une page Web pour un site déjà existant.
- Création d'une page de composants Web Part.
- Modification d'une page Web de composants Web Part.

**Travaux pratiques** Créer et personnaliser des pages, intégrer des Web Parts.

## » Personnalisation de sites et d'espaces de travail

- Personnalisation d'un site.
- Création d'un titre, d'une description, d'un thème.
- Options de navigation.
- Web Parts de type liste. Web Parts personnalisées.
- Création et suppression d'un espace de travail.
- Cycle de vie.
- Web Parts de répertoire de site.

**Travaux pratiques** Créer et personnaliser un site. Mettre en place la navigation.

## » Panorama

- Workflow et stratégies de gestion de l'information.
- Le Réseau Social de l'Entreprise et les profils utilisateurs. La recherche.
- SharePoint Designer et InfoPath Designer 2013.

**Travaux pratiques** Concevoir un Workflow. Recherche de contenus. Manipuler SharePoint Designer et InfoPath.



Réf :	HAU
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 29 janv./13 mars 2015 12 juin 2015
Prix :	815 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables éditoriaux, chefs de projets MOA, personnes en charge d'animer et de faire évoluer un portail SharePoint 2013. Profils désireux d'appréhender les fonctionnalités de SharePoint 2013.

## » PREREQUIS

Savoir utiliser un navigateur internet (IE) et la suite Microsoft Office.

# SharePoint 2013, concepteur

Ce cours vous fera découvrir tous les aspects non techniques pour administrer au quotidien un site SharePoint. Vous apprendrez à gérer les différents types de contenus et leur publication. Vous verrez comment personnaliser efficacement les listes et les bibliothèques, la recherche et les workflows.

## » Présentation de SharePoint Server 2013

- Vision utilisateurs/contributeurs et administrateurs.
- Sites, Listes, Bibliothèques de documents et Web Parts.
- Sites d'équipes et communauté.
- Hiérarchie d'un site. Nouveautés SharePoint 2013.

**Travaux pratiques** Utilisation du ruban, gérer des flux d'actualité.

## » Gestion des listes et des bibliothèques de documents

- Nouveautés des listes SharePoint 2013.
- Créer un site d'équipe et configurer les listes de la bibliothèque de documents.
- Gérer les éléments et les vues d'une liste. Listes de métadonnées, la navigation.
- Partager un document, créer des pages Wiki.
- Manipuler les répertoires. Propriétés, Workflows et paramétrage de documents.
- Personnaliser les listes et la bibliothèque de documents. Gérer la sécurité.
- Intégration avec Outlook et SharePoint Workspace.

**Travaux pratiques** Utiliser des listes et des bibliothèques. Créer des modèles.

## » Recherche et navigation dans SharePoint 2013

- Navigation par métadonnées.
- Architecture des sites d'information.
- Recherche, index de recherche, recherche avancée, People Search, Refinement...
- Sécurité de la recherche, Web Parts et notifications.

- Personnaliser les résultats d'une recherche.

**Travaux pratiques** Recherche de contenu et manipulation du nouveau moteur de recherche.

## » Intégration Office

- Intégration de SharePoint avec Office.
- SharePoint Workspace, InfoPath, SharePoint Designer, Excel, Access, Outlook et PowerPoint.

**Travaux pratiques** Publication d'une page depuis Word. Intégrer une présentation PowerPoint dans un portail.

## » Type de contenu

- L'architecture des types de contenu.
- Créer et gérer un site Colum et des types de contenus.
- Paramétrage de documents, Term Stores.
- Gérer les métadonnées avec les types de contenus dans le même scénario.

**Travaux pratiques** Créer et gérer un site Colum et des types de contenus. Gérer ses documents.

## » Gestion de la sécurité

- Les grands principes : authentification et autorisation.
- Eléments sécurisés. Les bonnes pratiques.

**Travaux pratiques** Définir les accès à son site et ses pages.

## » Workflow

- Vue d'ensemble. Workflows standard.
- Création, configuration et déploiement de Workflows.
- Créer un Workflow via SharePoint Designer 2013.

**Travaux pratiques** Concevoir et utiliser un Workflow.



Réf :	HAI
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 22-23 janv./5-6 mars 2015 28-29 mai 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables éditoriaux, chefs de projets MOA, contributeurs en charge d'animer un portail SharePoint 2013, gestionnaires de sites SharePoint 2013 sur un intranet d'entreprise.

## » PREREQUIS

Connaissance d'Internet et de sa terminologie. Connaissances de base de SharePoint ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage SharePoint 2013, utilisateur/contributeur (réf. HAU).

Ce cours très pratique s'adresse aux utilisateurs finaux qui s'occupent de gérer ou d'alimenter en contenu des sites Web avec SharePoint 2010. L'objectif est de leur permettre de créer et d'enrichir leurs sites de manière simple et efficace, en limitant les aspects techniques au minimum essentiel.



Réf :	SUT
Durée :	1 jour
Paris	14 nov. 2014 9 fév./22 mai 2015
Groupe 1	27 fév./29 mai 2015
Groupe 2	20 fév./13 mai 2015
Groupe 3	6 fév./7 mai 2015
Prix :	815 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes utilisant les sites SharePoint dans leurs activités bureautiques ou celles ayant en charge la gestion de sites intranet hébergés sur la plateforme SharePoint.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation Windows XP, Vista ou Seven. Expérience requise du Web.

### » Introduction à SharePoint

- Introduction à SharePoint.
- Usages de SharePoint.

### » Présentation des bibliothèques et listes

- Les tâches, liens, calendriers et enquêtes.
- Les annonces, contacts et discussions.
- Les wikis. Les blogs.
- Les bibliothèques de documents, de photos et de formulaires.
- L'ajout de contenu. Les flux RSS.

**Travaux pratiques** Création de listes de tâches, d'annonces, de calendriers et d'enquêtes avec ajout d'éléments. Création de bibliothèques de documents et d'images avec ajout d'éléments.

### » Utilisation et personnalisation des listes

- Personnalisation des colonnes.
- Création de listes personnalisées.
- Création de formulaires.
- Vues "Défaut". Vues "Feuille de données".

**Travaux pratiques** Création de listes personnalisées et de formulaires. Création de nouveaux affichages. Création, modification et suppression de colonnes.

### » Gestion des documents

- Ajout et modification de contenu.
- Personnalisation des colonnes.
- Approbation de contenu.
- Paramétrer les options d'historique.

**Travaux pratiques** Création de nouveaux documents Office dans les bibliothèques. Modification des colonnes. Mise en pratique du versioning.

### » Création d'une page Web de base

- Créer une page Web pour un site déjà existant.
- Création d'une page de composants WebPart.
- Modification d'une page Web de composants WebPart.

**Travaux pratiques** Création d'une page de publication.

### » Personnalisation des sites et d'espaces de travail

- Personnalisation d'un site.
- Création du titre, d'une description, d'un thème.
- Options de navigation.
- Web Parts de répertoire de site.
- Web Parts personnalisées.

- Espaces de travail. Cycle de vie.
- Création et suppression d'un espace de travail.
- Web Parts de type liste.

**Travaux pratiques** Modification du titre d'un site. Changement de thème d'un site existant. Ajout de composants Web Part sur un site.

### » Sujets complémentaires, panorama

- Les workflows.
- La recherche dans SharePoint.
- SharePoint Designer.
- InfoPath Designer 2010.

Ce cours s'adresse aux personnes en charge de la création et de la gestion de sites Web avec SharePoint 2010. Il couvre tous les aspects non techniques de l'administration et, en particulier, la gestion des contenus et leur mise à disposition pour les utilisateurs finaux.



Réf :	SHO
Durée :	2 jours
Paris	23-24 oct./27-28 nov. 2014 18-19 déc. 2014 22-23 janv./26-27 fév. 2015
Groupe 1	16-17 oct./18-19 déc. 2014 26-27 mars/18-19 juin 2015
Groupe 2	30-31 oct./4-5 déc. 2014 12-13 mars/11-12 juin 2015
Groupe 3	27-28 nov. 2014 29-30 janv./5-6 mars 2015
Prix :	1 350 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Toutes les personnes utilisant les sites SharePoint dans leurs activités bureautiques ou celles ayant en charge la gestion de sites intranet hébergés sur la plateforme SharePoint.

### » PREREQUIS

Connaissances de base du Web.

### » Vue d'ensemble

- Introduction aux fonctionnalités générales des produits.
- Architecture logique. Les piliers de SharePoint : modèles, galeries, sécurité, Web Parts...
- Notion de site et de collection de sites.

- Personnalisation générale (titre, description, logo).
- Configuration et création de thèmes.
- La navigation. Les statistiques de fréquentation.

**Travaux pratiques** Créer et personnaliser un site. Mettre en place la navigation.

### » Présentation des listes et des bibliothèques

- Principes et modèles standard de listes et de bibliothèques.
- Fonctionnalités communes et spécificités.
- Ajout, modification et suppression de contenu.
- Création de modèles.
- Personnalisation des listes.
- Personnalisation des formulaires avec SharePoint Designer 2010 et InfoPath 2010.

**Travaux pratiques** Utiliser des listes et des bibliothèques dans des sites SharePoint. Créer des modèles. Créer et personnaliser des listes.

### » Personnalisation des pages

- Présentation du système de pages et des Web Parts.
- Personnaliser une page wiki et une page de Web Parts.

**Travaux pratiques** Créer et personnaliser des pages, intégrer des Web Parts.

### » Gestion de la sécurité

- Les grands principes : authentification et autorisation.
- Eléments sécurisés. Les bonnes pratiques.

**Travaux pratiques** Définir les accès à son site et ses pages.

### » Les workflows

- Introduction. Utilisation d'un workflow standard.
- Création d'un workflow avec SharePoint Designer 2010.

**Travaux pratiques** Concevoir et utiliser un workflow.

### » La recherche

- Principes et fonctionnalités de recherche.
- Recherche sur le contenu et les personnes.

**Travaux pratiques** Rechercher des contenus.

### » Gestion des espaces de travail

- Présentation des modèles standard.
- Création de site.

Ce cours vous apprendra à utiliser le logiciel AutoCAD 2014. Vous découvrirez son interface et ses fonctionnalités 2D. A l'issue de ce stage, vous pourrez réaliser et modifier des dessins 2D avec aisance et efficacité, partager et échanger des conceptions, imprimer vos plans à différentes échelles et formats.

## » Introduction

- Lancement d'AutoCAD.
- Prise en main de l'interface graphique. Utilisation de l'aide.
- Choix des palettes d'outils et enregistrement des espaces de travail.
- Les différentes versions. Autocad et les formats de fichiers.

**Travaux pratiques** Travailler avec les espaces personnalisés.

## » Réalisation et modification des dessins

- L'utilisation des outils de création d'objets. La polyligne 2D et la commande Pedit.
- Les différentes méthodes de sélection avec rectangle, avec trajet et avec propriétés.
- Les outils d'édition de base : copier, déplacer, décaler, rotation, symétrie, échelle, raccord.
- Les multilignes, échelle de multiligne.

**Travaux pratiques** Création d'un dessin.

## » Constructions géométriques et précision

- Les modes d'accrochage aux objets, extrémité, milieu, centre, perpendiculaire, parallèle, proche.
- Les repères et les repères magnétiques. Les systèmes de coordonnées relatives et absolues.
- Les systèmes de coordonnées rectangulaires et polaires.
- Créer et modifier des plans avec des cotes.

**Travaux pratiques** Conception d'un dessin à l'échelle.

## » Gestion et habillage des plans complexes

- L'utilisation des calques. Paramétrage des calques.
- Le texte et les styles de texte.
- La cotation linéaire, cotation angulaire, cotation alignée.
- Le hachurage, paramétrage et exploitation.
- La création et l'insertion des blocs internes, les bibliothèques personnalisées et les bibliothèques externes.

**Travaux pratiques** Dessiner et habiller un plan.

## » Les gabarits

- Création d'un gabarit.
- Utiliser les gabarits existants.
- Modifier et mettre à jour un gabarit.
- Le gestionnaire de norme CAO et les gabarits.
- Vérifier et corriger un fichier avec la norme CAO.

**Travaux pratiques** Création d'un gabarit avec la charte graphique et la norme CAO.

## » Présentation et mise en page

- Les outils de mise en page et le format DWG to PDF. L'espace objet et l'espace papier.
- L'utilisation des fenêtres de présentation. Le multifenêtrage.
- L'édition de plans : l'imprimante et le traceur.
- La diffusion électronique : le PDF et l'HTML.

**Travaux pratiques** Impression des plans en PDF.



Réf :	TAU
Durée :	3 jours
Paris	12-14 nov. 2014 19-21 janv./7-9 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

# AutoCAD 2014/2013 2D, perfectionnement

Cette formation pratique vous permettra de maîtriser les fonctions avancées d'AutoCAD 2014 et de devenir ainsi plus productif. Vous verrez les références externes, les blocs attribués, la liaison avec les bases de données et apprendrez comment publier les dessins de vos projets sur Internet et autres supports.

## » Rappel sur les fonctions de base

- Création et modification d'objets.
- La gestion et le contrôle des calques.
- L'habillage : texte, cotation, hachurage et annotation.
- Les blocs internes et les éléments de bibliothèque.

Liaison entre bloc et calque.

- L'impression. Espace papier et espace objet. Le multifenêtrage.
- La diffusion électronique : PDF et HTML.

**Travaux pratiques** Révision et de validation des fonctionnalités de base d'AutoCAD.

## » Création des blocs avec attributs

- Association de données aux blocs (attributs de bloc).
- Extraire des attributs vers Excel, Access...
- Extraction d'attribut, de paramètres et de propriétés.

**Travaux pratiques** Automatisation d'un cartouche de dessin avec les attributs.

## » Création des blocs dynamiques

- Définition des paramètres et des actions.
- Création et modification des blocs dynamiques.
- Conception d'un plan.

**Travaux pratiques** Conception d'un plan avec des blocs dynamiques.

## » La technique des références externes

- Introduction aux références externes.
- Gestion des références externes (DWG, DGN, DWF, PDF).
- Mise à jour et liaison des références externes.

- Délimiter une référence externe.
- Editer des références externes.
- Attacher une image au dessin courant.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un projet avec des références externes.

## » Dessins paramétriques

- L'essentiel du dessin paramétrique.
- Ajout de contraintes géométriques.
- Modification de contraintes géométriques.
- Ajout de contraintes dimensionnelles.
- Modification de contraintes dimensionnelles.
- Edition paramétrique.

**Travaux pratiques** Création d'un dessin technique avec des outils paramétriques afin de le rendre plus interactif.

## » Outils avancés de présentation et de mise en page

- Les objets d'annotation.
- Préparation des dessins en vues multiples.
- Conception de jeu de feuilles.
- Jeux de transfert [E-transmit].
- Publier un jeu de feuilles sur le Web.

**Travaux pratiques** Révision et validation des fonctionnalités évoluées d'AutoCAD.



Réf :	TUP
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 22-23 janv./19-20 mars 2015 18-19 juin 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans.

## » PREREQUIS

Connaissances de base des fonctions 2D. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "AutoCAD 2014/2013 2D, prise en main" (réf. TAU).

À l'issue de ce cours, vous maîtriserez les techniques de dessin en 3D d'AutoCAD. Vous aurez appris à modéliser et éditer des projets 3D ainsi qu'à réaliser des animations et des rendus en images de synthèse.



Réf :	TDP
Durée :	3 jours
Paris	17-19 nov. 2014 12-14 janv./7-9 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans en 3D.

**» PREREQUIS**  
Bonne connaissance d'AutoCAD ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "AutoCAD 2014/2013 2D, prise en main" (Réf. TAU).

**» Introduction**

- Prise en main de l'environnement 3D d'AutoCAD.
- Système de Coordonnées Général : SCG.
- Système de Coordonnées Utilisateur : SCU.
- Les Gizmos (Système de coordonnées local).
- Définir un nouveau SCU à 3 points.
- Adapter le SCU à un plan non orthogonal.
- Repérage aux objets et repérage polaire.
- Système de Coordonnées Utilisateur DYNAMIQUE : SCUD.

**Travaux pratiques** Démonstration des fonctionnalités d'AutoCAD.

**» La visualisation**

- Vues prédéfinies.
- Création et manipulation des vues.
- Le multifenêtrage.
- Orbite, orbite libre et orbite continue.
- Panoramiques, navigation, mouvement.

**Travaux pratiques** Conception d'une vue.

**» La modélisation**

- Objets filaires en 3D.
- Création et assemblage de solides 3D.
- Les primitifs 3D. Polysolide.
- Création de solides et de surfaces à partir de lignes ou de courbes.
- Extrusion, Balayage, Révolution et Lissage.
- Création de maillage 3D. Travailler les faces, les arêtes et les sommets. Lisser et affiner le maillage.

- Création d'un plan de coupe.
- Générer de la 2D à partir d'un modèle 3D. Création d'une section.

**Travaux pratiques** Modélisation d'une pièce mécanique 3D.

**» Modifications d'objets 2D et 3D**

- Edition et modification de surface 3D.
- Edition et modification de solides 3D.
- Edition et modification de maillage 3D.
- Déplacement 3D, rotation 3D et symétrie 3D.
- Extruder des faces, déplacer, décaler des faces, effacer et copier des faces, rotation, effiler et colorer des faces.
- Réseau rectangulaire 3D et réseau polaire 3D.
- Gizmo : déplacement, rotation et mise à l'échelle 3D.
- Opérations booléennes : union, soustraction, intersection, interférence.

**Travaux pratiques** Création d'une bielle de moteur à vapeur.

**» Les styles visuels**

- Style visuel Filaire 2D.
- Style visuel Conceptuel.
- Style visuel Ombré avec arêtes.
- Style visuel Masqué.
- Style visuel Réaliste.
- Exporter un nouveau style visuel.
- Qualité du rendu. Lancer de rayons.
- Enregistrement du rendu.

**Travaux pratiques** Construction d'un studio en 3D. Modélisation d'un canapé et d'une table avec les chaises.



Ce stage vous permettra de réaliser des plans complexes en 3D avec AutoCAD et de maîtriser les fonctions avancées de la modélisation et de la visualisation 3D. Vous apprendrez à manipuler les maillages, à utiliser différents types de visuels et de rendus réalistes, à définir l'éclairage et les mouvements de caméra.



Réf :	TDU
Durée :	2 jours
Paris	20-21 nov. 2014 29-30 janv./6-7 mai 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans en 3D.

**» PREREQUIS**  
Bonne connaissance d'AutoCAD 3D, expérience requise. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "AutoCAD 2014/2013 3D, prise en main" (réf. TDP).

**» Rappels**

- Les systèmes de repérages. Affichage et visualisation des objets.
- L'utilisation de principaux éléments.
- Manipulation des surfaces.
- Manipulation des solides et des polysolides.
- Les différentes primitives.
- Travail sur les vues, les coupes, les orbites.
- Usage des panoramiques.

**Travaux pratiques** Réalisation d'une salle de réunion en 3D.

**» Modélisation avancée de solides**

- Les objets primitifs.
- Union, soustraction et intersection.
- La révolution. Le lissage.
- Création de solides par opérations complexes : le balayage.
- Présentation du DesignCenter en ligne pour les contenus 3D des catalogues Professionnels.
- Création de vues orthogonales et de fenêtre de présentation automatique pour les solides 3D "SOLVIEW".

**Travaux pratiques** Conception d'un escalier hélicoïdal.

**» Modélisation avancée de surfaces**

- Surfaces procédurales.
- Surfaces planes et non planes.
- Fusion et correction de surfaces.
- Décalage de surfaces, raccord, ajustement, prolongement.

- Utilisation des options de traçage d'ombrage en mode filaire.
- Les surfaces NURBS.
- Associativité de surfaces.

**Travaux pratiques** Conception d'un siège.

**» Modélisation avancée de maillages**

- Options de primitives de maillage.
- Surface : réglée, extrudée, gauche, révolution.
- Les mailles. Lisser l'objet. Lisser plus, moins.
- Affiner le maillage.
- Ajouter et supprimer un pli.
- Options de maillage par approximation. Edition des maillages.
- Convertir le maillage. Convertir en solide, en surface.
- Lisse optimisé. Lisse non optimisé. A facette optimisé. A facette non optimisé.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un kiosque à la mer.

**» Les rendus, les matériaux, les lumières, les caméras**

- Utilisation des différents styles visuels.
- Utilisation des différents styles de matériaux.
- Gestion des textures et matériaux.
- Créer ses propres matériaux.
- Jeu sur l'éclairage.
- Analyse de structures et d'éclairage.
- Positionnement et déplacement de la caméra.
- Travailler sur le rendu réaliste.

**Travaux pratiques** Créer un décor intérieur, lui appliquer des textures et le mettre en lumière.

# AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 2D



Cette formation vous apprendra à utiliser AutoCAD 2010. Vous découvrirez son interface et focaliserez sur ses fonctionnalités 2D. A l'issue, vous pourrez réaliser et modifier des dessins 2D avec aisance et efficacité, partager et échanger des conceptions, imprimer vos plans à différentes échelles et formats.

## » Introduction

- Lancement d'AutoCAD.
- Prise en main de l'interface graphique.
- Utilisation de l'aide.

## » Réalisation et modification des dessins

- L'utilisation des outils de création d'objets.
- Les différentes méthodes de sélection.
- Les outils d'édition de base.

**Travaux pratiques** Création d'un dessin.

## » Constructions géométriques et précision

- Les modes d'accrochage aux objets.
- L'utilisation des repères.
- Les systèmes de coordonnées.
- Créer et modifier des plans avec des cotes.

**Travaux pratiques** Conception d'un dessin à l'échelle.

## » Gestion et habillage des plans complexes

- L'utilisation des calques.
- Le texte et les styles de texte.
- La cotation linéaire et angulaire.
- Le hachurage, paramétrage et exploitation.
- La création et l'insertion des blocs, bibliothèques personnalisées.

**Travaux pratiques** Dessiner et habiller un plan.

## » Présentation et mise en page

- Les outils de mise en page.
- L'espace objet et l'espace papier.
- L'utilisation des fenêtres de présentation.
- L'édition de plans : l'imprimante et le traceur.
- La diffusion électronique : le PDF et l'HTML.



Réf :	AUT
Durée :	3 jours
Paris	13-15 oct./12-14 nov. 2014 15-17 déc. 2014 5-7 janv./2-4 fév. 2015
Groupe 1	2-4 mars/1-3 juin 2015
Groupe 2	9-11 mars/1-3 juin 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

# AutoCAD 2010, perfectionnement, fonctions 2D



Cette formation très pratique vous permettra de maîtriser les fonctions avancées d'AutoCAD et de devenir plus productif. Vous verrez les références externes, les blocs attributs, la liaison avec les bases de données et comment publier les dessins de vos projets sur Internet et d'autres supports.

## » Rappel sur les fonctions de base

- La création d'objets. Modification d'objets.
- La gestion des calques. Le contrôle des calques.
- L'habillage : texte, cotation et hachurage. Les blocs et les éléments de bibliothèque.
- L'impression. La diffusion électronique : PDF et HTML.

**Travaux pratiques** Révision et validation des fonctionnalités de base d'AutoCAD.

## » Création des blocs avec attributs

- Association de données aux blocs (attributs de bloc).
- Extraire des attributs vers Excel, Access...
- Extraction d'attribut.
- Extraction de paramètres.
- Extraction de propriétés.

**Travaux pratiques** Automatisation d'un cartouche de dessin avec les attributs.

## » Création des blocs dynamiques

- Définition des paramètres.
- Définition des actions.
- Création des blocs dynamiques.
- Modification des blocs dynamiques.
- Conception d'un plan.

**Travaux pratiques** Conception d'un plan avec des blocs dynamiques.

## » La technique des références externes

- Introduction aux références externes.

- Attacher et détacher des références externes (DWG, DGN, DWF, PDF).
- Charger des références externes. Décharger des références externes.
- Mise à jour et liaison des références externes.
- Délimiter une référence externe. Editer des références externes.
- Attacher une image au dessin courant.

**Travaux pratiques** Réalisation d'un projet avec des références externes.

## » Dessins paramétriques

- L'essentiel du dessin paramétrique.
- L'ajout de contraintes géométriques.
- La modification de contraintes géométriques.
- L'ajout de contraintes dimensionnelles.
- La modification de contraintes dimensionnelles.
- L'édition paramétrique.

**Travaux pratiques** Création d'un dessin technique avec des outils paramétriques afin de le rendre plus interactif.

## » Outils avancés de présentation et de mise en page

- Les objets d'annotation.
- La préparation des dessins en vues multiples.
- La conception de jeu de feuilles.
- Les jeux de transfert [E-transmit].
- Publier un jeu de feuilles sur le Web.



Réf :	TOP
Durée :	2 jours
Paris	27-28 nov. 2014 19-20 mars/18-19 juin 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans.

## » PREREQUIS

Connaissances de base des fonctions 2D. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 2D" (réf. AUT).

A l'issue de ce cours, vous maîtriserez les techniques de dessin en 3D d'AutoCAD. Vous aurez appris à modéliser et éditer des projets 3D, ainsi qu'à réaliser des animations et des rendus en images de synthèse.



Réf :	TUA
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./8-10 déc. 2014 30 mars-1 avril 2015 29 juin-1 juil. 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans en 3D.

### » PREREQUIS

Bonne connaissance d'AutoCAD ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage " Autocad 2010, prise en main des fonctions 2D " (Réf. AUT).

### » Introduction

- Prise en main de l'environnement 3D d'AutoCAD.
- Système de coordonnées Utilisateur : SCU.
- Repérage aux objets et repérage polaire.

**Travaux pratiques** Démonstration des fonctionnalités d'AutoCAD.

### » La visualisation

- Vues prédéfinies.
- Création et manipulation des vues.
- Orbites, panoramiques, navigation, mouvement.

**Travaux pratiques** Conception d'une vue.

### » La modélisation

- Objets filaires en 3D.
- Création et l'assemblage de solides primitifs 3D.
- Création de solides et de surfaces à partir de lignes ou de courbes.
- Création de maillage 3D.
- Opérations booléennes : union, soustraction, intersection, interférence.
- Création d'un plan de coupe.

## PAO - DAO : les outils

mise en page, dessin, vidéo, photo, architecture...

- › InDesign
- › Quark XPress
- › Publisher
- › AutoCAD
- › Photoshop
- › Illustrator
- › Turbocad
- › Blender
- › Adobe Premiere
- › After Effect
- › 3D Studio Max
- › Final Cut
- › Visio
- › Sketchup

# AutoCAD® Map 3D, CAO et intégration de données cartographiques/SIG

nouveau



AutoCAD Map 3D est un logiciel de cartographie en trois dimensions qui utilise des modèles métiers. Ce stage vous en présentera toutes les fonctionnalités nécessaires pour créer et gérer des données spatiales en toute simplicité. Vous verrez également comment pouvoir les modifier, visualiser et analyser.

## » Introduction

- Espace de travail.
- Menus et barres d'outils Map 3D.
- Zone de projet.
- Gestion de dessins.
- Concept de dessins sources.
- Association et gestion de dessins sources.

**Travaux pratiques** Travailler avec les espaces personnalisés.

## » Fonctionnalités du projet Map 3D

- Notions de projets.
- Importation et exportation : de cartes et de données.
- Les vues rapides.

**Travaux pratiques** Création d'une carte avec différents formats.

## » Gestion et création d'attributs d'objets

- Création d'un objet.
- Création et modification des attributs d'objets.
- Associer des données d'objet aux objets.
- Liens aux bases de données externes.
- Lier des objets AutoCAD et des BDD externes.

**Travaux pratiques** Lier une BDD à des parcelles.

## » Etablir un environnement géospatial

- Concepts de "Feature Sources".
- La technologie FDO.
- Edition de géométrie et attributs.
- Transfert de données DWG vers une source d'objets.

- Utilisation et connexion d'une base de données externe.
- Données points et MNA (modèle numérique d'Altitude).
- Lier les enregistrements aux objets. Création de styles pour les sources d'objets.
- Transfert de données entre différentes sources d'objets.

**Travaux pratiques** Connecter une carte avec une base de données externe.

## » Utiliser les requêtes sur les dessins sources

- Définir une requête de propriété et de localisation.
- Requêtes sur attributs et sur données d'objets.
- Requêtes composées, bibliothèque des requêtes.
- Transformation des dessins depuis les résultats des requêtes.
- Constitution des bases à partir des requêtes.

**Travaux pratiques** Réaliser des requêtes sur des dessins.

## » Stylisation des dessins

- Création de styles de cartes.
- Création et gestion des légendes de styles.
- Création de cartes thématiques.

**Travaux pratiques** Conception d'une carte thématique avec les styles.

## » Topologies et analyses spatiales

- Création et analyse des nœuds, des réseaux et des polygones topologiques.
- Création et gestion des buffers.
- Requête sur des topologies.

**Travaux pratiques** Créer des topologies.



Réf :	TDM
Durée :	4 jours
Paris	9-12 déc. 2014 7-10 avril/9-12 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

# AutoCAD® Electrical, conception de schémas électriques

nouveau



Cette formation vous permettra de maîtriser les fonctionnalités du logiciel de CAO pour la conception des systèmes de commandes électriques, AutoCAD® Electrical. Vous verrez comment concevoir et réaliser un schéma avec ses composants et comment générer facilement des rapports de nomenclatures.

## » Introduction

- Menu Application. Barre d'outils d'accès rapide.
- Ruban, onglets et groupes de fonctions.

**Exercices** Gestion des espaces personnalisés.

## » Bases des projets

- Les normes. Utilisation des gabarits et sélection pour un nouveau dessin.
- Ajout de dessin et de sa description au projet.
- Insertion de fils monophasés et découpe de fils.

**Exercices** Création d'un projet.

## » Utilisation des composants schématiques

- Insertion d'un composant père.
- Insertion de symboles.
- Modification et liaison de composants.
- Insertion/modification d'un contact.
- Connexion de composants à l'aide de fils.

**Exercices** Réaliser un schéma.

## » Les circuits

- Extension de la liaison triphasée.
- Création et insertion d'un circuit moteur.
- Insertion d'un sectionneur à fusibles tripolaire.
- Insertion du circuit de bobine de démarreur du moteur sur le schéma de commande.

**Exercices** Conception d'un circuit.

## » API

- Insertion d'un diagramme Ladder monophasé dans des

dessins et insertion de modules API.

- Suppression de barreaux de diagramme Ladder.
- Insertion d'un interrupteur de fin de course.
- Insertion de bornes.
- Annotation de descriptions d'E/S API.
- Ajout d'un texte descriptif.

**Exercices** Créer un diagramme avec module API.

## » Numéros d'équipotentielle

- Association des signaux source et destination aux fils neutres.
- Insertion automatique de numéros d'équipotentielle.
- Utilisation de calques de fils.
- Modification des affectations de calques des fils.

**Exercices** Création d'une structure avec les calques.

## » Présentations du panneau

- Insertion de composants du panneau.
- Création d'une affectation de catalogue pour un encombrement automatique.
- Insertion manuelle de l'encombrement de réinitialisation du système et du voyant.
- Modification, déplacement des attributs.
- Insertion d'une plaque signalétique.

**Exercices** Dessiner un panneau avec ses composants.

## » Génération de rapports

- Génération de rapports sur les nomenclatures.
- Insertion de tables de nomenclature.
- Exportation de la nomenclature dans Excel.

**Exercices** Projet de fin de stage.



Réf :	TDL
Durée :	3 jours
Paris	1-3 déc. 2014 30 mars-1 avril/1-3 juin 2015
Prix :	1 180 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Responsables, architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

Cette formation vous fera découvrir les fonctionnalités de Visio 2013/2010. Vous apprendrez à créer des maquettes, des diagrammes et des schémas professionnels, riches en information. La maîtrise de l'outil vous permettra de communiquer de manière plus visuelle pour une meilleure compréhension et un impact optimal.

### » Découvrir l'interface et créer un diagramme avec Visio 2013/2010

- Contexte d'utilisation, les apports de Visio.
- Découverte de l'outil. Prise en main de l'interface.
- La gestion de l'affichage.
- Les différents types de diagrammes.

**Travaux pratiques** Créer un diagramme à partir d'un modèle.

### » Ajout et sélection des formes

- Ouvrir un gabarit. Insérer des formes.
- Remplissage de formes et contours.
- Sélectionner, déplacer et copier des formes.

**Travaux pratiques** Ajout et Remplissage de formes et contours.

### » Opérations sur les formes

- Dimensionner des formes.
- Aligner et espacer des formes
- Grouper et dissocier des formes.
- Créer des effets visuels.
- Protéger des formes.

**Travaux pratiques** Création des effets visuels et protection des formes.

### » Ajout de textes aux dessins

- Saisir du texte dans les formes. Modifier du texte.
- Déplacer un texte indépendamment de la forme.
- Faire pivoter du texte et le mettre en forme.
- Insérer des champs dans une forme, dans la page.

**Travaux pratiques** Insertion et modification d'un texte suivant le contour d'une figure.

### » Gérer les fichiers

- Insérer une page. Renommer une page.
- Enregistrer le document.
- Analyse des différents types de fichiers supportés.

**Travaux pratiques** Enregistrer un fichier sous les différents types supportés par Visio 2013/2010.

### » Manipulation des pages et impression

- Opérations sur les pages. Changer la mise en page.
  - Utiliser les arrière-plans.
  - Créer un aperçu du document. Imprimer des pages.
- Travaux pratiques** Impression sur différents formats électroniques.

### » Création de modèles avec Visio 2013/2010

- Créer un modèle et des gabarits.
  - Utiliser un modèle. Utiliser un gabarit.
  - Échanger des formes entre gabarits.
  - Protéger les gabarits et les modèles.
- Travaux pratiques** Création des modèles et de gabarits.

### » Visio 2013/2010 et les autres applications

- Créer des liens hypertexte.
- Incorporer des éléments externes.
- Publier au format Web, PDF...



Réf :	VSI
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./6-7 nov. 2014 4-5 déc. 2014 8-9 janv./5-6 fév. 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Responsables Ressources Humaines, Ventes, Marketing, administratifs, financiers, chefs de projet, ...

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.



Le logiciel d'animation, de cartographie et de modélisation 3D SketchUp est de plus en plus utilisé dans le domaine professionnel. Ce stage vous en présentera les fonctionnalités et vous montrera comment l'utiliser en vue de développer des projets 3D et de créer des rendus en images et vidéos.

### » Introduction

- Présentation de SketchUp, LayOut, Style Builder.
- Prise en main de l'environnement 3D de SketchUp.
- La navigation et la souris. Les raccourcis.

**Démonstration** Les fonctionnalités de SketchUp.

### » Pratique du dessin, manipulation de base

- Les types de sélection.
- Création d'une chaise, procédure pas à pas.
- Principaux outils de dessin et de modification.
- Comment provoquer une inférence d'axe ou de parallèle ?
- L'outil Mètre permet aussi de redimensionner un composant ou un groupe, ou tout un modèle.
- Les cotations.

**Exercices** Création d'un tiroir de type caisson selon découpes précises.

### » Les composants

- Composants actifs dans le modèle.
  - Se créer une bibliothèque Open-Space.
  - Réseaux linéaires et polaires : déplacer, opérer une rotation, pousser et tirer en mode dupliqué.
- Exercices** Télécharger des composants de type lampes, les positionner, les modifier.

### » Outils de transformation

- Mise à l'échelle selon trois méthodes.
- La symétrie et le décalage.
- Révolution avec l'outil Suivez-moi.

**Exercices** Création de rampes d'escalier, de gradins, de tubes, de sphères, cloisons internes et externes, devanture de porte en quart de rond.

### » Matières et textures

- Créer une texture à l'échelle.
- Plaquer une texture sur une surface courbe.
- Positionner une texture avec la méthode des punaises.
- Créer un « frame ».
- Texture photographique (Google Street View).
- Adapter le modèle dans une photo existante.

**Exercices** Appliquer une photo de meuble sur un volume, impression de réalisme. Créer une maison et la placer à l'échelle dans un environnement photographique.

### » Plan de section et découpes de solides

- Notion de sections et de groupe.
- Animer la découpe de votre plan grâce aux sections.
- Coupes, intersection, opérations booléennes.

**Exercices** Faire découvrir la maison créée par le sol en faisant une animation de plans de section.

### » Promotion de produit à l'écran

- Les scènes. Export image.
- Export vidéo. Profondeur de champ.
- Adoucir les arêtes. Les styles.

**Exemple** Faire une animation de la visite virtuelle de notre maison et l'exporter en vidéo.



Réf :	GLE
Durée :	3 jours
Paris	1-3 déc. 2014 7-9 avril/22-24 juin 2015
Prix :	1 180 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Architectes, ingénieurs, techniciens, dessinateurs, concepteurs de dessins en bureaux d'études impliqués dans la réalisation et la modification de plans en 3D.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

# Image Vidéo et Animation

La création graphique, vidéo ou 3D demande des compétences particulières et la maîtrise d'outils souvent complexes. Conçus à partir de l'expérience concrète de nos intervenants, les cursus Orsys vous permettront de développer vos compétences et d'atteindre tous les niveaux de spécialisation.

## » Photoshop »

- Best** **Photoshop, prise en main**  
3 j - PHO - p.538
- Photoshop, perfectionnement**  
2 j - PHS - p.538
- Photoshop Lightroom, maîtriser la post-production photographique**  
3 j - LIG - cf@
- Photoshop CC, les nouveautés Nouveau**  
1 j - OOP - p.540

## » Animation, effets spéciaux, 3D »

- After Effect, prise en main**  
4 j - AFT - p.541
- After Effect, perfectionnement**  
5 j - AFE - cf@
- 3D Studio Max, prise en main**  
4 j - STU - p.541
- 3D Studio Max, perfectionnement**  
4 j - DIO - cf@
- Blender, s'initier à la création 3D Nouveau**  
4 j - LER - p.542
- Blender, maîtriser la création 3D Nouveau**  
4 j - LEB - cf@
- Cinema 4D, initiation**  
5 j - CQD - p.542

## » Illustrator »

- Best** **Illustrator, prise en main**  
3 j - ILL - p.539
- Illustrator, perfectionnement**  
2 j - ILP - p.539
- Illustrator CC, les nouveautés Nouveau**  
1 j - ILU - p.540

## » Vidéo »

- Création vidéo : montage, compression et production DVD**  
5 j - DVP - p.543
- Best** **Adobe Premiere Pro, montage et compression vidéo**  
3 j - DEO - p.543
- Final Cut Pro X, maîtriser le montage vidéo**  
5 j - CUT - cf@

537



Ce stage vous apprendra à utiliser la palette d'outils disponibles dans Photoshop pour créer et retoucher des images numériques. Vous verrez comment préparer vos composants graphiques et les exporter afin de les exploiter, entre autres, dans un environnement Web.





---

Réf : PHO

Durée : 3 jours

Paris 17-19 nov. 2014  
26-28 janv./7-9 avril 2015  
8-10 juin 2015

Groupe 1 6-8 oct./8-10 déc. 2014  
30 mars-1 avril/29-juin-1 juil. 2015

Groupe 2 13-15 oct./8-10 déc. 2014  
23-25 mars/22-24 juin 2015

Groupe 3 20-22 oct./15-17 déc. 2014  
16-18 fév./27-29 avril 2015

Prix : 1 200 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Toute personne désireuse d'effectuer des acquisitions d'images, des retouches, de travailler sur les calques, de préparer ses propres montages...

**» PREREQUIS**  
Aucune connaissance particulière.

**» Introduction**

- L'image numérique. La colorimétrie.
- Présentation de Photoshop.
- L'environnement.
- Les outils : sélection, texte, main, loupe, dégradé, gomme, aérographe, pinceau, tampon, goutte d'eau...
- Les palettes : formes, couches, couleurs, tracés...

**» Les couleurs et les images pour le Web**

- Les modes de séparation (quadri, vidéo, TEL, bichromies...). Réglages chromatiques.
- Les palettes de couleur pour le Web.
- Les images pour le Web.
- La préparation des photos : recadrage par modification de la zone de travail.
- Les formats PNG, GIF, JPG, GIF animé.
- Les outils de maquillage.

**» Les corrections chromatiques et les opérations sur les couches**

- Les courbes de transfert.
- Les réglages de luminosité et de contraste.
- Les corrections des couleurs.
- Les opérations sur les couches.
- Les conditions.
- Les différents types d'opérations.
- La copie d'une couche, la mise à niveau.

**» Les filtres et leurs effets**

- Présentation des catégories de filtres.
- Description détaillée des principaux filtres.

**» Les sélections et les masques**

- Les outils et les commandes de sélection.
- Les couches masques de détourage.
- Le détourage vectoriel.

**» Gestion des calques**

- Création et gestion des calques.
- Chaînage et fusion. Masques de fusion.
- Calques de réglage et de texte.

**» La création et les retouches**

- Les colorations, les outils de dessin, les outils de retouche, les textes.
- Les transformations : symétrie, rotations, effets spéciaux.

**» Les importations et exportations vers le Web et multimédia**

- Les importations et ouvertures des fichiers EPS.
- L'outil Tranche.
- Coupler Photoshop et Image Ready.
- Les formats d'exportation. Exporter en haute résolution (Illustrator...) pour l'édition.
- Les impressions.



Ce stage, de niveau avancé, vous permettra d'approfondir vos connaissances du logiciel Photoshop. Vous découvrirez ses nouvelles fonctionnalités afin d'améliorer votre productivité. Vous verrez notamment comment perfectionner vos calques et vos tracés vectoriels, créer des images complexes et automatiser des tâches.




---

Réf : PHS

Durée : 2 jours

Paris 20-21 nov. 2014  
29-30 janv./9-10 avril 2015  
11-12 juin 2015

Prix : 910 € HT (prix 2014)

Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
Ce stage est destiné à toutes les personnes (marketing, communication, rh, maquettiste, infographiste, illustrateur, photographe) désireuses de maîtriser les fonctions avancées de Photoshop.

**» PREREQUIS**  
Connaissances de base du logiciel Photoshop. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Photoshop, prise en main" (réf. PHO).

**» Rappel sur le traitement de l'image**

- L'image numérique.
- La colorimétrie et la résolution.
- La sélection, le détourage et les couches alpha.
- Le travail avec les calques, les couches et les filtres.
- L'impression et la diffusion électronique.

**Travaux pratiques** Exercices de retouche d'image et de photomontage.

**» L'utilisation avancée des calques et des filtres**

- Les modes de calques.
- Les calques de réglage.
- Les calques et masques de fusion.
- Les filtres dynamiques.

**Travaux pratiques** Comment réaliser un flyer ?

**» Le trucage d'images**

- Analyser une photo.
- Améliorer une photo avec les ajouts et les suppressions d'éléments.
- Utiliser le coloriage.
- Maîtriser la retouche beauté.
- Les images surréalistes.

**Travaux pratiques** Exemples de restauration et coloration d'une photo ancienne.

**» Le tracé vectoriel**

- La plume de Bézier.
- Ajout suppression de point d'ancrage.
- L'outil conversion de point.

- La création vectorielle.
- Le détourage expert.

**Travaux pratiques** Application des différentes techniques et création d'un logo d'exemple.

**» L'automatisation des tâches**

- Le traitement par lots.
- La création d'un script.
- La création d'un "droplet".
- La fusion HDR.
- Le photomerge.

**Travaux pratiques** Exemple de réalisation d'un design de site Web.

Ce cours vous fera découvrir les fonctionnalités d'Illustrator. A l'issue de ce stage, vous connaîtrez les techniques du dessin vectoriel, vous saurez intégrer des illustrations dans un montage PAO, réaliser des dessins et des graphiques, travailler la typographie et la mise en page et dessiner avec les calques.

## » Notions de base

- Principes du dessin vectoriel et caractéristiques d'un document Illustrator.
- Présentation de l'environnement de travail (mémoire, gestion des polices, préférences...).

**Travaux pratiques** Découverte de l'interface.

## » Le dessin

- Les outils et commandes de dessin.
- Les attributs (couleurs, motifs, dégradés...).
- Les déformations (rotations, homothéties, symétries...).

**Travaux pratiques** Utiliser les bons outils pour créer des dessins.

## » Le texte

- Le texte libre, ligne de base et enveloppe.
- Les attributs de caractères, le chaînage, l'habillage.
- La vectorisation des caractères.

**Travaux pratiques** Créer ses propres typographies.

## » Les fonctions complexes

- Les transparences et la notion d'inversion.
- Les masques.
- Les opérations sur les formes.
- Les dégradés.
- Les filtres.

**Travaux pratiques** Personnaliser ses créations.

## » Les graphiques

- La saisie des données.
- Les attributs.
- La création de symboles et la personnalisation.

## » Le travail avec les calques

- Affichages, verrouillages, collages et gestion des plans.
- Options de calques et de traçages automatiques.

**Travaux pratiques** Décomposer en couche ses créations et les ordonner.

## » L'impression et l'exportation

- La séparation des couleurs.
- Les formats d'enregistrement et les liens avec d'autres logiciels.



Réf :	ILL
Durée :	3 jours
Paris	24-26 nov. 2014 9-11 fév./26-28 mai 2015
Groupe 1	23-25 fév./4-6 mai 2015
Groupe 2	16-18 fév./4-6 mai 2015
Groupe 3	2-4 fév./11-13 mai 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tout public.

## » PREREQUIS

Aucune connaissance particulière.

# Illustrator, perfectionnement

Ce stage, de niveau avancé, vous permettra d'approfondir les connaissances du logiciel Illustrator. Vous apprendrez à mieux maîtriser les outils et les commandes déjà utilisés dans le cours d'initiation mais vous découvrirez aussi de nouvelles fonctionnalités qui vous permettront de réaliser un travail plus productif.

## » Rappel des notions de base

- Les caractéristiques d'une image vectorielle.
- Les principes de fonctionnement du logiciel.
- Le contour et la forme d'un tracé.
- Les enrichissements spécifiques : formes, nuances, symboles, styles graphiques...
- La gestion du texte : texte de point et texte captif.

## » Enrichissements et modifications avancés

- Le principe d'utilisation de la palette aspect, des commandes effets/filtres.
- Les différentes techniques pour sélectionner ou isoler une portion de tracé.
- Couper un tracé, ajouter/supprimer des points d'ancrage.
- La conception de formes artistiques, calligraphiques et de motifs élaborés.
- La mise en volume et la perspective des formes objets.
- Les fonds perdus et les traits de coupe personnalisés.
- Les masques vectoriels.
- Les tracés transparents. L'outil Pathfinder. Les effets.

**Travaux pratiques** Création, modification et enrichissement des différents types de tracés. Exemple d'utilisation de l'outil Pathfinder.

## » Gestion avancée de la couleur

- Nuancier et bibliothèques de nuances.
- Produire ses bibliothèques de motifs et de formes.
- Comment créer ses propres bibliothèques de couleurs ?

- Guide des couleurs.
- La peinture dynamique.

**Travaux pratiques** Utilisation de la bibliothèque de nuances. Colorier facilement des dessins avec la peinture dynamique.

## » Texte, tracés vectoriels et pixels

- La vectorisation du texte.
- La pixellisation de tracé.
- La vectorisation dynamique.

**Travaux pratiques** Retravailler ou récupérer des images avec la vectorisation dynamique.

## » Améliorer sa productivité depuis Illustrator

- Réglage du plan de travail.
- Impression et enregistrement en format pdf.
- Exportation d'images bitmap.
- Création et enrichissement de graphiques.
- Interaction avec les autres logiciels (InDesign, Photoshop...).

**Travaux pratiques** Création de graphiques depuis un tableau de données Excel.



Réf :	ILP
Durée :	2 jours
Paris	2-3 oct./4-5 déc. 2014 26-27 mars/25-26 juin 2015
Prix :	910 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Tout public.

## » PREREQUIS

Connaissances de base du logiciel Illustrator. Ou connaissances équivalentes à celles apportées par le stage "Illustrator, prise en main" (réf. ILL).

Ce stage vous permettra d'appréhender les nouveautés de la dernière version du logiciel Photoshop appelée « Photoshop CC ». Parmi les principales fonctionnalités, vous verrez la netteté des images, la correction des erreurs de prise de vue avec Camera Raw ainsi que l'amélioration de la 3D.

» La qualité et la dimension de l'affichage

- Modification de l'interface et personnalisation.
- Affichage en haute résolution. Adaptation aux nouveaux écrans.
- La taille de l'image et l'échantillonnage.

**Travaux pratiques** *Prise en main de la nouvelle interface Photoshop CC. Modifier la taille et échantillonner une image.*

» Prise en charge de Camera Raw 8

- Les formats et la transparence.
- Histogramme et courbe.
- Les retouches.
- Filtre radial : le pinceau de retouche et le filtre gradué.
- Correction de l'objectif : les perspectives.

**Travaux pratiques** *Manipuler Camera Raw : régler une courbe, retouche des poussières et des tâches, utiliser le filtre radial...*

» Les filtres et le traitement de l'image

- Filtre Camera Raw et HDR.
- Réduction du tremblement, son mode de fonctionnement.
- Amélioration de netteté optimisée.
- Filtre Fluidité sur un objet dynamique.
- Galerie d'effets de flou.
- Autres filtres améliorés.

**Travaux pratiques** *Traitement des images : utilisation de filtre Camera raw, filtre fluidité, l'effet de flou...*

» Amélioration d'ordre ergonomique

- Filtre des calques sélectionnés.
- Sélection multiple des tracés, formes et masques.
- Modifier les propriétés des formes vectorielles.
- La géométrie de l'image : le recadrage.
- Utiliser les actions conditionnelles.
- Sélection par plage de couleur.

**Travaux pratiques** *Le recadrage des images, l'utilisation des tracés vectoriels, la sélection multiple. L'utilisation des actions conditionnelles.*

» Liaison entre Photoshop et le Web

- Importer des nuances. Comment charger un nuancier.
- Les couleurs Web.
- Générer du CSS, la méthode du copier-coller.
- Lissage du système texte. Les deux nouvelles possibilités.
- Les styles de texte améliorés : paragraphes et caractères.

**Travaux pratiques** *Mise en place des nouveautés optimisées pour le Web (nuances, couleurs, CSS, lissage, styles par défaut).*

» Nouveautés pour la 3D

- Les outils 3D intuitifs.
  - L'impression 3D.
- Travaux pratiques** *Mise en place des nouveautés optimisées pour la 3D (amélioration des ombres, peinture sur l'objet, illumination d'objets, duplication d'objet...).*

**diff** **travaux pratiques**

---

Réf : OOP  
 Durée : 1 jour  
 Paris 7 nov. 2014  
 3 avril/12 juin 2015  
 Prix : 530 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PREREQUIS**  
 Connaissance des versions précédentes de Photoshop.



Cette formation vous présentera les nouveautés du logiciel Illustrator CC. Ces nouvelles fonctionnalités vous permettront, en effet, de travailler de manière plus rapide et intuitive sur toutes vos créations et ce, quels que soient leurs types.

» Rassembler, importer et analyser les éléments

- Extraire des images incorporées et sauvegarder dans des fichiers externes.
- Assembler les composants d'un projet : images et polices des caractères.
- Import simultanée de plusieurs fichiers (accès aux options d'importation).
- Synchroniser vos paramètres dans le Creative Cloud (enregistrer les fichiers).
- Optimisation du panneau Liens. Les informations complémentaires.

**Travaux pratiques** *Gagner du temps et éviter les erreurs en rassemblant les éléments, les analyser.*

» Nouvelles fonctionnalités de création de formes

- Prise en charge de l'affichage pour les écrans haute résolution.
- Utilisation d'images pixels : artistiques, diffuses et de forme.
- Outil de transformation manuelle tactile : écrans, trackpads ...
- Générer quatre types d'angles automatiquement : angles extérieurs ou intérieurs.

**Travaux pratiques** *Intégrer des images Bitmap et créer des coins arrondis dans les formes de motifs.*

» Gestion du texte et des polices de caractères

- Moteur de recherche de polices de caractères.
- Comment trouver et appliquer une police.

- Outil Retouche de texte : modification de chaque caractère.
  - Le texte captif.
  - Les performances lors de la manipulation du texte.
  - Les nouvelles options de langue (textes asiatiques).
- Travaux pratiques** *Insérer du texte. Paramétrer le texte et les polices de caractères.*

» Nouvelles options dans le domaine de l'impression

- Créer, verrouiller et masquer des repères.
  - Trouver et trier des nuances, des dégradés et des motifs : moteur de recherche par nom ou % de teinte.
  - Panneau Aperçu des séparations : affiche uniquement les tons directs utilisés.
  - Éviter les blancs en surimpression. Les options à cocher.
- Travaux pratiques** *Manipulation des nouvelles options pour l'optimisation dans le domaine de l'impression.*

» Exporter vos maquettes sur les supports Web

- Générer et exporter par copier-coller des styles CSS.
  - Options d'export au format SVG.
  - Comment intégrer les styles graphiques dans le code.
- Travaux pratiques** *Générer et exporter par copier-coller des styles CSS.*

**diff** **travaux pratiques**

---

Réf : ILU  
 Durée : 1 jour  
 Paris 12 déc. 2014  
 13 mars/5 juin 2015  
 Prix : 530 € HT (prix 2014)  
 Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545

**» PARTICIPANTS**  
 Tout public.

**» PREREQUIS**  
 Connaissance des versions précédentes d'Illustrator.

# After Effect, prise en main



Cette formation pratique vous apprendra à utiliser le logiciel After Effects pour créer, à partir de différentes sources numériques, des animations graphiques, des effets spéciaux, des montages vidéo à destination d'un site Web ou d'un support de type DVD, CD...

## » L'interface

- Préférences et modules de sortie.
- Description de l'interface.
- Vues et espaces de travail.

**Travaux pratiques** *Prise en main de l'interface.*

## » Composition

- Gestion des calques.
- Précomposition.
- Calques d'effets.
- Paramétrage des Previews.

**Travaux pratiques** *Création d'une composition et d'une précomposition.*

## » Animations

- Images clés.
- Déplacement dans la Time Line.
- Interpolations spatiales et temporelles.
- Palette d'outils et de fonctions.
- Repères et grilles.

**Travaux pratiques** *Création d'une première animation.*

## » Masques et animations avancées

- Masques.
- Interpolation de masques.
- Tracé automatique.
- Caches par approche.
- Dessin et lissage de trajectoire.
- Tremblement.

**Travaux pratiques** *Création d'une animation avancée.*

## » Texte

- Calques textes.
- Animation de textes 2D.

## » Effets

- Editeur graphique et fenêtre d'effets.
- Application d'animations prédéfinies.
- Incrustations et keying.
- Re-mappage temporel.

**Travaux pratiques** *Application des effets sur une animation.*

## » Notion de 3D

- Les calques 3D.
- Les lumières et les ombres.
- Les calques caméra.
- Relation de parenté.

**Travaux pratiques** *Modélisation et mapping d'un objet en 3D.*

## » Exportation - Prévisualisation

- Optimisation des projets.
- Gestion de la file d'attente de rendu, paramètres de rendu et module de sortie.
- Résolution vidéo, format de pixels et rendu de trames.
- Exporter et sauvegarder ses projets.

**Travaux pratiques** *Optimisation et exportation d'un projet vidéo.*



Réf :	AFT
Durée :	4 jours
Paris	14-17 oct./2-5 déc. 2014 3-6 mars/2-5 juin 2015
Prix :	1 520 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Infographistes, maquettistes et toute personne désirant connaître les bases du montage vidéo et des effets spéciaux.

### » PREREQUIS

Bonne connaissance des logiciels infographiques. Expérience souhaitable.

# 3D Studio Max, prise en main



Cette formation vous apprendra à maîtriser l'interface de 3D Studio MAX. A l'issue, vous serez capable de concevoir un objet en 3D, de lui donner un rendu réaliste et de créer une animation à partir de cet objet.

## » Interface 3DS Max

- Environnement 3DS Max.
- Fenêtres de vue.
- Disposition des vues. Disposition personnalisée.
- Repère de 3DS Max.
- Contrôles de navigation.
- Nouvelle scène.
- Chargement. Sauvegarde.

**Travaux pratiques** *Création et enregistrement d'une nouvelle vue.*

## » Création et modélisation des objets

- Création d'objets.
- Sélection et positionnement des objets.
- Modification des objets.
- Primitives standard. Primitive boîte. La Sphère.
- Primitives étendues. Grille automatique. Primitive étendue Polyèdre.
- Formes. Création, utilisation des formes.
- Objets planaires à base de formes.
- Modificateurs Extruder et Tour.

**Travaux pratiques** *Concevoir de nouveaux objets.*

## » Déformation des objets

- Transformations, modificateurs et flux de données objet.
- Modificateurs courbure, torsion, extruder, FFD (déformation de formes libres).
- Principes généraux d'utilisation de la pile.

**Travaux pratiques** *Modifier, transformer des objets.*

## » Modifications

- Contrôles de positionnement.
- Modification des propriétés.
- Boîte de propriétés.
- Panneau de commandes.
- Symétries.

**Travaux pratiques** *Manipulation du panneau de commandes de modification.*

## » Conception des matériaux et textures

- Conception de matériaux.
- Outils de l'éditeur de matériaux.
- Matériaux : définition.
- Textures 2D et 3D.
- Modificateur de textures UVW.

**Travaux pratiques** *Application des effets et des textures sur les objets créés.*

## » Gestion d'éclairage et des caméras

- Types et paramétrages des caméras.
- Types de sources lumineuses.
- Ombres.

## » Rendu

- Les différents anti-aliasing.
- La résolution et la géométrie d'image.
- Le bac de montage.

**Travaux pratiques** *Création d'une animation.*



Réf :	STU
Durée :	4 jours
Paris	2-5 déc. 2014 24-27 mars/23-26 juin 2015
Prix :	1 520 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

### » PARTICIPANTS

Architectes, constructeurs, dessinateurs, designers, ingénieurs, responsables de bureaux d'études.

### » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un outil graphique. Expérience souhaitable.

Cette formation vous permettra de prendre en main l'interface du logiciel Blender et d'en découvrir les principales fonctionnalités. Vous apprendrez à concevoir un objet en 3D et à lui donner un rendu réaliste. Vous réaliserez des animations ainsi que diverses simulations physiques telles que les particules.



Réf :	LER
Durée :	4 jours
Paris	18-21 nov. 2014 17-20 mars/16-19 juin 2015
Prix :	1 490 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Architectes, constructeurs, dessinateurs, designers, ingénieurs, responsables de bureaux d'études.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique.

**» Interface utilisateur**

- Découverte de l'environnement.
  - Les vues 3D, orbite, panoramique, depuis la caméra.
  - Organiser la vue 3D avec des calques.
  - Le panneau des propriétés.
  - Le mode objet et les relations simples entre objets.
- Travaux pratiques** Installer Blender. Créer une vue.

**» Création et modification d'objet**

- La sélection rectangulaire, circulaire, lasso.
  - Les courbes de Bézier. Extrusion le long d'une courbe.
  - Transformer des objets. L'outil Simple Deform.
  - Modéliser avec la fonction Extrude. Modélisation basique, points, arrêtes, faces.
  - Les modificateurs : Array, Boolean, Edge...
- Travaux pratiques** Concevoir de nouveaux objets.

**» Conception des matériaux et textures**

- Assigner des matériaux aux objets.
  - La création de matériaux simples et nodaux.
  - Les shaders surfaciques, diffus et spéculaire.
  - Placer et assigner des textures.
  - Les shaders volumétriques.
- Travaux pratiques** Application des effets et des textures sur les objets créés.

**» UV Mapping et texture Painting**

- Dépliage UV, test et correction.
- Utiliser l'UV Mapping sur les matériaux.
- Création de la texture directement sous Blender.

- Export du dépliage.
  - Enregistrer le rendu sur une texture UV (Bake).
- Travaux pratiques** Plaquer une image sur un UV.

**» Gestion de l'éclairage et du rendu**

- Les différents types de lumières.
  - Couleurs, intensité, distance et ombrage.
  - Les rendus en images fixes.
  - Manipulations relatives aux caméras, focale, positionnement et profondeur de champ.
  - Dimensions de sortie. Format du rendu. Anti-crênelage.
  - Rendu au travers de différents moteurs (Cycles, internal et Luxrender).
- Travaux pratiques** Réaliser un rendu avec éclairage.

**» Compositing, moteur physique et particules**

- Les bases du compositing.
  - L'éditeur de séquence vidéo.
  - Les nœuds de compositing.
  - Bases du moteur physique et gestion des particules.
  - Physique (corps souples, corps rigides).
  - Particules génériques, dynamiques, statiques.
- Travaux pratiques** Composer une image.

**» Gestion des animations**

- Aperçu des différentes techniques d'animation.
  - Notion d'images clés et de Timeline.
  - Création d'images clés : Position Rotation Echelle.
  - Présentation de Graph Editor.
  - Animer les propriétés de l'interface.
- Travaux pratiques** Réaliser une animation.



# Cinema 4D, initiation

Cette formation très pratique vous apprendra à maîtriser l'interface et les fonctionnalités de l'environnement Cinema 4D. A l'issue de ce cours, vous serez capable de concevoir un objet en 3D, de lui donner un rendu réaliste et de créer une animation à partir de cet objet.



Réf :	CQD
Durée :	5 jours
Paris	24-28 nov. 2014 12-16 janv./30 mars-3 avril 2015 18-22 mai 2015
Prix :	2 050 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

**» PARTICIPANTS**  
Architectes, designers, techniciens de l'audiovisuel (monteurs, truquistes vidéo) et infographistes 2D et 3D.

**» PREREQUIS**  
Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Expérience requise.

**» L'interface Cinema 4D**

- Les notions de base sur l'univers 3D.
  - Le langage et vocabulaire 3D.
  - Les fenêtres de vue.
  - Les dispositions personnalisées.
  - Les contrôles de navigation.
  - Le chargement. La sauvegarde.
- Travaux pratiques** Création et enregistrement d'une nouvelle vue.

**» Création et modélisation des objets**

- Les primitives.
  - La création d'objets par combinaison.
  - L'importation de modèles réalisés dans d'autres logiciels 3D.
  - Les splines.
- Travaux pratiques** Concevoir de nouveaux objets.

**» Modification des objets**

- Symétries. Opération booléenne. "Metaball".
  - Extrusion, biseautage, outil couteau, etc.
  - Préparer son maillage en vue de travailler avec les dynamiques et l'objet Clothilde.
- Travaux pratiques** Modifier, transformer, préparer un objet et son maillage.

**» Les textures**

- Terminologies : bitmap, shader 2D, shader 3D.
- Composantes et application de textures.
- Création de textures avancées (verre, chrome, métal).

- Création de textures animées.
  - Utilisation de fichiers Photoshop pour la création de textures UVW Mapping. Développement des UVW.
- Travaux pratiques** Habillage d'un objet en situation studio.

**» Présentation des modules**

- Le générateur de particules.
  - Le "ringing initiation", Sculpture.
  - Mograph, l'outil "cloner" et les "effecteurs".
  - Advance render. Net render.
- Travaux pratiques** Application d'effets dans une animation.

**» Gestion d'éclairage et des caméras**

- Notions d'axes, utilisation des modes.
  - Types et paramétrages des diverses caméras (Camera Morphing).
  - Animation en boucle et animation d'objets liés.
- Travaux pratiques** Mise en situation des éléments abordés dans différentes scènes.

**» Gestion du rendu**

- Paramètres des options de rendu. Comment les gérer ?
  - Rendu multi-passes.
  - Export pour le trucage, la vidéo.
  - Export vers After Effects/QuickTime VR.
- Travaux pratiques** Création d'une animation de A à Z avec tous les outils traités lors de la formation.

Ce stage montre comment intégrer des éléments divers dans vos montages vidéo. Il présente les principes de la compression vidéo pour une diffusion tous supports : PC, tablette, Smartphone... Vous apprendrez aussi à concevoir un DVD, Bluray ou DVD Flash graphique et fonctionnel (menus, sous-titres).

## » Bases de la vidéo et création d'un projet

- Résolutions, fréquences d'images, rapport de pixel.
- Rapport d'image, entrelacement, débits vidéo, formats et codecs usuels.
- Principes de gestion d'un projet vidéo. Classer les fichiers sources. Créer des séquences usuelles.
- Importer des fichiers. Acquisition vidéo.

**Travaux pratiques** *Création d'un premier projet. Importer des fichiers simples ou structurés.*

## » Dérushage des plans et montage

- Informations des fichiers sources. Ajout des colonnes de métadonnées personnalisées.
- Visionnage des plans sources. Sélection de points in et out. Insertion des plans.
- Barre d'outils du montage. Accélérer/ralentir les plans.
- Zoomer. Placer des images sur les clips pour faire varier le volume. Glisser des plans.

**Mise en situation** *Mise en situation dans des cas réels de montage.*

## » Raccords, effets, transitions

- Raccorder les plans de la séquence fenêtre de raccord. Raccords dynamiques. Effets audio et vidéo.
- Incrustation chromakey (fond vert). Principes des rendus vidéo, barre de travail.

**Travaux pratiques** *Régler les effets sur un clip.*

## » Audio, images fixes et logos

- Ajouter une musique et une voix-off au montage.
- Améliorer le son. Ajout des images fixes et logos.
- Principes d'un tournage multicaméras.

**Travaux pratiques** *Mixage audio. Accélérer un clip.*

## » Dynamique link

- Liens dynamiques avec AfterEffect Encore. Liens avec Prelude, Audition et Photoshop.

**Travaux pratiques** *Animation de cartes, de texte, effets spéciaux. Création de DVD.*

## » Exportations avec Media Encoder

- Principes de l'encodage. File d'attente d'exportation et enregistrement de configurations personnalisées.
- Exportations : au format Flash, pour tablettes, Smartphones, PC...
- Exportation d'images fixes. Exportation du son.

**Travaux pratiques** *Exportation au format DVD.*

## » Création de DVD avec Adobe Encore

- Principes de conception d'un DVD/Bluray. Importation et transcodages des fichiers vidéo.
- Montages. Ajout de marques de chapitres et images. Création graphique des menus (avec Photoshop).
- Conception de la navigation entre menus.
- Ajout de musique, diaporamas photos, vidéo d'arrière-plan, transitions AfterEffect.

**Travaux pratiques** *Export ou gravure DVD et Flash.*



Réf :	DVP
Durée :	5 jours
Paris	17-21 nov. 2014 19-23 janv./30 mars-3 avril 2015 29 juin-3 juil. 2015
Prix :	2 050 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » PARTICIPANTS

Journaliste reporter d'image, services Communication et Marketing et toute personne souhaitant avoir une méthode de travail de gestion d'un projet vidéo et du paramétrage de l'encodage.

## » PREREQUIS

Bonnes connaissances d'un système d'exploitation graphique. Une première expérience sur une application photo ou vidéo grand public est un plus.

# Adobe Premiere Pro, montage et compression vidéo

Cette formation vous apportera les connaissances nécessaires à la réalisation de clips vidéo de qualité professionnelle. Vous aurez une vue d'ensemble du flux de production vidéo, de l'acquisition vidéo à l'exportation du clip pour diffusion sur différents supports (Web, ordinateur, DVD, bande, etc.).

## » Introduction d'un projet Premiere Pro

- Flux de production général.
- Vue d'ensemble du matériel requis pour la vidéo.
- Choix d'une préconfiguration de montage.
- Personnalisation de l'interface de travail.
- Préférences utilisateurs et sauvegardes de projets.

**Travaux pratiques** *Présentation d'une caméra type HDV et discussion sur les flux de production. Analyse des caractéristiques d'images vidéo fournies pour définir une configuration de montage adaptée à un projet vidéo.*

## » Acquisition vidéo, importation des rushes, organisation des médias

- Notions d'acquisition vidéo et d'importation de sources.
  - Fenêtre d'acquisition. Création de chutiers (dossiers).
  - Modes d'affichage des médias. Le mode story-board.
  - Préférences utilisateurs et sauvegardes de projets.
- Travaux pratiques** *Acquisition de vidéo et d'images. Importation de sources vidéo stockées sur un disque dur. Les participants ordonnent les sources vidéo du projet dans des chutiers.*

## » Dérushage des sources

- Présentation de techniques de travail pour passer en revue ses sources.
  - Fenêtres source et programme.
  - Outils de navigation dans les clips visualisés.
- Travaux pratiques** *Dérusher les sources vidéo.*

## » Techniques et outils de montage

- Montage à 2, 3 et 4 points.

- Raccords et découpe de clips.
- Marques d'éléments, de séquence, repères.

**Travaux pratiques** *Manipulation de la palette d'outils.*

## » Transitions audio et vidéo

- Application de transitions audio et vidéo.
- Fenêtre option d'effets. Transitions et durée par défaut.
- Zone de travail et rendus audio/vidéo.

**Travaux pratiques** *Test des transitions et des effets audio et vidéo sur les clips de la timeline.*

## » Sources audio et module de titrages

- Réglage du niveau audio, volume.
- Type de pistes (mono, stéréo, 5.1).
- Fenêtre de titrage Adobe.

**Travaux pratiques** *Création des titrages pour interviews.*

## » Arrêt sur image et vitesse d'un élément

- Fonction arrêt sur image.
- Vitesse d'un élément.
- Remappage temporel.

**Travaux pratiques** *Manipulation de la vitesse des éléments vidéo (en avant, en arrière, arrêt sur image).*

## » Voix-off et exportation vidéo

- Montage et amélioration d'une voix-off.
  - Les différents formats d'exportation et de diffusion.
- Travaux pratiques** *Les paramètres d'encodage.*



Réf :	DEO
Durée :	3 jours
Paris	20-22 oct./15-17 déc. 2014 2-4 fév./20-22 avril 2015 1-3 juin 2015
Prix :	1 200 € HT (prix 2014)
Groupes, prix et dates 2015 voir p. 545	

## » EXERCICES

Images vidéo issues du monde professionnel pour réaliser des contenus vidéo tels qu'on peut les voir sur des Web TV ou des sites Web d'information.

## » PARTICIPANTS

Chef de projet multimédia, Webmaster, journaliste, technicien vidéo, toute personne amenée à manipuler des fichiers vidéo.

## » PREREQUIS

Connaissances de base de la création numérique (photo numérique ou montage vidéo grand public). Expérience souhaitable avec une application de retouches photo ou de montage vidéo grand public.

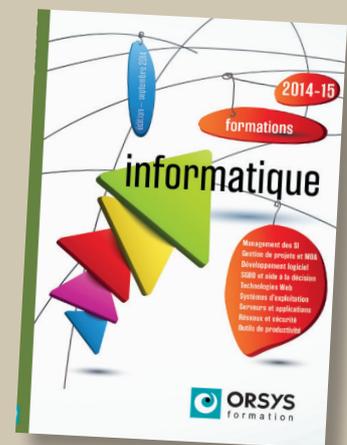
# Orsys Leader de la formation informatique

Orsys conçoit et organise depuis plus de 38 ans des formations de haut niveau, séminaires ou stages pratiques. Orsys s'est très vite imposé comme l'acteur incontournable de la formation en informatique et au management.

- > Une offre de plus de 1000 formations informatiques
- > Des cours animés par des experts reconnus
- > Des séminaires sur les plus récentes avancées technologiques
- > Des stages intensifs et progressifs, basés sur de nombreux exercices et cas pratiques
- > Des certifications et des parcours de formation permettant une évolution rapide

- > Management des SI
- > Gestion de projets/MOA
- > Développement logiciel
- > SGDB, Aide à la décision
- > Technologies Web
- > Réseaux et sécurité
- > Systèmes d'exploitation
- > Virtualisation, Cloud Computing
- > Messagerie, travail collaboratif
- > Bureautique et multimédia

## Formations informatiques programmes 2014/2015



CATALOGUE GRATUIT  
>>> [info@orsys.fr](mailto:info@orsys.fr)

TOUS NOS PROGRAMMES  
>>> [www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)



Formations interentreprises

# planning oct. 2014-sept. 2015

Retrouvez dans les pages suivantes  
le calendrier d'octobre 2014 à septembre 2015.  
Les dates de sessions sont réactualisées toutes  
les semaines sur le site :

[www.orsys.fr](http://www.orsys.fr)



Centres de :

› **Paris La Défense** >>>

› **groupe 1** >>>

› Aix-en-Provence › Lille › Lyon › Sophia-Antipolis › Strasbourg ›  
Montpellier › Grenoble ›

› **groupe 2** >>>

› Bordeaux › Nantes › Rennes › Toulouse ›

› **groupe 3** >>> **international** >>>

› Bruxelles › Genève › Luxembourg ›  
formations en français et [en anglais](#)

**S** Séminaires

**P** Stages pratiques

**C** Cycles certifiants

**U** Certificats universitaires

# PLANNING des formations 2014-15

## Direction d'entreprise

### Stratégie et pilotage d'entreprise

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Les clés du management d'entreprise	p.25	S	MBA	3j	2610 €		25					24			16			29
Gouvernance d'entreprise	p.26	S	GOE	2j	1900 €			18			19				15			
<b>Best</b> Bâtir une stratégie d'entreprise <b>F</b>	p.26	P	INI	3j	1875 €		12			2				18		15		7
Analyse prospective, élaborer des choix stratégiques	p.27	S	TEG	2j	1900 €		27				19				18			17
Intégrer l'environnement géopolitique dans la stratégie <b>N</b>	p.27	P	CEG	2j	1380 €		17				9				22			21
Mettre en œuvre une politique d'intelligence économique	p.28	P	PME	2j	1350 €		13			5		2			11			10
<b>Best</b> Balanced Scorecard, piloter la performance de l'entreprise	p.28	S	TBO	2j	1900 €		27		22		19				22			24
<b>Best</b> Piloter par les tableaux de bord	p.29	P	TAB	2j	1350 €	13	17	15	12	16	16	13	18	29	20	24		14
Améliorer la profitabilité dans un contexte écono. difficile <b>N</b>	p.30	P	PFC	2j	1380 €		27					9			25			7
Maîtriser la masse salariale	p.30	P	MMS	2j	1350 €		20			5		9			4			17
Transformer une organisation, les clés de la réussite	p.31	S	TFO	2j	1900 €		24		29		5			5				7
Stimuler l'innovation dans l'entreprise	p.31	P	INN	2j	1350 €		13			12				21		9		10
ISO 22301, Foundation, certification	p.32	P	FUN	2j	2235 €			4		12				28		30		24
ISO 22301, Lead Auditor, certification	p.32	P	IAU	5j	4390 €		17		12		30				29			7
<b>546</b> ISO 22301, Lead Implementer, certification	p.33	P	IML	5j	4390 €		17		26		30				22			14
ISO 31000, Risk Manager, certification	p.34	P	ISR	2j	2235 €			18			26				25			24
M_o_R®, Risk Management, Foundation, certification	p.34	P	MRF	3j	2345 €			1		23				26		20		7
M_o_R®, Risk Management, Practitioner, certification <b>N.</b>	cf @	P	MPR	2j	1795 €		13					2			25			21
Risk management dans les affaires, mise en œuvre	p.35	S	RIM	2j	1900 €	2		4			26				25			
<b>Best</b> Risk Manager : gérez efficacement les risques projets	p.35	P	RIK	3j	1875 €		24			23		20			29			28
L'entreprise numérique, enjeux et perspectives	p.36	S	TUN	2j	1900 €	7		15			26				18			
<b>Best</b> L'entreprise face aux défis du Cloud, Byod et Big Data	p.37	S	MBD	2j	1900 €	2		16					2		15			
Stratégie digitale, générer de nouvelles opportunités <b>Nouveau</b>	p.38	P	GNS	2j	1380 €			11			19				25			14
Bring Your Own Device (BYOD), enjeux et solutions	p.38	S	BYO	2j	1900 €		13		22			16			8			10

### RSE et développement durable

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Mettre en œuvre une démarche RSE	p.40	P	CIP	2j	1350 €		12			16				26		16		7
ISO 26000, responsabilité sociétale, Foundation, certification	p.40	P	OFO	2j	2235 €			4			12				4			3
ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Auditor, certification	p.41	P	OLE	5j	5610 €			8			16				15			7
ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Implementer, certif.	p.41	P	LIM	5j	5610 €			15			23				29			14
Mettre en place une stratégie de communication RSE	p.42	P	CSE	2j	1350 €	23		4				2				2		
Bâtir son reporting RSE	p.42	P	RSE	2j	1350 €	23		4			23				22		27	
Bâtir sa stratégie de développement durable <b>F</b>	p.43	P	DUR	2j	1350 €	2		4		19		29			22			
ISO 14001, management environnemental, Foundation, certif.	p.43	P	SFO	2j	2235 €			4			12				4			3
ISO 14001, management environnemental, Lead Auditor, certif.	p.44	P	SFL	5j	5610 €			8			16				15		31	
ISO 14001, management environnemental, Lead Implementer, certif.	p.44	P	SLI	5j	5610 €			15			23				22			14
Mettre en œuvre le développement durable dans une PME	p.45	P	DDP	2j	1350 €	2		11			12				11		20	
Chef de projet Développement Durable	p.46	P	CDD	2j	1350 €		20		26			2			8			3
Développer ses compétences en management durable	p.46	P	DCM	2j	1350 €	20		18			19				11			17

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

**Direction d'entreprise**

**RSE et développement durable**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Mettre en place un SME performant	p.47	P	SME	2j	1350 €		17		29		5			12				7
Bien gérer des installations de type ICPE	p.47	P	ICP	2j	1350 €	23		4			5				15		27	
Best Green IT, démarche et mise en œuvre	p.48	P	GRI	2j	1350 €	20		4			23				22		27	
Green Data Center	p.48	P	GAC	2j	1350 €	16		11		5				6		6		
Efficiency énergétique du SI	cf @	P	EFG	2j	1350 €					nous consulter								

**Qualité et Lean Management**

**Qualité, sécurité**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Cycle certifiant Responsable qualité	p.52	C	KRQ	11j	4710 €	6		8	29					21				24
Best Démarche qualité, sensibilisation et mise en œuvre	p.53	P	DMQ	2j	1350 €		5		19		23				1			10
Devenir correspondant qualité	p.53	P	COQ	2j	1350 €			4			23				25			24
Responsable qualité, le métier	p.54	P	RQM	2j	1350 €		27		29		5			21				24
ISO 9001, qualité, Foundation, certification	p.54	P	IFF	2j	2235 €			4			19				4			10
ISO 9001, qualité, Lead Auditor, certification	p.55	P	ILA	5j	5610 €			8			23				15			14
ISO 9001, qualité, Lead Implementer, certification	p.55	P	ILI	5j	5610 €			15			30				22			21
Manager par les processus qualité	p.56	P	MPQ	2j	1350 €		20	15		26				12		2		3
Best Tableaux de bord qualité, conception et exploitation	p.56	P	TBQ	2j	1350 €		24		29		12				15			28
Best Réaliser un audit qualité interne	p.57	P	AQI	2j	1350 €		12		8		19			12		16		14
Auditer les processus qualité et les risques	p.57	P	AQP	3j	1875 €		17		26		30			11	29		31	
Optimiser ses processus et sa démarche qualité	p.58	P	DEQ	2j	1350 €		24			9		13			2			14
Surmonter les problèmes dans une démarche qualité	p.58	P	DAQ	2j	1350 €			4			12			28		30		3
Développer et gérer son système documentaire qualité	p.59	P	DOC	2j	1350 €			1			9				1		31	
Construire et piloter un système intégré QSE	p.60	P	QSE	2j	1350 €	13		15			19				15		17	
Être responsable environnement, santé et sécurité	p.60	P	ERV	2j	1350 €			4			12				4			10
Maîtriser les outils pour la prévention, santé et sécurité	p.61	P	OSS	2j	1350 €			8			9				8			17
Mettre en œuvre un audit sécurité	p.61	P	AUC	2j	1350 €			11			19				11			10

**Amélioration continue, Lean Management**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Best Manager par l'amélioration continue	p.63	P	AME	2j	1350 €		13		22		26			28				24
Conduire une démarche d'amélioration 5S	p.63	P	MEL	2j	1350 €		6			5		2			4			3
La démarche Lean, l'essentiel	p.64	P	DLE	1j	860 €	6		12		2				29				28
Mettre en œuvre le déploiement d'une politique Lean <b>Nouveau</b>	p.64	P	VDL	2j	1380 €			4					2		18			17
Maîtriser le diagnostic initial dans une démarche Lean <b>Nouveau</b>	p.65	P	DIL	2j	1380 €			4			19			28				
Best Réussir un projet Lean, les outils	p.65	P	LEO	3j	1875 €		24			2				18		15		14
Lean manager	p.66	P	NEM	2j	1350 €		27		22		26			26		16		17
Lean coach	p.66	P	LCO	2j	1350 €			4		2		13			1			24
Best Lean Management dans les services	p.67	P	LEM	2j	1350 €	27		4		5		2			4			
Lean Management dans le secteur industriel <b>Nouveau</b>	p.68	P	LMI	2j	1380 €		24				9					2		
Lean Management dans le secteur hospitalier <b>Nouveau</b>	p.68	P	LSH	2j	1380 €			11			26				4			

Management

Management d'équipes

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015 janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Manager confirmé</b>	cf @	U	1UB	12j	7 800 €						30						28
<b>Cycle certifiant Manager en prise de fonction</b>	p.73	C	KNM	13j	5450 €		24			23			18				21
<b>Best Devenir manager</b> F	p.74	P	MOP	3j	1875 €	27	24	15	12	23	30	21	18	29	20	24	21
<b>Best Management d'équipe</b> F	p.75	P	ORG	3j	1875 €	20	17	8	5	2	2	7	4	22	27	17	14
<b>Best Manager de proximité</b>	p.76	P	MPX	3j	1875 €		12		12		30		18			31	
<b>Passer d'expert à manager</b>	p.76	P	PEX	2j	1350 €	20		1		16		7			2		
<b>Efficacité personnelle pour managers</b>	p.77	P	PEM	3j	1875 €		12		12		16		18		6		7
<b>«Manager minute», les techniques pour être plus efficace</b>	p.77	P	MMN	2j	1350 €		27		15		19		21				17
<b>Fixer et évaluer des objectifs</b>	p.78	P	FIX	2j	1350 €	6		15			12			11		17	
<b>Best Déléguer et responsabiliser</b> F	p.78	P	DEL	2j	1350 €		24		19			2		1			28
<b>Reconnaître et valoriser ses collaborateurs</b>	p.79	P	VCO	2j	1350 €		12			12			12		9		7
<b>Manager : améliorez votre communication écrite</b>	p.79	P	RIE	2j	1350 €			1			26			25			21
<b>Best Motiver et animer votre équipe</b> F	p.80	P	MOT	3j	1875 €	13	12	8	5	9	9	7	11	8	15	17	14
<b>Best Organiser le travail de votre équipe</b> F	p.81	P	OTE	2j	1350 €	6		8		26		9		18			
<b>Renforcer la performance de votre équipe</b>	p.81	P	DPE	3j	1875 €	20		15		23		13		29		31	
<b>Renforcer la cohésion dans son équipe</b>	p.82	P	COE	2j	1350 €	6		8			9			1		17	
<b>Améliorer la cohésion d'équipe, atelier théâtre</b>	p.82	P	HOE	2j	1350 €			11	29		5			4			
<b>Aider son équipe à progresser par le codéveloppement</b> N	p.83	P	COV	2j	1380 €		3					9		4			14
<b>Développer les compétences de vos collaborateurs</b> F	p.83	P	DCO	2j	1350 €		24			12		16		18			28
<b>548 Reprendre une équipe avec succès</b>	p.84	P	REP	2j	1350 €	23		11			12			11		27	
<b>Prévenir et gérer les tensions et conflits, synthèse</b>	p.84	S	PGC	1j	990 €						9			15			14
<b>Best Maîtriser les conflits dans votre équipe</b>	p.85	P	COF	2j	1350 €	23		18			12			4			17
<b>Résoudre les conflits par la médiation</b>	p.85	P	DIA	2j	1350 €		27			16		13			2		24
<b>Prévenir et gérer le stress dans votre équipe</b>	cf @	P	GSM	3j	1875 €		17			nous consulter							
<b>Prévenir et gérer les risques psychosociaux dans son équipe</b>	p.86	P	MPY	2j	1350 €		6			5		2		4			3
<b>Prévenir et gérer les risques liés aux addictions</b> Nouveau	p.86	P	ALO	1j	860 €		24				20			5			18
<b>Favoriser l'innovation dans votre équipe</b>	p.87	P	NOV	2j	1350 €		24		29		5		5				28
<b>Gérer le travail en open space</b>	p.87	P	TOS	2j	1350 €		27		22		26		26				3
<b>Réussir vos entretiens opérationnels</b>	p.88	P	REM	2j	1350 €		13		15		19		21		16		3
<b>Réussir vos entretiens d'évaluation</b> F	p.88	P	VEA	2j	1350 €		13		15		12		12				10
<b>Best Conduire efficacement une réunion</b> F	p.89	P	CRE	2j	1350 €	2	6	4	8	5	5	2	5	4	2	17	3
<b>Conduire une réunion difficile</b>	p.89	P	REU	2j	1350 €		20			9			12		9		17
<b>Dynamiser les réunions avec la carte mentale</b>	cf @	P	MMT	2j	1350 €	23		11		nous consulter							
<b>Réussir ses entretiens et réunions à distance</b> Nouveau	p.90	P	UNI	2j	1380 €			15				2	18				
<b>Devenir un manager intuitif</b> Nouveau	p.90	P	TUF	2j	1380 €		6				19		18				
<b>Coaching d'équipe</b>	p.91	P	COA	3j	1875 €	20		15			23			29		31	
<b>Coacher la nouvelle génération</b>	p.91	P	GEC	2j	1350 €		24			5			26		27		21
<b>Convaincre et faire partager ses décisions</b>	p.92	P	FDE	2j	1350 €		13			5			12		9		10
<b>Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe</b>	p.92	P	PER	2j	1350 €	16		4		26		9		25			
<b>Manager un collaborateur en difficulté</b>	cf @	P	CLD	2j	1350 €		12			nous consulter							
<b>Facilitateur, rôle et techniques</b>	p.93	P	FAC	2j	1350 €		12			12			28		30		7
<b>Fluidifier les relations interservices</b>	p.93	P	FLI	2j	1350 €		24				12			4			28

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

Management

Management : perfectionnement

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015 janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Cycle certifiant Manager confirmé	p.96	C	KMC	13j	5450 €	20		15		23				29			
Manager confirmé : renforcez votre efficacité	p.97	P	PFM	3j	1875 €		24		26		30		26				21
Manager : développez votre pouvoir d'influence	p.97	P	FLU	2j	1350 €	6		8		26		2		11			
Best Développer son leadership de manager F	p.98	P	EAL	2j	1350 €	2	13	11	22	19	12	16	12	18	2	20	3
Renforcer son leadership, atelier théâtre	p.98	P	FFL	2j	1350 €	13		15		26		2		11			
Best Leadership au féminin	p.99	P	LEF	2j	1350 €	13	12	8	5	2	2	7	4	1	9	27	14
Prendre la parole pour renforcer son leadership Nouveau	p.99	P	LVC	2j	1380 €			18				2		18			
Management stratégique, mobiliser ses partenaires	p.100	P	SMP	2j	1350 €		24				9			8			21
Réussir vos présentations pour le Comité de Direction	p.100	P	PCD	2j	1350 €	2		11		5			12		9		
Manager : décidez pour agir	p.101	P	DPA	2j	1350 €		20			26		16		25			24
Manager : développez l'intelligence collective Nouveau	p.101	P	ICE	2j	1380 €			18			23		21				24
Best Concilier management et expertise	p.102	P	QME	2j	1350 €		27			12			12		9		17
Le Lean et l'Agilité au service du leadership managérial N	p.102	P	GIL	2j	1530 €			18				2		1			
Management collaboratif, outils et postures 2.0	p.103	P	ANO	1j	860 €	6		15				20		22			
Mettre en place le management visuel Nouveau	cf @	P	VUL	2j	1380 €			11			5		18				
Manager : appliquez les méthodes du monde sportif	p.103	P	TIF	2j	1350 €			18		26				25			17
S'évaluer comme manager, les 12 compétences clés	p.104	P	EVM	3j	1875 €	6		8			30			29			17
L'évaluation 360° et son utilisation	p.104	P	LET	2j	1350 €		20			12			21		23		24
Management, intégrer l'humain dans son management	p.105	P	IHU	3j	1875 €		24		19		23		26				14
Manager par l'intelligence émotionnelle	p.106	P	EMO	2j	1350 €		27			5			12		9		17
Devenir Mentor	p.106	P	MNT	2j	1350 €		13			12			12		9		10
Best Décoder les comportements	p.107	P	DOM	2j	1350 €	20		1			5			11			28
Best MBTI, mieux se comprendre et mieux comprendre les autres	p.107	P	MBT	2j	1350 €		13			5		2		4			10
Best Process Com®, initiation	p.108	P	PCE	3j	1875 €	13		1		16		13		29			
Process Com®, perfectionnement	p.109	P	PCA	2j	1350 €	16		4			26		26		23		
Initiation à la PNL	p.109	P	PNL	2j	1350 €	13		8			23			22			17

Management : spécialisations

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015 janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Best Maîtriser le management transversal F	p.111	P	TAV	3j	1875 €		12		26		2		4		6		7
Best Manager des équipes à distance	p.112	P	DTS	3j	1875 €		24			9		13		8			7
Mettre en place avec succès le télétravail dans son entreprise	cf @	P	TET	2j	1350 €	13		15			16			22		17	
Best Manager des prestataires de services F	p.113	P	MGS	2j	1350 €	9	13	11	15	12	12	23	21	18	16	27	10
Best Manager des managers	p.114	P	MAM	2j	1350 €		27		12		9			8			21
Manager les situations complexes : diversité, conflits	p.114	P	TDC	2j	1350 €		27			2		7		1			28
Management de la diversité	p.115	P	MDI	3j	1875 €		24			2		21		29			28
Relations avec les salariés handicapés, sensibilisation	p.115	S	RSH	1j	990 €		24				16			8			14
Manager des personnes en situation de handicap	p.116	P	HDI	1j	860 €		24				30			22			21
Manager une équipe multiculturelle et internationale F	p.116	P	MCI	2j	1350 €		24		22		19		21				28
Management interculturel : la Chine	p.117	P	CHI	2j	1350 €	2		18				2		25			
Le management intergénérationnel	p.117	P	MGE	2j	1350 €	6		15		26		9		18			
Manager la génération Y	p.118	P	GEN	2j	1350 €	16		11			19			15		19	
Intégrer et manager la génération Z	p.118	P	TIZ	2j	1350 €		6	18			26			15		20	
Manager les seniors	p.119	P	IOR	2j	1350 €		24			5		28		25			21
Manager avec l'approche systémique, accompagner le changement	p.119	P	ASY	2j	1350 €	2		4		26		29		22			

Management

Management : spécialisations

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>M</b> anager en situation de crise et d'incertitude	p.120	P	MSI	2j	1350 €	16		4			2		21			2		
<b>C</b> hange Manager <b>F</b>	p.120	P	CHM	2j	1350 €		20			26				28		16		3
<b>Best</b> <b>C</b> onduire le changement, démarche et outils <b>F</b>	p.121	P	CHA	2j	1350 €	23	27	18	22	19	19	23	28	15	23	27	24	
<b>C</b> ommuniquer efficacement pour accompagner le changement	p.122	P	CEA	2j	1350 €		17		15		26			5				7
<b>U</b> tiliser la créativité pour favoriser le changement	p.122	P	FAV	2j	1350 €	6		8			12				18			

Connaissances essentielles du manager

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> <b>G</b> estion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel <b>F</b>	p.124	P	IIG	3j	1875 €		24			16				18		27		28
<b>Best</b> <b>C</b> omptabilité, l'essentiel pour les managers	p.124	P	CFI	3j	1875 €		12			16		20			29		31	7
<b>L</b> ire un bilan et un compte de résultat <b>F</b>	p.125	P	BIL	2j	1350 €	23		11		2						2		
<b>Best</b> <b>F</b> inance d'entreprise, pour non-financiers	p.126	P	CFM	3j	1875 €		12		19		30			26		15		14
<b>M</b> ener une analyse financière, pour non-financiers	p.126	P	BFI	2j	1350 €	20		15		19		16			8		31	
<b>L</b> 'essentiel des ressources humaines pour manager <b>Nouveau</b>	p.127	P	ERH	2j	1380 €		14				2				25			14
<b>M</b> aîtriser le dialogue social, pour les managers	p.127	P	DSO	2j	1350 €	6		15			5				15		17	
<b>Best</b> <b>A</b> chats pour non-acheteurs	p.128	P	APA	2j	1350 €		13		15		26			11		16		21
<b>L</b> a sécurité de l'information, recommandations pratiques	p.128	P	SRP	2j	1350 €		24		29		5			21				21

Gestion de projets

Gestion de projets

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>550</b> <b>M</b> anager de projets	cf @	U	1UA	11j	7 800 €							9						7
<b>Best</b> <b>G</b> estion de projets, l'essentiel pour les managers	p.132	P	GPG	2j	1350 €	6		8		26		16			11			
<b>C</b> hef de projet occasionnel	p.132	P	CPO	2j	1350 €			4		19					22			24
<b>Best</b> <b>G</b> estion de projets, les fondamentaux <b>F</b>	p.133	P	PNI	3j	1875 €	6	3	1	5	2	2	7	4	1	15	17	14	
<b>G</b> estion de projets, perfectionnement	p.134	P	PEG	2j	1350 €			1			9				1		31	
<b>C</b> onstruire un avant-projet	p.134	P	CAV	2j	1350 €			4			12				4			10
<b>R</b> édiger un cahier des charges technique et fonctionnel	p.135	P	CTF	2j	1350 €	6		8	15	12		2			15			
<b>M</b> aîtriser la communication de projet <b>Nouveau</b>	p.135	P	CBO	2j	1530 €			1			16				4			7
<b>Best</b> <b>P</b> MI, management de projets	p.136	P	PPC	5j	2530 €	6	17	8	19	16	16	13	18	15	20	31	21	
<b>Best</b> <b>P</b> MP®, préparation à la certification	p.137	P	PPR	2j	980 €	16	27	18	29	26	26	23	28	25	30	20	10	
<b>Best</b> <b>C</b> APM®, préparation à la certification	p.137	P	APM	5j	2530 €		24		12		2				1		31	
<b>P</b> MI-SP®, préparation à la certif. planification et suivi de projets	cf @	P	ISP	4j	2330 €		25				nous consulter							
<b>P</b> MI-ACP®, préparation à la certification Agile	cf @	P	CAG	3j	2080 €	13		15			nous consulter							
<b>Best</b> <b>M</b> aîtriser les coûts et les risques des projets	p.138	P	MCR	2j	1350 €	23		11		19		2			25			
<b>Q</b> ualité des projets, les bonnes pratiques	p.138	P	ALI	2j	1350 €			8			16				8			17
<b>A</b> udit de projets	p.139	P	DUA	2j	1350 €			11			19				11			17
<b>C</b> oncevoir et déployer un projet stratégique	p.139	P	RIO	2j	1350 €		17		12			2			8			17
<b>M</b> arketing produit et gestion de projets	p.140	S	PEJ	2j	1900 €			11			26				18			24
<b>D</b> iriger un projet, les points clés	p.140	S	DIE	3j	2610 €	6		15			30				22			28
<b>Best</b> <b>P</b> MO, mettre en place une organisation par projet	p.141	P	POM	2j	1530 €		13			12				26		2		10
<b>P</b> 30®, Foundation, certification <b>Nouveau</b>	p.141	P	PTO	3j	2575 €			1			16			18				7
<b>P</b> 30®, Practitioner, certification <b>Nouveau</b>	cf @	P	PRA	2j	1795 €			18			12			21				24
<b>Best</b> <b>M</b> anager votre équipe projet et les parties prenantes	p.142	P	MEP	2j	1350 €		27		22		23				25			24
<b>C</b> hef de projets : développez vos compétences relationnelles	p.142	P	CDC	2j	1350 €	2		18		9				26		27		
<b>Best</b> <b>L</b> e leadership du chef de projet	p.143	P	RED	2j	1350 €		13			9			27			2	31	

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Gestion de projets

Gestion de projets		page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
	<b>C</b> ollaborateur/Acteur projet : participer aux projets <b>Nouveau</b>	p.143	P	CBA	2j	1380 €			11				23		18				
	<b>P</b> lanifier et suivre vos projets	p.144	P	JOR	3j	1875 €		12		19		2		18					7
	<b>MS</b> -Project, construire un planning projet <b>Nouveau</b>	p.144	P	PLN	1j	860 €			5				3		19				18
	<b>C</b> onduire une revue de projet	p.145	P	REV	2j	1350 €		24		12				12				31	
<b>Best</b>	<b>MS</b> -Project, introduction	p.145	P	MPI	2j	1350 €	23	27	18	15	19	19	16	21	15	16	27	24	
	<b>P</b> iloter un projet avec MS-Project 2013	p.146	P	PRU	3j	1875 €			15			30			15				14
	<b>P</b> iloter un projet avec MS-Project 2007-2010	p.146	P	PIL	3j	1875 €	6		1		2		13		29				

## Gestion industrielle

Gestion industrielle		page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
	<b>L</b> es fondamentaux de la gestion de production <b>Nouveau</b>	p.150	P	GPR	2j	1380 €		12						23		8			10
	<b>R</b> esponsable Production, les clés du métier <b>Nouveau</b>	p.150	P	DUC	2j	1380 €			18				26		21				
	<b>L</b> e chef de projet d'ingénierie industrielle <b>Nouveau</b>	p.151	P	PII	2j	1380 €			1					2			2		10
	<b>L</b> e tableau de bord de production <b>Nouveau</b>	p.151	P	TBP	2j	1380 €			8			16			21				
	<b>G</b> érer la production avec le MRP <b>Nouveau</b>	p.152	P	MGP	2j	1380 €			8				16		1				3
	<b>O</b> rdonnancement et suivi d'atelier <b>Nouveau</b>	p.152	P	ODS	2j	1380 €			4			19			28				
	<b>S</b> écurité en milieu industriel <b>Nouveau</b>	p.153	P	MID	2j	1380 €			4				19		20		4		10
	<b>M</b> aîtriser les risques avec l'AMDEC processus <b>Nouveau</b>	p.153	P	AAR	1j	860 €		7					6		22				4
	<b>D</b> éployer la méthode Kanban de manière pérenne <b>Nouveau</b>	p.154	P	ANK	1j	860 €			5				13			19			11
	<b>M</b> onter un projet RFID <b>Nouveau</b>	p.154	P	RFI	3j	1875 €		24					23			15			

551

## Développement personnel

Efficacité, organisation personnelle		page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b>	<b>E</b> fficacité professionnelle <b>F</b>	p.159	P	EFF	3j	1875 €	27	24	15	12	16	23	21	26	22	27	24	21	
	<b>E</b> tre efficace, les meilleures pratiques	p.160	P	HAB	2j	1350 €			4			19			15				17
<b>Best</b>	<b>A</b> méliorer son organisation personnelle <b>F</b>	p.160	P	OPE	2j	1350 €	16	20	11	15	12	12	16	12	18	16	20	10	
	<b>E</b> tre acteur de son développement <b>F</b>	p.161	P	ADD	2j	1350 €		24			9		16		4				7
	<b>P</b> rendre une décision et savoir la vendre	p.161	P	DEI	2j	1350 €	2		18			19			15		20		
<b>Best</b>	<b>E</b> ntraîner et développer votre mémoire	p.162	P	MEM	2j	1350 €	23		11		5		2		4				
	<b>D</b> évelopper votre concentration	p.162	P	TON	2j	1350 €		27			9		7		8				24
	<b>A</b> pprendre mieux et plus vite	p.163	P	AMP	2j	1350 €			4		19		16		25				24
	<b>C</b> lasser utile, rapide, efficace	p.163	P	CLA	2j	1350 €	2		4		23		20				2		
<b>Best</b>	<b>G</b> érer son temps <b>F</b>	p.164	P	GET	2j	1350 €	16	13	11	8	5	5	2	5	4	9	17	10	
	<b>V</b> aincre la procrastination	p.164	P	TIC	2j	1350 €		20		29		5		5		23			10
	<b>L</b> es nouveaux outils pour gérer son temps	p.165	P	TAT	2j	1350 €	2		18		12				26			27	
	<b>G</b> érer l'information et gagner du temps	p.165	P	TIP	2j	1350 €	2		4				2		22		20		
<b>Best</b>	<b>G</b> érer son quotidien en open space	p.166	P	GOP	2j	1350 €	13		18				2			2			
	<b>R</b> éussir son passage au télétravail <b>Nouveau</b>	p.166	P	TRL	1j	860 €		14				13			19				18
	<b>L</b> ecture rapide : lire vite, comprendre et retenir <b>Nouveau</b>	p.167	P	LRP	2j	1380 €		6				19			11				17
	<b>L</b> ire, synthétiser et restituer avec efficacité	p.167	P	LEC	2j	1350 €	23		18		5		2		4				
<b>Best</b>	<b>D</b> évelopper son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral	p.168	P	ECO	2j	1350 €	16	13	11	8	9	12	9	12	8	16	20	17	

Développement personnel

Efficacité, organisation personnelle

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions	p.168	P	PNR	2j	1350 €	23		4	29		5		12					
<b>Best</b> Améliorer vos écrits professionnels	p.169	P	CEP	2j	1350 €	29	13	18	22	19	19	23	26	22	23	27	24	
Donner de l'impact à vos écrits professionnels	p.169	P	CRI	2j	1350 €		17		19			2	11			31		
Stimuler votre créativité à l'écrit	cf @	P	STI	2j	1350 €		17			nous consulter								
<b>Best</b> Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux	p.170	P	AGO	2j	1350 €		27			19		16		4				24
Orthographe et grammaire, perfectionnement	p.170	P	OGM	2j	1350 €	6		8		9				8		17		
Communiquer efficacement par mail	p.171	P	CAT	2j	1350 €	20		1		26		16		11		31		
Présenter des informations techniques	p.171	P	RIT	2j	1350 €		13		22		12			11				3
Rédiger et optimiser son Curriculum Vitae	p.172	P	RCV	2j	1350 €	2		18				2		4		20		
Rédiger une lettre de motivation	p.172	P	RMO	2j	1350 €	6		15				7		8		17		
Préparer et réussir son entretien d'embauche	p.173	P	UCH	2j	1350 €	6		15				7		8				
Chercher un emploi avec son réseau	p.173	P	LOR	1j	860 €			5		20				19				18
Réussir sa prise de poste	cf @	P	RPP	3j	1875 €	20		1		nous consulter								
Bien s'adapter au changement	p.174	P	BAN	2j	1350 €	20	24	15	12	16	16	23	18	15				21
Bien se positionner en entreprise pour évoluer	p.174	P	BPE	2j	1350 €	23		18				2			2			
Réaliser un diagnostic de vos compétences et potentiels	p.175	P	BIP	2j	1350 €		12		19		9		11		16			21
Préparer son projet VAE	p.175	P	VAE	2j	1350 €		24		29		5		5					28
Préparer et réussir sa mobilité interne	p.176	P	MOI	2j	1350 €	20		1		26		9		18				
Se préparer à travailler à l'international <b>F</b>	cf @	P	INA	2j	1350 €		12			nous consulter								
Présenter son parcours professionnel à l'oral	p.176	P	POR	2j	1350 €	6		15			12			18		17		
Collaborateur, réussir son entretien d'évaluation	cf @	P	TEU	2j	1350 €		17			nous consulter								
<b>552</b> <b>Best</b> S'informer et préparer sa retraite	p.177	P	PRT	2j	1350 €		24			5		23		18				21
Etre senior en entreprise	p.178	P	NOE	2j	1350 €			15				2		1				28
Seniors, l'essentiel avant la cessation d'activité	p.178	S	SNI	1j	990 €	6		15				7		29				

Développement de son potentiel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Assertivité : oser s'affirmer - Niveau 1 <b>F</b>	p.180	P	ASO	2j	1350 €	29	20	18	22	26	26	28	28	25	23	27	24	
Assertivité : renforcer la confiance en soi - Niveau 2	p.181	P	ASP	2j	1350 €	27		1		5		29		11				
Estime de soi <b>F</b>	p.181	P	ESO	2j	1350 €			15		9		2		8				21
<b>Best</b> Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre	p.182	P	THP	2j	1350 €	29	27	18	22	26	26	29	28	22	23	27	21	
<b>Best</b> Gérer son stress, niveau 1 <b>F</b>	p.183	P	GST	2j	1350 €	23	20	18	22	19	19	16	12	18	16	24	17	
Gérer son stress, niveau 2 <b>F</b>	p.183	P	GTS	2j	1350 €	16		11		5		2		11				
Techniques corporelles et énergétiques pour gérer le stress	cf @	P	TOE	2j	1350 €		17			nous consulter								
<b>Best</b> Maîtriser ses émotions pour être plus efficace <b>F</b>	p.184	P	TOI	2j	1350 €		17		29		5		5		20		7	
<b>Best</b> Savoir lâcher prise et prendre du recul <b>F</b>	p.184	P	LAC	2j	1350 €	6	20	15			26			25		17		
Réactiver sa motivation dans les périodes difficiles	p.185	P	RMI	2j	1350 €			1			9			1		31		
Préserver son capital santé en milieu professionnel	p.185	P	CAS	2j	1350 €			4			12			4			10	
Développer son aisance professionnelle <b>F</b>	p.186	P	AIS	2j	1350 €	20		1			5		12			20		
Développer votre flexibilité comportementale <b>F</b>	p.186	P	FLE	2j	1350 €	23		18			16				2	27		
Mieux utiliser vos ressources internes	p.187	P	URI	2j	1350 €	23		4			12			18		27		
Définir et atteindre un objectif	p.187	P	BJE	2j	1350 €			8			16			8				7
Optimiser son énergie pour gagner en sérénité et efficacité	p.188	P	ENE	2j	1350 €		24			9		21			2		21	
S'épanouir au travail	p.188	P	RTR	2j	1350 €		20			9		9		18				17
Développer votre créativité	p.189	P	CRA	2j	1350 €	2	6	4	8	5	5	2	5	4	9			3

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Développement personnel

### Développement de son potentiel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Optimiser sa capacité à résoudre les problèmes F	p.189	P	RPR	2j	1350 €	23		4			19				18		27	
Best Carte mentale, les fondamentaux	p.190	P	MIP	3j	1875 €	6	3	1	5	2	2	7	4	1	6	31	14	
Carte mentale, niveau avancé	p.190	P	MMA	2j	1350 €	9		4		2		21			2			

### Communication et relationnel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	
Best Optimiser votre communication F	p.192	P	COM	3j	1875 €	13	12	15	12	16	16	21	26	29	20	17	14		
Entrer en contact avec aisance F	p.193	P	ECS	2j	1350 €	2		4				2		15				17	
Ecoute active pour mieux communiquer F	p.193	P	EQU	2j	1350 €	2		18		23		13		8					
Best Maîtriser les conflits F	p.194	P	GDF	2j	1350 €	16	20	18	22	19	19	23	28	22	16	17	17		
Développer une communication authentique et constructive (CAC)	p.194	P	VIO	2j	1350 €	20		15		9				12		9			
Best Développer des relations positives au travail F	p.195	P	DRP	2j	1350 €	23		18					2		8		27		
Questionner efficacement pour atteindre ses objectifs	p.195	P	ECT	2j	1350 €	27	17	15	22	19	19	23	26	25				21	
Best Développer des relations non hiérarchiques constructives	p.196	P	DHC	2j	1350 €	20		1		26		9		18				24	
Communiquer efficacement avec sa hiérarchie	p.196	P	OPI	2j	1350 €	20		15		26		9		25					
Améliorer ses relations, l'analyse transactionnelle	p.197	P	NAT	3j	1875 €		24			2			26		20	31			
L'ennéagramme pour mieux communiquer	p.197	P	ENN	2j	1350 €			11			19			11				17	
Sensibilisation au handicap	p.198	P	TPH	1j	860 €			1		2				11				28	
Réussir dans ses relations interculturelles F	cf @	P	RUI	2j	1350 €		27			nous consulter									
Gérer son e-réputation et sa marque personnelle	p.199	P	BRA	2j	1350 €		20		8		23			26		2		3	
Optimiser votre communication via les réseaux sociaux	p.199	P	SOP	2j	1350 €	20		1		2		7		8					
Best Prendre la parole, les éléments essentiels F	p.200	P	PAP	2j	1350 €	16	20	11	15	9	12	16	12	15	16	24	17		
Best Prendre la parole et réussir ses interventions en public F	p.201	P	PUB	2j	1350 €	20	24	15	12	16	16	13	18	29	15	24	21		
Prendre la parole dans un groupe	p.201	P	XPG	3j	1875 €		24		26		30		26		6		14		
Gérer son trac dans la prise de parole	p.202	P	ERA	2j	1350 €		27			23		27			2		17		
Convaincre son auditoire avec le storytelling	p.202	P	ORY	2j	1350 €	2		18		12			28		30				
Best Développer sa voix pour mieux communiquer, niveau 1	p.203	P	VOX	2j	1350 €		17		29		5		5			31			
Développer sa voix pour mieux s'affirmer Nouveau	p.203	P	VOR	2j	1380 €			1				16		11			28		
Best Argumenter et convaincre, niveau 1 F	p.204	P	AGC	2j	1350 €	6	12	8	5	2	2	7	4	1	16	17			
Argumenter et convaincre, niveau 2	p.204	P	AGP	2j	1350 €	27		15		9		2		8					
Best Négocier avec efficacité, niveau 1 F	p.205	P	NEO	2j	1350 €	9	13	11	15	19	19	23	21	18	9	20	10		
Négocier avec efficacité, niveau 2	p.205	P	NEP	2j	1350 €		20			5		23		22			17		
Best Réussir une présentation efficace F	p.206	P	PRE	2j	1350 €	2	6	4	8	5	5	2	5	4	2		3		
Savoir improviser	p.206	P	IRO	2j	1350 €	6		8			23			22					

553

## Perfectionnement à l'Anglais

### Perfectionnement à l'Anglais

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Remise à niveau en Anglais B	p.209	P	ENR	3j	1875 €		17		19		30				1		7	
Remise à niveau en Anglais - semaine intensive B	p.209	P	ENA	5j	2480 €		24			9		13			29			14
Anglais pour les professionnels - semaine intensive B	p.210	P	ENF	5j	2480 €		24				30				1			21
Préparation au TOEIC® B	p.210	P	ENC	5j	2480 €	13		8			30				22		24	
Entretien et perfectionnement en Anglais B	p.211	P	ENP	2j	1350 €	2		18			26				25		20	
Préparation de missions à l'étranger B	p.211	P	ENM	2j	1350 €	9		11			12				15			
Mieux comprendre et prononcer avec Voice Management B	p.212	P	ENV	2j	1350 €	16		18		26		29			11			
Prise de parole en public en Anglais B	p.212	P	ENU	2j	1350 €			11		26		23			18			17

Ressources humaines

Politique et gestion administrative RH

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>C</b> ycle certifiant Responsable ressources humaines	p.217	C	KHR	12j	5080 €		12				9			26			31	
<b>Best</b> L'essentiel de la fonction RH	p.218	P	LRH	2j	1350 €		13		15		5			21		30		3
L'essentiel de la GRH pour les PME/PMI	p.218	P	GRH	3j	1875 €	13		8			9				8		17	
<b>DRH</b> , être acteur et améliorer l'impact de sa fonction <b>F</b>	p.219	P	DRH	3j	1875 €		12			9				26			31	
<b>DRH</b> , gérer et motiver dans un contexte incertain	p.219	P	RHD	2j	1350 €		17			9				11		9		14
<b>G</b> estion sociale, les tableaux de bord	p.220	P	GSO	2j	1350 €	6		1				23			25			
<b>P</b> rojet SIRH : enjeux et organisation <b>Nouveau</b>	p.220	S	SIH	2j	1900 €			18					16		11			24
<b>C</b> onduire avec efficacité les principaux entretiens RH <b>F</b>	p.221	P	RIH	2j	1350 €		12		26		2			18			31	
<b>M</b> ettre en place une communication interne RH efficace	p.221	P	CRH	2j	1350 €	2		4			5				4			17
<b>G</b> érer l'utilisation des réseaux sociaux dans l'entreprise	p.222	P	ROE	2j	1350 €		12			12				12			31	
<b>Best</b> Bien gérer ses déclarations sociales	p.222	P	PRD	2j	1350 €		13		29		5			21				3
<b>Best</b> Gestion administrative du personnel	p.223	P	GAL	3j	1875 €	6		8		23			13		29			
<b>M</b> aitriser les dispositions en matière de durée du travail	p.223	P	DUV	1j	860 €			5			13				5			4
<b>M</b> aitriser les obligations en matière de congés payés	p.224	P	NOC	1j	860 €			8			30				8			7
<b>T</b> ravail à temps partiel, les nouvelles règles <b>Nouveau</b>	p.224	P	RAP	1j	860 €		14					20		29				18
<b>F</b> orfaits jours, mise en place et fonctionnement <b>Nouveau</b>	p.225	P	FOJ	1j	860 €		28				6				12			25
<b>G</b> érer l'incapacité du salarié	p.226	P	NAS	1j	860 €			11			20				12			11
<b>F</b> avoriser la réintégration des salariés après un arrêt longue durée <b>N</b>	p.226	P	VIL	1j	860 €		21					10			19			18
<b>S</b> anctionner dans les formes un comportement fautif	p.227	P	FAU	1j	860 €			15			23				15			14
<b>G</b> érer efficacement un dossier prud'homal	p.227	P	DHO	1j	860 €			18			23				15			14
<b>554</b> <b>Best</b> Pratique de la paie, niveau 1	p.228	P	PAI	3j	1875 €		12			2			13		29		31	
Pratique de la paie, niveau 2	p.229	P	PCS	3j	1875 €		24			16			13		29			14
Pratique de la paie, niveau 3	p.229	P	PRP	2j	1350 €			1			9				8		31	
<b>C</b> IEL Paye, prise en main <b>Nouveau</b>	p.230	P	AYE	2j	1380 €		12						2		18			
<b>C</b> IEL Paye, perfectionnement <b>Nouveau</b>	p.230	P	AYP	2j	1380 €		17						9		25			

Dialogue social et risques professionnels

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Le fonctionnement des IRP	p.232	P	IRP	3j	1875 €	13		15			2		13		29			
<b>Best</b> Réussir ses négociations avec les partenaires sociaux <b>F</b>	p.233	P	PSO	2j	1350 €		12				9			12		9		28
<b>O</b> rganiser des élections professionnelles	p.233	S	LPO	1j	990 €		28		23		27				26			18
<b>D</b> evenir membre du Comité d'Entreprise <b>Nouveau</b>	p.234	P	MEE	1j	860 €			12					10		26			
<b>D</b> evenir délégué du personnel <b>Nouveau</b>	p.234	P	DLP	1j	860 €			5			20			29				
<b>G</b> érer vos relations avec les membres du Comité d'Entreprise	p.235	P	MCE	2j	1350 €		27			5				12		9		21
<b>G</b> érer vos relations avec les délégués du personnel	p.235	P	DEP	2j	1350 €		13		15		19				8			10
<b>C</b> E : ce qui change avec la loi de sécurisation professionnelle <b>N</b>	p.236	P	SEF	1j	860 €			5					3		26			11
<b>Best</b> Membres du CHSCT, entreprises de - de 300 salariés	p.237	P	CHS	3j	1875 €		12			9				11		6	31	
Membres du CHSCT, entreprises de + de 300 salariés	cf @	P	CHT	3j	1875 €		17			nous consulter								
Membres du CHSCT : perfectionnement <b>Nouveau</b>	p.237	P	SCT	2j	1380 €			4					16		25			3
<b>Best</b> Le document unique, évaluer les risques professionnels	p.238	P	RPU	2j	1350 €	9		11			26				22			
<b>O</b> HSAS 18001, Foundation, certification	p.238	P	OHS	2j	2235 €			4			19				15			17
<b>O</b> HSAS 18001, Lead Auditor, certification	p.239	P	OHA	5j	5610 €			8			23				22			21
<b>O</b> HSAS 18001, Lead Implementer, certification	p.239	P	OHI	5j	5610 €			15			30				29			28
<b>E</b> valuer le climat social de son entreprise et ses pratiques RH	p.240	P	UDS	2j	1350 €			1			19				25			28
<b>R</b> éduire le stress et l'absentéisme	p.240	P	CLM	2j	1350 €		17			23			20		2		31	

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Ressources humaines

### Dialogue social et risques professionnels

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Prévenir les risques psychosociaux	p.241	P	PSY	2j	1350 €	6		8		9		13			2			
Mettre en œuvre une politique handicap dans l'entreprise N.	p.241	P	HAD	1j	860 €		24				2				15			21
Prévenir la discrimination Nouveau	p.242	P	PDI	1j	860 €		14				20			29				18
Prévenir le harcèlement Nouveau	p.242	P	HRC	1j	860 €			12			20			22				25
Gérer les accidents du travail et les maladies professionnelles	p.243	P	ATM	2j	1350 €			4			9			12		9		24
Prévenir les Troubles Musculo-Squelettiques Nouveau	p.243	P	TMS	1j	860 €		14					10			26			11
L'ergonomie au poste de travail dans le tertiaire	p.244	P	PTT	1j	860 €			5			20				19			18
L'ergonomie du poste de travail industriel	p.244	P	PTI	1j	860 €			3			23				22			21

### Recrutement et gestion des compétences

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Réussir ses recrutements F	p.246	P	REF	2j	1350 €		20			2		27		1		31		
Perfectionner ses entretiens de recrutement	p.246	P	PFE	2j	1350 €			4			2		2		18			10
Mettre en place un recrutement multicanal Nouveau	p.247	P	MUA	2j	1380 €		24				5				25			28
<b>Best</b> Bien utiliser les réseaux sociaux pour le recrutement	p.247	P	SOI	2j	1350 €		20		22		23			28		23		17
Mener un entretien collectif de recrutement	p.248	P	RCO	2j	1350 €	9		11		26		9			22			
Recruter la génération Y F	p.248	P	RGY	2j	1350 €		12		29		5			21				31
Recruter et intégrer des personnes handicapées	p.249	P	RHA	1j	860 €			8			16				8			14
Intégrer et former les nouveaux collaborateurs	p.249	P	IFN	3j	1875 €		17			23		27			29			28
Mettre en place et piloter avec succès votre GPEC	p.250	P	GCA	2j	1350 €		17			12				28				10
Construire un référentiel de compétences	p.250	P	CRF	2j	1350 €	16		18				2				2		24
Sécuriser les parcours professionnels	p.251	P	SPP	2j	1350 €		24			2		27			22			21
Les outils d'orientation professionnelle	p.251	P	BVD	2j	1350 €	2		4			12				11		20	
Accompagner avec efficacité les candidats à la VAE	p.252	P	AAE	2j	1350 €			4				2			15			10
Assurer l'égalité Femme/Homme au travail	p.252	P	HFT	2j	1350 €	2		4			23				25		20	
Repérer et développer les talents et potentiels	p.253	P	HAP	2j	1350 €			11			23					2		17
Transférer les compétences dans l'entreprise	p.253	P	NIO	2j	1350 €	6		15		5		7				2		
Organiser la mobilité interne	p.254	P	OMI	2j	1350 €		12		29		5			12		2		28
Conduire un entretien de mobilité interne	p.254	P	EMI	2j	1350 €		20		8		23			26				3
Conduire l'entretien professionnel	p.255	P	EPR	2j	1350 €		27		8		26			28				21
Accompagner les futurs retraités	p.255	P	FUT	2j	1350 €	9		11			19				25			

555

### Formation : pilotage et animation

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Cycle certifiant Responsable formation en entreprise	p.257	C	KFO	11j	4710 €		20			22				28				17
Cycle certifiant Formateur professionnel Nouveau	p.258	C	KOF	9j	3775 €					8			2		4			3
Actualités sur les dispositifs de formation professionnelle N	p.259	P	FIP	1j	890 €		24					30			22			21
Mettre en place une politique formation performante	p.259	P	RFP	2j	1350 €		20		22		23			28				17
<b>Best</b> Analyser les besoins en formation	p.260	P	ABF	2j	1350 €		27			19		16			8			10
Construire et piloter son plan de formation	p.260	P	PLF	2j	1350 €		17		8		5			5				3
Evaluer les actions de formation	p.261	P	AFO	2j	1350 €		20		19			2		12				3
<b>Best</b> Concevoir des contenus et supports de formation	p.262	P	CCS	2j	1350 €		20		8		12			28				3
<b>Best</b> Formation de formateurs occasionnels	p.262	P	FOC	2j	1350 €	2	6	4	8	5	5	2	6	4	2			3
<b>Best</b> Formation des formateurs F	p.263	P	MOF	2j	1350 €	2	6	4	8	5	5	2	5	4	2	20		3
Formation de formateurs, perfectionnement F	p.263	P	FAT	2j	1350 €	2	6	4	8	5	5	2	5	4	2	20		3
Gérer les situations difficiles en formation	p.264	P	FDI	2j	1350 €		12			5		28			11			21

Ressources humaines

Formation : pilotage et animation

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>A</b> nimer une classe virtuelle	p.264	P	ACV	2j	1350 €		27			5				12		9		24
<b>Best</b> <b>B</b> ien réussir dans votre fonction de tuteur	p.265	P	FOT	3j	1875 €	6		1			16				29			7
<b>D</b> iversifier votre panoplie pédagogique	p.265	P	POE	2j	1350 €			8			26				25			24
<b>L</b> udopédagogie, concevoir et animer des formations par le jeu	p.266	P	SGA	2j	1350 €		24		26				2	26				14
<b>C</b> onduire un projet e-learning	p.266	S	COL	2j	1900 €						26				11			24
<b>I</b> ntégrer les MOOC dans un dispositif de formation continue <b>N</b>	p.267	S	OMO	1j	990 €				12		13				5			
<b>C</b> oncevoir et réaliser un contenu e-learning <b>Nouveau</b>	p.267	P	ULE	3j	1875 €			8			23			18				
<b>A</b> dobe Captivate 7, créer des contenus e-learning interactifs <b>N</b>	p.268	P	VAT	2j	890 €				11		5				11			7
<b>A</b> rticulate Storyline, créer des contenus e-learning interactifs <b>N</b>	p.268	P	ATI	2j	890 €		7						2		15			
<b>I</b> ntégrer les Serious Games dans les actions de formation <b>N</b>	cf @	P	ISG	2j	1380 €			12				16			4			24

Droit et contrats

Droit et contrats

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> <b>D</b> roit des sociétés, pour les non-juristes	p.272	P	DOS	2j	1350 €		20				16		16			2	31	
<b>D</b> roit des sociétés, approfondissement	p.272	P	SRD	2j	1350 €		27				12			21		23		24
<b>D</b> roit fiscal des sociétés, l'essentiel	p.273	P	IDF	2j	1350 €			4			12			26		27		17
<b>A</b> ctualités du droit fiscal	p.273	S	ADF	1j	990 €			8			16				22			21
<b>D</b> roit de la communication d'entreprise, pour non-juristes	p.274	P	DCE	2j	1350 €	23		11		16			20			2		
<b>556</b> <b>D</b> roit de l'environnement, l'essentiel <b>Nouveau</b>	p.274	P	DEN	2j	1380 €			1			16			26				
<b>Best</b> <b>D</b> roit des affaires, pour les non-juristes	p.275	P	DOA	2j	1350 €	16		11					2		15		19	
<b>D</b> roit de la consommation	p.275	P	DCN	2j	1350 €		20					12			4			3
<b>D</b> roit de la concurrence	p.276	P	DRE	2j	1350 €		27					19			8			10
<b>F</b> aire face à une concurrence déloyale	p.276	P	CDL	2j	1350 €	9		11			19				18			
<b>P</b> rotéger vos droits de propriété intellectuelle	p.277	P	DLI	2j	1350 €			8					2		15			17
<b>M</b> aitriser les aspects juridiques d'Internet <b>Nouveau</b>	p.277	P	AJI	2j	1380 €			4			12				11			10
<b>N</b> égocier vos contrats avec succès	p.278	P	NCS	3j	1875 €	20		15		2		7		29				
<b>T</b> echniques de négociation pour juristes d'entreprises <b>N</b>	p.278	P	TNJ	2j	1380 €		12						2			2		14
<b>N</b> égocier et rédiger un contrat commercial	p.279	P	CCC	2j	1350 €	20		15			19			12		27		
<b>D</b> roit commercial : sécuriser sa politique	p.279	P	SPO	2j	1350 €			15			23				22			21
<b>E</b> -commerce : les aspects juridiques	p.280	P	EJU	2j	1350 €			1			9				8			7
<b>L</b> es aspects juridiques et culturels des contrats internationaux	p.280	P	CIJ	2j	1350 €	23		18		19			2		11			
<b>M</b> aitriser les contrats d'outsourcing	p.281	S	OUR	2j	1900 €		20			26				12		9		3
<b>E</b> ffectuer votre veille juridique sur Internet <b>Nouveau</b>	p.281	P	VEJ	2j	1380 €		6						9		25			3
<b>P</b> ratique du contentieux administratif, gagner en efficacité	p.282	P	AMG	2j	1350 €			4			12				8			10
<b>P</b> ratique du contentieux judiciaire, gagner en efficacité	p.282	P	JUD	2j	1350 €			11			19				18			17
<b>L</b> 'actualité juridique RH	p.283	P	AJR	1j	860 €	17		12		13			10		5			
<b>D</b> roit du travail, l'essentiel pour les managers	p.283	P	DRO	2j	1350 €		20			9			28		18			24
<b>L</b> égislation du travail pour les RH	p.284	P	LTR	2j	1350 €		12			26				12		9		7
<b>M</b> aitriser les principaux risques en droit du travail	p.284	P	MPD	2j	1350 €	20		15		26		9		25				
<b>C</b> ontrat de travail pour les RH	p.285	P	TRV	2j	1350 €	13		15			19				15		17	
<b>G</b> érer la rupture de contrat de travail	p.285	P	RUP	2j	1350 €	16		18			19				25		19	
<b>R</b> esponsabilité civile, mesurer les risques	p.286	S	CIV	1j	990 €	10		12			13			22				
<b>L</b> a responsabilité pénale du manager	p.286	P	PEN	2j	1350 €	2		4			12				11		20	

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

Gestion et finance

Gestion d'entreprise

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Cycle certifiant Responsable centre de profit</b> <b>Nouveau</b>	p.290	C	KPF	9j	3570 €						16			18		27		28
<b>Best</b> Gérer une Business Unit	p.291	P	BUT	3j	1875 €		17			9				11		6		7
Perfectionnement à la gestion d'entreprise	p.291	P	MOG	3j	1875 €		17		5		2				29			14
S'initier à la gestion comptable et financière par le jeu	p.292	P	GCF	2j	1350 €			4			12				4			3
Réaliser un Business Plan réaliste et convaincant	p.292	P	BUP	2j	1350 €		17			9				11		9		7
<b>Best</b> Bâtir, négocier et suivre le budget de son unité	p.293	P	BUG	3j	1875 €		12			23		20			15		31	
Maîtriser les frais généraux	p.293	P	FRG	2j	1350 €		24		22		19			26				21
Devenir autoentrepreneur	p.294	P	UTO	2j	1350 €		27			26		28			25			24
Démarrer une entreprise, les étapes	p.294	P	DEE	3j	1875 €		17			16		21			29		31	
Créer une association	p.295	P	GAA	2j	1350 €			8				2			8			7
Gérer et financer une association <b>Nouveau</b>	p.295	P	GAI	2j	1380 €			1			19				25			
<b>Best</b> Mettre en place un contrôle de gestion <b>F</b>	p.296	P	CDG	3j	1875 €	20		15			2				29		31	
Le contrôle de gestion de l'activité commerciale	p.296	P	CGC	2j	1350 €			11			19				11			10
Le contrôle de gestion pour les entreprises de services	p.297	P	CGS	3j	1875 €		24		12		2				1			28
Le contrôle de gestion pour les entreprises industrielles	p.297	P	ENI	2j	1350 €		13			5				12		9		10
Le contrôle de gestion des systèmes d'information <b>Nouveau</b>	p.298	P	GSF	2j	1380 €		13					9			11			14
Le contrôle de gestion pour les activités par projets/affaires	p.298	P	GEA	2j	1350 €		27			5				28		30		24
Dématérialisation fiscale des factures	p.299	P	DET	1j	860 €	17		12			13				12			
<b>Best</b> Usages et impacts de la signature électronique	p.300	P	SIG	2j	1350 €	16		4		12				12		9		
Gestion Electronique de Documents	p.300	S	GDO	2j	1900 €			11					9		22			24

Comptabilité, fiscalité

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Comptabilité niveau 1, les opérations courantes	p.302	P	OPC	3j	1875 €		24			12		9		11				28
<b>Best</b> Comptabilité niveau 2, les opérations complexes	p.303	P	OPX	3j	1875 €	6		8			2		7		29			
<b>Best</b> Comptabilité niveau 3, clôture et bilan	p.303	P	OPB	3j	1875 €	13		15			23		7		29			
<b>Best</b> Maîtriser la comptabilité des immobilisations	p.304	P	CIM	2j	1350 €	9		4			9			26				
Maîtriser la comptabilité fournisseurs	p.304	P	FOU	2j	1350 €	6		15		26		29			11			
Maîtriser la comptabilité client	p.305	P	IMP	3j	1875 €	6		1			9				1			
Gérer les risques client et les impayés	p.305	P	RCC	2j	1350 €	9		4			19				25			
Externaliser votre poste client	p.306	P	AFF	2j	1350 €			11			19				25			17
Facturation : règles juridiques, obligations fiscales, démat.	p.306	P	OFD	2j	1350 €			18			26				25			21
Le comptable unique de la PME	p.307	P	SJF	3j	1875 €	13		15		9			7		8			
Pratique de la consolidation des comptes	p.307	P	CCO	2j	1350 €		24		26		23			11				21
Mettre en place une comptabilité analytique <b>F</b>	p.308	P	ANL	3j	1875 €	13		1	19		30			11			31	
Introduction à la comptabilité des associations	p.308	P	PTA	2j	1350 €			8			12				15		17	
L'essentiel des normes IFRS	p.309	S	FRS	2j	1900 €		24				12				15			3
Conduire un audit comptable et financier	p.309	P	CAU	3j	1875 €		12		26		2			11				21
CIEL Comptabilité, prise en main <b>Nouveau</b>	p.310	P	IEL	2j	1380 €			1			26			26				
CIEL Comptabilité, perfectionnement <b>Nouveau</b>	p.310	P	IEP	2j	1380 €			5			23			28				
<b>Best</b> Introduction à la fiscalité d'entreprise	p.311	P	FIS	3j	1875 €		24			2				26		20		28
Pratique de l'intégration fiscale	p.311	P	PIF	2j	1350 €		13			5				12		9		3
<b>Best</b> Clôture des comptes et liasse fiscale	p.312	P	LIF	3j	1875 €		12		12		9				8			7
Préparer et gérer un contrôle fiscal	cf @	P	CAL	2j	1350 €	23		18		nous consulter								
Maîtriser les principales taxes de l'entreprise	p.312	P	TAE	2j	1350 €		13			12		2		12				10
La Contribution Economique Territoriale	p.313	P	CET	2j	1350 €	9		18			5			28		30		

Gestion et finance

Comptabilité, fiscalité

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Maîtriser l'application de la TVA	p.313	P	TVA	2j	1350 €	2		4				26			22		27	
La TVA dans les opérations intra-communautaires	p.314	P	ICT	2j	1350 €	6		1				23			22			
Bien gérer la TVA dans les échanges internationaux	p.314	P	TVI	2j	1350 €		17			9				12		27		14
Les fondamentaux de la fiscalité internationale	p.315	P	FFI	2j	1350 €	6		15				12			15		17	
Fiscalité sur les prix de transfert	p.315	P	SFE	2j	1350 €							19			18			3
Maîtriser la fiscalité des valeurs mobilières	p.316	P	FIM	2j	1350 €	16		18					2		15		19	
Maîtriser la fiscalité immobilière	p.316	P	FIB	2j	1350 €	20		15				12			11		31	

Finance d'entreprise

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Techniques financières appliquées à l'entreprise	p.318	P	CVA	2j	1350 €	20		15			9			26		15		
Evaluer une entreprise, méthodes et pratiques	p.318	P	EVE	3j	1875 €	13		15			23		21		1		31	
<b>Best</b> Evaluer la rentabilité d'un investissement	p.319	P	RVI	2j	1350 €	13		15			26				25		17	
Etablir un reporting financier pertinent et efficace	p.319	P	RFE	2j	1350 €			11					2			2		14
<b>Best</b> Pratique de la gestion de trésorerie	p.320	P	SOR	2j	1350 €	20		15		12				12		27		
Optimiser le BFR de l'entreprise	p.321	P	BFR	2j	1350 €	23		11			2			26				
Maîtriser le calcul des financements et des investissements	p.322	P	LCF	2j	1350 €	2		18			12				4		20	
Financement de l'entreprise : les opérations de haut de bilan	p.322	P	COH	2j	1350 €		12		5		2					2	31	
Introduction à la finance éthique et solidaire	p.323	S	FIE	1j	990 €	10		12		20		30			19			
Mettre en place un crédit impôt recherche	p.323	P	CIE	2j	1350 €	9		11			5			11		9		

558 Banque et assurance

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Introduction aux métiers de la banque <b>F</b>	p.326	P	BAF	2j	1350 €		20		15		19			11		23		10
Comprendre les marchés financiers : les métiers <b>Nouveau</b>	p.327	P	MAH	1j	860 €			12					3		19			
Réussir son management en agence bancaire <b>Nouveau</b>	p.327	P	BCI	2j	1380 €		27						20		8			
Chargé(e) de clientèle : optimisez votre démarche commerciale <b>N</b>	p.328	P	CHC	2j	1380 €			4					2		1			14
Conseillers bancaires : menez vos négociations commerciales <b>N</b>	p.328	P	NCB	2j	1380 €		27				9				25			3
Gérer les incivilités de vos clients <b>Nouveau</b>	p.329	P	GIV	2j	1380 €			4					9		4			
Comprendre la monétique bancaire <b>Nouveau</b>	p.329	P	CMB	2j	1380 €			4					7		18			3
Conseiller bancaire : vos obligations vis-à-vis de vos clients <b>N</b>	p.330	P	NQE	1j	860 €			12			20			29				18
Lutter efficacement contre le blanchiment d'argent <b>Nouveau</b>	p.330	P	LUB	1j	860 €			15					13		22			
Gérer les comptes bancaires et les instruments de paiement <b>N</b>	p.331	P	CBI	2j	1380 €			4			26				1			3
Connaître les produits d'épargne financière et leur fiscalité <b>N</b>	p.331	P	EFI	2j	1380 €			8					7		4			
Mise en place des dispositifs d'épargne salariale <b>Nouveau</b>	p.332	P	GNA	1j	860 €		7						10		5			
Fonctionnement des produits d'assurance bancaire	p.332	P	PAB	1j	860 €			12			27				19			18
Connaître les caractéristiques de l'assurance-vie <b>Nouveau</b>	p.333	P	VIE	1j	860 €		14						17		26			11
Maîtriser les produits d'assurances santé et prévoyance <b>N</b>	p.333	P	OYA	1j	860 €		21						24		19			4
Maîtriser les risques de crédit aux particuliers <b>Nouveau</b>	p.334	P	RCP	2j	1380 €		17				26				4			
Constituer un dossier de crédit à la consommation	p.334	P	ROM	1j	860 €			19			13				5			25
Constituer un dossier de crédit immobilier	p.335	P	MMO	2j	1350 €			11			26				25			21
Etablir un bilan patrimonial <b>Nouveau</b>	p.335	P	NIA	2j	1380 €			4			12			21				10
Maîtriser l'imposition du revenu et du patrimoine <b>Nouveau</b>	p.336	P	IPA	2j	1380 €		12						13		8			
Connaître les régimes matrimoniaux et leurs aspects juridiques <b>N</b>	p.336	P	REG	2j	1380 €		20						2		8			
La banque d'investissement et son rôle dans l'économie	p.337	P	BNE	2j	1350 €			8			16				22			7
<b>Best</b> Marchés de capitaux et produits dérivés	p.337	P	BMC	2j	1350 €		17		15		23			12		27		21
OPCVM et gestion de portefeuilles	p.338	P	OPV	2j	1350 €	13		1					2		22			

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

Gestion et finance

Banque et assurance

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Introduction à la comptabilité bancaire	p.339	P	CAI	2j	1350 €		12			8		23		12		27		21
Banque : mettre en œuvre un dispositif de contrôle interne	p.339	P	CIB	2j	1350 €			4			19				11			10
Mesurer les risques de crédit sur les marchés	p.340	P	RIQ	2j	1350 €	2		4			23				25		20	
Mesure et gestion du risque de contrepartie : approche Bâle III	p.340	P	RTI	1j	860 €	3		15			27				26		21	
Best Introduction aux réglementations Bâle II et Bâle III	p.341	P	FBA	2j	1350 €		27			12				26		30		24
De Bâle II IRBA vers Bâle III : nouvelles exigences en fonds propres	p.342	S	BLR	1j	990 €	10		12			20				26			
MiFID 1 et MiFID 2 : principes, enjeux et impacts	p.342	P	MIF	2j	1350 €	9		11			19				11			

Secteur public

Management et pilotage dans le secteur public

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
SP : comprendre l'organisation de l'Etat, des institutions publiques	N p.346	P	PUE	2j	1380 €		6				23			21				14
SP : rôle et fonctionnement des administrations de l'Etat	N p.346	P	ADI	1j	860 €		14				13			29				11
SP : rôle et fonctionnement des collectivités territoriales	N p.347	P	RRI	1j	860 €			12				17		19				
SP : fonction publique hospitalière et économie de la santé	N p.347	P	HES	1j	860 €		28					10		26				25
Secteur public : actualités législatives et veille juridique	N p.348	P	ELJ	1j	860 €			12				17		12				
Les clés de la communication publique et territoriale	p.348	P	UBI	2j	1350 €		27			5				21		23		21
Lancer et suivre un projet dans le secteur public	Nouveau p.349	P	LPL	2j	1380 €			1			16				15			
Devenir manager dans le secteur public	p.350	P	MUB	2j	1350 €			11			12				11			10
Best Manager du secteur public, accompagner le changement	p.350	P	MAU	2j	1350 €			15			16				15			14
Manager la diversité dans le secteur public	p.351	P	DIV	2j	1350 €		27				19				11			10
Conduire l'entretien annuel dans le secteur public	p.351	P	CPU	2j	1350 €		20			12		16		25				3
Mettre en place un contrôle de gestion dans le secteur public	p.352	P	CGI	3j	1875 €	6		8			2		11		27			
Mettre en œuvre les tableaux de bord dans le secteur public	p.352	P	TSP	2j	1350 €	9		11			26				25			
Evaluer la qualité des services publics	p.353	P	POL	2j	1350 €	2		4		9				12		9		
Mener une démarche qualité dans le secteur public	p.353	P	DQS	2j	1350 €		17			12		28		11				21
Charte Marianne : améliorer l'accueil dans le secteur public	p.354	P	APB	2j	1350 €		13		8		19			12		16		3
Optimiser la relation client dans le secteur public	p.354	P	UBL	2j	1350 €			4		12				28		30		17

559

Comptabilité, RH et concours dans le secteur public

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Introduction à la comptabilité publique	Nouveau p.356	P	PUL	2j	1380 €		12				26			28				17
La comptabilité des établissements d'Etat	Nouveau p.356	P	CEB	2j	1380 €		13				5				15			17
La comptabilité des collectivités territoriales	Nouveau p.357	P	MCT	2j	1380 €			15				7			25			
Obtenir des aides publiques et subventions auprès de l'UE	N p.357	P	UEP	1j	860 €			5			27			22				
Actualités RH dans la fonction publique	Nouveau p.358	S	ARP	1j	990 €			12			27				19			25
Evaluer les risques psychosociaux dans la fonction publique	N p.358	P	EVR	2j	1380 €		20				5				25			17
Best Gestion des compétences et des carrières dans le secteur public	p.359	P	CCP	2j	1350 €		12		8		19			12				7
Transmettre les savoirs dans la fonction publique	Nouveau p.359	P	CSU	2j	1380 €		12					23				2		21
Organiser la mobilité interne dans la fonction public	p.360	P	MIU	2j	1350 €		27		15		19				18			17
Concours du secteur public : rédiger une note de synthèse	N p.361	P	ULI	2j	1380 €			11			26			28				
Best Se préparer à un oral de concours public	p.361	P	OCP	2j	1350 €		24			23		7				2		21
Préparer un entretien de recrutement dans le secteur public	p.362	P	ECR	2j	1350 €		17			12		28			11			14
Présenter son parcours professionnel à l'oral dans le SP	p.362	P	PAS	2j	1350 €		20			5				28		30		3

Secteur Public

Achats dans le secteur public

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Actualités des marchés publics <b>Nouveau</b>	p.364	S	AMR	1j	990 €		28					27			12			25
<b>Best</b> Maîtriser la réglementation des achats publics	p.364	P	APU	3j	1875 €	20		15		16		20		1				
Préparer un dossier de consultation pour un marché public <b>N</b>	p.365	P	DON	2j	1380 €			8			16		21					
Techniques d'achats dans les marchés publics <b>Nouveau</b>	p.365	P	TPU	2j	1380 €		24					13		22				28
Négocier efficacement ses achats publics	p.366	P	NAC	2j	1350 €		13			26			12		9			3
Préparer et lancer un appel d'offres dans le secteur public	p.366	P	AOU	2j	1350 €			4		16		9		4				24
Marchés publics : techniques d'analyse des offres <b>Nouveau</b>	p.367	P	PMT	1j	860 €			12			6			12				25
Gérer un contentieux de marché public <b>Nouveau</b>	p.367	P	CTT	2j	1380 €		13				2		18					24
<b>Best</b> Intégrer le développement durable dans les achats publics	p.368	P	DDA	2j	1350 €	13		15		5		16		4		24		
Secteur public : l'achat des prestations informatiques	p.368	P	CPS	2j	1350 €	2		4			2					2		
Marchés de travaux publics	p.369	P	TUC	2j	1350 €			8			9			8				7
Secteur public : l'achat des prestations de services <b>Nouveau</b>	p.369	P	STP	2j	1380 €		20				19			18				

Travailler avec le secteur public

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Vendre aux acheteurs publics	p.371	P	VAP	2j	1350 €	2		4			12		21				20	
Remporter un appel d'offres public	p.371	P	BLI	2j	1350 €	20		15		12		9		11		31		
<b>Best</b> Concevoir et rédiger un mémoire technique pour un marché public	p.372	P	RMT	1j	860 €	3		12			27			26		21		
PME : optimisez vos réponses aux appels d'offres du SP	p.372	P	OAD	2j	1350 €	9		18		16		7			2			
Dématérialisation des réponses aux appels d'offres publics	p.373	P	AOP	2j	1350 €	30		18		16		23		22				
560 Répondre aux marchés publics à l'international	p.374	S	PUI	1j	990 €			8			30			15				21
Bien gérer les marchés publics remportés	p.374	P	EMP	1j	860 €		28				27			26				25

Santé et personnel hospitalier

Santé et personnel hospitalier

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Manager un service hospitalier <b>Nouveau</b>	p.377	P	MSO	2j	1380 €		20				2			22			24	
La gestion des flux appliquée aux établissements de soins <b>N</b>	p.377	P	FUS	2j	1380 €		20				19			15				17
Personnel des hôpitaux : gérer son stress et ses émotions <b>N</b>	p.378	P	HPL	2j	1380 €			11			9		28					3
Personnel hospitalier : communiquer avec empathie... <b>Nouveau</b>	p.378	P	EPE	2j	1380 €		12					23		22				10
Personnel des hôpitaux : gérer les plaintes et réclamations <b>N</b>	p.379	P	PEH	2j	1380 €		24					23		22				3
Personnel des hôpitaux : faire face aux incivilités <b>Nouveau</b>	p.380	P	HSO	2j	1380 €			15			19		18					10
Aider les aidants à l'hôpital <b>Nouveau</b>	p.380	P	AAH	2j	1380 €		3				2		18					3
Soignants : menez vos différents entretiens patients <b>Nouveau</b>	cf @	P	SEP	2j	1380 €						nous consulter							

Achats

Achats

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Devenir acheteur	p.384	P	ACH	2j	1350 €	13		15		26		16		25		31		
Responsable achats, les clés du métier	p.384	P	HAT	2j	1350 €	16		11			5			18		19		
Améliorer la performance de son service achats	p.385	P	PEA	2j	1350 €	13		15		26		9		25				
Acheteurs, optimisez et réduisez les coûts	p.385	P	ARE	2j	1350 €		13			16		13			2			3

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Achats

Achats		page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Best	Mieux négocier vos achats	p.386	P	AEN	2j	1350 €	23		4		19		2		22				
Best	Négocier vos achats par l'analyse de la valeur	p.387	P	VAR	2j	1350 €		17		29		5		5					7
	Achats, maîtrisez les négociations complexes	p.387	P	AEP	2j	1350 €	13		15		26		16		4			31	
	Maîtriser les aspects juridiques des contrats d'achats	p.388	P	ASJ	2j	1350 €	23		11		26		2		4				
	Analyser et évaluer vos fournisseurs	p.388	P	AVF	2j	1350 €		17		15		23		26		15			7
	Suivre et améliorer la performance des fournisseurs/sous-traitants	p.389	P	FST	2j	1350 €		13			5			28		2			10
	Encadrement juridique des prestataires de service	p.389	P	EJP	2j	1350 €	2		11		19		2		22				
	Acheter des prestations de service	p.390	P	APR	2j	1350 €		13		8		19			21		2		10
	Les outils du service achat	cf @	P	OUI	2j	1350 €			18		nous consulter								
	Achat et démarche RSE	p.390	P	ARS	2j	1350 €	30		11				2				2		
	Acheter à l'international	cf @	P	ACI	2j	1350 €	23		4		nous consulter								

## Logistique, transport, services généraux

Logistique, transport, services généraux		page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Best	Logistique, pour non-logisticiens	p.393	P	LOS	2j	1350 €		24			5				12				14
	Organiser la Supply Chain dans son entreprise	p.393	P	SCH	2j	1380 €		20		19			2		1				10
	Gagner en performance logistique <b>Nouveau</b>	p.394	P	GPL	3j	1875 €		6					20		4				7
	Construire, négocier des appels d'offres logistique/transport <b>N</b>	p.394	P	AOT	2j	1380 €			4			19			8				17
	Organiser et optimiser l'entrepôt et les transports	p.395	P	LOP	2j	1350 €			4			23			15				14
	Optimiser la Supply Chain et réduire les coûts logistiques	p.395	P	OGI	2j	1350 €			16			26			18				17
Best	Optimiser les approvisionnements et les stocks <b>F</b>	p.396	P	APS	2j	1350 €		27		15		10			12		16		17
	Optimiser les transports et gagner en satisfaction clients	p.396	P	ANS	2j	1350 €			4				2		22				21
	Transport et réglementation douanière <b>Nouveau</b>	p.397	P	RDM	2j	1350 €		20				26			4				
	ISO 28000, Supply Chain, Foundation, certification	p.397	P	ISF	2j	2235 €			4			12			11				10
	ISO 28000, Supply Chain, Lead Auditor, certification	p.398	P	IAL	5j	5610 €			8			30			15				14
	ISO 28000, Supply Chain, Lead Implementer, certification	p.398	P	IIL	5j	5610 €			15			23			22				21
	Piloter les activités des services généraux <b>Nouveau</b>	p.399	P	RAX	3j	1875 €		12				23			1				
	Maîtriser les achats de frais généraux	p.400	P	AGE	2j	1350 €			4		26		2		15				24
	Maîtriser la réglementation et la rédaction de baux commerciaux <b>N</b>	p.400	P	BAU	2j	1380 €		20						16		15			

561

## Marketing et communication

Marketing		page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
	Cycle certifiant Chef de produit	p.404	C	KPO	11j	4500 €		12			2				11				7
Best	Les clés du marketing <b>F</b>	p.405	P	CLE	3j	1875 €		12		5		9			11				31
	Marketing pour non-spécialistes	p.405	P	MKR	2j	1350 €	2		11		nous consulter								
	Concevoir et mettre en œuvre une stratégie marketing	p.406	P	MAS	3j	1875 €		24		19		23			11				7
	Les nouvelles tendances du marketing	p.406	P	ELL	2j	1350 €	9		11		5		28		18				
	Concevoir votre stratégie de marque	p.407	P	CSM	2j	1350 €	13		15				2				2		
	Optimiser votre stratégie de marque avec le storytelling <b>N</b>	p.407	P	STT	1j	860 €		7				6			19				11
	Mettre en œuvre un marketing cross-canal efficace <b>Nouveau</b>	p.408	P	ROS	2j	1380 €			4				9				2		

Marketing et communication

Marketing

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Lancer une campagne publicitaire cross-canal <b>Nouveau</b>	p.408	P	PUC	2j	1380 €		3					19		28				10
Adopter et développer une stratégie Low Cost viable <b>Nouveau</b>	p.409	P	LOW	2j	1380 €		27					12			22			
Le marketing par l'image <b>Nouveau</b>	p.409	P	PIM	2j	1380 €			4					7		22			14
Les outils du responsable marketing	p.410	P	RAM	2j	1350 €		13		22		26			26				10
Le marketing opérationnel, démarche et outils	p.411	P	MAR	3j	1875 €		24		5		9				8			21
Le marketing mix <b>F</b>	p.411	P	MIX	2j	1350 €		20		22		26				22			17
Marketing de conquête et de fidélisation	p.412	P	MCF	2j	1350 €		27				19				8			17
Marketing et développement durable	cf @	P	MDU	2j	1350 €		20			nous consulter								
Marketing international	p.412	P	RKI	3j	1875 €	6		8		9		21			29			
<b>Best</b> Chef de produit, le métier	p.413	P	FCP	3j	1875 €		12			2				11		6		7
<b>Best</b> Lancer un nouveau produit	p.414	P	LNP	3j	1875 €		17			2				26		20		14
Marketing des nouveaux produits et services	p.414	P	SGO	2j	1350 €	9		4	8		5			12				
Le marketing des services	p.415	P	RKE	2j	1350 €		12		29		5			21				28
Marketing des produits technologiques	p.415	P	MPT	2j	1350 €			18			26				22			24
Techniques d'études de marché	p.416	P	TEM	2j	1350 €		20			9		27				2		3
Analyser son marché	p.416	P	ALM	2j	1350 €	23		11				2	12		16			
Conduire un projet Benchmarking	p.417	P	BEN	2j	1350 €	23		15		19		16		11				
<b>Best</b> La veille concurrentielle	p.417	P	VCU	2j	1350 €			1			19			21		23		28
Mettre en œuvre une veille marketing sur internet	cf @	P	VEI	2j	1350 €		24				19				18			

562

Communication d'entreprise

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Cycle certifiant Chargé de communication	p.419	C	KCC	11j	4710 €	13		1				12			11			
<b>Best</b> Les clés de la communication	p.420	P	CLO	2j	1350 €	20		1			2			11		2		
Chargé de communication	p.420	P	OCM	2j	1350 €	13		1			12				11			
Elaborer et suivre son plan communication	p.421	P	ESC	2j	1350 €	2		18					2		8			14
Elaborer une stratégie de communication cross-media <b>N</b>	p.421	P	ROA	2j	1380 €		27						2		25			
La communication responsable	p.422	P	CRS	2j	1350 €		24			26		28			4		31	
Communiquer pour mieux gérer la crise	p.422	P	RIS	2j	1350 €	16		4			5				18		19	
Mécénat, optimiser la valeur ajoutée pour l'entreprise	cf @	P	MES	2j	1350 €	6		8			26				25		17	
Réussir vos manifestations et événements	p.423	P	RME	2j	1350 €	20		15				5			15		27	
Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia <b>Nouveau</b>	p.423	P	EEP	2j	1380 €			11					2		1			
Gérer vos relations presse	p.424	P	COX	3j	1875 €	6		8			30			26		20		
Media training	p.424	P	MED	2j	1350 €	23		11	15		12				11			
Maîtriser vos interviews	p.425	P	MIC	2j	1350 €	2		4		16		7			1			
Ecrire à la manière journalistique	p.425	P	CRJ	2j	1350 €	6		8			26			28		30		
<b>Best</b> Réussir votre communication interne	p.426	P	ROT	2j	1350 €	16		11			12				11		19	
Communiquer sur l'Intranet	p.426	P	CIN	2j	1350 €	6		15		16			20		2			
Maîtriser la chaîne de production graphique <b>Nouveau</b>	p.427	P	CHG	2j	1380 €			8					2		4			17
<b>Best</b> Optimiser vos supports de communication	p.428	P	SUP	2j	1350 €		24			9		7			8			28
Rédiger des titres et des accroches efficaces	p.428	P	TCI	1j	860 €			12			20				8			25
Créer sa documentation commerciale	p.429	P	RDO	2j	1350 €	13		15			12				18		17	
Optimiser sa documentation commerciale	p.429	P	ODO	2j	1350 €	2		11			23				25		20	

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Marketing et communication

### Marketing et communication digitale

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Cycle certifiant Responsable e-marketing/e-commerce</b>	p.431	C	KIM	10j	4140 €	6		8				12			25			
<b>Optimiser sa stratégie e-marketing</b>	p.432	P	EMC	2j	1350 €	6		8				12			25		17	
<b>Stratégie e-commerce, conception et mise en œuvre d'un site</b>	p.432	P	SEC	2j	1350 €		20			2		7		1				24
<b>Inbound Marketing</b>	p.433	P	INB	2j	1350 €	6		8			23			15		17		
<b>Marketing viral sur Internet</b>	p.433	P	MIR	2j	1350 €			16			16			8				28
<b>Optimiser la présence de votre marque sur Internet</b>	p.434	S	PMI	1j	990 €		21			13		10		12				11
<b>Auditer et optimiser l'approche marketing d'un site Web</b>	p.434	P	SWM	3j	1875 €	6		15			23			22				
<b>Lancer une étude marketing online <span style="color:red">Nouveau</span></b>	p.435	P	ELO	2j	1380 €		3					16		15				3
<b>Communication et marketing vidéo 2.0</b>	p.435	P	MVI	2j	1350 €		27			5		28		4				17
<b>Les clés du marketing mobile</b>	p.436	P	DMS	2j	1350 €			8				2		1				28
<b>Elaborer une stratégie de communication digitale <span style="color:red">Nouveau</span></b>	p.437	P	CDT	2j	1380 €		6				2			11				10
<b>Lancer une campagne publicitaire digitale <span style="color:red">Nouveau</span></b>	p.437	P	CPD	2j	1380 €		6					16		18				17
<b>S'initier aux réseaux sociaux <span style="color:red">Nouveau</span></b>	p.438	P	OCI	1j	860 €			5			27			22				25
<b>Réseaux sociaux, optimiser votre ROI</b>	p.438	P	SOC	2j	1350 €		20			12				12		30		10
<b>Réseaux sociaux, organiser le Community Management</b>	p.439	P	CMA	3j	1875 €		24			9		20		29				14
<b>Faire vivre son réseau social d'entreprise</b>	p.440	P	VRS	2j	1350 €	13		16				2				2		
<b>e-Réputation : enjeux, contrôle et valorisation</b>	p.440	P	ERE	2j	1350 €	9		11		19		29		11				
<b>Communiquer avec Facebook</b>	p.441	P	FAB	2j	1350 €		27			2				28		30		24
<b>Communiquer avec Twitter</b>	p.441	P	TWI	2j	1350 €	6		8		9				12		9		
<b>Conception éditoriale de sites Web <span style="color:red">Nouveau</span></b>	p.442	P	CES	2j	1380 €			3			2				4			24
<b>Rédiger pour le Web</b>	p.442	P	CCW	2j	1350 €	6		15		5		2		4				
<b>Créer et animer un blog professionnel</b>	p.443	P	BLO	2j	1350 €			11		19		2		4				3
<b>Concevoir des campagnes e-mailing et des newsletters</b>	p.443	P	NEW	2j	1350 €	16		11		23		7			2			
<b>Améliorer son référencement naturel : techniques pour le Web <span style="color:red">N</span></b>	p.444	P	RFN	1j	860 €		28				20			19				
<b>Optimiser le référencement de votre site Web</b>	cf @	P	OPS	2j	1380 €	2		4			12			11		27		
<b>Google Adwords, optimiser vos campagnes <span style="color:red">Nouveau</span></b>	p.444	P	GAW	1j	860 €		17			9		27			6			
<b>Google Analytics, analyser les statistiques de vos sites</b>	p.445	P	LYT	2j	1380 €						5			11				3
<b>Réussir votre projet Web</b>	cf @	P	COW	2j	1380 €	2		4		nous consulter								
<b>Design d'un site Web</b>	p.445	P	ITF	2j	1380 €	23	13	11	15	19	19	23	21	18	16			17
<b>Réaliser un site Web, pour non-informaticiens</b>	p.446	P	NIW	3j	1440 €	13	17	8	5	2	2	7	4	1	6			7

563

## Commercial et relation client

### Stratégie et management commercial

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Cycle certifiant Manager commercial</b>	p.450	C	KMV	11j	4410 €		17					23		26				31
<b>Optimiser sa stratégie commerciale</b>	p.451	P	STC	2j	1350 €	16		11			12				11			19
<b>Optimiser la rentabilité en choisissant le bon prix</b>	p.451	P	TAR	2j	1350 €	16		11			19				18			19
<b>Bâtir et piloter le Plan d'Actions Commerciales</b>	p.452	P	PAC	3j	1875 €		24		12		16			18				31
<b>Construire des tableaux de bord commerciaux</b>	p.452	P	TBC	2j	1350 €		24			12				12		9		21
<b>Manager une équipe commerciale</b>	p.453	P	MEC	3j	1875 €		17		19		23			26				31
<b>ADV/Service clients : managez votre activité Supply Chain <span style="color:red">N</span></b>	p.453	P	ADV	2j	1380 €		12				5			21				7
<b>Mieux recruter vos commerciaux</b>	p.454	P	VOC	2j	1350 €		27		22		26			28		30		24

Commercial et relation client

Stratégie et management commercial

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Mieux accompagner vos commerciaux sur le terrain	p.454	P	MIT	2j	1350 €			4				19			15			24
Dynamiser votre équipe commerciale	cf @	P	NAM	2j	1350 €		13				nous consulter							
Key Account Manager	p.455	P	ACM	2j	1350 €	2		11			2			28				
Gestion financière de l'activité commerciale <b>Nouveau</b>	p.455	P	SSF	2j	1380 €		13				12				25			

Techniques commerciales et ventes

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Cycle certifiant Chargé d'affaires	p.458	C	KOM	9j	3775 €	16		4		26					18			
<b>Best</b> Commercial pour non-commerciaux	p.459	P	CIL	2j	1350 €	6		1		26			16		18			14
<b>Best</b> Maîtriser les fondamentaux de la vente <b>F</b>	p.460	P	FOV	2j	1350 €	16		4		26			23		18			
<b>Best</b> Perfectionnement aux techniques de vente <b>F</b>	p.460	P	VEN	2j	1350 €	13		8			12				11		17	
Analyser et optimiser son portefeuille clients	p.461	P	FEU	2j	1350 €	20		1			2				8			14
<b>Best</b> Prospecter et gagner de nouveaux clients	p.461	P	PGN	2j	1350 €	6		15			2					2		
Prospecter avec les réseaux sociaux	p.462	P	PRS	1j	860 €		28		30		27			22				18
<b>Best</b> Vendre au téléphone	p.462	P	VTE	2j	1350 €		20		29		5			5				3
<b>Best</b> Répondre aux appels d'offres	p.463	P	RAO	2j	1350 €	2		18		2		7		8		27		
Rédiger des argumentaires de vente	p.463	P	AVE	2j	1350 €	16		11			5			25				24
Maîtriser les ventes complexes	cf @	P	VEX	2j	1350 €	16		11		nous consulter								
Réussir ses grands rendez-vous en clientèle	p.464	P	RDV	2j	1350 €	20		1			2					2		
Réussir ses présentations et soutenances commerciales	p.464	P	SOU	2j	1350 €	13		15		9		7		8				
Le traitement des objections	cf @	P	TOB	2j	1350 €	16		11			26			18				17
<b>564</b> Vendre de la création de valeur à ses clients <b>Nouveau</b>	p.465	P	CVC	2j	1380 €		17				5			18				
<b>Best</b> Négociation commerciale, les points clés	p.466	P	NEG	2j	1350 €	16		18		26		9		25				
Négociation commerciale, défendre ses prix et ses marges	p.466	P	NCD	2j	1350 €		24		29		26			26				21
Réussir ses négociations à l'international	p.467	P	RGI	2j	1350 €		27		29		5			5				24
Vendre aux grands comptes	p.467	P	GCO	3j	1875 €		24		19		2			29				28
Vendre des services	cf @	P	VSE	2j	1350 €		13			nous consulter								
Vendeur en point de vente : le bon communicant <b>Nouveau</b>	p.468	P	VPV	2j	1380 €			4					20		8			
Technico-commerciaux, les clés du métier	p.468	P	NTC	2j	1350 €	13		15		26		9		25				
<b>Best</b> Améliorer votre efficacité commerciale	p.469	P	EFA	2j	1350 €	9		4			12			25				
Renforcer son impact commercial <b>F</b>	p.469	P	TRE	2j	1350 €		24		19			2		8				21
<b>Best</b> Faire face aux clients difficiles	p.470	P	FFD	2j	1350 €		13		8		5			12				10
Les outils pour les commerciaux	p.470	P	PCP	2j	1350 €		24			12				12		9		21
Mieux vendre et négocier avec la Process Com®	p.471	P	NOM	2j	1350 €			11			12			11				17
Charisme et persuasion pour les commerciaux, atelier théâtre	p.471	P	PES	2j	1350 €	2		11		9				26		27		
Ecouter pour mieux vendre	p.472	P	EMV	2j	1350 €		12			9				11		9		7
Développer sa voix pour mieux vendre	p.472	P	DMV	2j	1350 €	13		15			12				4		31	
CIEL Gestion Commerciale, prise en main <b>Nouveau</b>	p.473	P	ELG	2j	1380 €			15				13		11				
CIEL Gestion Commerciale, perfectionnement <b>Nouveau</b>	cf @	P	ELC	2j	1380 €			18				9		8				
Excel et Powerpoint, l'essentiel pour commerciaux <b>Nouveau</b>	p.473	P	XCP	2j	1380 €			18			19			21				

Accueil et relation client

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Les clés de la relation client <b>F</b>	p.475	P	CRO	2j	1350 €		13				9		23		4			10
<b>Best</b> La relation client, pour non-commerciaux	p.475	P	CLI	2j	1350 €		12			5				12			31	
Optimiser les relations commerciales avec ses clients	p.476	P	ALE	2j	1350 €		27			19				12		9		3

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

**Commercial et relation client**

**Accueil et relation client**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Best</b> Améliorer ses écrits pour renforcer la relation client	p.476	P	ERI	2j	1350 €		27				12			28		30		17
Valoriser votre capital client grâce au CRM et au datamining	p.477	P	DAI	2j	1350 €			15			9				8			28
Mesurer la satisfaction client	p.477	P	MSC	2j	1350 €		24		22		23			26				21
Créer des enquêtes et questionnaires de satisfaction	p.478	P	ESA	1j	860 €			19			13				12			25
Fidéliser ses clients	p.478	P	FID	2j	1350 €		17			26		2			18			14
Traiter les réclamations client	p.479	P	TRR	2j	1350 €	9		11			12				11			
Reconquérir les clients inactifs ou perdus	p.479	P	REC	2j	1350 €		27			12				12		9		24
Professionaliser votre accueil client	p.480	P	REL	2j	1350 €		12		29		5			21				28
<b>Best</b> Optimiser son accueil téléphonique	p.480	P	ACT	2j	1350 €	2		11			23				25		20	
<b>Best</b> Hotline, optimiser le traitement des incidents	p.481	P	HOT	2j	1350 €		20			5		2			8			17
Faire face à l'agressivité physique et verbale en situation d'accueil	p.481	P	VER	2j	1350 €	9		11			19				18			
Organiser son SAV	p.482	P	SAV	2j	1350 €	6		8			9				8		17	
Manager un centre d'appels	p.482	P	MCP	2j	1350 €		27		29			2				2		10
Manager une campagne d'appels sortants	p.483	P	PEL	2j	1350 €		17			5				12		9		14
Superviseurs : gérez et motivez vos téléconseillers	p.483	P	GMT	2j	1350 €		12		19		9				8			7
Superviseurs : construisez des scripts d'appels entrants/sortants	p.484	P	PPE	2j	1350 €			4		19		9			22			21
Téléconseillers : développez vos compétences commerciales	p.484	P	DCT	2j	1350 €		20			23		13				2		3

**Assistant(e)**

565

**Assistant(e)**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Cycle certifiant Assistant(e) Secrétaire	p.488	C	KSS	11j	4710 €						16				1			24
<b>Best</b> Assistant(e) et secrétaire, le métier <b>F</b>	p.489	P	ASS	2j	1350 €	30		18		16		20			1			24
Assistant(e) de direction, le métier <b>F</b>	p.489	P	ASD	2j	1350 €		6	4		5				12		9		10
Assistant(e) de Manager	p.490	P	EAS	2j	1350 €			8			19				15			17
Assistant(e) chef de projets, le métier	p.490	P	AHP	2j	1350 €	9		11			12				11			
Assistant(e) de gestion, le métier <b>F</b>	p.491	P	ASG	3j	1875 €		12		5		2			26		20		14
Assistant(e) juridique, le métier	p.491	P	AJU	2j	1350 €	13		1		16		16			18		31	
Assistant(e) achat, le métier <b>F</b>	p.492	P	ATA	2j	1350 €		20		15		26			12		16		3
<b>Best</b> Assistant(e) RH, le métier	p.492	P	ARH	2j	1350 €		20		5		2			12		16		24
<b>Best</b> Assistant(e) formation, le métier	p.493	P	ASF	2j	1350 €		13		8		12			12		23		3
Assistant(e) communication, le métier	p.493	P	CMU	2j	1350 €	20		8		23		20			2			
Assistant(e) commercial(e), le métier <b>F</b>	p.494	P	ASC	2j	1350 €			1	8		5			12		16		7
Hôte/Hôtesse d'accueil standardiste, le métier <b>F</b>	p.494	P	HST	2j	1350 €		20				19				18			17
Assistant(e) : efficacité professionnelle <b>F</b>	p.495	P	APF	2j	1350 €		27				23				25			24
Assistant(e) : savoir travailler avec plusieurs managers <b>N</b>	p.495	P	ASI	2j	1380 €			18			9				22			17
Assistant(e) : organisez avec succès un événement professionnel <b>N</b>	p.496	P	ASU	2j	1380 €		3				23				8			
Assistant(e) : développez des relations positives au travail <b>F</b>	p.496	P	RPT	2j	1350 €	2		18			12				4		20	
Assistant(e) : communication assertive <b>F</b>	p.497	P	ACU	2j	1350 €	9		11		5				12		9		
Assistant(e) : mieux communiquer par téléphone <b>Nouveau</b>	p.497	P	AOM	2j	1380 €			1			16				4			14
Assistant(e) : réalisez des reportings efficaces	p.498	P	RPI	2j	1350 €	9		11			19				11			
Assistant(e) : exploitez Office 2010	p.498	P	OOA	2j	1350 €			8			9				8			7

Bureautique

Poste de travail et Office

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Windows 8, prise en main	p.502	P	WDT	1j	530 €	6		8				6		11		6		21
Windows 8, maîtriser votre poste de travail	cf @	P	VOT	2j	890 €		27		15		19				15			24
Windows 7, prise en main	cf @	P	WDE	1j	530 €	13	24			9				11		6		7
Windows 7, maîtriser son poste de travail et Internet <b>B</b>	p.502	P	WMP	2j	890 €		6			5				5		16		3
Office 2013, initiation	p.504	P	DOO	1j	530 €	6		8			9				15		31	
Office 2013, prise en main des nouveautés	cf @	P	FIO	2j	890 €	23		8	8		5				11		17	
Office 2013, prise en main opérationnelle des logiciels	p.504	P	EPO	2j	890 €		20		8		5				4			17
Office 2010, initiation <b>B</b>	cf @	P	DDO	1j	530 €		24				30				22			28
<b>Best</b> Office 2010, prise en main des nouveautés	p.505	P	OPM	2j	890 €	2	6	4	8	5	5	9		5	4	2		3
Office 2007, les nouveautés	cf @	P	OFF	2j	890 €						nous consulter							
Microsoft Office pour Mac 2011, initiation	cf @	P	DDC	1j	530 €						nous consulter							
Microsoft Office pour Mac 2011, prise en main des nouveautés	cf @	P	OMN	2j	890 €		27				nous consulter							
Microsoft Office pour Mac 2011, prise en main opérationnelle	p.505	P	OME	2j	890 €		20		15		19				18			10
LibreOffice, prise en main <b>Nouveau</b>	cf @	P	LIO	2j	890 €		12				16				4			24
Migration vers Libre Office, pour utilisateurs MS Office <b>N</b>	cf @	P	MLO	2j	890 €		3						7		11			14
Open Office, prise en main	cf @	P	MOO	2j	890 €	9		4			nous consulter							
Office 365, prise en main	p.506	P	OFC	2j	910 €			4			19				22			10
Office 365, administrateur <b>Nouveau</b>	cf @	P	FIC	2j	1380 €		24				12				18			24
Google Apps, utilisateur	p.506	P	GAP	2j	910 €	23		11			19				11			27
Google Apps, administrateur	cf @	P	GOA	2j	980 €	2		18			5				4			20

566 Excel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Excel 2013, prise en main	p.508	P	DXB	1j	530 €		24					6			12			14
Maîtriser Excel 2013, niveau 1 <b>B</b>	p.508	P	ECM	3j	1180 €		12		5		2				1	15		28
Maîtriser Excel 2013, niveau 2 <b>B</b>	cf @	P	ECE	3j	1180 €		12		26		30				8			21
Analyse de données avec PowerPivot Excel 2013 <b>Nouveau</b>	cf @	P	POX	2j	1380 €			15			5			18				21
Excel 2013, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	BAV	4j	1490 €		25		6		3				9			29
Excel 2013, développer des applications en VBA, niveau 2	cf @	P	BAE	2j	890 €			11	6		5				8			21
Excel 2013/2010, utilisation et automatisation pour la finance	p.509	P	ECI	2j	890 €		27			5				12		9		17
Excel 2010/2007, prise en main	p.509	P	DXA	1j	530 €		17				2				1			7
<b>Best</b> Maîtriser Excel 2010, niveau 1 <b>B</b>	p.510	P	MEX	3j	1180 €	6	3	1	5	2	2	7		4	1	6	17	14
<b>Best</b> Maîtriser Excel 2010, niveau 2 <b>B</b>	p.510	P	MEN	2j	890 €	9	6	11		5		9			22			3
Excel 2010/2007, consolider vos connaissances	p.511	P	LMX	1j	530 €		21		23		13				12			18
Excel 2010/2007, base de données et tableaux croisés dynamiques	p.511	P	TCD	1j	530 €			1		2		7			1			28
Excel, créer efficacement des graphiques et reportings visuels <b>N</b>	cf @	P	XCG	1j	530 €			12			6			29				
Excel, prendre en main les macros et découvrir le VBA <b>Nouveau</b>	cf @	P	XCE	1j	530 €			5			13			22				
Analyse de données avec Excel 2010 et PowerPivot	cf @	P	PIV	2j	1350 €			11			nous consulter							
<b>Best</b> Excel 2010, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	EXF	4j	1490 €	21	25	16			3				2			22
Excel 2010, développer des applications en VBA, niveau 2	cf @	P	EXG	2j	910 €	2		4			23				22			20
<b>Best</b> Maîtriser Excel 2007, niveau 1 <b>B</b>	p.512	P	MBB	3j	1180 €	6	3	1	5	2	2	7		4	1	6	17	
<b>Best</b> Maîtriser Excel 2007, niveau 2 <b>B</b>	p.512	P	MBX	2j	890 €	2	6	4	15	12	12	16	12	12	11	2	17	3
Excel 2007 pour le reporting et le décisionnel	cf @	P	ERD	3j	1180 €	20		15			2				29		31	
<b>Best</b> Excel 2007/2003, développer des applications en VBA, niv. 1	cf @	P	EXE	4j	1490 €		18				3				2			15
Excel 2007/2003, développer des applications en VBA, niv. 2	cf @	P	EXD	2j	890 €		13				nous consulter							
Maîtriser Excel 2003, niveau 1 <b>B</b>	cf @	P	MAB	3j	1180 €		12				nous consulter							
Maîtriser Excel 2003, niveau 2 <b>B</b>	cf @	P	MAX	2j	890 €		17				nous consulter							

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

**Bureautique**

Access	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2014	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Bases de données et langage SQL pour non-informaticiens	cf @	P	SIF	3j	1180 €		24	1	26				27		22			14
Access 2013, prise en main	p.514	P	DAB	1j	530 €		17				2			29			31	
Maîtriser Access 2013, niveau 1	p.514	P	ATC	4j	1490 €		18		6		17				9			8
Maîtriser Access 2013, niveau 2	cf @	P	ATB	3j	1180 €	6		8	5		2			26				28
Access 2013, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	BAA	4j	1490 €			2	13		3				9			8
Access 2013, développer des applications en VBA, niveau 2	cf @	P	BCA	3j	1180 €		18		12		9			26				28
Access 2010/2007, prise en main	p.515	P	DAA	1j	530 €		3				9			11				14
Best Maîtriser Access 2010, niveau 1 B	p.515	P	MEA	4j	1490 €	13		2				10			9			
Maîtriser Access 2010, niveau 2	cf @	P	ACE	3j	1180 €		24		12		2			26				28
Access 2010, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	ACA	4j	1490 €		18		20		3			4				15
Access 2010, développer des applications en VBA, niveau 2	cf @	P	ADE	2j	910 €	9		11			5				8			
Best Maîtriser Access 2007, niveau 1 B	p.516	P	MBC	4j	1490 €	21	25	15	6	3	3	7	4	2	21	25	22	
Maîtriser Access 2007, niveau 2 B	p.516	P	MBJ	3j	1180 €	13	12	15	13	9	10	14	18	8	27			14
Maîtriser Access 2003, niveau 1 B	cf @	P	MAC	4j	1490 €		18				nous consulter							
Maîtriser Access 2003, niveau 2 B	cf @	P	MAJ	3j	1180 €	6		15			nous consulter							
Access 2007/2003, développer des applications en VBA, niv.1	cf @	P	ADA	4j	1490 €		25				nous consulter							
Access 2007/2003, développer des applications en VBA, niv.2	cf @	P	ADB	2j	910 €						nous consulter							

Word, PowerPoint et autres outils	page	type	réf.	durée	Prix	oct.	nov.	déc.	2014	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Word 2013, prendre en main les fonctions les plus utiles B	p.518	P	PUF	1j	530 €		21		16		20			18		24		4
Word 2013, perfectionnement B	p.518	P	PAF	2j	890 €		20		15		19				15			3
Word 2010, prise en main B	cf @	P	MWO	1j	530 €	9		1			20				19		24	
Best Word 2010, perfectionnement B	p.519	P	MWB	2j	890 €	13		4			23				25		27	
Word 2010, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	WDA	4j	1490 €	7		9			17				23			
Word 2007, perfectionnement B	p.519	P	WOB	2j	890 €		13			12				12		23		3
PowerPoint 2013, prise en main	p.520	P	DPT	1j	530 €		24				2				15			14
PowerPoint 2013, créer vos documents et présentations	p.520	P	PDP	2j	890 €		20		15		19				18			24
PowerPoint 2013, perfectionnement	cf @	P	PDO	2j	890 €		13		8		26				22			17
PowerPoint 2010/2007, prise en main	cf @	P	DPP	1j	530 €		3				9				22		31	
Best Maîtriser PowerPoint 2010 B	p.521	P	MON	2j	890 €	2		4		5				5		2		
PowerPoint 2010, perfectionnement	p.521	P	OIN	2j	890 €		20		22		23				25			17
Maîtriser Powerpoint 2007 B	cf @	P	POT	2j	890 €	2	13	18	22	26	26	28	26	25				3
PowerPoint 2007, perfectionnement	cf @	P	ONI	2j	890 €		20		8		23				25			17
Outlook 2013, communiquer plus efficacement	p.522	P	LMO	1j	530 €		14			9				22				4
Maîtriser Outlook 2010	p.522	P	MOL	1j	530 €	20		8		9			27		12		24	
Outlook 2010, perfectionnement	cf @	P	OLP	1j	530 €			1			9				15			28
MS Dynamics CRM 2013, gestion des ventes Nouveau	cf @	P	GDV	1j	530 €			5			27				5			

567

PAO, CAO	page	type	réf.	durée	Prix	oct.	nov.	déc.	2014	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Maîtriser Adobe Acrobat XI/X Pro	p.526	P	AOB	2j	910 €	23		4				5			4		27	
Maîtriser Adobe Acrobat 9 Pro	cf @	P	ARO	2j	910 €		13		22				16					10
Best Créer vos publications avec InDesign, PhotoShop et Illustrator	p.526	P	ROF	5j	2050 €		3		12		30			18				14
InDesign CC, les nouveautés Nouveau	cf @	P	IDI	1j	530 €			12			20			22				25
Best InDesign CS6, prise en main	p.527	P	IND	3j	1200 €	20		1			2				1			7
InDesign CS6, perfectionnement	p.527	P	IDN	2j	910 €		17		22		23				11			21

Bureautique

PAO, CAO

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Quark XPress, initiation	cf @	P	XPR	3j	1200 €		12				nous consulter							
Quark XPress, perfectionnement	cf @	P	ARK	2j	910 €						nous consulter							
Digital Publishing Suite CS6, pour tablettes et Smartphones	p.528	P	DIG	3j	1200 €	20				19		2		26		20		
Publisher 2013, créer des publications professionnelles	p.528	P	ISH	2j	910 €			4				19			18			3
SharePoint 2013, utilisateur/contributeur	p.529	P	HAU	1j	830 €		14			29		13			12			25
SharePoint 2013, concepteur	p.529	P	HAI	2j	1350 €		20			22		5		28				17
SharePoint 2010, utilisateur/contributeur	p.530	P	SUT	1j	830 €		14			9				22				11
<b>Best</b> Sharepoint 2010, concepteur	p.530	P	SHO	2j	1350 €	23	27	18	22	26	26	23	26	25	23	27	24	
AutoCAD 2014/2013 2D, prise en main	p.531	P	TAU	3j	1200 €		12			19			7		29			14
AutoCAD 2014/2013 2D, perfectionnement	p.531	P	TUP	2j	910 €		27			22		19			18			24
AutoCAD 2014/2013 3D, prise en main	p.532	P	TDP	3j	1200 €		17			12			7		29			7
AutoCAD 2014/2013 3D, perfectionnement	p.532	P	TDU	2j	910 €		20			29				6		9		10
<b>Best</b> AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 2D	p.533	P	AUT	3j	1200 €	13	12	15	5	2	2	7	4	1	20	24	14	
AutoCAD 2010, perfectionnement, fonctions 2D	p.533	P	TOP	2j	910 €		27					19			18			3
AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 3D	p.534	P	TUA	3j	1200 €	20		8				30			29		24	
AutoCAD 2010, perfectionnement, fonctions 3D	cf @	P	TOD	2j	910 €						nous consulter							
AutoCAD® Map 3D, CAO et intégration de données carto./SIG <b>N</b>	p.535	P	TDM	4j	1490 €				9				7		9			8
AutoCAD® Electrical, conception de schémas électriques <b>N</b>	p.535	P	TDL	3j	1180 €				1			30			1			
Autocad Mechanical, prise en main	cf @	P	ECH	5j	2050 €						nous consulter							
<b>568</b> Turbocad, prise en main	cf @	P	TUR	3j	1200 €						nous consulter							
CATIA v6, conception et assemblage de pièces 3D <b>Nouveau</b>	cf @	P	TID	4j	1490 €						nous consulter							
SolidWorks 2013, conception de produits industriels en 2D/3D <b>N</b>	cf @	P	LIW	4j	1490 €						nous consulter							
<b>Best</b> Visio 2013/2010, prise en main	p.536	P	VSI	2j	910 €	2	6	4	8	5	5	9	5	4	2			3
Visio 2013/2010, perfectionnement	cf @	P	SIO	2j	910 €		27		29		19				22			24
SketchUp 2014, prise en main <b>Nouveau</b>	p.536	P	GLE	3j	1180 €			1					7		22			
SketchUp 2014, perfectionnement <b>Nouveau</b>	cf @	P	GEL	2j	910 €						nous consulter							
<b>Best</b> Photoshop, prise en main	p.538	P	PHO	3j	1200 €		17		26				7		8			14
Photoshop, perfectionnement	p.538	P	PHS	2j	910 €		20		29				9		11			17
Photoshop Lightroom, la post-production photographique	cf @	P	LIG	3j	1200 €	6		1			nous consulter							
<b>Best</b> Illustrator, prise en main	p.539	P	ILL	3j	1200 €		24			9				26		27		28
Illustrator, perfectionnement	p.539	P	ILP	2j	910 €	2		4			26				25		20	
Photoshop CC, les nouveautés <b>Nouveau</b>	p.540	P	OOP	1j	530 €		7						3		12			
Illustrator CC, les nouveautés <b>Nouveau</b>	p.540	P	ILU	1j	530 €			12				13			5			
After Effect, prise en main	p.541	P	AFT	4j	1530 €	14		2				3			2		25	
After Effect, perfectionnement	cf @	P	AFE	5j	2050 €						nous consulter							
3D Studio Max, prise en main	p.541	P	STU	4j	1530 €			2				24			23			29
3D Studio Max, perfectionnement	cf @	P	DIO	4j	1530 €						nous consulter							
Blender, s'initier à la création 3D <b>Nouveau</b>	p.542	P	LER	4j	1490 €		18					17			16			15
Blender, maîtriser la création 3D <b>Nouveau</b>	cf @	P	LEB	4j	1490 €		4					10			9			8
Cinema 4D, initiation	p.542	P	CQD	5j	2050 €		24		12			30		18			31	
Création vidéo : montage, compression et production DVD	p.543	P	DVP	5j	2050 €		17		19			30			29			14
<b>Best</b> Adobe Premiere Pro, montage et compression vidéo	p.543	P	DEO	3j	1200 €	20		15		2		20			1		31	
Final Cut Pro X, maîtriser le montage vidéo	cf @	P	CUT	5j	2050 €		17		26					18			31	

# Des centres près de chez vous

## ➤ Région Nord



➤➤➤ **groupe 1** ➤ ORSYS Lille  
➤➤➤ **groupe 3** ➤ Bruxelles

Renseignements et contact :  
Alexandre Debain  
Tél. : +33 (0)3 28 53 58 90

## ➤ Région Ouest



➤➤➤ **groupe 2** ➤  
ORSYS Rennes

Renseignements et contact :  
Xavier Claire  
Tél. : +33 (0)2 99 41 67 20

## ➤ Région Nord Est



➤➤➤ **groupe 1** ➤ ORSYS Strasbourg  
➤➤➤ **groupe 3** ➤ Luxembourg

Renseignements et contact :  
Jean-Sébastien Frédéric  
Tél. : +33 (0)3 88 23 70 26

## ➤ Région Ouest



➤➤➤ **groupe 2** ➤  
ORSYS Nantes

Renseignements et contact :  
Florent Zadra  
Tél. : +33 (0)2 40 59 36 44

## ➤ Région parisienne



Renseignements et contacts :  
Séverine Dupau et Albertina Delvaque  
Tél. : +33 (0) 1 49 07 73 73  
Fax : +33 (0) 1 49 07 73 78

## ➤ Région Rhône Alpes



➤➤➤ **groupe 1**  
➤ ORSYS Lyon  
➤ ORSYS Grenoble  
➤➤➤ **groupe 3** ➤ ORSYS Genève

Renseignements et contacts :  
Sandra Chaudouët  
Tél. : +33 (0)4 72 13 05 15

## ➤ Région Sud-Ouest



➤➤➤ **groupe 2**  
➤ ORSYS Bordeaux

Renseignements et contact :  
Lillian Abadie  
Tél. : +33 (0)5 56 00 12 07

## ➤ Région Sud-Ouest



➤➤➤ **groupe 2** ➤  
ORSYS Toulouse

Renseignements et contact :  
Thomas Etchelecou  
Tél. : +33 (0)5 34 45 46 60

## ➤ Région PACA ➤



➤➤➤ **groupe 1**  
➤ ORSYS Aix-en-Provence  
➤ ORSYS Sophia-Antipolis  
➤ ORSYS Montpellier

Renseignements et contact :  
Camille Bordarier  
Tél. : +33 (0)4 93 00 60 67

# Planning 2014-15 centres du groupe 1

>>> Aix-en-Provence >>> Sophia-Antipolis >>> Grenoble  
 >>> Lille >>> Strasbourg >>> Montpellier  
 >>> Lyon

## Formations

### Direction d'entreprise

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Piloter par les tableaux de bord	p.29	P	TAB	2j	1350 €		13			9				11		16		3
Risk Manager : gérez efficacement les risques projets	p.35	P	RIK	3j	1875 €			8		2		27			15			7

### Qualité et Lean Management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Manager par l'amélioration continue	p.63	P	AME	2j	1350 €		20			2					4			3
Lean Management dans les services	p.67	P	LEM	2j	1350 €			15		26				21				17

### Management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Devenir manager <b>F</b>	p.74	P	MOP	3j	1875 €		24			16				26		20		28
Management d'équipe <b>F</b>	p.75	P	ORG	3j	1875 €			15			9				1			21
Manager de proximité	p.76	P	MPX	3j	1875 €					2				4				21
Passer d'expert à manager	p.76	P	PEX	2j	1350 €						30				22			24
Déléguer et responsabiliser <b>F</b>	p.78	P	DEL	2j	1350 €			4			9					2		
Motiver et animer votre équipe <b>F</b>	p.80	P	MOT	3j	1875 €	6	24			12	30				8			28
Organiser le travail de votre équipe <b>F</b>	p.81	P	OTE	2j	1350 €			11			12				11			17
Renforcer la performance de votre équipe	p.81	P	DPE	3j	1875 €		17			12	16				22		31	
Réussir vos entretiens opérationnels	p.88	P	REM	2j	1350 €		20			19	23			26		2		10
Réussir vos entretiens d'évaluation <b>F</b>	p.88	P	VEA	2j	1350 €		6			29	5				18			24
Conduire efficacement une réunion <b>F</b>	p.89	P	CRE	2j	1350 €	9		11		23		7			1			
Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe	p.92	P	PER	2j	1350 €			1			19				18			17
Développer son leadership de manager <b>F</b>	p.98	P	EAL	2j	1350 €			4			12			11		23		24
Renforcer son leadership, atelier théâtre	p.98	P	FFL	2j	1350 €					5					25			24
Leadership au féminin	p.99	P	LEF	2j	1350 €	2		18		23		21			29			
Maîtriser le management transversal <b>F</b>	p.111	P	TAV	3j	1875 €		24		5		16				15			7
Manager des équipes à distance	p.112	P	DTS	3j	1875 €		12			9				26			31	
Manager des prestataires de services <b>F</b>	p.113	P	MGS	2j	1350 €		20			9				26				3
Manager des managers	p.114	P	MAM	2j	1350 €		13					20			29			7
Conduire le changement, démarche et outils <b>F</b>	p.121	P	CHA	2j	1350 €						26				25			7
Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel <b>F</b>	p.124	P	IIG	3j	1875 €		17			23				26				7
Finance d'entreprise, pour non-financiers	p.126	P	CFM	3j	1875 €			15		16				26				
Achats pour non-acheteurs	p.128	P	APA	2j	1350 €	2		4			23			21		2		

### Gestion de projets

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Chef de projet occasionnel	p.132	P	CPO	2j	1350 €			1			5				4			3
Gestion de projets, les fondamentaux <b>F</b>	p.133	P	PNI	3j	1875 €		12			26	23			11		6		28
PMI, management de projets	p.136	P	PPC	5j	2530 €		24			2		13			1			7
PMP®, préparation à la certification	p.137	P	PPR	2j	980 €			4		12		23			11			17



Toutes nos formations peuvent être organisées  
dans votre région, n'hésitez pas à nous  
contacter pour toute demande.

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Formations

### Gestion de projets

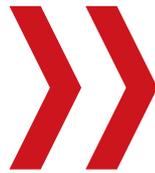
	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
MS-Project, introduction	p.145	P	MPI	2j	1350 €					29			29		25			17
Piloter un projet avec MS-Project 2007-2010	p.146	P	PIL	3j	1875 €							16			15			28

### Développement personnel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Efficacité professionnelle F	p.159	P	EFF	3j	1875 €		12			12		16			8			14
Améliorer son organisation personnelle F	p.160	P	OPE	2j	1350 €							26			11			17
Entraîner et développer votre mémoire	p.162	P	MEM	2j	1350 €			18		2				5				24
Gérer son temps F	p.164	P	GET	2j	1350 €			11					2		9			17
Gérer l'information et gagner du temps	p.165	P	TIP	2j	1350 €		27			29		26			25			3
Gérer son quotidien en open space	p.166	P	GOP	2j	1350 €		20			26		19			11			10
Lire, synthétiser et restituer avec efficacité	p.167	P	LEC	2j	1350 €			18		23				21		2		3
Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral	p.168	P	ECO	2j	1350 €		20					16			22			28
Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions	p.168	P	PNR	2j	1350 €			15				26			18			
Améliorer vos écrits professionnels	p.169	P	CEP	2j	1350 €		27				12			21		16		17
Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux	p.170	P	AGO	2j	1350 €		20					5			11			3
S'informer et préparer sa retraite	p.177	P	PRT	2j	1350 €							19			11			
Assertivité : oser s'affirmer - Niveau 1 F	p.180	P	ASO	2j	1350 €	16		4				19			18			
Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre	p.182	P	THP	2j	1350 €			18		5				6				3
Gérer son stress, niveau 1 F	p.183	P	GST	2j	1350 €	16		18		2		27				2		
Maîtriser ses émotions pour être plus efficace F	p.184	P	TOI	2j	1350 €			18				26			18			
Savoir lâcher prise et prendre du recul F	p.184	P	LAC	2j	1350 €		24				2		27		29			7
Développer votre flexibilité comportementale F	p.186	P	FLE	2j	1350 €	16		11				12			4			
Développer votre créativité	p.189	P	CRA	2j	1350 €		20			5		2		18		2		10
Optimiser sa capacité à résoudre les problèmes F	p.189	P	RPR	2j	1350 €		13			26		30		11		23		24
Carte mentale, les fondamentaux	p.190	P	MIP	3j	1875 €		17			26		30			29			28
Optimiser votre communication F	p.192	P	COM	3j	1875 €		24				9			11		27		21
Ecoute active pour mieux communiquer F	p.193	P	EQU	2j	1350 €			11			19				18			24
Maîtriser les conflits F	p.194	P	GDF	2j	1350 €			4		23		27			25			10
Développer des relations positives au travail F	p.195	P	DRP	2j	1350 €			11			12				11			10
Développer des relations non hiérarchiques constructives	p.196	P	DHC	2j	1350 €		20				5				25			3
Optimiser votre communication via les réseaux sociaux	p.199	P	SOP	2j	1350 €	16		11										
Prendre la parole, les éléments essentiels F	p.200	P	PAP	2j	1350 €	2		4		23		27			25			
Prendre la parole et réussir ses interventions en public F	p.201	P	PUB	2j	1350 €		20			19		30			15		24	
Développer sa voix pour mieux communiquer, niveau 1	p.203	P	VOX	2j	1350 €		20				2			11				17
Argumenter et convaincre, niveau 1 F	p.204	P	AGC	2j	1350 €			18			2				9			17
Négocier avec efficacité, niveau 1 F	p.205	P	NEO	2j	1350 €	2		18		16		20				2		
Réussir une présentation efficace F	p.206	P	PRE	2j	1350 €	30		18		2		7			22			

# Centres de > groupe 1 >>> planning 2014-15 >

> Aix-en-Provence > Lille > Lyon > Sophia-Antipolis > Strasbourg > Grenoble > Montpellier >



Toutes nos formations peuvent être organisées dans votre région, n'hésitez pas à nous contacter pour toute demande.

## Formations

### Perfectionnement à l'Anglais

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Remise à niveau en Anglais</b> <b>B</b>	p.209	P	ENR	3j	1875 €		17				16			26				28

### Ressources humaines

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>L'essentiel de la fonction RH</b>	p.218	P	LRH	2j	1350 €							12		6				24
<b>L'essentiel de la GRH pour les PME/PMI</b>	p.218	P	GRH	3j	1875 €							9		11				14
<b>Gestion sociale, les tableaux de bord</b>	p.220	P	GSO	2j	1350 €								2		18			3
<b>Pratique de la paie, niveau 1</b>	p.228	P	PAI	3j	1875 €						9		7		15			21
<b>Le fonctionnement des IRP</b>	p.232	P	IRP	3j	1875 €						2		27		8			16
<b>Réussir ses recrutements</b> <b>F</b>	p.246	P	REF	2j	1350 €						16		13		15			21
<b>Bien utiliser les réseaux sociaux pour le recrutement</b>	p.247	P	SOI	2j	1350 €							19		21				24
<b>Mettre en place et piloter avec succès votre GPEC</b>	p.250	P	GCA	2j	1350 €		13				19			21				10
<b>Actualités sur les dispositifs de formation professionnelle</b> <b>N</b>	p.259	P	FIP	1j	890 €		28				16				8			7
<b>Formation de formateurs occasionnels</b>	p.262	P	FOC	2j	1350 €						26			28				24
<b>Formation des formateurs</b> <b>F</b>	p.263	P	MOF	2j	1350 €	9		11		19		9			11			

### Droit et contrats

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Droit des sociétés, pour les non-juristes</b>	p.272	P	DOS	2j	1350 €				11			2			8			28

### 572 Gestion et finance

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Comptabilité niveau 1, les opérations courantes</b>	p.302	P	OPC	3j	1875 €		24					30			15			7
<b>Comptabilité niveau 2, les opérations complexes</b>	p.303	P	OPX	3j	1875 €			15			9				1			7
<b>Pratique de la gestion de trésorerie</b>	p.320	P	SOR	2j	1350 €		20			26				28				21

### Secteur public

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Se préparer à un oral de concours public</b>	p.361	P	OCP	2j	1350 €		13				30				15			7
<b>Maîtriser la réglementation des achats publics</b>	p.364	P	APU	3j	1875 €			8		9				26				14

### Achats

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Mieux négocier vos achats</b>	p.386	P	AEN	2j	1350 €		27					5			4			
<b>Suivre la performance des fournisseurs et sous-traitants</b>	p.389	P	FST	2j	1350 €		13			12				28				17
<b>Encadrement juridique des prestataires de service</b>	p.389	P	EJP	2j	1350 €		17			5					11			10

### Marketing et communication

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Les clés du marketing</b> <b>F</b>	p.405	P	CLE	3j	1875 €		24			5		2			9		31	
<b>Chef de produit, le métier</b>	p.413	P	FCP	3j	1875 €	20		1		23		7			29			
<b>Les clés de la communication</b>	p.420	P	CLO	2j	1350 €		6				25				22			17
<b>Réseaux sociaux, organiser le Community Management</b>	p.439	P	CMA	3j	1875 €			15			2				1			
<b>Rédiger pour le Web</b>	p.442	P	CCW	2j	1350 €		6				26				25			24
<b>Design d'un site Web</b>	p.445	P	ITF	2j	1380 €		13			12				5		2		10
<b>Réaliser un site Web, pour non-informaticiens</b>	p.446	P	NIW	3j	1440 €			1				7			22			

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

**Formations**

**Commercial et relation client**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>C</b> ommercial pour non-commerciaux	p.459	P	CIL	2j	1350 €							12			4			10
<b>M</b> aitriser les fondamentaux de la vente	p.460	P	FOV	2j	1350 €						19				25			17
<b>P</b> rospecter et gagner de nouveaux clients	p.461	P	PGN	2j	1350 €							30			22			14
<b>L</b> a relation client, pour non-commerciaux	p.475	P	CLI	2j	1350 €		6					26			4			10
<b>H</b> otline, optimiser le traitement des incidents	p.481	P	HOT	2j	1350 €						26			21				24

**Assistant(e)**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>A</b> ssistant(e) et secrétaire, le métier <b>F</b>	p.489	P	ASS	2j	1350 €			15		2				11				3
<b>A</b> ssistant(e) formation, le métier	p.493	P	ASF	2j	1350 €			11			5				11			17
<b>A</b> ssistant(e) : efficacité professionnelle <b>F</b>	p.495	P	APF	2j	1350 €		6				5				4			3
<b>A</b> ssistant(e) : développez des relations positives au travail <b>F</b>	p.496	P	RPT	2j	1350 €		20				26				25			

**Bureautique**

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>O</b> ffice 2010, prise en main des nouveautés	p.505	P	OPM	2j	890 €		13				26			26		16		10
<b>M</b> aitriser Excel 2013, niveau 1 <b>B</b>	p.508	P	ECM	3j	1180 €		20				16			26				
<b>E</b> xcel 2013, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	BAV	4j	1490 €			9			10			19				15
<b>M</b> aitriser Excel 2010, niveau 1 <b>B</b>	p.510	P	MEX	3j	1180 €		3			12		30			8			28
<b>M</b> aitriser Excel 2010, niveau 2 <b>B</b>	p.510	P	MEN	2j	890 €		17				26			21				24
<b>M</b> aitriser Excel 2007, niveau 1 <b>B</b>	p.512	P	MBB	3j	1180 €		12			19		2		26				28
<b>M</b> aitriser Excel 2007, niveau 2 <b>B</b>	p.512	P	MBX	2j	890 €		27				5			5				24
<b>E</b> xcel 2007/2003, développer des applications en VBA, niv. 1	cf @	P	EXE	4j	1490 €			16			17			26				
<b>M</b> aitriser Access 2010, niveau 1 <b>B</b>	p.515	P	MEA	4j	1490 €		25				24				23			
<b>M</b> aitriser Access 2007, niveau 1 <b>B</b>	p.516	P	MBC	4j	1490 €		25				24		21		9			8
<b>M</b> aitriser PowerPoint 2010 <b>B</b>	p.521	P	MON	2j	890 €		13				12			12				10
<b>I</b> nDesign CS6, prise en main	p.527	P	IND	3j	1200 €	6		1		12		16			8			14
<b>S</b> harePoint 2010, utilisateur/contributeur	p.530	P	SUT	1j	830 €						27			29				25
<b>S</b> harepoint 2010, concepteur	p.530	P	SHO	2j	1350 €	16		18			26				18			
<b>A</b> utoCAD 2010, prise en main des fonctions 2D	p.533	P	AUT	3j	1200 €						2				1			21
<b>P</b> hotoshop, prise en main	p.538	P	PHO	3j	1200 €	6		8			30				29			31
<b>I</b> llustrator, prise en main	p.539	P	ILL	3j	1200 €						23			4				31

# Planning 2014-15 centres du groupe 2

»»» Bordeaux  
»»» Nantes

»»» Rennes  
»»» Toulouse

## Formations

### Direction d'entreprise

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Piloter par les tableaux de bord	p.29	P	TAB	2j	1350 €		20				2		16		4			10
Risk Manager : gérez efficacement les risques projets	p.35	P	RIK	3j	1875 €			1		9		7			29			21

### Qualité et Lean Management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Manager par l'amélioration continue	p.63	P	AME	2j	1350 €		6			9					11			10
Lean Management dans les services	p.67	P	LEM	2j	1350 €			8		19				12				10

### Management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Devenir manager <b>F</b>	p.74	P	MOP	3j	1875 €		12			2		21		1		24		
Management d'équipe <b>F</b>	p.75	P	ORG	3j	1875 €			15			23				2		31	
Manager de proximité	p.76	P	MPX	3j	1875 €					16				11				28
Passer d'expert à manager	p.76	P	PEX	2j	1350 €						30				15			
Déléguer et responsabiliser <b>F</b>	p.78	P	DEL	2j	1350 €			11			30				1			
Motiver et animer votre équipe <b>F</b>	p.80	P	MOT	3j	1875 €			1		16		7			22		31	
Organiser le travail de votre équipe <b>F</b>	p.81	P	OTE	2j	1350 €			18			19				25			10
Renforcer la performance de votre équipe	p.81	P	DPE	3j	1875 €		12		12		30				29			21
Réussir vos entretiens opérationnels	p.88	P	REM	2j	1350 €		27			5		2			4			17
Réussir vos entretiens d'évaluation <b>F</b>	p.88	P	VEA	2j	1350 €			13		8	19				11			17
Conduire efficacement une réunion <b>F</b>	p.89	P	CRE	2j	1350 €	2		11			9				2			
Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe	p.92	P	PER	2j	1350 €						12				11			10
Développer son leadership de manager <b>F</b>	p.98	P	EAL	2j	1350 €		27		22		26			21		2		17
Renforcer son leadership, atelier théâtre	p.98	P	FFL	2j	1350 €					12					18			
Leadership au féminin	p.99	P	LEF	2j	1350 €	9		18			19				11		26	
Maîtriser le management transversal <b>F</b>	p.111	P	TAV	3j	1875 €		12		26		23				22		31	
Manager des équipes à distance	p.112	P	DTS	3j	1875 €		3			23				26				21
Manager des prestataires de services <b>F</b>	p.113	P	MGS	2j	1350 €		27		29		5			12				17
Manager des managers	p.114	P	MAM	2j	1350 €		6					7			15			28
Conduire le changement, démarche et outils <b>F</b>	p.121	P	CHA	2j	1350 €						5				4			14
Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel <b>F</b>	p.124	P	IIG	3j	1875 €		17			2				4				14
Finance d'entreprise, pour non-financiers	p.126	P	CFM	3j	1875 €			8		23				4				
Achats pour non-acheteurs	p.128	P	APA	2j	1350 €	9		4		16				18		2		

### Gestion de projets

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Chef de projet occasionnel	p.132	P	CPO	2j	1350 €			8			12				11			10
Gestion de projets, les fondamentaux <b>F</b>	p.133	P	PNI	3j	1875 €		24			23				26		15		21
PMP, management de projets	p.136	P	PPC	5j	2530 €			1		9				18		20		28
PMP®, préparation à la certification	p.137	P	PPR	2j	980 €			11		19				26		30		24



Toutes nos formations peuvent être organisées  
dans votre région, n'hésitez pas à nous  
contacter pour toute demande.

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

## Formations

### Gestion de projets

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
MS-Project, introduction	p.145	P	MPI	2j	1350 €					22			23		11			10
Piloter un projet avec MS-Project 2007-2010	p.146	P	PIL	3j	1875 €							2			8			28

### Développement personnel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Efficacité professionnelle F	p.159	P	EFF	3j	1875 €		17			26		9			1			7
Améliorer son organisation personnelle F	p.160	P	OPE	2j	1350 €							5			4			24
Entraîner et développer votre mémoire	p.162	P	MEM	2j	1350 €		27			2				12				10
Gérer son temps F	p.164	P	GET	2j	1350 €			4			12			26		23		24
Gérer l'information et gagner du temps	p.165	P	TIP	2j	1350 €		27			5	30				29			10
Gérer son quotidien en open space	p.166	P	GOP	2j	1350 €		13			5	30				15			3
Lire, synthétiser et restituer avec efficacité	p.167	P	LEC	2j	1350 €			11		23				4	9			24
Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral	p.168	P	ECO	2j	1350 €		13				16				8			14
Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions	p.168	P	PNR	2j	1350 €			1			19				11			
Améliorer vos écrits professionnels	p.169	P	CEP	2j	1350 €		20			9				18		2		10
Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux	p.170	P	AGO	2j	1350 €		13				19				18			10
S'informer et préparer sa retraite	p.177	P	PRT	2j	1350 €						26				4			
Assertivité : oser s'affirmer - Niveau 1 F	p.180	P	ASO	2j	1350 €			4			12				11			17
Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre	p.182	P	THP	2j	1350 €			4		19				12				10
Gérer son stress, niveau 1 F	p.183	P	GST	2j	1350 €	9		11		16		7			29		27	
Maîtriser ses émotions pour être plus efficace F	p.184	P	TOI	2j	1350 €			4			19				11			
Savoir lâcher prise et prendre du recul F	p.184	P	LAC	2j	1350 €		27			22	19				18			10
Développer votre flexibilité comportementale F	p.186	P	FLE	2j	1350 €	9		4			19				11			
Développer votre créativité	p.189	P	CRA	2j	1350 €		13			23				6		23		24
Optimiser sa capacité à résoudre les problèmes F	p.189	P	RPR	2j	1350 €		20			5				12		23		17
Carte mentale, les fondamentaux	p.190	P	MIP	3j	1875 €		12		12		2				8			21
Optimiser votre communication F	p.192	P	COM	3j	1875 €		12			2		27			29		31	
Ecoute active pour mieux communiquer F	p.193	P	EQU	2j	1350 €	2		4		16		29			25			
Maîtriser les conflits F	p.194	P	GDF	2j	1350 €			4			30				15			3
Développer des relations positives au travail F	p.195	P	DRP	2j	1350 €	9		4		23		7			1			
Développer des relations non hiérarchiques constructives	p.196	P	DHC	2j	1350 €		13			19					4			10
Optimiser votre communication via les réseaux sociaux	p.199	P	SOP	2j	1350 €	23		18		nous consulter								
Prendre la parole, les éléments essentiels F	p.200	P	PAP	2j	1350 €	16		18			26				25			
Prendre la parole et réussir ses interventions en public F	p.201	P	PUB	2j	1350 €		6		5		23				22		24	
Développer sa voix pour mieux communiquer, niveau 1	p.203	P	VOX	2j	1350 €		20			2				4				10
Argumenter et convaincre, niveau 1 F	p.204	P	AGC	2j	1350 €			11		23		27			1			10
Négocier avec efficacité, niveau 1 F	p.205	P	NEO	2j	1350 €	16		18			12				11			
Réussir une présentation efficace F	p.206	P	PRE	2j	1350 €	16		11		2		27			30			

575



Toutes nos formations peuvent être organisées dans votre région, n'hésitez pas à nous contacter pour toute demande.

## Formations

### Perfectionnement à l'Anglais

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>R</b> emise à niveau en Anglais <b>B</b>	p.209	P	ENR	3j	1875 €		17				9			18				21

### Ressources humaines

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>L</b> 'essentiel de la fonction RH	p.218	P	LRH	2j	1350 €							19		12				10
<b>L</b> 'essentiel de la GRH pour les PME/PMI	p.218	P	GRH	3j	1875 €							16		26				21
<b>G</b> estion sociale, les tableaux de bord	p.220	P	GSO	2j	1350 €								16		11			10
<b>P</b> ratique de la paie, niveau 1	p.228	P	PAI	3j	1875 €						23		27		22			28
<b>L</b> e fonctionnement des IRP	p.232	P	IRP	3j	1875 €						23		27		22			9
<b>R</b> éussir ses recrutements <b>F</b>	p.246	P	REF	2j	1350 €						23		20		22			28
<b>B</b> ien utiliser les réseaux sociaux pour le recrutement	p.247	P	SOI	2j	1350 €							12		12				10
<b>M</b> ettre en place et piloter avec succès votre GPEC	p.250	P	GCA	2j	1350 €		20				26			28				17
<b>A</b> ctualités sur les dispositifs de formation professionnelle <b>N</b>	p.259	P	FIP	1j	890 €		21				9				15			14
<b>F</b> ormation de formateurs occasionnels	p.262	P	FOC	2j	1350 €						19			21				17
<b>F</b> ormation des formateurs <b>F</b>	p.263	P	MOF	2j	1350 €	16		18		12		16		18			24	

### Droit et contrats

576

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>D</b> roit des sociétés, pour les non-juristes	p.272	P	DOS	2j	1350 €			4				9			22			14

### Gestion et finance

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>C</b> omptabilité niveau 1, les opérations courantes	p.302	P	OPC	3j	1875 €		17					30			8			28
<b>C</b> omptabilité niveau 2, les opérations complexes	p.303	P	OPX	3j	1875 €			1				30			29			14
<b>P</b> ratique de la gestion de trésorerie	p.320	P	SOR	2j	1350 €		13				19			12				14

### Secteur public

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>S</b> e préparer à un oral de concours public	p.361	P	OCP	2j	1350 €		6					30			22			14
<b>M</b> aitriser la réglementation des achats publics	p.364	P	APU	3j	1875 €			1			2			18				7

### Achats

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>M</b> ieux négocier vos achats	p.386	P	AEN	2j	1350 €		20					19			18			24
<b>S</b> uivre la performance des fournisseurs et sous-traitants	p.389	P	FST	2j	1350 €		20				23			6				24
<b>E</b> ncadrement juridique des prestataires de service	p.389	P	EJP	2j	1350 €		12				12				18			24

### Marketing et communication

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>L</b> es clés du marketing <b>F</b>	p.405	P	CLE	3j	1875 €		12			5		16			22			28
<b>C</b> hef de produit, le métier	p.413	P	FCP	3j	1875 €	27		15		9			7		15			
<b>L</b> es clés de la communication	p.420	P	CLO	2j	1350 €		20					9			1			3
<b>R</b> éseaux sociaux, organiser le Community Management	p.439	P	CMA	3j	1875 €			8				9			1			
<b>R</b> édiger pour le Web	p.442	P	CCW	2j	1350 €		13					19			18			
<b>D</b> esign d'un site Web	p.445	P	ITF	2j	1380 €	30		18		5			23		25			
<b>R</b> éaliser un site Web, pour non-informaticiens	p.446	P	NIW	3j	1440 €			8					27		29			14

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

Formations

Commercial et relation client

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Commercial pour non-commerciaux	p.459	P	CIL	2j	1350 €							19			11			24
Maîtriser les fondamentaux de la vente	p.460	P	FOV	2j	1350 €						5				4			10
Prospecter et gagner de nouveaux clients	p.461	P	PGN	2j	1350 €							2			15			21
La relation client, pour non-commerciaux	p.475	P	CLI	2j	1350 €		13					19			11			10
Hotline, optimiser le traitement des incidents	p.481	P	HOT	2j	1350 €						12				12			10

Assistant(e)

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Assistant(e) et secrétaire, le métier F	p.489	P	ASS	2j	1350 €			8		9				4				10
Assistant(e) formation, le métier	p.493	P	ASF	2j	1350 €			4			5				4			10
Assistant(e) : efficacité professionnelle F	p.495	P	APF	2j	1350 €		13					12			11			10
Assistant(e) : développez des relations positives au travail F	p.496	P	RPT	2j	1350 €		13					19			18			

Bureautique

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Office 2010, prise en main des nouveautés	p.505	P	OPM	2j	890 €		20				12			12		16		17
Maîtriser Excel 2013, niveau 1 B	p.508	P	ECM	3j	1180 €		13				9			18				
Excel 2013, développer des applications en VBA, niveau 1	cf @	P	BAV	4j	1490 €			2			3			4				22
Maîtriser Excel 2010, niveau 1 B	p.510	P	MEX	3j	1180 €		17			26		23			22			28
Maîtriser Excel 2010, niveau 2 B	p.510	P	MEN	2j	890 €		12				19			12				10
Maîtriser Excel 2007, niveau 1 B	p.512	P	MBB	3j	1180 €		17				2			26				28
Maîtriser Excel 2007, niveau 2 B	p.512	P	MBX	2j	890 €		20			29		12		26				17
Excel 2007/2003, développer des applications en VBA, niv. 1	cf @	P	EXE	4j	1490 €			2			3			4				
Maîtriser Access 2010, niveau 1 B	p.515	P	MEA	4j	1490 €		18					17			30			
Maîtriser Access 2007, niveau 1 B	p.516	P	MBC	4j	1490 €		18				24		7		23			1
Maîtriser PowerPoint 2010 B	p.521	P	MON	2j	890 €		6				19			21				17
InDesign CS6, prise en main	p.527	P	IND	3j	1200 €		17			12		30			29			21
SharePoint 2010, utilisateur/contributeur	p.530	P	SUT	1j	830 €						20			13				18
Sharepoint 2010, concepteur	p.530	P	SHO	2j	1350 €	30		4			12				11			
AutoCAD 2010, prise en main des fonctions 2D	p.533	P	AUT	3j	1200 €						9				1			7
Photoshop, prise en main	p.538	P	PHO	3j	1200 €	13		8				23			22			
Illustrator, prise en main	p.539	P	ILL	3j	1200 €						16				4			14

577

# Planning 2014-15 centres du groupe 3

- »» Bruxelles
- »» Genève
- »» Luxembourg

les sessions ayant lieu en anglais sont indiquées en **bleu**

## Formations

### Direction d'entreprise

578

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Les clés du management d'entreprise	p.25	S	MBA	3j	2610 €	7•14		9•16		26		30			9			
Piloter par les tableaux de bord	p.29	P	TAB	2j	1350 €		27•24				19			26		16		17
ISO 22301, Foundation, certification	p.32	P	FUN	2j	2235 €						5			21	25			17
ISO 22301, Lead Auditor, certification	p.32	P	IAU	5j	4390 €						23				22•1			14
ISO 22301, Lead Implementer, certification	p.33	P	IML	5j	4390 €						23				22•22			7
ISO 31000, Risk Manager, certification	p.34	P	ISR	2j	2235 €						19				18•11			17
Risk Manager : gérez efficacement les risques projets	p.35	P	RIK	3j	1875 €			15		16		13			1			14
L'entreprise numérique, enjeux et perspectives	p.36	S	TUN	2j	1900 €						19				11			
L'entreprise face aux défis du Cloud, Byod et Big Data	p.37	S	MBD	2j	1900 €								9		25			
ISO 26000, responsabilité sociétale, Foundation, certification	p.40	P	OFO	2j	2235 €						19•19				11			10•17
ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Auditor, certification	p.41	P	OLE	5j	5610 €						23•23				22			14•21
ISO 26000, responsabilité sociétale, Lead Implementer, certif.	p.41	P	LIM	5j	5610 €						30				29•22			21
ISO 14001, management environnemental, Foundation, certif.	p.43	P	SFO	2j	2235 €						5•19				11			10•17
ISO 14001, management environnemental, Lead Auditor, certif.	p.44	P	SFL	5j	5610 €						23•9				22			28•14
ISO 14001, management environnemental, Lead Implementer, certif.	p.44	P	SLI	5j	5610 €						30•16				29			21•21

### Qualité et Lean management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
ISO 9001, qualité, Foundation, certification	p.54	P	IFF	2j	2235 €							26			11•11			17
ISO 9001, qualité, Lead Auditor, certification	p.55	P	ILA	5j	5610 €							16			1•15			7
ISO 9001, qualité, Lead Implementer, certification	p.55	P	ILI	5j	5610 €							9			29•22			7
Manager par l'amélioration continue	p.63	P	AME	2j	1350 €	9•16		18•11				5		21		16		
Lean Management dans les services	p.67	P	LEM	2j	1350 €			1		12				6				3

### Management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Devenir manager <b>F</b>	p.74	P	MOP	3j	1875 €			15•8		16•9				4•11		20		7•14
Management d'équipe <b>F</b>	p.75	P	ORG	3j	1875 €			15•8		23•16		27•13		22•15				28•21
Manager de proximité	p.76	P	MPX	3j	1875 €					9				26				7
Déléguer et responsabiliser <b>F</b>	p.78	P	DEL	2j	1350 €			18			30				15			
Motiver et animer votre équipe <b>F</b>	p.80	P	MOT	3j	1875 €			1•8			16•9				23•15			28•21
Organiser le travail de votre équipe <b>F</b>	p.81	P	OTE	2j	1350 €			4			5				4			3
Renforcer la performance de votre équipe	p.81	P	DPE	3j	1875 €			8•15			9				15			7
Maîtriser les conflits dans votre équipe	p.85	P	COF	2j	1350 €						12•19			11•21				24
Réussir vos entretiens opérationnels	p.88	P	REM	2j	1350 €						12		9		11			24
Réussir vos entretiens d'évaluation <b>F</b>	p.88	P	VEA	2j	1350 €		20			21		26•26			4			3•24
Conduire efficacement une réunion <b>F</b>	p.89	P	CRE	2j	1350 €	30•23		18•11				19•12			18•11			
Gérer les personnalités difficiles dans votre équipe	p.92	P	PER	2j	1350 €							5			4			3
Développer son leadership de manager <b>F</b>	p.98	P	EAL	2j	1350 €		20•27			15		26			18			8
Renforcer son leadership, atelier théâtre	p.98	P	FFL	2j	1350 €						19				4			
Leadership au féminin	p.99	P	LEF	2j	1350 €	16•9		18•11				19			18			

» les prix indiqués sont les tarifs 2015 hors taxes »

» info@orsys.fr » http://www.orsys.fr



Toutes nos formations peuvent être organisées  
dans votre région, n'hésitez pas à nous  
contacter pour toute demande.

**S** : séminaire **P** : stage pratique **C** : cycle certifiant, **U** : certificat universitaire  
**F** : full learning **E** : e-learning/blended **N** : nouveau

## Formations

### Management

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Maîtriser le management transversal</b> <b>F</b>	p.111	P	TAV	3j	1875 €			24	17		9			18				28
<b>Manager des équipes à distance</b>	p.112	P	DTS	3j	1875 €			17	12		16			4				21
<b>Manager des prestataires de services</b> <b>F</b>	p.113	P	MGS	2j	1350 €			4	11			12			11			24
<b>Manager des managers</b>	p.114	P	MAM	2j	1350 €			20					27		1			7
<b>Conduire le changement, démarche et outils</b> <b>F</b>	p.121	P	CHA	2j	1350 €			1	8			12	19		11	18		28
<b>Gestion et comptabilité d'entreprise, l'essentiel</b> <b>F</b>	p.124	P	IIG	3j	1875 €			3			2			4				21
<b>Finance d'entreprise, pour non-financiers</b>	p.126	P	CFM	3j	1875 €			1			23			4				28
<b>Achats pour non-acheteurs</b>	p.128	P	APA	2j	1350 €	16	23	18	11		23		2		25			

### Gestion de projets

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Chef de projet occasionnel</b>	p.132	P	CPO	2j	1350 €			15					9		18			10
<b>Gestion de projets, les fondamentaux</b> <b>F</b>	p.133	P	PNI	3j	1875 €			17	24		23		27		29			7
<b>PMI, management de projets</b>	p.136	P	PPC	5j	2530 €	6		1	15	12	16		13	18	29	6	31	21
<b>PMP®, préparation à la certification</b>	p.137	P	PPR	2j	980 €	2	17	11	22	26	23	21	25	16				7
<b>CAPM®, préparation à la certification</b>	p.137	P	APM	5j	2530 €					23	13			15				7
<b>Maîtriser les coûts et les risques des projets</b>	p.138	P	MCR	2j	1350 €			20	13	nous consulter								
<b>P30®, Foundation, certification</b> <b>Nouveau</b>	p.141	P	PTO	3j	2575 €								13		8			7
<b>MS-Project, introduction</b>	p.145	P	MPI	2j	1350 €					8			9		4			3
<b>Piloter un projet avec MS-Project 2007-2010</b>	p.146	P	PIL	3j	1875 €							2			1			7

579

### Développement personnel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
<b>Efficacité professionnelle</b> <b>F</b>	p.159	P	EFF	3j	1875 €			1	8			30	7	23	15		31	7
<b>Améliorer son organisation personnelle</b> <b>F</b>	p.160	P	OPE	2j	1350 €							19			25			3
<b>Entraîner et développer votre mémoire</b>	p.162	P	MEM	2j	1350 €			4	11			12			11			17
<b>Gérer son temps</b> <b>F</b>	p.164	P	GET	2j	1350 €			18	11		19	12		9	2	4	18	3
<b>Gérer son quotidien en open space</b>	p.166	P	GOP	2j	1350 €			27	20		12			12		2		17
<b>Lire, synthétiser et restituer avec efficacité</b>	p.167	P	LEC	2j	1350 €			27	20	nous consulter								
<b>Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral</b>	p.168	P	ECO	2j	1350 €		6				9				8			7
<b>Prise de notes et rédaction de comptes rendus de réunions</b>	p.168	P	PNR	2j	1350 €			8			12				4			
<b>Améliorer vos écrits professionnels</b>	p.169	P	CEP	2j	1350 €		6	13		15		26		6				3
<b>Orthographe et grammaire, revoir les fondamentaux</b>	p.170	P	AGO	2j	1350 €		6				19		9		25			24
<b>Assertivité : oser s'affirmer - Niveau 1</b> <b>F</b>	p.180	P	ASO	2j	1350 €		27	24		8	15	5	12	12	21	30	2	8
<b>Développer son charisme et sa confiance en soi, atelier théâtre</b>	p.182	P	THP	2j	1350 €			11			12			12				17
<b>Gérer son stress, niveau 1</b> <b>F</b>	p.183	P	GST	2j	1350 €	2	9	4	11		2	9	27	21	29	15		
<b>Maîtriser ses émotions pour être plus efficace</b> <b>F</b>	p.184	P	TOI	2j	1350 €			11				12			4			
<b>Savoir lâcher prise et prendre du recul</b> <b>F</b>	p.184	P	LAC	2j	1350 €						9			6				14
<b>Développer votre flexibilité comportementale</b> <b>F</b>	p.186	P	FLE	2j	1350 €	2	9	4	11	nous consulter								
<b>Développer votre créativité</b>	p.189	P	CRA	2j	1350 €			20	27	12		2			29			24
<b>Optimiser sa capacité à résoudre les problèmes</b> <b>F</b>	p.189	P	RPR	2j	1350 €			27	24									



Toutes nos formations peuvent être organisées dans votre région, n'hésitez pas à nous contacter pour toute demande.

les sessions ayant lieu en anglais sont indiquées en **bleu**

## Formations

### Développement personnel

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Carte mentale, les fondamentaux	p.190	P	MIP	3j	1875 €		3			19		16			15			7
Optimiser votre communication <b>F</b>	p.192	P	COM	3j	1875 €		17•24				23•16			4•26			31	7
Ecoute active pour mieux communiquer <b>F</b>	p.193	P	EQU	2j	1350 €		20•27			9		21		9				3
Maîtriser les conflits <b>F</b>	p.194	P	GDF	2j	1350 €			11•4		26•19		2•9		4•11				24•17
Développer des relations positives au travail <b>F</b>	p.195	P	DRP	2j	1350 €						19				18			24
Développer des relations non hiérarchiques constructives	p.196	P	DHC	2j	1350 €		6			12					11			10
Optimiser votre communication via les réseaux sociaux	p.199	P	SOP	2j	1350 €		9•2		11•4									
Prendre la parole, les éléments essentiels <b>F</b>	p.200	P	PAP	2j	1350 €		9•16		4•11		5				4			
Développer sa voix pour mieux communiquer, niveau 1	p.203	P	VOX	2j	1350 €			13•20		19		26			25			3
Argumenter et convaincre, niveau 1 <b>F</b>	p.204	P	AGC	2j	1350 €				11•18			5•12			4•11			24•17
Négocier avec efficacité, niveau 1 <b>F</b>	p.205	P	NEO	2j	1350 €						12	7			18			10
Réussir une présentation efficace <b>F</b>	p.206	P	PRE	2j	1350 €		9•16		11•18			5			18			

### Perfectionnement à l'Anglais

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Remise à niveau en Anglais <b>B</b>	p.209	P	ENR	3j	1875 €		3				23			11				7

### 580 Ressources humaines

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
L'essentiel de la fonction RH	p.218	P	LRH	2j	1350 €							26		28				17
L'essentiel de la GRH pour les PME/PMI	p.218	P	GRH	3j	1875 €							23		26				28
Gestion sociale, les tableaux de bord	p.220	P	GSO	2j	1350 €								9		4			17
Réussir ses recrutements <b>F</b>	p.246	P	REF	2j	1350 €						9	12	27		8			14•10
Bien utiliser les réseaux sociaux pour le recrutement	p.247	P	SOI	2j	1350 €							5		6				3
Mettre en place et piloter avec succès votre GPEC	p.250	P	GCA	2j	1350 €						5			12				24
Actualités sur les dispositifs de formation professionnelle <b>N</b>	p.259	P	FIP	1j	890 €		14				nous consulter							
Formation de formateurs occasionnels	p.262	P	FOC	2j	1350 €						12			12				10
Formation des formateurs <b>F</b>	p.263	P	MOF	2j	1350 €						26		23		25			

### Gestion et finance

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Comptabilité niveau 1, les opérations courantes	p.302	P	OPC	3j	1875 €		3					16			1			21
Comptabilité niveau 2, les opérations complexes	p.303	P	OPX	3j	1875 €			8				23			15			21
Pratique de la gestion de trésorerie	p.320	P	SOR	2j	1350 €		6			5				6				7

### Achats

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Mieux négocier vos achats	p.386	P	AEN	2j	1350 €		13					26			25			
Suivre la performance des fournisseurs et sous-traitants	p.389	P	FST	2j	1350 €		6			19				12				3

### Logistique, transport, services généraux

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
ISO 28000, Supply Chain, Foundation, certification	p.397	P	ISF	2j	2235 €							19			18•18			17
ISO 28000, Supply Chain, Lead Auditor, certification	p.398	P	IAL	5j	5610 €							9			29•22			7
ISO 28000, Supply Chain, Lead Implementer, certification	p.398	P	IIL	5j	5610 €							30			29•8			28

S : séminaire P : stage pratique C : cycle certifiant, U : certificat universitaire  
 F : full learning B : e-learning/blended N : nouveau

Formations

Marketing et communication

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Les clés du marketing <b>F</b>	p.405	P	CLE	3j	1875 €			8•14		9•16				11•4	20			28•21
Chef de produit, le métier	p.413	P	FCP	3j	1875 €	13•20		8•15		16				11				
Les clés de la communication	p.420	P	CLO	2j	1350 €		13				30				15			10
Réseaux sociaux, organiser le Community Management	p.439	P	CMA	3j	1875 €			1			2				29			28
Rédiger pour le Web	p.442	P	CCW	2j	1350 €		20				12				11			
Design d'un site Web	p.445	P	ITF	2j	1380 €		20			nous consulter								
Réaliser un site Web, pour non-informaticiens	p.446	P	NIW	3j	1440 €			15			16				15			21

Commercial et relation client

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Commercial pour non-commerciaux	p.459	P	CIL	2j	1350 €								9		25			
Maîtriser les fondamentaux de la vente	p.460	P	FOV	2j	1350 €						12				11•18			3
Prospecter et gagner de nouveaux clients	p.461	P	PGN	2j	1350 €							2			8			28
La relation client, pour non-commerciaux	p.475	P	CLI	2j	1350 €		20				12				4			3
Hotline, optimiser le traitement des incidents	p.481	P	HOT	2j	1350 €						19				6			3

Assistant(e)

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Assistant(e) et secrétaire, le métier <b>F</b>	p.489	P	ASS	2j	1350 €			1		16				4				17
Assistant(e) : efficacité professionnelle <b>F</b>	p.495	P	APF	2j	1350 €		20				19				18			17
Assistant(e) : développez des relations positives au travail <b>F</b>	p.496	P	RPT	2j	1350 €		6				5				11			

Bureautique

	page	type	réf.	durée	prix	oct.	nov.	déc.	2015	janv.	fév.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.
Office 2010, prise en main des nouveautés	p.505	P	OPM	2j	890 €		27•25			19				6				24
Maîtriser Excel 2013, niveau 1 <b>B</b>	p.508	P	ECM	3j	1180 €		27			23				11			31	
Maîtriser Excel 2010, niveau 1 <b>B</b>	p.510	P	MEX	3j	1180 €		24		26		16				15			21
Maîtriser Excel 2010, niveau 2 <b>B</b>	p.510	P	MEN	2j	890 €		3			12				6				17
Maîtriser Excel 2007, niveau 1 <b>B</b>	p.512	P	MBB	3j	1180 €		12•3		26		16			4				7
Maîtriser Excel 2007, niveau 2 <b>B</b>	p.512	P	MBX	2j	890 €		25				5			26				10
Excel 2007/2003, développer des applications en VBA, niv. 1	cf @	P	EXE	4j	1490 €			9		10				19				
Maîtriser Access 2010, niveau 1 <b>B</b>	p.515	P	MEA	4j	1490 €		4				3				2			
Maîtriser Access 2007, niveau 1 <b>B</b>	p.516	P	MBC	4j	1490 €					10		14			16			15
Maîtriser PowerPoint 2010 <b>B</b>	p.521	P	MON	2j	890 €		20			26				28				24
InDesign CS6, prise en main	p.527	P	IND	3j	1200 €						30				15			28
SharePoint 2010, utilisateur/contributeur	p.530	P	SUT	1j	830 €					6				7				4
Sharepoint 2010, concepteur	p.530	P	SHO	2j	1350 €		27		29		5				4			24
Photoshop, prise en main	p.538	P	PHO	3j	1200 €	20•13		15•1		16		27			29			
Illustrator, prise en main	p.539	P	ILL	3j	1200 €					2				11				28

# index des références

## » a

AAE..... page 252  
AAH..... page 380  
AAR..... page 153  
ABF..... page 260  
ACA..... @  
ACE..... @  
ACH..... page 384  
ACI..... @  
ACM..... page 455  
ACT..... page 480  
ACU..... page 497  
ACV..... page 264  
ADA..... @  
ADB..... @  
ADD..... page 161  
ADE..... @  
ADF..... page 273  
ADI..... page 346  
ADV..... page 453  
AEN..... page 386  
AEP..... page 387  
AFE..... @  
AFF..... page 306  
AFO..... page 261  
AFT..... page 541  
AGC..... page 204  
AGE..... page 400  
AGO..... page 170  
AGP..... page 204  
AHP..... page 490  
AIS..... page 186  
AJI..... page 277  
AJR..... page 283  
AJU..... page 491  
ALE..... page 476  
ALI..... page 138  
ALM..... page 416  
ALO..... page 86  
AME..... page 63  
AMG..... page 282  
AMP..... page 163  
AMR..... page 364  
ANK..... page 154  
ANL..... page 308  
ANO..... page 103  
ANS..... page 396  
AOB..... page 526  
AOM..... page 497  
AOP..... page 373  
AOT..... page 394  
AOU..... page 366  
APA..... page 128  
APB..... page 354  
APF..... page 495  
APM..... page 137  
APR..... page 390  
APS..... page 396  
APU..... page 364  
AQL..... page 57  
AQP..... page 57  
ARE..... page 385  
ARR..... page 492  
ARK..... @  
ARO..... @  
ARP..... page 358  
ARS..... page 390  
ASC..... page 494  
ASD..... page 489  
ASF..... page 493  
ASG..... page 491  
ASI..... page 495  
ASJ..... page 388  
ASO..... page 180  
ASP..... page 181  
ASS..... page 489  
ASU..... page 496  
ASY..... page 119  
ATA..... page 492  
ATB..... @  
ATC..... page 514  
ATI..... page 268  
ATM..... page 243  
AUC..... page 61  
AUT..... page 533  
AVE..... page 463

AVF..... page 388  
AYE..... page 230  
AYP..... page 230

## » b

BAA..... @  
BAE..... @  
BAF..... page 326  
BAN..... page 174  
BAU..... page 400  
BAV..... @  
BCA..... @  
BCI..... page 327  
BEN..... page 417  
BFI..... page 126  
BFR..... page 321  
BIL..... page 125  
BIP..... page 175  
BJE..... page 187  
BLI..... page 371  
BLO..... page 443  
BLR..... page 342  
BMC..... page 337  
BNE..... page 337  
BPE..... page 174  
BRA..... page 199  
BUG..... page 293  
BUP..... page 292  
BUT..... page 291  
BVD..... page 251  
BYO..... page 38

## » c

CAG..... @  
CAL..... page 339  
CAL..... @  
CAS..... page 185  
CAT..... page 171  
CAU..... page 309  
CAV..... page 134  
CBA..... page 143  
CBI..... page 331  
CBO..... page 135  
CCC..... page 279  
CCO..... page 307  
CCP..... page 359  
CCS..... page 262  
CCW..... page 442  
CDC..... page 142  
CDD..... page 46  
CDG..... page 296  
CDL..... page 276  
CDT..... page 437  
CEA..... page 122  
CEB..... page 356  
CEG..... page 27  
CEP..... page 169  
CES..... page 442  
CET..... page 313  
CFI..... page 124  
CFM..... page 126  
CGC..... page 296  
CGI..... page 352  
CGS..... page 297  
CHA..... page 121  
CHC..... page 328  
CHG..... page 427  
CHI..... page 117  
CHM..... page 120  
CHS..... page 237  
CHT..... @  
CIB..... page 339  
CIE..... page 323  
CIJ..... page 280  
CIL..... page 459  
CIM..... page 304  
CIN..... page 426  
CIP..... page 40  
CIV..... page 286  
CLA..... page 163  
CLD..... @  
CLE..... page 405  
CLI..... page 475  
CLM..... page 240  
CLO..... page 420

## » d

DAA..... page 515  
DAB..... page 514  
DAI..... page 477  
DAQ..... page 58  
DCE..... page 274  
DCM..... page 46  
DCN..... page 275  
DCO..... page 83  
DCT..... page 484  
DDA..... page 368  
DDC..... @  
DDO..... @  
DDP..... page 45  
DEE..... page 294  
DEI..... page 161  
DEL..... page 78  
DEN..... page 274  
DEO..... page 543  
DEP..... page 235  
DEQ..... page 58  
DET..... page 299  
DHC..... page 196  
DHO..... page 227  
DIA..... page 85  
DIE..... page 140  
DIG..... page 528  
DIL..... page 65  
DIO..... @  
DIV..... page 351  
DLE..... page 64  
DLI..... page 277  
DLP..... page 234  
DMS..... page 436  
DMV..... page 472  
DOA..... page 275  
DOC..... page 59  
DOM..... page 107  
DON..... page 365  
DOO..... page 504  
DOS..... page 272  
DPA..... page 101  
DPE..... page 81  
DPP..... @  
DPT..... page 520  
DOS..... page 353  
DRE..... page 276  
DRH..... page 219  
DRO..... page 283  
DRP..... page 195

DSO..... page 127  
DTS..... page 112  
DUA..... page 139  
DUC..... page 150  
DUR..... page 43  
DUV..... page 223  
DVP..... page 543  
DXA..... page 509  
DXB..... page 508

## » e

EAL..... page 98  
EAS..... page 490  
ECE..... @  
ECH..... @  
ECI..... page 509  
ECM..... page 508  
ECO..... page 168  
ECR..... page 362  
ECS..... page 193  
ECT..... page 195  
EEP..... page 423  
EFA..... page 469  
EFF..... page 159  
EFG..... @  
EFI..... page 331  
EJP..... page 389  
EJU..... page 280  
ELC..... @  
ELG..... page 473  
ELJ..... page 348  
ELL..... page 406  
ELO..... page 435  
EMC..... page 432  
EMI..... page 254  
EMO..... page 106  
EMP..... page 374  
EMV..... page 472  
ENA..... page 209  
ENC..... page 210  
ENE..... page 188  
ENF..... page 210  
ENI..... page 297  
ENM..... page 211  
ENN..... page 197  
ENP..... page 211  
ENR..... page 209  
ENU..... page 212  
ENV..... page 212  
EPE..... page 378  
EPO..... page 504  
EPR..... page 255  
EQU..... page 193  
ERA..... page 202  
ERD..... @  
ERE..... page 440  
ERH..... page 127  
ERI..... page 476  
ERV..... page 60  
ESA..... page 478  
ESC..... page 421  
ESO..... page 181  
EVE..... page 318  
EVM..... page 104  
EVR..... page 358  
EXD..... @  
EXE..... @  
EXF..... @  
EXG..... @

## » f

FAB..... page 441  
FAC..... page 93  
FAT..... page 263  
FAU..... page 227  
FAV..... page 122  
FBA..... page 341  
FCE..... page 413  
FDE..... page 92  
FDI..... page 264  
FEU..... page 461  
FFD..... page 470  
FFI..... page 315  
FFL..... page 98  
FIB..... page 316

FIC..... @  
FID..... page 478  
FIE..... page 323  
FIM..... page 316  
FIO..... @  
FIP..... page 259  
FIS..... page 311  
FIX..... page 78  
FLE..... page 186  
FLI..... page 93  
FLU..... page 97  
FOC..... page 262  
FOJ..... page 225  
FOT..... page 265  
FOU..... page 304  
FOV..... page 460  
FRG..... page 293  
FRS..... page 309  
FST..... page 389  
FUN..... page 32  
FUS..... page 377  
FUT..... page 255

## » g

GAA..... page 295  
GAC..... page 48  
GAI..... page 295  
GAL..... page 223  
GAP..... page 506  
GAW..... page 444  
GCA..... page 250  
GCF..... page 292  
GCO..... page 467  
GDF..... page 194  
GDO..... page 300  
GDV..... @  
GEA..... page 298  
GEC..... page 91  
GEL..... @  
GEN..... page 118  
GET..... page 164  
GIL..... page 102  
GIV..... page 329  
GLE..... page 536  
GMT..... page 483  
GNA..... page 332  
GNS..... page 38  
GOA..... @  
GOE..... page 26  
GOP..... page 166  
GPG..... page 132  
GPL..... page 394  
GPR..... page 150  
GRH..... page 218  
GRI..... page 48  
GSF..... page 298  
GSM..... @  
GSO..... page 220  
GST..... page 183  
GTS..... page 183

## » h

HAB..... page 160  
HAD..... page 241  
HAI..... page 529  
HAP..... page 253  
HAT..... page 384  
HAU..... page 529  
HDI..... page 116  
HES..... page 347  
HFT..... page 252  
HOE..... page 82  
HOT..... page 481  
HPL..... page 378  
HRC..... page 242  
HSO..... page 380  
HST..... page 494

## » i

IAL..... page 398  
IAU..... page 32  
ICE..... page 101  
ICP..... page 47  
ICT..... page 314

IDF..... page 273  
IDI..... @  
IDN..... page 527  
IEL..... page 310  
IEP..... page 310  
IFF..... page 54  
IFN..... page 249  
IHU..... page 105  
IIG..... page 124  
IIL..... page 398  
ILA..... page 55  
ILI..... page 55  
ILL..... page 539  
ILP..... page 539  
ILU..... page 540  
IML..... page 33  
IMP..... page 305  
INA..... @  
INB..... page 433  
IND..... page 527  
INI..... page 26  
INN..... page 31  
IOR..... page 119  
IPA..... page 336  
IRO..... page 206  
IRP..... page 232  
ISF..... page 397  
ISG..... @  
ISH..... page 528  
ISP..... @  
ISR..... page 34  
ITF..... page 445

## » jk

JOR..... page 144  
JUD..... page 282  
KCC..... page 419  
KFO..... page 257  
KHR..... page 217  
KIM..... page 431  
KMC..... page 96  
KMV..... page 450  
KNM..... page 73  
KOF..... page 258  
KOM..... page 458  
KPF..... page 290  
KPO..... page 404  
KRQ..... page 52  
KSS..... page 488

## » l

LAC..... page 184  
LCF..... page 322  
LCO..... page 66  
LEB..... @  
LEC..... page 167  
LEF..... page 99  
LEM..... page 67  
LEO..... page 65  
LER..... page 542  
LET..... page 104  
LIF..... page 312  
LIG..... @  
LIM..... page 41  
LIO..... @  
LIW..... @  
LMI..... page 68  
LMO..... page 522  
LMX..... page 511  
LNP..... page 414  
LOP..... page 395  
LOR..... page 173  
LOS..... page 393  
LOW..... page 409  
LPL..... page 349  
LPO..... page 233  
LRH..... page 218  
LRP..... page 167  
LSH..... page 68  
LTR..... page 284  
LUB..... page 330  
LVC..... page 99  
LYT..... page 445

**>> m**

MAB .....@  
 MAC .....@  
 MAH ..... page 327  
 MAJ .....@  
 MAM ..... page 114  
 MAR ..... page 411  
 MAS ..... page 406  
 MAU ..... page 350  
 MAX .....@  
 MBA ..... page 25  
 MBB ..... page 512  
 MBC ..... page 516  
 MBD ..... page 37  
 MBJ ..... page 516  
 MBT ..... page 107  
 MBX ..... page 512  
 MCE ..... page 235  
 MCF ..... page 412  
 MCI ..... page 116  
 MCP ..... page 482  
 MCR ..... page 138  
 MCT ..... page 357  
 MDI ..... page 115  
 MDU .....@  
 MEA ..... page 515  
 MEC ..... page 453  
 MED ..... page 424  
 MEE ..... page 234  
 MEL ..... page 63  
 MEM ..... page 162  
 MEN ..... page 510  
 MEP ..... page 142  
 MES .....@  
 MEX ..... page 510  
 MGE ..... page 117  
 MGP ..... page 152  
 MGS ..... page 113  
 MIC ..... page 425  
 MID ..... page 153  
 MIF ..... page 342  
 MIP ..... page 190  
 MIR ..... page 433  
 MIT ..... page 454  
 MIU ..... page 360  
 MIX ..... page 411  
 MKR ..... page 405  
 MLO .....@  
 MMA ..... page 190  
 MMN ..... page 77  
 MMO ..... page 335  
 MMS ..... page 30  
 MMT .....@  
 MNT ..... page 106  
 MOF ..... page 263  
 MOG ..... page 291  
 MOI ..... page 176  
 MOL ..... page 522  
 MON ..... page 521  
 MOO .....@  
 MOP ..... page 74  
 MOT ..... page 80  
 MPD ..... page 284  
 MPI ..... page 145  
 MPQ ..... page 56  
 MPR .....@  
 MPT ..... page 415  
 MPX ..... page 76  
 MPY ..... page 86  
 MRF ..... page 34  
 MSC ..... page 477  
 MSI ..... page 120  
 MSO ..... page 377  
 MUA ..... page 247  
 MUB ..... page 350  
 MVI ..... page 435  
 MWB ..... page 519  
 MWO .....@

**>> n**

NAC ..... page 366  
 NAM .....@  
 NAS ..... page 226  
 NAT ..... page 197  
 NCB ..... page 328

NCD ..... page 466  
 NCS ..... page 278  
 NEG ..... page 466  
 NEM ..... page 66  
 NEO ..... page 205  
 NEP ..... page 205  
 NEW ..... page 443  
 NIA ..... page 335  
 NIO ..... page 253  
 NIW ..... page 446  
 NOC ..... page 224  
 NOE ..... page 178  
 NOM ..... page 471  
 NOV ..... page 87  
 NQE ..... page 330  
 NTC ..... page 468

**>> o**

OAO ..... page 372  
 OCI ..... page 438  
 OCM ..... page 420  
 OCC ..... page 361  
 ODO ..... page 429  
 ODS ..... page 152  
 OFC ..... page 506  
 OFD ..... page 306  
 OFF .....@  
 OFO ..... page 40  
 OGI ..... page 395  
 OGM ..... page 170  
 OHA ..... page 239  
 OHI ..... page 239  
 OHS ..... page 238  
 OIN ..... page 521  
 OLE ..... page 41  
 OLP .....@  
 OME ..... page 505  
 OMI ..... page 254  
 OMN .....@  
 OMO ..... page 267  
 ONI .....@  
 OOA ..... page 498  
 OOP ..... page 540  
 OPB ..... page 303  
 OPC ..... page 302  
 OPE ..... page 160  
 OPI ..... page 196  
 OPM ..... page 505  
 OPS .....@  
 OPV ..... page 338  
 OPX ..... page 303  
 ORG ..... page 75  
 ORY ..... page 202  
 OSS ..... page 61  
 OTE ..... page 81  
 OUI .....@  
 OUR ..... page 281  
 OYA ..... page 333

**>> p**

PAB ..... page 332  
 PAC ..... page 452  
 PAF ..... page 518  
 PAI ..... page 228  
 PAP ..... page 200  
 PAS ..... page 362  
 PCA ..... page 109  
 PCD ..... page 100  
 PCE ..... page 108  
 PCP ..... page 470  
 PCS ..... page 229  
 PDI ..... page 242  
 PDO .....@  
 PDP ..... page 520  
 PEA ..... page 385  
 PEG ..... page 134  
 PEH ..... page 379  
 PEJ ..... page 140  
 PEL ..... page 483  
 PEM ..... page 77  
 PEN ..... page 286  
 PER ..... page 92  
 PES ..... page 471  
 PEX ..... page 76  
 PFC ..... page 30

PFE ..... page 246  
 PFM ..... page 97  
 PGC ..... page 84  
 PGN ..... page 461  
 PHO ..... page 538  
 PHS ..... page 538  
 PIF ..... page 311  
 PII ..... page 151  
 PIL ..... page 146  
 PIM ..... page 409  
 PIV .....@  
 PLF ..... page 260  
 PLN ..... page 144  
 PME ..... page 28  
 PMI ..... page 434  
 PMT ..... page 367  
 PNI ..... page 133  
 PNL ..... page 109  
 PNR ..... page 168  
 POE ..... page 265  
 POL ..... page 353  
 POM ..... page 141  
 POR ..... page 176  
 POT .....@  
 POX .....@  
 PPC ..... page 136  
 PPE ..... page 484  
 PPR ..... page 137  
 PRA .....@  
 PRD ..... page 222  
 PRE ..... page 206  
 PRP ..... page 229  
 PRS ..... page 462  
 PRT ..... page 177  
 PRU ..... page 146  
 PSO ..... page 233  
 PSY ..... page 241  
 PTA ..... page 308  
 PTI ..... page 244  
 PTO ..... page 141  
 PTT ..... page 244  
 PUB ..... page 201  
 PUC ..... page 408  
 PUE ..... page 346  
 PUF ..... page 518  
 PUI ..... page 374  
 PUL ..... page 356

**>> qr**

QME ..... page 102  
 QSE ..... page 60  
 RAM ..... page 410  
 RAO ..... page 463  
 RAP ..... page 224  
 RAX ..... page 399  
 RCC ..... page 305  
 RCO ..... page 248  
 RCP ..... page 334  
 RCV ..... page 172  
 RDM ..... page 397  
 RDO ..... page 429  
 RDV ..... page 464  
 REC ..... page 479  
 RED ..... page 143  
 REF ..... page 246  
 REG ..... page 336  
 REL ..... page 480  
 REM ..... page 88  
 REP ..... page 84  
 REU ..... page 89  
 REV ..... page 145  
 RFE ..... page 319  
 RFI ..... page 154  
 RFN ..... page 444  
 RFP ..... page 259  
 RGI ..... page 467  
 RGY ..... page 248  
 RHA ..... page 249  
 RHD ..... page 219  
 RIE ..... page 79  
 RIH ..... page 221  
 RIK ..... page 35  
 RIM ..... page 35  
 RIO ..... page 139  
 RIQ ..... page 340  
 RIS ..... page 422

**>> s**

SAV ..... page 482  
 SCH ..... page 393  
 SCT ..... page 237  
 SEC ..... page 432  
 SEF ..... page 236  
 SEP .....@  
 SFE ..... page 315  
 SFL ..... page 44  
 SFO ..... page 43  
 SGA ..... page 266  
 SGO ..... page 414  
 SHO ..... page 530  
 SIF .....@  
 SIG ..... page 300  
 SIH ..... page 220  
 SIO .....@  
 SJF ..... page 307  
 SLI ..... page 44  
 SME ..... page 47  
 SMP ..... page 100  
 SNI ..... page 178  
 SOC ..... page 438  
 SOI ..... page 247  
 SOP ..... page 199  
 SOR ..... page 320  
 SOU ..... page 464  
 SPO ..... page 279  
 SPP ..... page 251  
 SRD ..... page 272  
 SRP ..... page 128  
 SSF ..... page 455  
 STC ..... page 451  
 STI .....@  
 STP ..... page 369  
 STT ..... page 407  
 STU ..... page 541  
 SUP ..... page 428  
 SUT ..... page 530  
 SWM ..... page 434

**>> t**

TAB ..... page 29  
 TAE ..... page 312  
 TAR ..... page 451  
 TAT ..... page 165  
 TAU ..... page 531  
 TAV ..... page 111  
 TBC ..... page 452  
 TBO ..... page 28  
 TBP ..... page 151  
 TBQ ..... page 56  
 TCD ..... page 511  
 TCI ..... page 428  
 TDC ..... page 114  
 TDL ..... page 535  
 TDM ..... page 535

TDP ..... page 532  
 TDU ..... page 532  
 TEG ..... page 27  
 TEM ..... page 416  
 TET .....@  
 TEU .....@  
 TFO ..... page 31  
 THP ..... page 182  
 TIC ..... page 164  
 TID .....@  
 TIF ..... page 103  
 TIP ..... page 165  
 TIZ ..... page 118  
 TMS ..... page 243  
 TNJ ..... page 278  
 TOB .....@  
 TOD .....@  
 TOE .....@  
 TOI ..... page 184  
 TON ..... page 162  
 TOP ..... page 533  
 TOS ..... page 87  
 TPH ..... page 198  
 TPU ..... page 365  
 TRE ..... page 469  
 TRL ..... page 166  
 TRR ..... page 479  
 TRV ..... page 285  
 TSP ..... page 352  
 TUA ..... page 534  
 TUC ..... page 369  
 TUF ..... page 90  
 TUN ..... page 36  
 TUP ..... page 531  
 TUR .....@  
 TVA ..... page 313  
 TVI ..... page 314  
 TWI ..... page 441

**>> u**

UBI ..... page 348  
 UBL ..... page 354  
 UCH ..... page 173  
 UDS ..... page 240  
 UEP ..... page 357  
 ULE ..... page 267  
 ULI ..... page 361  
 UNI ..... page 90  
 URI ..... page 187  
 UTO ..... page 294

**>> v**

VAE ..... page 175  
 VAP ..... page 371  
 VAR ..... page 387  
 VAT ..... page 268  
 VCO ..... page 79  
 VCU ..... page 417  
 VDL ..... page 64  
 VEA ..... page 88  
 VEI .....@  
 VEJ ..... page 281  
 VEN ..... page 460  
 VER ..... page 481  
 VEX .....@  
 VIE ..... page 333  
 VIL ..... page 226  
 VIO ..... page 194  
 VOC ..... page 454  
 VOR ..... page 203  
 VOT .....@  
 VOX ..... page 203  
 VPV ..... page 468  
 VRS ..... page 440  
 VSE .....@  
 VSI ..... page 536  
 VTE ..... page 462  
 VUL .....@

**>> w**

WDA .....@  
 WDE .....@  
 WDT ..... page 502  
 WMP ..... page 502

**>> xz**

WOB ..... page 519  
 XCE .....@  
 XCG .....@  
 XCP ..... page 473  
 XPG ..... page 201  
 XPR .....@



*Destiné aux responsables des formations, ce service gratuit, disponible 24h/24, est une façon simple et efficace de gérer ses demandes de formation et d'accéder rapidement aux informations de sa société.*

## L'espace client



### Gérez vos inscriptions en ligne !

Orsys vous propose un espace client performant et simple d'utilisation pour gérer et consulter :

#### »» Les inscriptions en ligne

Vous pouvez inscrire vos participants en sélectionnant le cours, la date et le lieu de session. La fonction "brouillon" vous permettra de saisir des demandes, de les garder en mémoire, de les modifier, de les valider une fois le choix définitif ou encore de les supprimer.

#### »» L'historique et le suivi de vos inscriptions

Cet outil vous donne accès à l'historique (sur les trois dernières années) de toutes les formations réalisées et des inscriptions en cours. Grâce au menu "Mes demandes en cours", vous visualisez l'état des demandes : confirmation ou report de session, en attente de convocation, la prise en charge par un organisme collecteur...

#### »» Les feuilles d'évaluation

Toutes les feuilles d'évaluation des sessions réalisées depuis 2007 sont visualisables et téléchargeables. Elles vous permettront de vérifier le taux de satisfaction de vos équipes.

#### »» Les convocations

Lorsque la session est confirmée et en attente de réalisation, le plan d'accès ainsi que la convocation sont disponibles en ligne. Vous pouvez alors les visualiser, les imprimer, les télécharger pour les transmettre directement à vos collaborateurs.

#### »» La dématérialisation

Dans le cadre de notre politique de développement durable, nous vous proposons de ne plus recevoir certains documents par courrier : accusés de réception de commande, conventions, convocations...

#### »» Un accès multi-utilisateurs

Les responsables formation qui ont en charge plusieurs sociétés ou plusieurs services, peuvent visualiser les inscriptions pour l'ensemble du groupe et limiter l'accès des responsables de chaque entité aux informations qui les concernent.

### »»» Pour bénéficier de ce service

Il vous suffit d'appeler au **01 49 07 73 73**

ou d'envoyer un message à l'adresse [inscription@orsys.fr](mailto:inscription@orsys.fr).

Un code d'accès vous sera attribué comprenant un identifiant

et un mot de passe, la date de mise en service vous sera alors précisée.