



accélérateur
DINAMIC+

Catalogue des formations 2020 - 2024

- ▶ Stratégie, pilotage et gestion de l'entreprise
- ▶ Management et conduite du changement
- ▶ Entreprise performante et qualité
- ▶ Action commerciale, marketing et relation client



Conseil, formation et réseau
d'excellence pour gagner
en performance



dynamplusplus.fr

Un dispositif



bpifrance



PRÉFET
DE LA RÉGION
PAYS DE LA LOIRE

Sommaire

Stratégie, pilotage et gestion de l'entreprise 4

	Formaliser sa stratégie	5
	Connaître son marché, formuler sa promesse et mettre en place une démarche centrée client	6
	Maîtriser les méthodes d'achat	7
	Déterminer et suivre les coûts de revient	8
	Piloter l'entreprise ou une activité par tableaux de bord	9
	Déterminer les leviers de rentabilité de mon entreprise	10
	Piloter un plan d'action Dinamic	11

Management et conduite du changement 12

	Conduire le changement	13
	Transmettre ses connaissances et compétences professionnelles	14
	Accompagner son équipe dans l'atteinte des objectifs	15
	Préparer et réussir sa communication orale	16
	Progresser dans son management d'équipe	17
	Manager avec la méthode agile	18
	Développer sa marque employeur	19
	Innovation managériale : favoriser les synergies et faire évoluer les modes de management	20
	Réussir ses recrutements	21

Entreprise performante et qualité 22

	Piloter une affaire, un projet	23
	Animer une démarche de résolution de problèmes	24
	Organiser l'espace travail	25
	Planifier la production et respecter les délais	26
	Mettre en place une démarche d'amélioration continue de la productivité	27
	Piloter la performance de son activité	28
	Formaliser, analyser et optimiser les processus de l'entreprise	29

	Gérer son temps et ses priorités	30
	Optimiser l'utilisation de son ERP ou en changer	31
	LEAN Management ou LEAN Transformation ?	32
	Identifier et connaître les normes qualité	33
	Se préparer à un audit interne qualité	34
	Améliorer la qualité à son poste de travail	35
	 <i>Action commerciale, marketing et relation client</i>	 36
	Personnel en contact : développer l'esprit client	37
	Définir et organiser le plan d'actions commerciales	38
	Animer l'équipe commerciale	39
	Mettre en place ses actions de qualification et de prospection	40
	Transformer son offre en vente, réussir ses entretiens de vente	41
	Développer et gérer sa présence sur le web : pourquoi et comment	42
	Maîtriser le marketing opérationnel	43
	Analyser le parcours client et formaliser son process de service	44
	Connaître et comprendre les besoins de ses clients	45
	Les nouvelles technologies au service de la relation client	46
	Communiquer sur sa marque et rendre visible son offre de produits et de services	47

Stratégie, pilotage et gestion de l'entreprise

Formaliser sa stratégie



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maîtriser les concepts de base de la stratégie d'entreprise ▪ Faire le diagnostic stratégique de son entreprise ▪ Définir ou redéfinir sa stratégie d'entreprise ▪ Lors de la phase d'orientation de DINAMIC, pouvoir les décliner à son entreprise en utilisant un canevas en lien avec les documents du rendez-vous d'orientation DINAMIC entre le(s) DIRIGEANT(S) et le CHEF de PROJET CCI
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre et utiliser les composantes de la réflexion stratégique : vision, missions, analyse externe et interne, facteurs clés de succès et avantages concurrentiels. ▪ Appréhender les outils de construction d'une stratégie et déterminer ses DAS ▪ Préciser son marché et les besoins de ses clients ▪ Définir sa stratégie générique (différenciation, concentration, domination par les coûts) et sa stratégie de croissance (spécialisation, extension) ▪ Définir sa proposition de valeur, le(s) segment(s) de clientèle (et prescripteurs), le mode de recrutement et de relation client, la part de récurrence et la structure des coûts, les compétences, ressources et partenaires clé (BMC) ▪ Formaliser celle-ci avec des objectif et indicateurs à plus ou moins long terme ▪ Savoir présenter sa stratégie à ses interlocuteurs internes et/ou externes
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire travailler les dirigeants d'entreprise sur leur propre stratégie d'entreprise à l'aide des éléments clés de la démarche stratégique en PME, ▪ Adopter un mode participatif et/ou collaboratif (petits groupes, groupe entier...), <p>Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant de PME, tout secteur d'activité</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Cette formation est obligatoire pour les chefs d'entreprises. Elle permet à l'entreprise de maîtriser le processus de base en lien avec la démarche stratégique en PME et le parcours DINAMIC. Cette formation doit permettre au DIRIGEANT de préparer ou de compléter la séance « approche stratégique » de la phase d'orientation réalisée avec le CHEF DE PROJET CCI.</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Cette formation s'inscrit dans l'étape Orientation réalisée avec le chef de projet</p>

Connaître son marché, formuler sa promesse et mettre en place une démarche centrée client



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disposer d'informations pertinentes et utiles sur ses marchés ▪ Positionner son offre (produits et services) et formuler sa promesse client ▪ Intégrer une logique marketing au niveau stratégique et managérial
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Structurer un processus permanent de veille d'information marché : cartographie, études de marché, enquêtes de satisfaction clients, remontée d'informations via le web, etc ▪ Segmenter et cibler ses clients selon les critères les plus pertinents ▪ Positionner son offre (produits et services) et formuler sa promesse client (avantages concurrentiels, différenciation, slogan, attributs mis en avant, etc) ▪ Intégrer la logique marketing comme levier indispensable pour son développement ▪ Impulser une culture client dans toute l'entreprise afin de satisfaire et fidéliser ses clients : personnel en contact, back office et management ▪ Définir une stratégie de fidélisation client ▪ Mettre en place une démarche de cocréation avec ses clients
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant(e), directeur(trice)</p>

Maîtriser les méthodes d'achat

OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en place et appliquer une politique d'achat ▪ Comprendre l'impact des achats sur les résultats de l'entreprise
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir rédiger un cahier des charges en collaboration avec les techniciens et/ou les futurs utilisateurs ▪ Savoir décrypter un devis et/ou une réponse à appel d'offre ▪ Mettre en place et utiliser un outil de qualification et d'évaluation des fournisseurs ▪ Savoir mettre en place des accords-cadres ▪ Savoir élaborer les conditions générales d'achat ▪ Connaître et appliquer les outils et méthodes de négociation
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	2 jours
PUBLIC VISE	Acheteurs, techniciens de bureau des méthodes, responsables techniques, chargés d'affaires

Déterminer et suivre les coûts de revient

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculer et argumenter un coût de revient
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réunir ou récolter l'ensemble des éléments constitutifs d'un coût de revient ▪ Calculer le coût de revient ▪ Utiliser la méthode de calcul rapide des coûts de revient ▪ Benchmarker la concurrence ▪ Argumenter auprès de la hiérarchie et du service commercial ▪ Mettre en place un outil de suivi des coûts de revient (réalisé/prévisionnel) ▪ Être capable de proposer des pistes de réduction des coûts
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Techniciens méthodes et BE, deviseurs</p>

Piloter l'entreprise ou une activité par tableaux de bord



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Être capable d'identifier les indicateurs clés pour son activité (indicateurs financiers et/ou opérationnels) ▪ Construire un tableau de bord permettant de piloter la performance de son activité : performance globale de l'entreprise, fonction production, fonction commerciale ▪ Déterminer la bonne fréquence et le bon délai ▪ Déterminer la juste précision nécessaire
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sélectionner les indicateurs pertinents pour son activité ▪ Mettre en place un tableau de bord avec ses équipes ▪ Construire et alimenter un tableau de bord financier (marge, trésorerie) et opérationnel (avec une présentation simple et synthétique) ▪ Analyser les résultats ▪ Piloter la rentabilité globale de l'entreprise, piloter l'activité ▪ Animer, présenter, communiquer sur les tableaux de bord
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PRE-REQUIS</p>	<p>Connaissance de ses prix de revient</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant, responsable administratif et financier, contrôleur de gestion, 1^{er} cercle du dirigeant, encadrement</p>

Déterminer les leviers de rentabilité de mon entreprise



TYPE DE FORMATION	Inter-entreprises ou Intra entreprise
OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluer la rentabilité de mon entreprise ▪ Identifier les leviers et les gisements de rentabilité
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les mécanismes économiques et financiers, comprendre l'essentiel d'un compte de résultat, d'un bilan, d'une comptabilité analytique, et du calcul de marges (marges brutes, marges sur coûts variables) ▪ Comprendre sur quoi agir pour améliorer les résultats de son entreprise, et associer les bonnes personnes à l'analyse ▪ Connaître et analyser la rentabilité de ses différentes activités : rentabilité par coûts variables /ligne de produits et/ou services ▪ Marges de sécurité, leviers d'exploitation, les variations et leurs impacts ▪ Mettre en place un plan d'action pour améliorer la rentabilité de son activité ▪ Quelle communication interne mettre en place pour passer les messages sur la rentabilité et que ceux-ci soient bien compris
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PRE-REQUIS	L'existence de tableaux de bord Connaissance de ses prix de revient Détermination des Domaines d'Activité Stratégiques DAS ou Avoir suivi la formation "Piloter l'entreprise par tableaux de bord"
PUBLIC VISE	Dirigeant, responsable financier, 1 ^{er} cercle du dirigeant

Piloter un plan d'action Dinamic

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager un projet de type Plan d'Action opérationnel
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre le rôle d'un pilote de plan d'action ▪ S'appropriier les étapes d'un plan d'action ▪ Maîtriser les outils nécessaires à la préparation d'un plan d'action (SMART, GANT, QQQQCP, Risques, Enjeux, etc.) ▪ Être capable de rédiger une note de cadrage ▪ Savoir mettre en place un tableau de bord de pilotage ▪ Savoir animer un groupe de travail ▪ Être capable de clôturer un plan d'action, valider la réussite et assurer la pérennité
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Pilotes et Porteurs de plan d'action en entreprise</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Cette formation est obligatoire pour les PORTEURS DE PLAN D' ACTIONS DINAMIC, elle vise à leur donner les outils et méthode pour leur permettre d'être autonomes dans le pilotage du PLAN D' ACTIONS qui leur est confié. A ce titre le PRESTATAIRE DE FORMATION devra avoir une bonne connaissance du fonctionnement et des outils de DINAMIC (PLAN DINAMIC et PLANS D' ACTIONS DINAMIC).</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Être acteur du dispositif (pilote, co-pilote ou porteur de plan d'actions)</p>

Management et conduite du changement

Conduire le changement

OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acquérir les bases de la conduite du changement dans un contexte d'évolution ou de restructuration d'entreprise
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyser le contexte du projet de changement d'organisation ▪ Comprendre les mécanismes à l'origine des comportements humains face au changement ▪ Identifier les risques et les anticiper ▪ Préparer les équipes au changement ▪ Accompagner les équipes dans le changement
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Direction Générale, responsables hiérarchiques, responsables de service / unités de production, maîtrise et encadrement

Transmettre ses connaissances et compétences professionnelles

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Structurer l’information (collecte, tri, analyse) afin de capitaliser sur une expérience (réussite ou échec d’un projet / d’une affaire) ou sur un savoir-faire (mémorisation des connaissances et des solutions mises en œuvre).
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechercher et retrouver rapidement les informations ▪ Réunir les principaux acteurs des services et processus concernés ▪ Créer les conditions de partage d’informations, d’expériences et des bonnes pratiques ▪ Choisir les outils adaptés à ce que l’on souhaite capitaliser ▪ Capitaliser et diffuser le retour d’expériences
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Tous les responsables ayant une responsabilité transverse, fonctionnelle ou métier : responsable d’atelier, chef d’équipe, chef de projet, responsable d’ilot de production..., maîtrise et encadrement</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Être sensibilisé aux démarches participatives de résolution de problèmes et à la gestion de projet (ou la gestion d’affaires)</p>

Accompagner son équipe dans l'atteinte des objectifs

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en place une dynamique d'équipe (en relation de proximité hiérarchique, en relation transverse, en groupe de travail) par des méthodes d'animation participatives et proactives.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre le contexte et les enjeux associés ▪ Identifier les risques et les anticiper ▪ Connaître et maîtriser les comportements types (consultation, co-construction...) pour influencer positivement sur l'équipe ▪ Développer son sens du relationnel afin d'instaurer un climat de confiance
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Responsables hiérarchiques, responsables d'entités / unités de production, responsables de service, chef d'équipes, pilote de processus, porteur de plans d'actions, maîtrise et encadrement</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Formations complémentaires conseillées « préparer et réussir sa communication orale », « gérer son temps et ses priorités »</p>

Préparer et réussir sa communication orale

OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valoriser, argumenter, convaincre sur un projet dans sa communication orale (fond et forme), prise de parole en public, communication vis-à-vis des collaborateurs (interne) et des partenaires (externe).
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir ses objectifs ▪ Adapter le fond et la forme en fonction du public cible ▪ Travailler sa voix ▪ Travailler le non verbal ▪ Connaître le storytelling, le pitch (communication brève)
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Direction Générale, responsables hiérarchiques, responsables de service / unité de production, chef d'équipe, pilote de processus, porteur de plans d'actions, maîtrise et encadrement

Progresser dans son management d'équipe

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développer les compétences et la posture d'un responsable hiérarchique (définition des objectifs, motivation, style de management...) en tenant compte de la culture et de l'organisation de l'entreprise (organisation pyramidale, par métiers, management en mode start up...).
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les différents styles de management et s'autoévaluer ▪ Comprendre la fonction et le rôle du manager ▪ Motiver ses équipes (écoute et compréhension des attentes personnelles) et contribuer, soutenir la réalisation des objectifs ▪ Veiller à la cohésion d'équipes ▪ Apprendre à déléguer
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Tous les responsables hiérarchiques : responsables d'entités / unités de production, responsables de service, chef d'équipe, maîtrise et encadrement</p>



Manager avec la méthode agile

<p>OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire évoluer son mode de management vers des méthodes et postures plus agiles et collaboratives ▪ Intégrer ce nouveau modèle dans l'animation de la conduite du changement
<p>OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir son modèle d'agilité managériale ▪ Intégrer une posture plus collaborative dans les principales situations managériales ▪ Appliquer le management agile dans la conduite du changement ▪ Valoriser les méthodes collaboratives au sein des équipes
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 journées</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Membres de la direction et Responsables RH</p>

Développer sa marque employeur



<p>OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre et expliquer les enjeux RH de l'entreprise ▪ Appréhender les étapes de mise en œuvre d'une marque employeur
<p>OBJECTIFS PEDAGOGIQUES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir les enjeux de la marque employeur pour son entreprise ▪ Identifier les leviers d'attractivité de son entreprise ▪ Activer les leviers internes pour améliorer « l'expérience candidat » et « l'expérience collaborateur » dans l'entreprise ▪ Appréhender les outils adaptés pour promouvoir sa marque employeur ▪ Poser les bonnes pratiques de pilotage des actions et de mesure des impacts
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 journée</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Membres de la direction et Responsables RH</p>

Innovation managériale : favoriser les synergies et faire évoluer les modes de management



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repenser son organisation afin d’être plus compétitif ▪ Favoriser l’intelligence collective et la créativité ▪ Mettre en place une démarche d’open-innovation
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre comment donner du sens, du pouvoir et de l’autonomie, pour favoriser l’émergence de nouvelles solutions ou optimisations ▪ Connaître et mettre en place la symétrie des attentions pour créer un cercle vertueux de la satisfaction du personnel en contact à la satisfaction client ▪ Favoriser les prises d’initiatives et de décisions afin de renouveler son offre et sa stratégie ▪ Coordonner et faire collaborer l’ensemble des services de l’entreprise ▪ Créer un écosystème afin de cocréer de nouvelles offres : entreprise, clients, fournisseurs, centres de recherche, universités, start-ups, concurrents, think tank, entreprises d’autres secteurs
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Dirigeant(e), directeur(trice), responsable de service

Réussir ses recrutements



<p>OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recruter les candidats et les compétences nécessaires ▪ Optimiser les étapes de recrutement avec les outils et process adaptés
<p>OBJECTIFS PEDAGOGIQUES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Savoir définir un profil de candidat et rédiger une annonce attrayante ▪ Cibler les canaux de diffusion de l'annonce ▪ Etablir une méthode de sélection des candidatures ▪ S'outiller et outiller les managers sur l'évaluation des candidats en entretien de recrutement ▪ Mettre en place des outils de préparation et suivi de l'intégration des nouveaux collaborateurs
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 journées</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Membres de la direction et managers chargés des recrutements</p>

Entreprise performante et qualité

Piloter une affaire, un projet

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Découvrir la gestion d'affaires et la gestion de projet : préparation, pilotage, suivi et outils...
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduire la culture « gestion à l'affaire » et « gestion en mode projet » dans l'entreprise, ▪ Analyser, reformuler et répondre à la demande client (compréhension des besoins et attentes particulières), ▪ Identifier, hiérarchiser et anticiper les risques, ▪ Structurer et planifier la gestion d'une affaire / d'un projet avec les outils de la gestion de projet, ▪ Etablir (ou valider), suivre (coûts et délais réels) et réviser le budget, ▪ Assurer les revues de projet avec le client / maître d'ouvrage, ▪ Assurer et partager le suivi, ▪ Faire le bilan et alimenter le retour d'expérience (capitalisation).
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Toute personne devant gérer une affaire/un projet, chargés d'affaires, responsables d'activité / de service, chef de projet, maîtrise et encadrement</p>

Animer une démarche de résolution de problèmes

OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier, faire remonter, évaluer et hiérarchiser objectivement les vrais problèmes pour les résoudre. Vérifier et capitaliser pour que les problèmes ne se reproduisent pas.
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en place ou utiliser une fiche de résolution de problème ▪ Définir et analyser le problème et l'extraire du champ conflictuel ▪ Rechercher les causes racines ▪ Connaître, choisir et savoir utiliser les outils adaptés à la problématique à traiter (arbitrage en fonction des principaux outils et méthodes de la résolution de problèmes) ▪ Mettre en place et suivre les actions correctives (pérennisation dans le temps de la démarche)
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Tout acteur apte à faire remonter et à résoudre un problème : Responsable d'atelier, chef d'équipes, chef de projet, responsable d'ilots de production, opérateur de production...,

Organiser l'espace travail

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Améliorer l'organisation du poste de travail pour accroître son efficacité ▪ Mettre en œuvre et/ou démultiplier la méthode 5S
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les enjeux de la démarche ▪ Identifier les gaspillages/opérations sans valeur ajoutée à son poste et dans son environnement direct ▪ Proposer des pistes d'amélioration et aménager son poste de travail ▪ Identifier les clés de la pérennité des améliorations ▪ Faire adhérer les collègues et/ou collaborateurs à la démarche
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Tout salarié de l'entreprise</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Pour les stagiaires chargés de démultiplier la démarche en interne, la formation « animer une équipe » est conseillée</p>

Planifier la production et respecter les délais

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etablir et mettre en œuvre les outils et moyens nécessaires au suivi de la production et au respect des délais
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyser et comprendre un devis ▪ Rédiger des fiches opératoires ▪ Comprendre la nécessaire fiabilité des données techniques ▪ Prendre en compte le Plan Industriel et Commercial (PIC) et le Programme Directeur de Production (PDP) ▪ Comprendre et mettre en œuvre les principes de la planification opérationnelle (le séquenceur de production) ▪ Savoir calculer les besoins en temps et en moyens ▪ Piloter un service ou un atelier (comprendre les fondamentaux de la théorie des contraintes) ▪ Être réactif face aux aléas ▪ Participer à la mise en place d'une GPAO et savoir l'utiliser
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Techniciens de bureau des méthodes, ordonnanceurs, encadrement intermédiaire</p> <p>Les stagiaires devront déjà être sensibilisés à l'importance d'une planification fiable</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Formation complémentaire du MRP2</p>

Mettre en place une démarche d'amélioration continue de la productivité

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Améliorer la productivité en s'appuyant sur une dynamique de groupe
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les problèmes engendrant la perte de productivité ▪ Rechercher les causes de ces dysfonctionnements ▪ Trouver les solutions adaptées ▪ Mettre en œuvre ces solutions ▪ Motiver et responsabiliser le personnel ▪ Mettre en place des indicateurs pertinents ▪ Savoir identifier les leviers clés d'une démarche Lean, source de productivité
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Techniciens de bureau des méthodes, encadrement intermédiaires, responsables de production</p>

Piloter la performance de son activité

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mesurer et améliorer la performance de son activité par la mise en place de tableaux de bord efficaces
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir les objectifs et les mesurer par des indicateurs pertinents, ▪ Mettre en place un suivi des objectifs à la fois au niveau de son secteur d'activité et des collaborateurs ▪ Savoir élaborer un tableau de bord adapté à son activité ▪ Animer la performance de son activité en recourant à différents outils (management visuel, réunion flash...) ▪ Trouver et mettre en œuvre des solutions d'amélioration et promouvoir le progrès permanent auprès de ses collaborateurs
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeants, responsables fonctionnels et d'identité (atelier, service)</p> <p>Les stagiaires devront avoir une responsabilité hiérarchique dans leurs entreprises</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Formation conseillée : « progresser dans son management d'équipe(s)»</p>

Formaliser, analyser et optimiser les processus de l'entreprise

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Piloter la performance d'une entreprise, d'un service par l'approche processus.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier et cartographier les principaux processus (ensembles d'activités contribuant à la satisfaction du client) ▪ Savoir représenter schématiquement un processus et ses possibles déclinaisons (tâches successives ou parallèles à exécuter) ▪ Détecter les points critiques d'un (des) processus (risques de dysfonctionnements, goulets d'étranglement, doublons...) ▪ Savoir remettre en cause un processus dans une logique d'amélioration continue ▪ Mesurer et piloter la performance d'un processus (avec la prise en compte des relations clients fournisseurs internes).
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Direction, Comité de direction, responsables d'activité, de service, chef d'équipes, chef de projet, responsable qualité..., maîtrise et encadrement</p>

Gérer son temps et ses priorités

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appréhender les méthodes et les outils permettant de maîtriser la gestion de son temps et de ses priorités
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auto-diagnostiquer son emploi du temps (temps prévus / imprévus...) ▪ Gérer les équilibres ▪ Vie professionnelle / vie personnelle, ▪ Tâches personnelles / tâches déléguées / tâches collectives ▪ Tâches urgentes / tâches prioritaires / tâches planifiées ▪ Connaître les principaux outils de planification
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Toute personne désirant améliorer la gestion de son emploi du temps et être plus efficace.</p>

Optimiser l'utilisation de son ERP ou en changer



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les éléments de préparation du déploiement d'un 1er ERP ou d'évolution de son ERP actuel pour favoriser la performance par son adéquation avec le fonctionnement de l'entreprise et de ses équipes ▪ Appréhender les fonctionnalités pour permettre à l'entreprise de repérer ce que l'outil peut apporter comme potentiel à ses propres activités et comme aide au choix des solutions par « domaines de gestion » concernés de l'entreprise ▪ Comprendre chaîne de valeur du système d'information de son entreprise dans sa globalité.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre et formaliser les motivations de changement ou d'évolution de l'outil (ERP) ▪ Identifier les informations utiles et nécessaires par service, et en fonction de l'organisation ▪ Les différents types de solutions : ERP, CRM, Solutions comptables, Gescom, GPAO, Ges planning, ERP Wms, Wcs, Score card... et les systèmes complémentaires : EDI et plateformes partagées avec les Clients et les Fournisseurs, MES, GED, mY Report ▪ Pourquoi définir des processus cibles optimisés ▪ Les fonctions de l'entreprise impliquées dans l'évolution de l'outil ERP (opérationnelles, supports, transverses) ▪ Analyser les impacts organisationnels d'un projet ERP ▪ Identifier les besoins fonctionnels et techniques ▪ Les gains attendus par la digitalisation des processus ▪ La gestion du projet et les facteurs clé du succès du déploiement (phases, RACI et ressources, planning, budgets/ROI...) des besoins à la gestion post projet.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Un ERP ou Progiciel de Gestion Intégré, permet de gérer l'ensemble des processus opérationnels en intégrant plusieurs solutions de gestion sur les domaines concernés ou retenus par l'entreprise, tels que : commandes, stocks, production, paie, comptabilité, commerce BtoB ou BtoC, e-commerce...</p>
<p>PRE-REQUIS</p>	<p>Avoir des processus de gestion clairs sur les fonctions concernées</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Porteur du projet système d'information ou numérique ? et la Direction</p>

LEAN Management ou LEAN Transformation ?



TYPE DE FORMATION	Inter-entreprises ou Intra entreprise
OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre en place une démarche d’amélioration (chasse à la non-valeur ajoutée...) ▪ Miser sur les équipes terrain pour évoluer (« celui qui fait c’est celui qui sait ») – Le principe de subsidiarité ? ▪ Comprendre les enjeux du Lean pour les fonctions administratives et support, Lean management, Lean start-up, Lean Engineering ▪ Définir quand passer en flux poussés et en flux tirés ?
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les fondamentaux du Lean ▪ Les différents Lean : Lean Manufacturing, Lean Office, Lean Engineering, Lean Green,... ▪ Appréhender les outils les plus courants du Lean et leurs objectifs ▪ Le rôle des différents acteurs dans une démarche de Lean Management ▪ Comprendre les notions de valeur ajoutée et de gaspillages d'un process ▪ L’organisation du déploiement « la méthode ne fait pas tout » ▪ Comprendre les facteurs clé du succès de la démarche
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Dirigeant, encadrant, opérateurs/ouvriers Idéalement : formation à compléter avec celle de la gestion du changement

Identifier et connaître les normes qualité

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Piloter le projet de mise en œuvre d'un système de management de la Qualité dans l'entreprise
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre les enjeux d'un projet Qualité ▪ Identifier l'environnement normatif Qualité, Sécurité, Environnement, Responsabilité Sociétale dans les domaines généraux et selon certaines spécificités marchés ou métiers (aéronautique, ferroviaire, agro-alimentaire, soudage...). ▪ Être capable d'identifier les normes et les outils d'appui nécessaires à la conduite de la démarche qualité ▪ Mettre en place les éléments constitutifs d'un système Qualité : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'approche processus, ○ La satisfaction client, ○ L'amélioration continue, ○ La métrologie ... ▪ Gérer un projet Qualité (les outils, l'équipe, les jalons, les livrables)
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Futur(e) responsable Qualité, pilote Qualité, responsable d'entreprise</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Cette formation est particulièrement utile aux personnes chargées d'animer la démarche qualité de l'entreprise dans un MODULE DINAMIC Performance interne Qualité progressive.</p> <p>Cette formation est introductive au parcours de formation préconisé lors d'un module Qualité.</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Lecture préalable de l'ISO 9001 : 2015</p>

Se préparer à un audit interne qualité

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Préparer, conduire et animer un audit interne ▪ Structurer et documenter un rapport d’audit ▪ Organiser et suivre les actions de progrès
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planifier et préparer l’audit ▪ Conduire un entretien d’audit ▪ Rédiger le rapport d’audit ▪ Suivre les actions induites par l’audit
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Responsable qualité, animateur qualité, cadre, collaborateur de service qualité, toute personne amenée à réaliser des audits qualité interne.</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Le prestataire devra mettre à disposition des stagiaires les moyens nécessaires pour une mise en pratique pendant la formation</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Connaissance des principes de mise en œuvre et d’animation d’une démarche qualité</p>

Améliorer la qualité à son poste de travail

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Améliorer la qualité à son poste ▪ Comprendre le fonctionnement de l’autocontrôle ▪ Inventorier les points clés et les outils de l’autocontrôle ▪ Identifier leurs contributions à l’amélioration de la performance
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les sources de non qualité à son poste (5M) ▪ S’impliquer personnellement dans la recherche de performance ▪ Savoir rechercher une amélioration continue de ses tâches ▪ Identifier les améliorations possibles des processus ▪ Proposer des améliorations ▪ Mettre en œuvre ces améliorations ▪ Vérifier leur efficacité
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Opérateurs d’ateliers et encadrement intermédiaire, animateur qualité</p>

Action commerciale, marketing et relation client

Personnel en contact : développer l'esprit client

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Donner une image claire, positive et engagée de son entreprise et de soi-même : la sensibilisation des stagiaires sur la qualité de la relation client est essentielle ▪ Traiter les enjeux d'image et de qualité globale dans le cadre des relations internes et externes : satisfaction client, fidélisation, amélioration de la relation client, accueil "sourire", capitaliser sur le partage de l'info...
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier le parcours d'achat de ses clients et comprendre l'enjeu de la relation client pour développer le business ▪ Communiquer de façon positive avec ses clients, mais aussi ses fournisseurs et au sein de l'entreprise ▪ Communiquer sur les métiers et l'identité de son entreprise ▪ Proposer des solutions constructives pour résoudre les problèmes, en se concentrant sur les usages ▪ Contribuer à la satisfaction de la clientèle dans toutes les étapes de la relation, grâce à un esprit client intégré par l'ensemble des acteurs de l'entreprise ▪ Bien accueillir un nouveau client dans les étapes de relation avec l'entreprise ▪ Favoriser l'installation d'une relation de confiance durable afin de permettre la fidélisation ▪ Se présenter positivement en toute circonstance ▪ Remonter des informations utiles grâce à l'écoute client
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Toutes les personnes de l'entreprise en contact clients et ayant besoin de développer davantage un esprit positif et accueillant avec le client</p>

Définir et organiser le plan d'actions commerciales



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Être capable de définir et structurer une organisation commerciale sur des objectifs partagés avec des outils adaptés
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître les objectifs stratégiques, définir une organisation par objectif / cible / offre / secteur ▪ Spécifier les actions à mettre en place : rendez-vous clients, marketing direct : e-mailing, phoning ▪ Identifier les actions complémentaires et d'aide à la vente : web marketing, communication événementielle, publicité, etc ▪ Travailler en synergie avec les fonctions accueil, marketing, communication, SAV, etc. ▪ Planifier, budgéter et définir les rôles ▪ Organiser les processus, les outils de travail, de suivi ▪ Organiser l'analyse des données commerciales avec une GRC ▪ Fixer et suivre les objectifs à atteindre ▪ Préciser les efforts sur la valeur client / optimiser les contacts utiles
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant(e)s, responsables commerciaux, pilotes de plans d'actions</p>



Animer l'équipe commerciale

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faciliter le travail de l'équipe commerciale, optimiser l'action vers l'efficience commerciale
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recruter des commerciaux : définir les fiches de poste, objectifs commerciaux et modes de rémunération adaptée, valoriser les missions ▪ Mettre en place un reporting positif / des réunions commerciales ▪ Organiser l'équipe sur les segments clients ▪ Proposer méthodes et outils ▪ Optimiser les coûts commerciaux / maximiser les contacts de vente ▪ Définir l'intérêt de répondre ou non à une demande "le Go / No go" ▪ Mettre en place et suivre un indicateur de taux de transformation
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant(e)s, responsables commerciaux, pilotes de plans d'actions</p>

Mettre en place ses actions de qualification et de prospection

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permettre aux entreprises de structurer une démarche régulière et motivante de développement du portefeuille clients afin de conquérir de nouveaux clients, réduire les coûts d'acquisition clients, fidéliser ses clients
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la nécessité de développer le portefeuille client (fidélisation et prospection) ▪ Mettre en place le processus, l'organisation (identification nominative des prospects et des prescripteurs, accès à des bases de données-fichiers...) ▪ Définir les outils de prospection adaptés ▪ Construire un script/scenario d'appels ▪ Savoir prendre rendez-vous ▪ Argumenter le rendez-vous / vendre en ligne ▪ Améliorer son aisance au téléphone
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Commerciaux, assistant(e)s commerciales, télévendeurs</p>

Transformer son offre en vente, réussir ses entretiens de vente



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Présenter efficacement son offre pour convaincre et conclure la vente ▪ Préparer le rendez-vous commercial (objectifs, outils) et dérouler les étapes de l'entretien
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formaliser un argumentaire de l'offre : avantages et caractéristiques, par rapport aux usages, par rapport à la concurrence ▪ Déterminer les atouts de son offre face aux besoins identifiés en préparant les réponses aux objections éventuelles ▪ Préparer la prise de contact en identifiant les rôles et objectifs du client ▪ Préparer son entretien commercial et structurer les étapes de l'entretien, tout en intégrant la phase de découverte ▪ Présenter son offre de façon compréhensible pour le client ▪ Mener l'entretien de façon à réaliser son objectif ▪ Préparer la négociation de son offre, identifier les facteurs clés de succès, les marges de manœuvre, les acteurs de la décision d'achat ▪ Mettre en pratique l'entretien, entraînement : reformuler le besoin, argumenter, convaincre, traiter les objections, conclure ▪ Transmettre son offre en valorisant la solution proposée ▪ Maîtriser la relance des offres : fondamentaux de création d'un script de relance simple ▪ Définir les objectifs pour chaque entretien et les indicateurs associés ▪ Mettre en œuvre une méthode d'analyse et d'amélioration continue du processus commercial
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Commerciaux, responsables commerciaux, technico-commerciaux, chargé(e)s d'affaires et toute personne devant progresser dans la démarche d'écoute client</p> <p>Débutants ou déjà expérimentés (on peut toujours retravailler son approche client)</p>

Développer et gérer sa présence sur le web : pourquoi et comment

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre le rôle du web (Internet, mobile, réseaux sociaux, objets connectés) dans les parcours client ▪ Connaître les outils du web et leurs utilisations possibles pour contribuer au développement commercial de l'entreprise ▪ Savoir choisir et prioriser les actions à mettre en œuvre, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise ▪ Connaître les conditions de mise en œuvre et d'utilisation des différents outils
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avoir une vision claire des possibilités du web ▪ Connaître les différents leviers apportés par le web : développer sa visibilité et sa qualité perçue, animer un réseau ou une communauté, générer des contacts entrants, fidéliser ses clients, analyser et comprendre le comportement de ses clients, ... ▪ Comprendre les clients et leur mode opératoire sur le web, revenir aux usages du client pour formaliser sa stratégie web ▪ Sélectionner et prioriser les actions en fonction de la stratégie de son entreprise et des bénéfices attendus ▪ Identifier les outils et usages susceptibles de participer à la stratégie de marque ▪ Identifier les outils susceptibles de participer au plan d'action commerciale et de générer des contacts commerciaux ▪ Mettre en place des indicateurs de performance ▪ Connaître les conditions de mise en œuvre et d'utilisation et mettre en place une veille sur la réglementation
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Directeur(trice), responsable commercial / marketing / communication, cadres commerciaux, assistant(e)s marketing commercial / communication</p>



Maîtriser le marketing opérationnel

<p>OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre la place et le rôle du marketing opérationnel dans la stratégie de l'entreprise ▪ Connaître les composantes du marketing opérationnel ou marketing mix : produit, prix, distribution, communication, et son extension pour les services : personnes, preuve physique, process de service ▪ Réfléchir à des actions d'optimisation ou d'évolution du marketing mix
<p>OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avoir une vision claire des éléments du marketing mix : produit (marque, qualité, gamme, SAV, etc), prix (tarif, remises, conditions paiement, etc), distribution (canaux, zone de chalandise, moyens de transport, etc), communication (promotions, relations publique, événementiel, etc) ▪ Comprendre l'importance du mix des services et connaître ses composantes : personnes (personnel en contact, co-création client, etc), preuve physique (magasin ou lieu d'accueil, parcours, couleurs, etc), process (script de service) ▪ Analyser le marketing mix existant et proposer des axes d'évolution ou d'amélioration ▪ Connaître le marketing stratégique (segmentation, ciblage, positionnement), qui oriente la mise en place du marketing opérationnel.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant(e), responsable marketing, communication, commerciaux, personnel en contact client, responsable R&D</p>

Analyser le parcours client et formaliser son process de service



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier le parcours d’achat et les points de contact avec le client ▪ Formuler son process de service en intégrant une logique de satisfaction client ▪ Proposer des axes d’amélioration et/ou de développement de nouveaux services ▪ Faciliter le management et l’articulation entre les différents métiers
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre l’importance de se mettre à la place du client afin de maîtriser la qualité, la pertinence de son service, et la fidélisation ▪ Décomposer le parcours client en étapes ▪ Identifier et cartographier les services et opérations liés à chaque action client ▪ Représenter schématiquement et clairement le script de service ▪ Détecter les risques d’insatisfaction et points critiques ▪ Anticiper les risques de dysfonctionnement et mettre en place des mesures correctives ▪ Mesurer et contrôler la performance de son process de service ▪ Visualiser les points d’interaction et coordonner le rôle de chacun : client, personnel en contact, commerciaux, back office et support
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Dirigeant(e), responsable marketing, commercial, logistique, SAV, personnel en contact client, chef de projet

Connaître et comprendre les besoins de ses clients



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les besoins et motivations de ses clients ▪ Générer des idées pour répondre à ces besoins ▪ Maîtriser certains outils du design thinking
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avoir une vision claire du design thinking et de sa méthodologie créative, ses étapes et apports au niveau de la connaissance et de la compréhension des besoins clients ▪ Savoir pourquoi et comment impliquer et faire participer les utilisateurs dans la démarche ▪ Proposer des outils pour observer et étudier ses utilisateurs : immersion terrain (captation vidéo, posture détective, etc.), entretiens, ateliers, etc. ▪ Analyser, repérer des besoins ou points de friction, et poser une problématique à résoudre ▪ Savoir réaliser une carte d'empathie et des personas pour penser utilisateur ▪ Proposer certaines techniques de créativité : brainstorming, génération d'idées, prototypage rapide, test utilisateurs, etc.
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Dirigeant(e), responsable marketing, commercial, R&D, personnel en contact client, chef(fe) de projet

Les nouvelles technologies au service de la relation client



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Connaître l'ensemble des solutions technologiques existantes permettant d'optimiser la connaissance et la satisfaction de ses clients ▪ Savoir choisir et prioriser les actions à mettre en œuvre, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre l'enjeu du numérique dans l'environnement de l'entreprise et dans le mode opératoire de ses clients et marchés ▪ Identifier la ou les briques technologiques pertinentes pour optimiser sa relation client : Big data, sécurité des données, Internet des objets, conception collaborative, e-learning, applications mobiles et sociales, etc ▪ Comprendre les enjeux de la collecte et de la gestion des datas et connaître le panorama des solutions existantes ▪ Comprendre la transition omnicanale et ses enjeux majeurs en termes de concurrence et de compétitivité ▪ Connaître les différents leviers apportés par le webmarketing : référencement, publicité, analyse des performances, géolocalisation, fidélisation, et connaître les conditions de leur mise en œuvre
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Dirigeant(e), responsable marketing, systèmes d'information, R&D, chef(fe) de projet

Communiquer sur sa marque et rendre visible son offre de produits et de services



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Communiquer une identité globale cohérente avec la stratégie de l'entreprise ▪ Créer de la valeur ajoutée à son offre grâce à sa marque et à son image de marque ▪ Rendre son offre visible, attractive, crédible et unique, formuler sa promesse client ▪ Elaborer et organiser un plan de communication structuré et cohérent
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre le fonctionnement de la marque (nom, attributs et valeurs) ▪ Savoir travailler son image de marque : storytelling, corporate, valeurs, identité, positionnement ▪ Identifier les différentes cibles de communication et leurs attentes ▪ Définir des axes de communication par cible ▪ Définir les actions de communication par cible (média/ RP/ événement, etc.) ▪ Benchmarker la communication des concurrents ▪ Savoir identifier et différencier les prestataires pour son projet : agences de communication, création graphique, impression, webmarketing, etc.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et innovantes : Ces éléments seront à fournir par les candidats.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Responsable commercial / marketing / communication /assistant(e) marketing / communication, responsable produit, responsable export</p>