



accélérateur
DINAMIC+
embarquez, accélérez

Un dispositif



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

Catalogue des formations 2024 - 2028

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



dynamplusplus.fr

bpifrance




















Cofinancé par
l'Union européenne

RÉGION
PAYS
DE LA LOIRE

PRÉFET
DE LA RÉGION
PAYS DE LA LOIRE
*Liberté
Égalité*

Sommaire

	<i>Stratégie, pilotage et gestion de l'entreprise</i>	4
	Comprendre la finance d'entreprise pour prendre les bonnes décisions et identifier les leviers de rentabilité (new)	5
	Déterminer et suivre les coûts de revient	6
	Formaliser sa stratégie	7
	Maîtriser les méthodes d'achat	8
	Piloter un plan d'action DINAMIC+	9
	<i>Management et conduite du changement</i>	10
	Accompagner son équipe dans l'atteinte des objectifs	11
	Conduire le changement	12
	Devenir un manager agile : adapter son management aux évolutions sociétales (new)	13
	Préparer et réussir sa communication orale	14
	Progresser dans son management d'équipe	15
	Réussir ses recrutements : techniques et outils (new)	16
	Transmettre ses connaissances et compétences pro	17
	<i>Entreprise performante et qualité</i>	18
	Améliorer la qualité à son poste de travail	19
	Animer une démarche de résolution de problèmes	20
	Anticiper son changement d'ERP (new)	21
	Comprendre et appliquer les normes relatives aux Systèmes de Management Qualité (new)	22
	Comprendre et mettre en place une démarche LEAN (new)	23
	Formaliser, analyser et optimiser les processus de l'entreprise	24
	Gérer son temps et ses priorités	25
	Mettre en place une démarche d'amélioration continue de la productivité	26
	Organiser l'espace travail	27
	Piloter son intervention sur site (new)	28
	Piloter une affaire, un projet	29
	Planifier la production et et piloter les délais (de la petite à la grande série) (new)	30
	Se préparer à un audit interne qualité	31

	<i>Action commerciale, marketing et relation client</i>	32
	Analyser le parcours client : un levier de fidélisation (new)	33
	Animer l'équipe commerciale	34
	Communiquer sur sa marque et rendre visible son offre de produits et de services	35
	Connaître son marché, identifier les besoins de ses clients et savoir formuler sa promesse (new)	36
	Définir et piloter son plan d'actions commerciales (new)	37
	Développer et gérer sa présence sur le web : pourquoi et comment	38
	La transition numérique comme levier de rentabilité pour l'entreprise (new)	39
	Maîtriser le marketing opérationnel	40
	Mettre en place ses actions de qualification et de prospection	41
	Personnel en contact : développer l'esprit client	42
	Transformer son offre en vente, réussir ses entretiens de vente	43
	<i>RSE et climat</i>	44
	Adapter sa stratégie économique vers un modèle d'entreprise responsable et définir une stratégie bas-carbone (new)	45
	Comment communiquer de façon cohérente sur sa démarche RSE (new)	46
	Définir et mettre en œuvre une feuille de route Numérique Responsable (new)	47
	Intégrer la RSE dans sa politique RH et développer sa marque employeur (new)	48
	Mettre en œuvre sa politique achats responsables (new)	49
	Structurer et animer sa démarche RSE (new)	50

Stratégie, pilotage et gestion de l'entreprise

Comprendre la finance d'entreprise pour prendre les bonnes décisions et identifier les leviers de rentabilité (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Être à l'aise dans la compréhension des états financiers et optimiser les échanges avec son expert-comptable • Être capable d'identifier les indicateurs clés pour son activité (indicateurs financiers et/ou opérationnels) • Comprendre sur quoi agir pour améliorer les résultats de son entreprise et associer les bonnes personnes à l'analyse
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<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) • Sélectionner les indicateurs pertinents pour son activité à partir d'un tableau de bord type (suivi activité, SIG intermédiaires, taux de service, satisfaction qualité, RSE...) • Mettre en place un tableau de bord avec ses équipes • Mettre en place un plan d'actions pour améliorer la rentabilité de son activité • Mettre en place la communication interne adaptée pour passer les messages sur la rentabilité et que ceux-ci soient bien compris
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant, responsable administratif et financier, contrôleur de gestion, 1er cercle du dirigeant, manager.</p>

Déterminer et suivre les coûts de revient

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Calculer et argumenter un coût de revient</p>
<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 • Bench marker 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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Techniciens méthodes et BE, deviseurs</p>

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 <p>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>
<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>	<ul style="list-style-type: none"> • Méthodes participatives et innovantes : • Méthodes participatives : • 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>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>

Maîtriser les méthodes d'achat

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place et appliquer une politique d'achats • Comprendre l'impact des achats sur les résultats de l'entreprise
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<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'achats • Connaître et appliquer les outils et méthodes de négociation
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Acheteurs, techniciens de bureau des méthodes, responsables techniques, chargés d'affaires</p>

Piloter un plan d'action DINAMIC+

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Manager un projet de type Plan d'Action opérationnel</p>
<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'approprier 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 ateliers.</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

Accompagner son équipe dans l'atteinte des objectifs

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>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>
<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 ateliers.</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>

Conduire le changement

OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	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 ateliers.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Direction Générale, responsables hiérarchiques, responsables de service / unités de production, maîtrise et encadrement

Devenir un manager agile : adapter son management aux évolutions sociétales (new)



<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 et repenser son organisation afin d'être plus performant. • Adapter son mode de management à l'ensemble de ses collaborateurs : management nouvelles générations et équipes intergénérationnelles, enjeux de diversité et d'inclusion. • Prendre en compte l'évolution des modes de travail : manager des équipes en hybride ; présentiel, distanciel. • Favoriser l'intelligence collective et la créativité. • Animer la conduite de changement.
<p>OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définir et adapter son modèle d'agilité managériale • Intégrer une posture plus collaborative dans les principales situations managériales • Piloter de manière plus efficace ses équipes et comprendre comment donner du sens, du pouvoir et de l'autonomie, pour favoriser l'émergence de nouvelles solutions ou optimisations, favoriser le management situationnel • Tenir compte de la diversité intergénérationnelle dans son mode de management, adapter les règles du jeu individuelles et collectives et construire la cohésion d'une équipe intergénérationnelle. • Promouvoir un environnement de travail inclusif intégrant les nouvelles générations • Maîtriser les modalités présentesielles et distancielles pour des temps forts de management efficaces • Comprendre les inerties pour mieux conduire le changement • Connaître et mettre en place la symétrie des attentions et favoriser les prises d'initiatives et de décisions • Coordonner et faire collaborer de manière plus efficace l'ensemble des services de l'entreprise
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Toute personne en situation d'encadrer une équipe : direction, manager fonctionnel ou opérationnel, responsable intermédiaire et responsable RH</p>

Préparer et réussir sa communication orale

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>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).</p>
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<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)
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Direction Générale, responsables hiérarchiques, responsables de service / unité de production, chef d'équipe, pilote de processus, porteur de plans d'actions, maîtrise et encadrement</p>

Progresser dans son management d'équipe

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>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>
<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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Tous responsables hiérarchiques : responsables d'entités/unités de production, responsables de service, chef d'équipes, maîtrise et encadrement.</p>

Réussir ses recrutements : techniques et outils (new)



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> • Attirer et recruter des candidats, des talents • Optimiser les étapes de recrutement avec les outils et process adaptés
OBJECTIFS PEDAGOGIQUES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<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
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et ateliers.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Membres de la direction, responsables et personnel chargés du recrutement, de l'intégration

Transmettre ses connaissances et compétences pro

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>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>
<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 ateliers.</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>

Entreprise performante et qualité

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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Opérateurs d’ateliers et encadrement intermédiaire, animateur qualité</p>

Animer une démarche de résolution de problèmes

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Identifier, faire remonter, évaluer et hiérarchiser objectivement les vrais problèmes pour les résoudre. Vérifier et capitaliser pour que les problèmes ne se reproduisent pas.</p>
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<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)
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Tout acteur apte à faire remonter et à résoudre un problème :</p> <p>Responsable d'atelier, chef d'équipes, chef de projet, responsable d'ilots de production, opérateur de production...,</p>



Anticiper son changement d'ERP (new)

<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 • Identifier et formaliser les apports en termes de résultats attendus et de bénéfices pour l'entreprise • Appréhender les différentes fonctions d'un ERP • Comprendre l'importance d'une bonne expression du besoin.
<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) en lien avec la stratégie digitale de l'entreprise • Différencier les types de solutions numériques de gestion : ERP, CRM, solutions comptables, gestion commerciale, gestion de la production... • Identifier les informations utiles et nécessaires par service, et en fonction de l'organisation et des briques fonctionnelles à couvrir • Analyser les impacts organisationnels d'un projet ERP sur les ressources • Identifier les besoins fonctionnels et techniques : le cahier des charges • Evaluer les gains attendus par la digitalisation des processus • Comprendre les particularités d'un projet ERP et les facteurs clé du succès durant toutes les étapes (Etude, intégration et utilisation quotidienne).
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers</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>

Comprendre et appliquer les normes relatives aux Systèmes de Management Qualité (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les attendus d'un système de management qualité et être capable de : • Planifier la mise en œuvre des exigences de l'ISO 9001 dans son entreprise • Traduire les exigences de la norme ISO 9001 en dispositions applicables dans son entreprise • Connaître et traduire les principales exigences des normes environnementales (ISO 14001...) en disposition applicables pour son entreprise
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de : • Connaître l'environnement normatif relatifs aux Systèmes de Management Qualité : • Norme ISO 9000 : Lignes directrices, principes et vocabulaire • Norme ISO 9001 : Exigences (applicables contractuellement entre un client et ses fournisseurs) • Norme ISO 9004 : Conseils pour la mise en œuvre d'un système de management qualité • La Norme ISO 14001, complémentaire de l'ISO 9001 pour l'environnement, sera également présentée • Transposer les exigences de l'ISO 9001 en pratiques applicables et efficaces dans son entreprise, en cohérence avec les principes de management (ISO 9000) • Planifier, concevoir et déployer le Système de Management Qualité de son entreprise • Mettre en place un Système de Management Environnemental
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation de l'architecture de la norme ISO 9001 • Analyser les principales exigences de management au travers d'exemples concrets • Échange d'expériences entre les participants et le formateur
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Futur(e) responsable Qualité, pilote Qualité, responsable d'entreprise et pilotes de processus</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Cette formation est particulièrement utile aux personnes chargées d'animer la démarche qualité de l'entreprise dans un parcours Qualité et de réaliser les audits internes ISO 9001</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Venir si possible avec un exemplaire de la norme ISO 9001</p>

Comprendre et mettre en place une démarche LEAN (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre un sens concret sur le terme LEAN • Identifier ce qui sera applicable dans votre environnement en fonction de vos enjeux. • Initier une démarche d'amélioration continue participative.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la signification et les enjeux du LEAN : le LEAN ce n'est pas un gros mot... ! • Identifier, parmi les outils clés du lean, ceux qui sont applicables dans mon environnement pour analyser, comprendre et agir (exemples : VSM, 7 gaspillages+1, SMED, TPM,...) • Manager la performance (exemples : MVP, 5S, piloter les projets) • Identifier les conditions de réussite d'une démarche LEAN : Repérer les facteurs clés de succès et écueils (techniques, organisationnel, humains) ; comment bien démarrer ?
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers basés sur les expériences des intervenants et possiblement des participants</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant, managers, pilote de l'amélioration continue, responsable méthodes, responsable industriel, responsable qualité</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La conduite du changement • Cartographier, analyser et optimiser les processus • Analyser et résoudre les problèmes

Formaliser, analyser et optimiser les processus de l'entreprise

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Piloter la performance d'une entreprise, d'un service par l'approche processus.</p>
<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 ateliers.</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>	<p>Appréhender les méthodes et les outils permettant de maîtriser la gestion de son temps et de ses priorités</p>
<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 ateliers.</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>

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>	<p>Améliorer la productivité en s'appuyant sur une dynamique de groupe</p>
<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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Techniciens de bureau des méthodes, encadrement intermédiaires, responsables de production</p>

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 ateliers.</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>

Piloter son intervention sur site (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Maîtriser la préparation, l'organisation et la réalisation du travail sur site (chantier...), tout en maîtrisant les coûts</p>
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Déterminer le planning d'intervention avec son client, gérer les coactivités • S'assurer que le chantier est réalisable : accès, réception éventuelle de la zone d'intervention, alimentations diverses... • Définir l'ensemble des besoins : matériels, outillages, protections, manutentions • Constituer et transmettre le dossier de préparation à son équipe • Se coordonner avec les équipes en interne et les autres intervenants potentiels • Savoir réagir face aux imprévus • Suivre les temps passés journaliers par rapport au prévisionnel
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Dirigeant, managers, pilote de l'amélioration continue, responsable méthodes, toute entreprise proposant une activité de réalisation sur le site du client (entreprises du bâtiment notamment)</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</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>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Piloter une affaire, un projet</p>

Piloter une affaire, un projet

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Découvrir la gestion d'affaires et la gestion de projet : préparation, pilotage, suivi et outils...</p>
<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>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</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>

Planifier la production et et piloter les délais (de la petite à la grande série) (new)



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	Etablir et mettre en œuvre les outils nécessaires à la planification de la production et au respect des délais
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Appréhender les différents modes d'organisation de la production • Identifier son propre mode d'organisation • Identifier les stratégies de production et leurs impacts sur le temps de traversée • Se repérer dans le principe du MRP2 • Mener son analyse capacitaire • D'identifier les outils d'aide à la réduction du temps de traversée • Evaluer son rapport charge/capacité • Dimensionner son stock et calculer son besoin net (CBN) • Identifier ses données techniques de production
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et ateliers basés sur les expériences des intervenants et possiblement des participants.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Manager de la production, Ordonnanceur/planificateur, responsable méthodes, pilote de l'amélioration continue
SPECIFICITES	Les entreprises dont le modèle de production est celui du pilotage à l'affaire ne sont pas concernées par cette formation. La formation adéquate dans ce cas est « Piloter une affaire, un projet »
PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et mettre en place une démarche Lean • Anticiper son changement d'ERP

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 ateliers.</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>

Action commerciale, marketing et relation client

Analyser le parcours client : un levier de fidélisation (new)



<p>OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier : <ul style="list-style-type: none"> - le parcours d'achat et le parcours client - les rôles du personnel en contact - les points de contact avec le client • Analyser la qualité de la relation client • Traiter les enjeux de la relation client en termes de satisfaction et de fidélisation • Proposer des axes d'amélioration sur les services proposés
<p>OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier le parcours d'achat (incluant ses différentes étapes) et le parcours client (expériences vécues par le client) • Cartographier le process de services • Analyser et identifier les dysfonctionnements, détecter les risques d'insatisfaction • Optimiser le process de services pour plus de satisfaction et de fidélisation • Visualiser les points d'interaction avec le client et coordonner le rôle de chacun dans l'entreprise • Choisir et articuler les outils de fidélisation (questionnaires, communication, prescription, etc.) • Mesurer la performance du process de services, sur les différents canaux, en se centrant sur l'expérience utilisateur • Proposer des axes d'amélioration sur les services proposés.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant, Responsable marketing & communication, Responsable commercial</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Si possible apporter les éléments de l'entreprise concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personae, • Base de données et/ou segmentation des clients, • Formalisation des points de contact et du personnel en contact

Animer l'équipe commerciale

<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<p>Faciliter le travail de l'équipe commerciale, optimiser l'action vers l'efficience commerciale</p>
<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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant(e)s, responsables commerciaux, pilotes de plans d'actions</p>

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.) • Bench marker 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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Responsable commercial, marketing, communication, assistant marketing, communication, responsable produit, responsable export.</p>

Connaître son marché, identifier les besoins de ses clients et savoir formuler sa promesse (new)



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre en profondeur leurs marchés et les besoins de leurs clients • Positionner leur offre de manière stratégique • Formuler une promesse client claire • Développer l'engagement client
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de Marché : • Structurer le processus de veille marketing : cartographies, études, enquêtes, etc. • Effectuer une segmentation basique et cibler ses clients • Formaliser l'offre produits/services et services associés. • Analyse des clients : • Créer des personae représentatives, • Se mettre à la place du client et • Se centrer sur l'utilisateur final • Plan d'action : • Formuler une promesse client claire et persuasive • Identifier l'enjeu principal (relation client, satisfaction, fidélisation, prescription, cocréation), • Avoir les clefs pour élaborer un plan d'action concret.
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	Méthodes participatives et interactives incluant les études de cas, les jeux de rôle, les ateliers de brainstorming, les sessions de prototypage, les projets de groupe et planification individuelle.
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Dirigeant, responsable marketing, commercial, R&D, personnel en contact client, chef de projet

Définir et piloter son plan d'actions commerciales (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Être capable de construire une organisation commerciale sur des objectifs partagés, avec des ressources prévues, et une planification efficace • Être capable de contrôler (tableaux de bords) et de suivre la rentabilité de ses actions
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définir ses objectifs stratégiques, définir une organisation par objectif / cible / offre / secteur • Chiffrer ses objectifs (SMART) en choisissant des indicateurs pertinents, bien définir les valeurs de départ et les valeurs cibles • Structurer ses actions : • Spécifier, écrire et organiser les actions précises à mettre en place : <ul style="list-style-type: none"> • Actions de prospection : rendez-vous clients, e-mailing, phoning... • Actions de fidélisation : envois newsletter, mise en place d'une politique de prescription, ... • Actions complémentaires et d'aide à la vente : web marketing, communication événementielle, publicité, etc. • Travailler en synergie avec les fonctions accueil, marketing, communication, SAV • Budgéter son plan d'actions commerciales : • Allouer les ressources aux actions (humaines, technologiques et financières) • Prévoir la rentabilité de ses actions : estimer le retour sur investissement, calculer le seuil de rentabilité de son PAC • Définir les rôles de chaque intervenant, prévoir les outils nécessaires aux actions, savoir négocier ses besoins financiers. • Planifier ses actions dans le temps : • Organiser la priorisation des actions en fonction de ses ressources et de leurs impacts commerciaux • Bâtir ses matrices des tableaux de bords : • Organiser les outils de suivi des objectifs à atteindre dans des tableaux de bords de suivi • Suivre son PAC : • Organiser la mesure des résultats et l'analyse des données commerciales avec ses outils internes (GRC) après les premières actions menées.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers : Prévoir d'amener les données issues du plan Dinamic pour mieux chiffrer ses objectifs du plan d'actions.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant(e)s, responsables commerciaux, pilotes de plans d'actions</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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Directeur, responsable commercial, marketing, communication, cadres commerciaux, assistant marketing commercial, communication</p>

La transition numérique comme levier de rentabilité pour l'entreprise (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les enjeux de la transition numérique (IA, data...) • Identifier les processus clefs pouvant être impactés par la transition numérique • Formaliser les objectifs de la transition numérique pour chaque service • Responsabiliser chacun dans son rôle pour la mise en œuvre de la transformation numérique • Appréhender la feuille de route stratégique “transition numérique” • Identifier les indicateurs clefs de la rentabilité de l'entreprise
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Déterminer les bénéfices pour son service et son métier • Évaluer les irritants et les enchantements dans le schéma de fonctionnement • Transformer la donnée en flux d'informations dans l'entreprise • Embarquer les pilotes dans la stratégie de la transformation numérique • Appréhender un plan d'action « transition numérique » rentable • Référencer les types d'outils numériques les plus pertinents et leurs usages
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant, Chef de projet, Responsable de service</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Une vision large de la transformation numérique pour les décideurs de l'entreprise, au-delà du choix d'un outil numérique.</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-crédation 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 ateliers.</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>

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>	<p>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>
<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 ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>2 jours</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Commerciaux, assistant commercial, télévendeurs</p>

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 ateliers.</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>

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 ateliers.</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>

RSE et climat

Adapter sa stratégie économique vers un modèle d'entreprise responsable et définir une stratégie bas-carbone (new)



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les enjeux environnementaux pour son entreprise • Identifier les leviers d'actions possibles et développer son écosystème de partenaires • Appréhender les nouveaux modèles économiques comme source d'innovation et de valeur durable
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> • En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de : • Caractériser ses risques pour son modèle d'affaire et préciser les enjeux pertinents • Connaître ses principaux impacts • Identifier des leviers d'action, notamment les nouveaux modèles économiques (économie circulaire et l'Économie de la fonctionnalité et de la coopération (EFC)) et nouveaux modèles d'organisation (entreprises à missions) • Construire les étapes d'une démarche bas-carbone • Formuler sa stratégie et définir les principaux plans d'action
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> • Apports de connaissances • Quizz • Ateliers sur des cas pratiques, méthodes participatives
DUREE	2 jours
PUBLIC VISE	Dirigeants et comité de Direction, personnes en charge de la démarche RSE dans l'organisation
PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES	Sensibilisation aux enjeux RSE

Comment communiquer de façon cohérente sur sa démarche RSE (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valoriser les champs RSE dans l'entreprise (tant environnemental, que social-sociétal et économique), • Faire adhérer les collaborateurs à la démarche RSE de l'entreprise (communication interne), • Identifier les éléments sur lesquels communiquer avec les parties prenantes externes, selon les enjeux de l'entreprise, • Savoir communiquer de manière responsable.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les actions RSE de son service ou métier (sur les volets environnementaux ou sociétaux ou économiques), • Valoriser les actions RSE, • Mettre en avant la démarche RSE selon les enjeux de l'entreprise (ou de son service ou métier), • Communiquer de manière responsable sur cette démarche RSE (choix des messages et des preuves sur la démarche RSE), • Assurer la cohérence entre démarche RSE et communication, • Décliner la démarche RSE sur les projets opérationnels de communication (impression responsable, événementiel responsable, numérique responsable).
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes participatives et ateliers.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeant, Responsable marketing & communication, Responsable ressources humaines, Responsable opérationnel en charge d'un plan d'action RSE, Responsable administratif et financier.</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Avoir engagé une démarche RSE (tant environnementale, que sociale-sociétale et économique).</p>

Définir et mettre en œuvre une feuille de route Numérique Responsable (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Former les participants à définir, concevoir et mettre en œuvre une démarche de numérique responsable au sein de leur organisation. • Comprendre l'importance et les enjeux du numérique responsable. • Identifier les axes d'amélioration dans leur organisation. • Créer et mettre en œuvre une feuille de route pour un numérique responsable adaptée à leur contexte.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostiquer la situation actuelle de son organisation en matière de numérique responsable. • Identifier les parties prenantes clés et les intégrer dans la démarche. • Définir des objectifs SMART liés au numérique responsable. • Élaborer un plan d'actions structuré en priorisant les initiatives. • Utiliser des outils et ressources pertinents pour soutenir la mise en œuvre de la démarche. • Sensibiliser et communiquer efficacement sur la démarche en interne. • Suivre, évaluer et ajuster la feuille de route en fonction des résultats obtenus.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposés théoriques et retours d'expériences. • Études de cas concrets et simulations. • Travail en groupes sur des projets pratiques. • Mise à disposition d'outils, de guides et de ressources complémentaires.
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Responsables RSE, managers IT, chefs de projet numérique, toute personne impliquée dans la définition et la mise en œuvre des stratégies numériques en entreprise.</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Connaissance de base du fonctionnement d'une organisation et des enjeux du numérique.</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>La formation alterne entre des sessions théoriques et des ateliers pratiques pour garantir une application concrète des concepts abordés.</p>

Intégrer la RSE dans sa politique RH et développer sa marque employeur (new)



<p>OBJECTIF GENERAL</p> <p>En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la synergie entre la RSE, la politique RH et la marque employeur, • Appréhender les étapes de mise en œuvre d'une marque employeur en intégrant la dimension RSE. • Intégrer des pratiques RSE responsables dans leur politique RH tout en valorisant ces actions pour renforcer leur marque employeur.
<p>OBJECTIFS DETAILLES</p> <p>En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'impact potentiel de la RSE sur la politique RH de l'entreprise. • Définir les enjeux de la marque employeur et de la RSE pour son entreprise. • Identifier les leviers d'attractivité de son entreprise, y compris ceux liés à la RSE. • Activer les leviers internes pour améliorer « l'expérience candidat » et « l'expérience collaborateur » dans une perspective RSE. • Appréhender les outils adaptés pour promouvoir sa marque employeur en valorisant ses engagements RSE. • Communiquer efficacement sur les initiatives RSE pour renforcer la marque employeur auprès des parties prenantes internes et externes. • Poser les bonnes pratiques de pilotage des actions RSE et de mesure de leurs impacts sur la marque employeur.
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<p>Méthodes : approche interactive, études de cas, ateliers pratiques, mises en situation, discussions en groupe.</p> <p>Moyens : supports de formation (documents, slides, vidéos), travaux pratiques, cas pratiques et études de cas.</p>
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Responsables RH, responsables de la communication interne, managers et chefs d'équipe, toute personne en charge de la mise en œuvre de la stratégie RSE ou intéressée par l'intégration de la RSE dans la politique RH.</p>
<p>PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES</p>	<p>Connaissance de base des principes RH. Intérêt pour le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises.</p>
<p>SPECIFICITES</p>	<p>Étude de cas d'entreprises reconnues pour leur excellence en matière de RSE.</p>

Mettre en œuvre sa politique achats responsables (new)



OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les caractéristiques des achats responsables • Intégrer la stratégie RSE dans sa politique d'achats pour le choix de ses produits et fournisseurs • Identifier ses enjeux pertinents • Préciser sa politique achats responsables • Structurer son processus d'achat
OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :	<ul style="list-style-type: none"> • Concepts-clés des achats responsables et lien avec la RSE • Caractériser les risques liés à ses achats • Préciser ses enjeux pertinents • Définir sa politique achats responsables • Formaliser sa charte éthique d'achats responsables • Structurer son processus d'achat
METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> • Apports de connaissances • Quizz • Exercices d'application
DUREE	1 jour
PUBLIC VISE	Responsable du Service Achats, Acheteur, toute personne en charge des achats pour son organisation.
PRE-REQUIS / FORMATIONS COMPLEMENTAIRES CONSEILLEES	Connaitre la RSE ou avoir initié ou déployé une démarche RSE

Structurer et animer sa démarche RSE (new)



<p>OBJECTIF GENERAL En fin de formation les stagiaires sont capables de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux environnementaux et sociétaux prioritaires pour son entreprise • Fédérer l'ensemble des parties prenantes autour de la transition écologique et sociale • Structurer et animer un projet collectif autour de la RSE • Valoriser la RSE comme un levier de la transformation de l'entreprise
<p>OBJECTIFS DETAILLES En situation professionnelle, le stagiaire doit être capable de :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recontextualiser la démarche RSE : historique, concepts-clés et rôle de la RSE dans l'entreprise • Structurer sa démarche à partir de la normes ISO 26000 et/ou aux 17 ODD (Objectifs de Développement Durable) • Connaître les différents outils de diagnostic internes et externes • Formuler sa stratégie RSE et construire sa feuille de route avec ses équipes • Définir la matrice de matérialité de son entreprise et travailler avec les parties prenantes • Connaître et mettre en œuvre les outils et méthodes pour piloter et animer des plans d'action RSE
<p>METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apports de connaissances • Quizz • Exercices d'application et de transposition à l'entreprise • Méthodes participatives et ateliers
<p>DUREE</p>	<p>1 jour</p>
<p>PUBLIC VISE</p>	<p>Dirigeants et salariés, toute personne en charge de la mise en place de la démarche RSE pour son organisation.</p>