



M B A*

ENTREPRENEURIAT

À L'ÈRE DU DIGITAL

Titre Certifié « Manager Opérationnel d'Activités » de niveau 7, enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) par arrêté du 07 juillet 2017 et publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017, et renouvelé par la commission du 19 mai 2021 pour une durée de 3 ans Code NSF 310, délivré par Ascencia Paris La Défense.



Titre Certifié reconnu par
l'Etat de Niveau 7
(Niveau BAC+5)*



Taux d'emploi net⁽³⁾



Taux de réussite
aux examens⁽⁴⁾



Taux d'achèvement
de la formation⁽⁵⁾

* Donne lieu à un Titre Certifié de niveau 7 enregistré au RNCP (équivalent Bac+5)

3 Taux moyen de nos participants en activité professionnelle 6 mois après la fin de leur formation (taux d'emploi net sur l'ensemble des cycles diplômants)

4 Taux moyen de nos participants qui ont obtenu leur diplôme pour le cycle diplômant pour l'année 2021

5 Taux moyen de nos participants qui ont achevé leur parcours de formation sans rupture du contrat d'apprentissage pour l'année 2021



L'ISCOD, la nouvelle génération de la formation en alternance 100 % en ligne

Pionnier en France dans les méthodes d'apprentissage en ligne, l'ISCOD (Institut Supérieur des Compétences de Demain) opère dans tous les secteurs d'activités et forme aux métiers et compétences de demain dans les domaines du marketing, de la communication, du digital, du management, du développement commercial, de la relation client et des ressources humaines.

Tourné vers l'innovation et les technologies, l'ISCOD permet à ses étudiants et alternants de devenir des acteurs professionnels, compétitifs sur le marché du travail et parties prenantes dans la transformations des entreprises.

L'ISCOD propose un catalogue de plus de 30 formations diplômantes de niveau reconnu par l'Etat allant du niveau Bac+2 à Bac+5, et toutes accessibles en format 100 % digital learning (à distance).

L'ISCOD est le Pôle Formation en Alternance d'Oktogone Group, société holding au capital social de 25 000 000 €, dont le pôle Formation Continue, VISIPLUS academy, est un acteur de référence incontournable dans le domaine de la formation en ligne avec près de 20 000 professionnels formés depuis 2002.

CHOISIR L'ISCOD C'EST



UN RÉSEAU DE PLUS DE 20 000 ANCIENS ALUMNI*



PLUS DE 2000 ENTREPRISES PARTENAIRES



100% DES ENSEIGNANTS SONT DES PROFESSIONNELS EXPÉRIMENTÉS



UN SUIVI INDIVIDUEL DE CHAQUE ÉTUDIANT PAR UN COACH



DES CONTENUS PÉDAGOGIQUES « DE POINTE » AVEC UNE FORTE DIMENSION PROFESSIONNELLE



UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ DANS LA RECHERCHE D'UNE ENTREPRISE

*Participants provenant de notre département Formation Continue VISIPLUS academy.

ENTREPRENEURIAT

À L'ÈRE DU DIGITAL

CONTEXTE

L'objectif de se former à l'entrepreneuriat à l'ère du digital est double. Il s'agit d'une part d'acquérir les compétences d'un futur manager et/ou intra-preneur à la conduite de projets innovants, et d'autre part, de maîtriser les outils permettant l'élaboration d'un édifice entrepreneurial solide. Tout cela en étant créatif, capable d'exploiter de nouvelles opportunités d'affaires grâce au digital, mais aussi de créer de la valeur pour leurs parties prenantes.

Devenir entrepreneur.se, c'est avant tout être une personne prête à prendre des risques pour développer l'idée ou le savoir-faire auquel vous croyez. Cependant, prendre des risques ne veut pas dire avancer les yeux fermés. Elaborer un Business plan, respecter le droit des sociétés, appliquer un management efficace, piloter la performance commerciale, mettre en œuvre sa stratégie d'entreprise... nombreuses sont les compétences à maîtriser pour incarner un entrepreneur à l'ère du digital.

A l'issue de notre MBA Entrepreneuriat à l'Ère du Digital, vous aurez acquis un Titre Certifié reconnu par l'Etat et enregistré au RNCP de niveau 7, mais aussi et surtout de solides compétences stratégiques et pratiques qui vous donneront toutes les clés pour vous lancer avec confiance dans l'aventure de l'entrepreneuriat.

TYPES D'EMPLOI ACCESSIBLES À L'ISSUE DE LA FORMATION

Quel que soit le domaine ou le secteur d'activité dans lequel vous souhaitez évoluer, notre MBA Entrepreneuriat à l'Ère du Digital vous ouvre de nombreux débouchés dans le secteur du numérique et de la création d'entreprise.

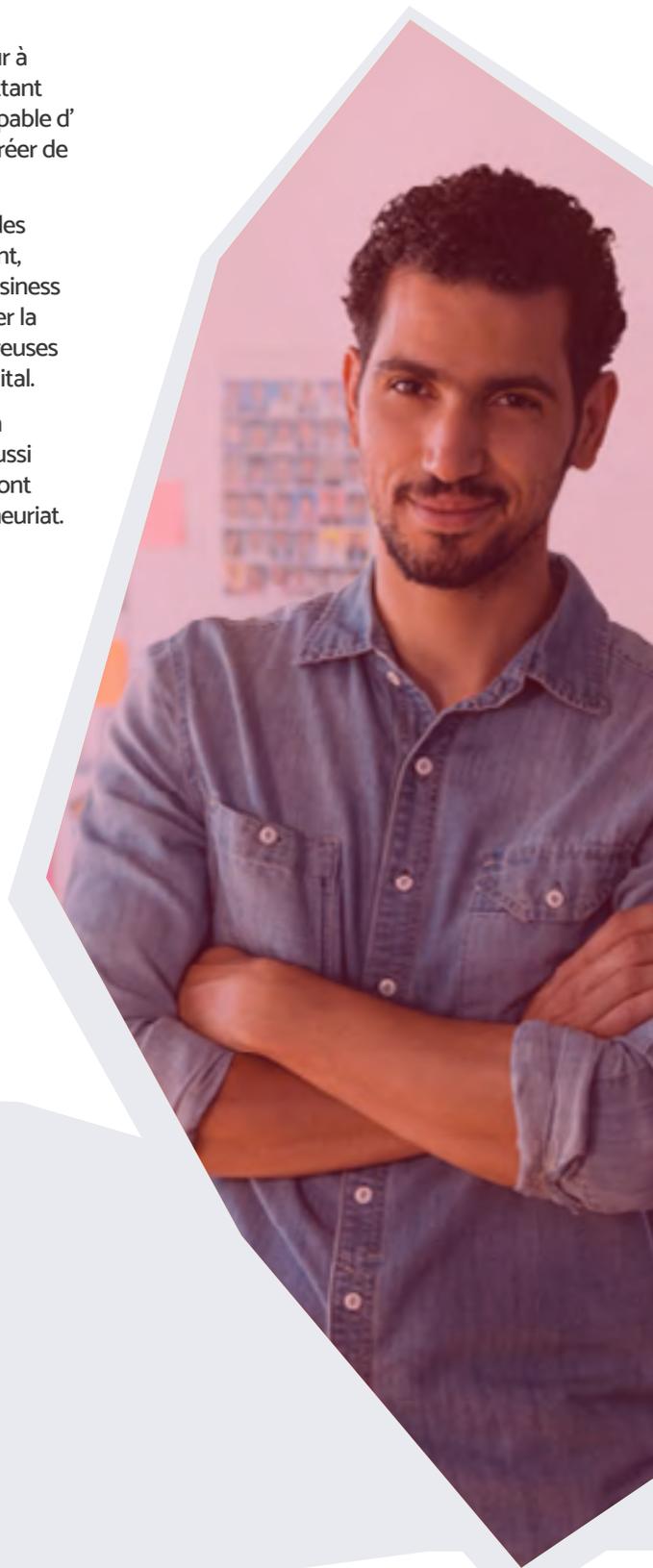
- ▶ Consultant
- ▶ Entrepreneur
- ▶ Project Planner
- ▶ Startupper

SECTEURS D'ACTIVITÉ ET TYPOLOGIES D'ENTREPRISES VISÉS

Vous pourrez trouver un poste dans tous les secteurs marchands et dans tous les types d'activités (industrie, services, commerce...) au sein de TPE, PME ou grandes entreprises.

Vous pourrez ainsi exercer :

- ▶ En tant que salarié ou indépendant. Dans des entreprises de toutes tailles (de la PME à la firme transnationale) et de tous secteurs.
- ▶ De par la nature de votre fonction, vous évoluerez en collaboration avec d'autres corps de métiers liés au management de l'entreprise, vous travaillerez donc en équipe avec de nombreuses parties prenantes.



ENTREPRENEURIAT

À L'ÈRE DU DIGITAL

Objectifs pédagogiques :

- Acquérir une vision globale stratégique et opérationnelle de l'entreprise et du management à l'ère du digital
- Développer les compétences clés du manager par l'acquisition d'outils et méthodes adaptés à l'entreprise moderne et au monde numérique
- Manager une équipe en affirmant ses compétences de leadership
- Développer les compétences nécessaires au pilotage, d'un département, d'une Business Unit ou d'une PME-PMI

Modalités de positionnement :

Entretien et test d'évaluation des connaissances à l'entrée en formation

Prérequis :

Tout candidat admis à suivre la formation devra respecter les prérequis du Titre Certifié, à savoir :

- Avoir validé un diplôme ou un Titre RNCP de niveau 6 (Bac+3)

PROGRAMME ET CONTENU

Traduction et déploiement de la stratégie globale de l'entreprise

- Stratégie d'entreprise
- Création d'entreprise
- Elaborer un business plan
- Concevoir et Manager un projet

Pilotage des activités de l'unité opérationnelle

- Droit des affaires
- Logique financière de l'entreprise
- Gestion budgétaire pour managers
- Dashboarding et Outils de Pilotage Commerciaux
- Méthodes et outils de gestion pour managers

Pilotage de la transformation digitale

- TECODI : Culture et Transformation Digitale
- Conduite du changement et innovation
- Implémenter une politique de Cybersécurité - Niveau 2
- Management, Marketing et Communication Startup
- Conduite de Projet Entrepreneurial
- Évaluer la faisabilité et la viabilité d'un projet de création d'activité sur Internet
- Études de marché
- Création de site e-commerce
- Amorçage et Croissance de l'activité
- Optimiser sa gestion du temps et son organisation personnelle

Veille, prospective et relations publiques

- Innovation et business models
- Définir et déployer une veille professionnelle
- Marketing Digital - Webmarketing
- Marketing et Management
- Marketing Stratégique
- Concevoir et développer une stratégie marketing cross-canal
- Construire et déployer sa stratégie commerciale
- Piloter et booster la performance commerciale
- Social Selling
- Mesurer le ROI de ses actions Online / Offline

Management des hommes et des organisations

- Droit social et du travail dans un monde nouveau
- Nouvelles tendances du management
- Manager à distance
- Leadership et Management
- Management transversal
- Réussir sa prise de fonction de Manager
- Animer et encadrer une équipe

LIVRES EN FORMAT RAPID LEARNING

LES BEST-SELLERS du MANAGEMENT disponibles en format rapid learning !

Des formats condensés*, écrits et audios, qui mettent en avant les idées principales des livres de référence sur le management.

* Une format condensé restitue l'essence d'un ouvrage de manière neutre, sans quelque commentaire, interprétation ou analyse que ce soit : il reprend les principales idées et concepts-clés développées dans l'ouvrage.



BLOC DE COMPÉTENCES

Programme de formation par bloc de compétences du Titre Certifié « Manager Opérationnel d'Activités » de niveau 7, enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP) par arrêté du 07 juillet 2017 et publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017, et renouvelé par la commission du 19 mai 2021 pour une durée de 3 ans Code NSF 310, délivré par Ascencia Paris La Défense, complété par sa spécialité en Entrepreneuriat à l'Ère du Digital.

La certification est composée de 5 blocs de compétences

1. Traduction et déploiement de la stratégie globale de l'entreprise
2. Pilotage des activités de l'unité opérationnelle
3. Pilotage de la transformation digitale
4. Veille, prospective et relations publiques
5. Management des hommes et des organisations

INTITULÉ	FORMATIONS CORRESPONDANTES
Bloc de compétences n°1 - Traduction et déploiement de la stratégie globale de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Stratégie d'entreprise • Création d'entreprise • Elaborer un business plan • Concevoir et Manager un projet
Bloc de compétences n°2 - Pilotage des activités de l'unité opérationnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Droit des affaires • Logique financière de l'entreprise • Gestion budgétaire pour managers • Dashboarding et Outils de Pilotage Commerciaux • Méthodes et outils de gestion pour managers
Bloc de compétences n°3 - Pilotage de la transformation digitale	<ul style="list-style-type: none"> • TECODI : Culture et Transformation Digitale • Conduite du changement et innovation • Implémenter une politique de Cybersécurité - Niveau 2 • Management, Marketing et Communication Startup • Conduite de Projet Entrepreneurial • Évaluer la faisabilité et la viabilité d'un projet de création d'activité sur Internet • Études de marché • Création de site e-commerce • Amorçage et Croissance de l'activité • Optimiser sa gestion du temps et son organisation personnelle
Bloc de compétences n°4 - Veille, prospective et relations publiques	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation et business models • Définir et déployer une veille professionnelle • Marketing Digital - Webmarketing • Marketing et Management • Marketing Stratégique • Concevoir et développer une stratégie marketing cross-canal • Construire et déployer sa stratégie commerciale • Piloter et booster la performance commerciale • Social Selling • Mesurer le ROI de ses actions Online / Offline
Bloc de compétences n°5 - Management des hommes et des organisations	<ul style="list-style-type: none"> • Droit social et du travail dans un monde nouveau • Nouvelles tendances du management • Manager à distance • Leadership et Management • Management transversal • Réussir sa prise de fonction de Manager • Animer et encadrer une équipe

CONFÉRENCES

Motivation, performance et management

Edgar Gropiron, ancien champion olympique.

Ce dernier s'appuie sur son parcours de champion sportif et explique comment la motivation peut porter chacun d'entre nous à son meilleur niveau dans un contexte professionnel.

- La motivation, ingrédient essentiel de la performance
- La motivation, fruit d'une relation positive entre soi et son métier/équipe/entreprise
- Le rôle clé du manager dans la motivation du collaborateur
- Les clés pour créer, développer, cultiver et transmettre la motivation
- Se projeter dans un avenir enthousiasmant (l'entreprise porteuse d'une vision)
- Caler son exigence sur les bons leviers
- S'inscrire dans une spirale de progrès (« Etre un peu meilleur chaque jour »)
- Agir en cohérence avec ses principes (l'alignement entre ses valeurs et les objectifs à atteindre)
- S'entourer des meilleurs (la cohésion)
- Le pouvoir d'influence du manager sur ses équipes
- Influence, crédibilité et légitimité du manager
- Le cercle vertueux de l'esprit d'équipe positif de conquête

Gestion des tensions et de crise en entreprise

Franck Pierrot, ancien membre du GIGN

Ce dernier vous donnera des clés pour gagner en stabilité émotionnelle et ainsi mieux gérer les relations tendues ou conflictuelles dans votre entreprise. Il apportera également des conseils pour faciliter les phases de changements dans votre organisation et pour faire face aux situations nouvelles.

Gestion de crises

- Comprendre la crise
- Accepter la tension
- Savoir agir dans le bon timing

Maîtriser les émotions

- Utilité des émotions
- Processus d'une émotion
- 4 clefs pour maîtriser son émotionnel

Gestion des priorités

- Comprendre la différence entre urgence et importance
- 4 clefs pour maîtriser les priorités

Techniques de négociation

- Négociation et marchandage
- Technique du paquet et du salami
- Technique du pivot
- Technique de la rupture
- Technique du disque rayé

Prendre la parole en public : les clés managériales

Xavier Bonadonna, professeur au Cours Florent

Parler de son projet de façon impactante, conduire des réunions, être capable de convaincre et d'attirer l'attention...Xavier adapte les techniques de l'expression théâtrale et cinématographique au monde de l'entreprise afin d'optimiser vos prises de parole en public dans un contexte professionnel.

Les objectifs principaux de cette conférence seront de permettre aux participants de :

- Renforcer l'impact de leurs prises de parole en public
- Comprendre les mécanismes de la gestion de son stress et de ses émotions
- Acquérir des outils et des techniques concrètes afin d'optimiser leurs prestations futures

Cette formation s'attachera également à :

- Décoder et maîtriser le langage verbal et non-verbal
- Développer son aisance en public et son leadership

- Rythmer et dynamiser un discours
- Convaincre, enthousiasmer et impliquer un auditoire

Programme

- L'aisance oratoire est-elle innée ?
- La respiration, clé de voûte de la parole
- Les mécanismes de la communication
- Le message
- Savoir mobiliser son public

Construire et optimiser son personal branding

Animée par Frédéric Foschiani, professionnel du digital et du marketing sur Internet

Après 20 ans d'expérience en Marketing Digital au sein de groupes classés Fortune 100 (American Express, Général Electric...) Frédéric Foschiani vous donne toutes les clés pour maîtriser votre personal branding à l'ère du numérique.

- Définitions : Identité numérique – e-reputation – Personal branding
- Comprendre les enjeux et les impacts de son e-reputation
- Les précautions indispensables, gérer les risques, surveiller ses traces numériques
- Savoir construire son Personal branding
- Identifier les outils pour gérer son Personal branding, les bonnes pratiques d'utilisation
- Savoir sortir du lot, passer du Personal branding au Professional branding

Encadrants pédagogiques et techniques

- **Formateurs** : Professionnels ayant un minimum de 5 ans d'expérience professionnelle dans une fonction correspondant au domaine de formation
- **Coordinateur pédagogique** : Profil Bac+5
- **Tuteur référent** : Professionnels ayant un minimum de 5 ans d'expérience professionnelle dans une fonction correspondant au domaine de formation
- **Responsable technique** : Profil Ingénieur

Modalités et délai d'accompagnement pédagogique

Service de tutorat pédagogique réactif (synchrone et asynchrone) :

- Un conseiller référent (suivi personnalisé
Prise de contacts 3 fois/an minimum)
- Questions sur les formations directement sur la plateforme et mise en contact avec un interlocuteur référent VISIPLUS academy (délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés)
- Forum online : Apprentissage entre pairs via notre communauté d'apprenants
- Coordinateur pédagogique disponible par téléphone et/ou par email (délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés)

Tutorat et accompagnement pédagogique individuel par un tuteur référent du parcours (synchrone) : Jusqu'à 14 visioconférences par an

Face à face pédagogique en classe virtuelle (synchrone) : Visioconférence prévue pendant la durée de la formation

Durée de la formation : 2 ans

Suite à l'analyse de votre candidature par notre équipe en charge des admissions, une durée de formation adaptée à votre profil pourra vous être proposée.

Contact

Amandine Bosselot - 01 88 24 66 99 | amandine.bosselot@iscod.fr

ISCOD pourra modifier le programme détaillé en fonction des exigences du monde professionnel et se réserve le droit de faire évoluer la durée estimée de la formation.

Modalités et délai d'accompagnement ou d'assistance technique stagiaire

Support technique : possibilité de contacter le support technique par email directement sur la plateforme / délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés

L'équipe VISIPLUS Digital Learning est joignable par téléphone au 04 93 00 09 58 ou par courriel : support@visiplus-elearning.com, du lundi au vendredi, de 9h à 12h30 et de 14h à 18h. Nous garantissons une réponse dans les 48 heures ouvrées.

Moyens techniques

Plateforme e-learning, classe virtuelle, visioconférence, échanges d'emails, échanges téléphoniques...

Matériel nécessaire :

- Un micro-ordinateur par personne
- Connexion internet
- Casque recommandé

Accueil en formation des personnes en situation de handicap

ISCOD est en mesure d'accompagner les participants en situation de handicap. Afin de pouvoir étudier votre situation et d'évoquer l'adéquation de notre formation à votre profil, prenez contact avec notre équipe de chargés d'admission.

Tarif : sur devis

Une solution de financement adaptée à votre profil vous sera proposée par un de nos conseillers en formation.

Conditions d'obtention de la certification

Evaluation intermédiaires

- Exercices d'entraînement pour chaque module
- QCM d'évaluation des connaissances pour chaque module et chaque bloc de compétences
- QCM d'évaluation sur l'ensemble du parcours

Evaluations finales pour l'obtention du titre

- Validation de l'ensemble des études de cas de bloc
- Rédaction d'un dossier écrit
- Soutenance orale du dossier devant un jury de professionnels

SOMMAIRE DES FORMATIONS

Traduction et déploiement de la stratégie globale de l'entreprise

Stratégie d'entreprise.....	9
Création d'entreprise.....	10
Elaborer un business plan.....	11
Concevoir et Manager un projet.....	12

Pilotage des activités de l'unité opérationnelle

Droit des affaires.....	13
Logique financière de l'entreprise.....	14
Gestion budgétaire pour managers.....	15
Dashboarding et Outils de Pilotage Commerciaux.....	16
Méthodes et outils de gestion pour managers.....	17

Pilotage de la transformation digitale

TECODI : Culture et Transformation Digitale.....	18
Conduite du changement et innovation.....	19
Implémenter une politique de Cybersécurité Niveau 2.....	20
Management, Marketing et Communication Startup.....	21
Conduite de Projet Entrepreneurial.....	22
Évaluer la faisabilité et la viabilité d'un projet de création d'activité sur Internet.....	23
Études de marché.....	24
Création de site e-commerce.....	25
Amorçage et Croissance de l'activité.....	26
Optimiser sa gestion du temps et son organisation personnelle.....	27

Veille, prospective et relations publiques

Innovation et business models.....	28
Définir et déployer une veille professionnelle.....	29
Marketing Digital - Webmarketing.....	30
Marketing et Management.....	31
Marketing Stratégique.....	32
Concevoir et développer une stratégie marketing cross-canal.....	33
Construire et déployer sa stratégie commerciale.....	34
Piloter et booster la performance commerciale.....	35
Social Selling.....	36
Mesurer le ROI de ses actions Online / Offline.....	37

Management des hommes et des organisations

Droit social et du travail dans un monde nouveau.....	38
Nouvelles tendances du management.....	39
Manager à distance.....	40
Leadership et Management.....	41
Management transversal.....	42
Réussir sa prise de fonction de Manager.....	43
Animer et encadrer une équipe.....	44

Regroupement méthodologie pédagogique digital learning

KICK-OFF : Comment bien commencer sa formation Visiplus ?.....	46
Apprendre à apprendre.....	46
Comment bien s'organiser pour réussir sa formation e-learning ?.....	46
Savoir rédiger un mémoire professionnel.....	46
Réaliser des présentations professionnelles (PowerPoint).....	46
Réussir sa soutenance devant un jury.....	46
Comment réussir sa soutenance en visioconférence ?.....	46

Regroupement emploi et carrière

Workshop Emploi & Carrières : comment valoriser sa formation professionnelle.....	48
Construire et optimiser son marketing personnel.....	48
Dynamiser son évolution professionnelle.....	48

NB : Le domaine d'activité étudié subissant des évolutions constantes, ce document ne peut être considéré comme contractuel. Par conséquent, ISCOD se réserve le droit de faire évoluer la formation dispensée par rapport notamment à l'amélioration de ses connaissances et aux tendances de l'industrie.



Stratégie d'entreprise

Analyse, diagnostic et outils pour déployer une stratégie

Vous souhaitez être à même de fixer des objectifs à long terme pour votre entreprise, et de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour assurer leur succès ? Cette formation professionnelle vous permet d'acquérir toutes les compétences nécessaires à la conception et la mise en place d'une stratégie d'entreprise efficace : de l'analyse de l'environnement, au pilotage et suivi des actions, en passant par la définition de la stratégie, la construction et le déploiement du plan d'action.

Objectifs

- ▶ Maîtriser les concepts et caractéristiques de la stratégie d'entreprise
- ▶ Mener une analyse stratégique de l'étude au plan d'action
- ▶ Piloter le déploiement de ses principales orientations stratégiques

Présentation de la formation

La stratégie d'une entreprise repose sur l'évaluation de facteurs de différenciation et sur une analyse concurrentielle. Elle est par ailleurs définie par la direction générale, et doit normalement être validée par les actionnaires de l'entreprise pour les structures les plus importantes.

Notre formation Stratégie d'entreprise vous apprend à concevoir la stratégie globale ou corporate strategy, celle qui fixe le cap à suivre sur le long terme. Elle vous permettra de maîtriser les différentes composantes de la réflexion stratégique, de savoir utiliser les techniques et les nouveaux outils digitaux permettant d'analyser l'environnement interne et externe, d'être à même d'interpréter des résultats pour les inclure au mieux dans la prise de décision, ainsi que de concevoir un business plan stratégique.

Pourquoi suivre cette formation ?

Si vous visez un poste dans le top management ou que votre entreprise vous destine à occuper une place dans le comité de direction générale ou à un poste stratégique, il est nécessaire de savoir comment concevoir et **mettre en place efficacement une stratégie d'entreprise**.

Vous faites déjà partie des cadres dirigeants de votre entreprise ? Envisagez de suivre cette *formation en stratégie d'entreprise* pour mettre à jour vos connaissances et monter en compétences : la révolution digitale a entraîné beaucoup de bouleversements dans le domaine du management, comme dans beaucoup d'autres d'ailleurs...

Suivre cette formation vous permettra d'en apprendre plus sur les nouveaux modes de management dans un monde numérique, la stratégie d'innovation du business model, le **management transversal**, le **leadership digital**, les derniers outils permettant d'optimiser **l'organisation de votre temps de travail** etc.

Bon à savoir

Quelle que soit sa taille, l'entreprise se doit de résoudre cette équation à deux inconnues : pérennité = chiffre d'affaires + rentabilité. C'est le résultat de cette formule qui conditionnera son avenir !

Programme

Stratégie d'entreprise, introduction

Qu'est-ce que la stratégie?

Les différents niveaux de stratégie

Les Domaines d'Activités Stratégiques

Qu'est-ce qu'une vision?

Mission-Vision-Objectifs-Valeurs

Construire votre propre vision

Le diagnostic stratégique : Pour quoi? Comment?

Le diagnostic externe: les influences environnementales

Le diagnostic externe : la demande et l'offre

Le diagnostic interne : la chaîne de valeur

Le diagnostic interne : les ressources de l'entreprise

Le diagnostic interne : les compétences

Le diagnostic interne : l'avantage concurrentiel

La matrice de portefeuille

Stratégies Corporate : spécialisation et diversification

Stratégies Corporate : croissance interne

Stratégies Corporate : fusion/ acquisition

Stratégies Corporate : alliance

Stratégies Business/ Concurrentielles

La construction de stratégies concurrentielles

Stratégie d'innovation : Océan Bleu

Océan Bleu : Pour qui? Comment?

Stratégie à l'international – Internationalisation



Création d'entreprise

Acquérir les bases pour modéliser un projet de création d'entreprise

Vous avez pour ambition de créer votre entreprise ? Traduction de votre idée de départ en business, choix de la forme juridique, principes comptables à appliquer, élaboration de votre stratégie d'entreprise... Cette formation vous permet de développer les compétences essentielles pour mener à bien les étapes clés de la création ou de la reprise d'un business.

Objectifs

- ▶ Créer son business model
- ▶ Déployer sa stratégie d'entreprise
- ▶ Maîtriser la boîte à outils du créateur d'entreprise

Présentation de la formation

Le processus de création d'entreprise comprend de nombreuses étapes essentielles à la réussite de votre activité dont notamment : la transformation de votre idée en véritable projet, la réalisation d'une solide étude de la concurrence, le choix du statut juridique de votre structure (ex. : EURL, SARL, autoentrepreneur), l'élaboration et la mise en place de votre stratégie d'entreprise.

Bien entendu cette liste est loin d'être exhaustive : reprendre ou créer une société implique encore de nombreuses autres tâches !

Pour les mener à bien, vous avez besoin d'un certain nombre de compétences et de connaissances que vous pourrez acquérir durant la formation.

Pourquoi suivre cette formation ?

Votre projet de création ou de reprise d'entreprise doit être préparé très soigneusement : du choix de votre business model à celui de la forme juridique de votre société, toutes vos décisions constitueront le « socle » de votre activité, celui sur lequel vous pourrez ensuite vous appuyer pour faire croître votre entreprise et développer votre chiffre d'affaires... Pour partir sur des bases suffisamment solides, mieux vaut suivre l'enseignement de professionnels aguerris spécialisés dans la reprise ou la création de nouvelle structure.

À plus forte raison s'il s'agit de votre première incursion dans l'univers de l'entrepreneuriat et/ou que votre première tentative n'a pas eu le succès escompté, cette formation vous permettra de repérer et corriger vos erreurs.

Bon à savoir

Les premières étapes de la création d'entreprise (ou de la reprise d'entreprise) ne doivent surtout pas être négligées : quand elles sont bien menées, elles présagent déjà du succès d'une société. A contrario, cumuler les erreurs lors de cette phase clé peut vite enterrer les meilleurs projets... Mieux vaut suivre l'enseignement de professionnels pour créer votre entreprise dans les règles de l'art !

Programme

1. Les idées reçues sur la création d'entreprise
2. Votre point de départ : vous et votre idée
3. Transformez votre idée en business
4. Créer votre business model
5. Testez votre idée rapidement
6. Mise en place de votre stratégie
7. Mise en œuvre de vos premiers pas
8. Votre stratégie d'entreprise
9. Votre stratégie de vente avec la méthode AIDA
10. Votre stratégie de communication
11. Trouver un associé ou entrepreneur seul
12. La forme juridique de votre entreprise
13. Comptabilité
14. Choisir son code NAF/APE
15. Les données de vos utilisateurs
16. Protection idée, dépôt de marque
17. La liste des éléments dont vous avez besoin pour créer votre entreprise



Elaborer un business plan

Prendre les bonnes décisions stratégiques et financières

Vous souhaitez créer votre entreprise ? À travers cette formation, nous vous proposons de vous approprier les techniques et outils d'élaboration du Business plan, un document essentiel à la création et au développement de votre business : définition de votre cible, analyse de la concurrence, positionnement stratégique de votre entreprise, plan marketing...

Objectifs

- ▶ Collecter les données nécessaires à l'élaboration du business plan
- ▶ Prendre les bonnes décisions stratégiques et financières
- ▶ Présenter le projet de façon convaincante

Présentation de la formation

Le Business Plan, aussi appelé plan d'affaires ou plan de développement, représente la «feuille de route» de votre projet. Il est notamment utilisé pour formaliser les projets de création d'entreprise, de reprise d'entreprise et de développement d'activité.

Bâti en plusieurs parties, le Business Plan doit notamment aborder les points suivants :

- informations sur le porteur de projet. D'où vient-il? Quel est son parcours?
- les objectifs à atteindre ;
- une analyse du marché et de la concurrence;
- le plan de financement détaillé etc.

Cette formation vous donne les clés pour maîtriser les éléments constitutifs d'un business plan convaincant et vous donner toutes les chances de faire aboutir vos projets.

Pourquoi suivre cette formation ?

La création du Business Plan fait partie des étapes essentielles, pour ne pas dire indispensables, à la création ou la reprise d'une entreprise.

Vous aurez besoin de ce document pour piloter au mieux votre projet entrepreneurial, décrocher les fonds nécessaires au déploiement de votre stratégie ou encore pour convaincre vos futurs partenaires commerciaux.

Concevoir un Business Plan peut aussi être utile pour faire une adjonction d'activité ou, plus largement, dès que vous avez un projet important et/ou très délicat à orchestrer.

Ainsi, toute démarche d'analyse stratégique conduit à l'élaboration d'un business plan.

Ce document doit être conçu selon une méthodologie précise. Il doit contenir impérativement un certain nombre d'informations et de données chiffrées. Ainsi, il est ainsi essentiel d'être bien formé aux bonnes pratiques d'élaboration d'un business plan clé afin de bâtir votre entreprise sur des bases solides.

Bon à savoir

Le Business Plan ne doit pas être confondu avec le Business Model (modèle économique) de l'entreprise. Il s'agit de deux éléments distincts mais complémentaires. En pratique, le Business Model décrit la manière dont l'entreprise souhaite se positionner tandis que le Business Plan détaille et chiffre toutes les actions stratégiques nécessaires.

Programme

Chapitre 1 - L'entrepreneuriat en France
Chapitre 2 - L'idéation
Chapitre 3 - Les business models de l'ère digitale
Chapitre 4 - La posture entrepreneuriale
Chapitre 5 - Les grandes étapes de la création d'activité
Chapitre 6 - Le business model Canvas
Chapitre 7 - Les fondamentaux du business plan
Chapitre 8 - La forme du business plan
Chapitre 9 - Le contenu du business plan
Chapitre 10 - La genèse du projet
Chapitre 11 - La signalétique de l'entreprise
Chapitre 12 - La propriété intellectuelle
Chapitre 13 - L'équipe de fondateurs
Chapitre 14 - Marché, l'environnement
Chapitre 15 - Marché, l'offre

Chapitre 16 - Marché, la demande
Chapitre 17 - Analyse interne
Chapitre 18 - Synthèse des diagnostics et proposition de valeur
Chapitre 19 - La stratégie marketing
Chapitre 20 - Le plan de lancement
Chapitre 21 - L'organisation de l'entreprise
Chapitre 22 - La forme juridique
Chapitre 23 - Le volet financier
Chapitre 24 - L'estimation des ventes
Chapitre 25 - L'évaluation des charges
Chapitre 26 - Le compte de résultat
Chapitre 27 - Le plan de financement initial
Chapitre 28 - Le plan de trésorerie
Chapitre 29 - Le bilan prévisionnel
Chapitre 30 - Le besoin en fonds de roulement

Chapitre 31 - Les prêts bancaires
Chapitre 32 - Les levées de fonds
Chapitre 33 - Les aides à la création
Chapitre 34 - Les projections
Chapitre 35 - Analyse des risques
Chapitre 36 - Les annexes
Chapitre 37 - Les conseils externes
Chapitre 38 - L'accompagnement structurel
Chapitre 39 - Les formalités administratives
Chapitre 40 - Le lean
Chapitre 41 - La présentation générale du projet
Chapitre 42 - Elevator Pitch
Chapitre 43 - La mise à jour du business plan
Chapitre 44 - Conclusion



Concevoir et Manager un projet

Les règles d'or pour manager un projet de A à Z

Vous souhaitez mettre en place et conduire efficacement votre projet ? De la définition des objectifs du projet jusqu'aux livrables, en passant par la planification des tâches et la gestion des risques... Maîtrisez la boîte à outils du manager de projet !

Objectifs

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

Présentation de la formation

En tant que chef de projet, vous êtes garant de sa réussite. Vous devez donc vous assurer que le projet soit né d'une réflexion profonde, et qu'il a bien été confronté à une analyse de faisabilité complète.

C'est également à vous que revient la charge de mobiliser l'ensemble des acteurs qui vont contribuer au projet et cela malgré les aléas et difficultés que rencontreront ces derniers.

Vous veillerez ainsi au bon déroulement de chacune des étapes du projet pour l'amener jusqu'à sa concrétisation.

Définir des objectifs, planification et organisation des tâches, management des équipes, maîtrises des outils du manager de projet 2.0... Cette formation en conception et management de projet vous permet d'acquérir les aptitudes requises à l'élaboration et au pilotage d'un projet de A à Z.

Pourquoi suivre cette formation ?

Pour se démarquer de la concurrence, les principales entreprises repensent leur manière de trouver, de développer et de soutenir des talents en gestion de projets capables de s'adapter aux nouvelles exigences de l'ère numérique.

Avec la révolution digitale, de nombreux outils et méthodes ont fait leur apparition, notamment pour faciliter l'analyse de l'environnement et la prise de décision, optimiser la planification et l'organisation des tâches, ou encore évaluer les risques et les résultats de chaque livrable.

En les maîtrisant, vous optimiserez les performances de votre équipe et vous aiderez votre entreprise à se démarquer de ses concurrents : deux bonnes raisons de suivre une session de formation en conception et management de projet !

Bon à savoir

Le chef de projet est à la fois leader et manager. Il doit être capable de gérer efficacement son équipe, de la motiver tout en planifiant et dirigeant les différentes tâches du projet.

Programme

1. Généralités
2. Qu'est-ce qu'un projet ?
3. Chef de projet
4. L'équipe projet
5. Cycle de vie d'un projet
6. Intégration du projet
7. Les parties prenantes
8. Management de contenu
9. Ressources
10. Planification du projet
11. Coûts
12. Élaborer le budget
13. Risques
14. Qualité
15. Approvisionnements
16. Communication de projet
17. Méthodes agiles
18. Projets digitaux
19. Caractéristiques d'un projet digital



Droit des affaires

Maîtriser les mécanismes juridiques essentiels à la vie d'une entreprise

Vous souhaitez approfondir vos connaissances en droit des sociétés afin de mieux cadrer votre activité ou votre futur projet entrepreneurial ? Cette formation vous donne toutes les clés pour appréhender sereinement les principales règles de fonctionnement des sociétés, ainsi que les mécanismes essentiels du droit des affaires.

Objectifs

- ▶ Maîtriser les principales règles de fonctionnement des sociétés, de la direction aux décisions collectives
- ▶ appliquer les principaux mécanismes du droit des entreprises notamment des entreprises en difficulté
- ▶ identifier les règles de fonctionnement d'un fonds de commerce et d'un bail commercial
- ▶ Cerner les enjeux du droit de la concurrence

Présentation de la formation

L'environnement juridique des entreprises se montre de plus en plus complexe. Or, une simple erreur dans la rédaction d'un acte juridique ou de gestion courante peut avoir de lourdes répercussions !

Mise en cause de la responsabilité juridique et pénale des dirigeants, pénalités financières conséquentes... mieux vaut de solides connaissances afin d'éviter à sa structure des déconvenues évitables.

C'est justement ce que nous vous proposons avec cette formation grâce à laquelle vous détiendrez toutes les clés pour appréhender sereinement les principales règles de fonctionnement des sociétés, ainsi que les mécanismes essentiels du droit des affaires !

Pourquoi suivre cette formation ?

La vie des affaires est régie par des notions techniques évoluant constamment. Il est ainsi essentiel de les connaître et de les maîtriser pour qui est confronté à des questions juridiques dans sa carrière professionnelle dans un milieu business.

Bon à savoir

L'appellation "droit des affaires" est souvent interchangeée par celle de "droit commercial", bien qu'elle ait un champ d'action plus large que cette dernière. Le droit des affaires a en effet vocation à s'appliquer non seulement aux activités commerciales, mais aussi à toutes les autres activités économiques, agricoles, artisanales et libérales.

Programme

Chapitre 1 : Le rôle du pacte d'actionnaires
Chapitre 2 : L'organisation de la gouvernance
Chapitre 3 : La rémunération du dirigeant
Chapitre 4 : Le statut fiscal et social du dirigeant
Chapitre 5 : Le cumul entre un mandat social et un contrat de travail
Chapitre 6 : Le rôle du commissaire aux comptes
Chapitre 7 : Les pouvoirs du dirigeant dans l'ordre interne
Chapitre 8 : Les pouvoirs du dirigeant dans l'ordre externe
Chapitre 9 : La responsabilité civile du dirigeant
Chapitre 10 : Les droits politiques des associés
Chapitre 11 : Les droits financiers des associés
Chapitre 12 : Les droits patrimoniaux des associés
Chapitre 13 : La sauvegarde de la qualité d'associé
Chapitre 14 : Une histoire pour clôturer

Chapitre 15 : La prévention des difficultés
Chapitre 16 : La procédure de sauvegarde
Chapitre 17 : La procédure de redressement judiciaire
Chapitre 18 : La procédure de liquidation judiciaire
Chapitre 19 : En résumé sur le droit des procédures collectives
Chapitre 20 : La notion et le régime juridique du fonds de commerce
Chapitre 21 : La vente du fonds de commerce
Chapitre 22 : La notion et le statut des baux commerciaux
Chapitre 23 : Le régime juridique des baux commerciaux
Chapitre 24 : Le droit de la concurrence
Chapitre 25 : La notion de concurrence déloyale
Chapitre 26 : L'action en concurrence déloyale
Chapitre 27 : L'autorité de la concurrence
Chapitre 28 : Le secret des affaires



Logique financière de l'entreprise

Comprendre les règles de base de la finance d'entreprise

Qui investit dans l'entreprise ? Comment mesure-t-on la performance financière ? Quels sont les paramètres financiers des décisions d'investissement ? Comment analyser la santé financière d'une société ? Autant de points abordés dans le cadre de cette formation qui vise à faire de la finance un outil de gestion efficace pour votre entreprise.

Objectifs

- ▶ Découvrir les mécanismes de base de la finance d'entreprise
- ▶ Appréhender les acteurs de la finance d'entreprise
- ▶ Maîtriser les documents financiers de l'entreprise
- ▶ Se préparer aux grands moments financiers dans l'entreprise

Présentation de la formation

Création, expansion, stabilisation, restructuration... Chacune des grandes étapes du cycle de vie d'une entreprise nécessite de prendre de nombreuses décisions stratégiques, s'appuyant elles-mêmes sur plusieurs facteurs.

Cette formation professionnelle vous permet de maîtriser l'un des plus importants d'entre eux, à savoir : la dimension financière de l'entreprise.

Cette dernière occupe notamment une place essentielle dans :

- l'élaboration et le déploiement de votre stratégie de développement, les objectifs que vous pouvez atteindre dépendant grandement de votre capacité de financement ;
- vos obligations légales. La tenue de divers documents comptables est en effet obligatoire : leur nombre est ou plus moins important en fonction du type de structure (ex. : SARL, EURL) ;
- divers échanges. En tant que chef d'entreprise ou manager, vous pouvez avoir directement affaire au service financier, au service comptabilité ou encore aux commissaires aux comptes.

Pourquoi suivre cette formation ?

Pour un manager, maîtriser et développer ses compétences en gestion financière est nécessaire pour mesurer la performance de son entreprise, atteindre plus facilement ses objectifs, rentabiliser au mieux ses différents investissements...

Start-up, PME, PMI... Quelle que soit la taille, la forme juridique et le secteur d'activité de votre société, il est toujours nécessaire de prendre en compte la dimension financière dans vos différentes décisions de gestion.

Qui investit dans l'entreprise ? Comment mesure-t-on la performance financière ? Quels sont les paramètres financiers des décisions d'investissement ? Comment analyser la santé financière d'une société ? Autant de points abordés dans le cadre de cette formation qui vise à faire de la finance un outil de gestion efficace.

Bon à savoir

L'analyse des ressources financières fait partie des principales techniques de diagnostic interne d'une entreprise. Les différents soldes et ratios calculés reflètent la vitalité de votre structure et vos capacités d'investissement.

Programme

1. Les principes de la comptabilité en partie double
2. Les différents documents comptables
3. Savoir lire un compte de résultat
4. Savoir lire un bilan
5. Comprendre le tableau de financement
6. Le tableau de flux de trésorerie
7. Les différents types de cash-flow
8. Le budget de trésorerie
9. L'écosystème de l'entreprise
10. L'enjeu de la création
11. La levée des fonds
12. La gestion de la croissance : la gestion du bfr
13. Gérer les difficultés financières
14. Les différents types de marges
15. Comprendre l'effet de levier
16. Le point mort
17. La rentabilité économique
18. La rentabilité financière
19. Les différents ratios financiers
20. Comptes sociaux et comptes consolidés
21. Le hors-bilan
22. Les normes IFRS
23. Financer un Projet d'investissement
24. Les différentes méthodes de valorisation d'une entreprise



Gestion budgétaire pour managers

Construire et piloter son budget

Vous souhaitez être à même d'élaborer des modèles budgétaires ? Vous aimeriez savoir comment argumenter au mieux pour justifier vos budgets, et mieux les piloter au quotidien ? Ces éléments représentent autant d'étapes et outils qu'il est désormais nécessaire de maîtriser pour manager efficacement une entreprise à l'ère du digital !

Objectifs

- ▶ Construire son modèle budgétaire
- ▶ Élaborer et défendre son budget
- ▶ Piloter son budget pour agir

Présentation de la formation

Savoir établir et gérer efficacement un budget fait partie des compétences indispensables à tout bon manager.

En pratique, la gestion budgétaire englobe différentes missions. Parmi les principales d'entre elles figurent l'établissement du budget prévisionnel, la négociation budgétaire auprès de sa hiérarchie ou du client, le pilotage et le suivi du budget, ou encore l'analyse des écarts budgétaires.

La gestion de budget requiert ainsi de solides capacités d'analyse, d'anticipation et d'adaptabilité. Dans ce contexte, cette formation en gestion de budget pour managers vous permettra de maîtriser toutes les techniques et outils nécessaires pour remplir au mieux vos missions de manager liées à la gestion budgétaire.

Pourquoi suivre cette formation ?

Concevoir et piloter un budget fait partie des missions d'un manager. La formation Gestion budgétaire pour Managers a pour objectif de réduire le risque de pertes et optimiser le rendement de vos différents projets.

Cette formation vous aidera ainsi à découvrir les nouveaux outils de budgétisation, à adopter les bonnes pratiques de la gestion de budget, mais aussi plus largement, à optimiser votre gestion au quotidien et booster votre efficacité au travail.

Bon à savoir

Un manager peut être appelé à définir et gérer des budgets très différents. Dans le top management, citons par exemple le budget de chiffre d'affaires (prévisionnel des ventes de l'entreprise), le budget des investissements ou encore le budget de trésorerie global.

Programme

1. Le contrôle budgétaire au sein du système de gestion de l'entreprise
2. Du long terme au court terme
3. Les différents budgets et leur articulation
4. Construction des budgets de coûts de production de biens ou services mesurables
5. Les méthodes classiques de construction des budgets fonctionnels
6. D'autres méthodes pour construire les budgets fonctionnels
7. Le budget des charges de personnel
8. Synthèse des budgets dans les états financiers prévisionnels
9. Le processus budgétaire
10. Construire et négocier le budget de son centre de responsabilité
11. Le contrôle budgétaire : piloter son budget pour agir
12. Analyse de l'écart commercial
13. Analyse de l'écart sur coûts unitaires variables
14. Analyse de l'écart sur coûts fixes
15. Analyse des écarts sur le coût d'un projet
16. Des écarts calculés à l'action
17. L'entreprise sans budget ?



Dashboarding et Outils de Pilotage Commerciaux

Mesurer et piloter la performance commerciale

Piloter correctement ses équipes commerciales nécessite de construire des outils de suivi de la performance efficaces. Comment définir les outils et les indicateurs à utiliser ? Cette formation pratique vous donnera toutes les clés pour créer le dashboard idéal et accompagner au mieux votre équipe commerciale en fonction des résultats obtenus.

Objectifs

- ▶ Identifier les bons indicateurs pour suivre les actions des équipes commerciales
- ▶ Maîtriser la conception d'un tableau de bord commercial
- ▶ Piloter la performance commerciale et manager son équipe en s'appuyant sur son dashboard commercial

Présentation de la formation

Le dashboard commercial ou « tableau de bord commercial » fait partie des outils d'analyse et de pilotage essentiels au développement de l'entreprise.

Quand il est bien construit il permet, entre autres :

- de prendre des décisions rapides en s'appuyant sur une évaluation chiffrée des activités de l'équipe commerciale ;
- d'effectuer des prévisions de ventes ;
- d'anticiper les besoins en recrutement ;
- d'évaluer la réalisation des objectifs en termes de chiffres d'affaires ou de parts de marché par exemple ;
- d'adapter votre stratégie afin de booster l'efficacité de votre équipe commerciale.

En résumé, il s'agit à la fois d'un outil d'aide à la décision, d'un outil de pilotage commercial et d'un levier de performance. Si sa conception demande beaucoup d'attention, elle est facilitée par l'apparition d'outils digitaux de plus en plus perfectionnés, permettant notamment de collecter les données essentielles au suivi des actions de vos commerciaux, de les visualiser et de les analyser.

Pourquoi suivre cette formation ?

Dans un contexte économique tendu, les exigences qui pèsent sur le manager commercial sont de plus en plus lourdes. Pour y répondre, il doit fédérer et coacher efficacement son équipe jusqu'à l'atteinte des objectifs et faire preuve de réactivité, en appliquant rapidement les correctifs nécessaires en cas d'écart sur résultat.

Définition des objectifs, choix et hiérarchisation des KPI (Key Performance Indicators), outils d'affichage à utiliser pour visualiser facilement les résultats : cette formation vous permet de vous approprier toutes les bonnes pratiques pour piloter vos équipes et votre portefeuille d'affaires, mesurer l'efficacité des actions commerciales passées ou en cours et adapter votre stratégie en fonction.

Bon à savoir

Pour que votre dashboard commercial soit véritablement efficace, vous devez faire adhérer vos équipes à l'utilisation des outils de pilotage : bonne communication et sens de la pédagogie sont les clés pour réussir.

Programme

1. Pourquoi piloter son activité ?
2. Pour qui ?
3. L'action commerciale
4. Les bases du pilotage
5. Les acteurs
6. Le « reporting »
7. Où trouver son inspiration ?
8. Différence entre « dashboarding » et outils de pilotage
9. Les différents outils
10. Le cas spécifique du digital
11. Avoir le bon outil pour la bonne utilisation
12. Structurer, organiser et hiérarchiser
13. Les objectifs
14. Les stratégies
15. Les activités
16. les ICP
17. Les résultats
18. Fréquence de mise à jour et de communication
19. Automatisation et industrialisation
20. Communiquer avec des tableaux de bord
21. Améliorer la performance commerciale
22. Manager son équipe



Méthodes et outils de gestion pour managers

Mesurer, analyser, optimiser, contrôler pour piloter son unité

Vous souhaitez maîtriser les méthodes managériales les plus performantes ainsi que tous les outils nécessaires à la gestion de votre activité ? Identifiez et appréhendez les meilleures pratiques de pilotage, apprenez à construire un tableau de bord de gestion efficace ... Pour optimiser les performances de votre équipe, limiter les risques et contrôler vos budgets.

Objectifs

- ▶ Analyser ses coûts pour améliorer sa performance
- ▶ Construire son modèle budgétaire
- ▶ Optimiser les ressources
- ▶ Mettre en place les outils de contrôle et de pilotage adéquats

Présentation de la formation

Dans le management, la notion de « gestion » est très vaste. Il faut à la fois être en mesure de piloter diverses stratégies, gérer un projet de A à Z, encadrer et coordonner le travail de son/ses équipes, gérer un budget, etc.

En bref : les managers gèrent des ressources très différentes pour atteindre leurs objectifs. Il peut s'agir de ressources financières, humaines, logistiques, matérielles... Sans parler de la gestion du temps !

Bien maîtriser les outils permettant de piloter et de monitorer ces différentes dimensions du management s'avère alors indispensable. Cette formation vous permettra ainsi de mieux analyser vos coûts, d'optimiser vos ressources, et bien sûr de mettre en place les outils de contrôle et de pilotage adéquats.

Pourquoi suivre cette formation ?

Tout manager veille à assurer une gestion efficace et performante de son service ou de son activité, afin d'allier pilotage des performances et bonnes décisions de gestion.

Afin d'anticiper, analyser et réagir, il est nécessaire de maîtriser les outils de gestion indispensables au pilotage des leviers de la performance (plans, budgets, tableaux de bord, business plan, comptabilité analytique...).

Cette formation permettra ainsi aux managers de maîtriser les outils de gestion dans le but de mesurer et analyser les résultats, d'optimiser l'allocation des ressources, ainsi que de mettre en place des outils de suivi et des correctifs appropriés.

Bon à savoir

Les fonctions du manager sont en pleine évolution sous l'action conjuguée de la transformation digitale et de l'internationalisation des entreprises. S'il reste un gestionnaire avisé, il doit également être un leader, un coach et un moteur d'innovation... Au fil du temps, le profil du manager moderne s'éloigne de plus en plus du « traditionnel » manager hiérarchique.

Programme

Chapitre 1 - L'environnement de la gestion d'entreprise
Chapitre 2 - Gestion des coûts et des budgets dans l'entreprise
Chapitre 3 - Typologie des charges
Chapitre 4 - Typologie des coûts
Chapitre 5 - Les coûts partiels : le calcul du seuil de rentabilité
Chapitre 6 - La méthode du coût variable et du coût spécifique
Chapitre 7 - Les coûts complets : méthode des centres d'analyse
Chapitre 8 - Les coûts complets : méthode ABC
Chapitre 9 - L'analyse des charges indirectes
Chapitre 10 - Les prestations réciproques
Chapitre 11 - Le calcul du coût de revient avec stock intermédiaire

Chapitre 12 - Le cas des stocks de produits en cours
Chapitre 13 - La prise en compte des produits joints
Chapitre 14 - Le traitement des charges fixes : la technique de l'imputation rationnelle
Chapitre 15 - La gestion budgétaire : la démarche prévisionnelle
Chapitre 16 - La gestion budgétaire des ventes : la méthode de MAYER
Chapitre 17 - La gestion budgétaire des ventes : la méthode des moindres carrés
Chapitre 18 - La gestion budgétaire des ventes : la méthode des coefficients saisonniers
Chapitre 19 - La gestion budgétaire des ventes : la méthode par corrélation
Chapitre 20 - L'élaboration du budget des ventes
Chapitre 21 - Le contrôle budgétaire des ventes

Chapitre 22 - Le budget de production
Chapitre 23 - Le coût standard
Chapitre 24 - Les écarts sur le budget de production
Chapitre 25 - Le budget des approvisionnements
Chapitre 26 - Le passage des budgets aux tableaux de bord
Chapitre 27 - L'analyse des écarts
Chapitre 28 - Le coût cible et l'analyse de la valeur
Chapitre 29 - L'arbitrage des choix : la méthode Pareto
Chapitre 30 - L'arbitrage des choix : la méthode Ishikawa
Chapitre 31 - L'arbitrage des choix : la méthode QQOQCCP
Chapitre 32 - L'arbitrage des choix : la matrice de décision
Chapitre 33 - Exemple et mise en situation



Culture et Transformation Digitale

Maîtriser les fondamentaux du digital

Vous souhaitez mieux appréhender tous les enjeux de la digitalisation ? Cette formation axée sur la culture digitale vous fournit les grilles d'analyse pour comprendre l'écosystème et les nouveaux usages/technologies liés à la digitalisation, et vous donne les clés pour vous adapter et profiter des opportunités offertes par le digital.

Objectifs

- ▶ Comprendre l'écosystème et les nouveaux usages et technologies liés à la digitalisation
- ▶ Se familiariser avec les derniers outils du digital
- ▶ Appréhender les enjeux de la transformation digitale pour les entreprises
- ▶ Savoir s'adapter et profiter des opportunités offertes par le digital

Présentation de la formation

La digitalisation transforme durablement et en profondeur l'écosystème d'une entreprise : business model, métiers, système d'information... Mais ces transformations sont complexes dans la mesure où elles mêlent technologie, attentes clients et stratégies concurrentielles.

Ainsi, s'il existe un réel consensus autour de la nécessité de la transformation digitale de l'entreprise, dans les faits, tout n'est pas simple. La technicité, les coûts, mais aussi la résistance au changement constituent bien souvent des freins à la transformation digitale des entreprises.

Autant d'obstacles que nous vous proposons de surmonter grâce à notre formation transformation digitale dédiée. Cette formation TECODI : Culture et transformation digitale vous permettra de cerner les enjeux de cette transformation, et toutes les clés pour vous adapter et pour tirer profit des opportunités offertes par le digital.

Pourquoi suivre cette formation ?

Le digital touche, aujourd'hui, tous les services de l'entreprise. Véritable levier d'innovation, de développement et de succès, il défait les silos et modifie les fonctionnements, aussi bien en interne qu'auprès des consommateurs. Quel que soit votre métier, vous êtes désormais, au cœur de cette transformation digitale, mais vous n'avez pas forcément la même approche de cette dernière et il vous est parfois difficile de vous y retrouver, car le web et ses bonnes pratiques évoluent très rapidement !

Accompagner votre marque dans les changements liés aux enjeux de la transformation digitale des entreprises et assurer le succès de cette transition, nécessite d'améliorer votre connaissance de la culture digitale et du webmarketing. Vous évoluez dans le domaine de la communication et du marketing où vous aspirez à y orienter votre carrière ? Découvrez les nouveaux métiers du numérique et appréhendez les effets d'une formation diplômante dédiée à la culture et à la transformation digitale.

Bon à savoir

« Les entreprises qui opèrent une transformation digitale sont 26% plus rentables que leurs concurrents » *The MIT Initiative on the Digital Economy (IDE)*

Programme

Partie 1 : La révolution digitale

- 1 : La révolution digitale
- 2 : Le vocabulaire
- 3 : Usages
- 4 : Technologies
- 5 : Focus sur... l'intelligence artificielle
- 6 : Focus sur... la blockchain
- 7 : Acteurs du marché
- 8 : Acteurs du marché #média
- 9 : Acteurs du marché #Chine
- 10 : Acteurs du marché #Europe #France

Partie 2 La transformation digitale

- 11 : Le « pourquoi » de la transformation digitale
- 12 : Le « comment » de la transformation digitale
- 13 : L'audit de maturité digitale

Partie 3 : La sécurité informatique

- 14 La sécurité informatique : une nécessité !
- 15 : Principales techniques de hacking

- 16 : Bonnes pratiques pour se protéger

Partie 4 : Le big data

- 17 : Définition du big data
- 18 : Être data-driven ?
- 19 : Applications du big data

Partie 5 : Le mobile

- 20 : Mobile everywhere
- 21 : Nouveaux usages mobiles
- 22 : UX et ergonomie mobile
- 23 : Marketing mobile

Partie 6 : Le contenu

- 24 : Digital storytelling
- 25 : Brand content et content marketing
- 26 : Le contenu multimédia : Textuel + Visuel + Auditif
- 27 : Du contenu pour être vu

Partie 7 : La publicité sur Internet

- 28 : POEM & contexte phigital
- 29 : Publicité et émotions
- 30 : Publicité et data

Partie 8 : La puissance du web social

- 31 : Les fondamentaux du web social
- 32 : Influence sur les médias sociaux grand public
- 33 : Influence sur les médias sociaux pro
- 34 : Enjeux et gestion de son e-réputation

Partie 9 : La relation client

- 35 : Être customer centric
- 36 : Outils customer-centric
- 37 : UX : design et gamification

Partie 10 : E-Commerce

- 38 : Les chiffres du marché e-commerce
- 39 : Du (e)commerce au commerce
- 40 : Du commerce protéiforme
- 41 : Du commerce seamless

Partie 11 : Analyse de la performance

- 42 : Stratégie de pilotage de la performance du marketing digital
- 43 : Outils de suivi de la performance du marketing digital
- 44 : Méthodes d'optimisation

Partie 12 : Le monde du travail à l'ère digitale

- 45 : Les RH à l'ère digitale
- 46 : Manager et travailler à l'ère digitale
- 47 : Collaborer à l'ère digitale
- 48 : Les nouvelles méthodes de travail à l'ère du digital
- 49 : Les nouveaux business modèles à l'ère du digital

Partie 13 : La veille

- 50 : Qu'est-ce que la veille ?
- 51 : Process de veille
- 52 : Veille sur les Internets



Conduite du changement et innovation

Manager l'innovation et accompagner les collaborateurs

Méthodologie SCRUM, Design Thinking, méthodes de créativité, peer review, idéation et prototypage... Ce module de formation professionnelle se concentre sur les meilleurs outils et techniques à utiliser en conduite du changement et recherche d'innovation. Des disciplines essentielles, à maîtriser absolument pour devenir un manager 2.0 ou un chef d'entreprise à l'ère du digital !

Objectifs

- ▶ Évaluer le potentiel d'innovation de votre équipe
- ▶ Mettre en place un environnement facilitant l'innovation continue pour vous et votre équipe
- ▶ Mettre en œuvre les pratiques managériales qui « boosteront » l'innovation

Présentation de la formation

De nos jours, les techniques de conduite du changement riment souvent avec «faire accepter l'introduction de nouvelles technologies dans le fonctionnement de l'entreprise». Logique, car la plupart des sociétés sont en train d'effectuer leur transformation digitale.

Cependant, leur rôle va bien au-delà de ça: elles peuvent servir à piloter de nombreuses innovations et transformations, comme une fusion d'équipes après une restructuration par exemple. Si plusieurs méthodes peuvent être employées, celles dans l'esprit bottom-up (approche ascendante, des collaborateurs vers le manager) sont privilégiées.

Cette formation est concentrée sur trois des grandes priorités des managers et des dirigeants d'entreprise modernes, à savoir:

- innover, en concevant et proposant de nouveaux produits et services bien sûr, mais aussi en adoptant des techniques de management moderne;
- s'adapter constamment aux évolutions rapides de son environnement, notamment en cultivant l'agilité dans sa prise de décision;
- accompagner son équipe dans le changement.

Pourquoi suivre cette formation ?

Révolution digitale oblige, les entreprises doivent désormais être capables de s'adapter en permanence et de faire preuve de solides capacités d'innovation. Ce phénomène explique l'incroyable essor des techniques de change management 2.0, parmi lesquelles figurent les célèbres méthodes agiles.

D'abord employées par les start-ups, elles s'invitent désormais dans l'organisation des plus grandes sociétés. Leur maîtrise est vivement recommandée si vous voulez créer votre propre structure ou reprendre une entreprise: elles vous permettront d'optimiser votre compétitivité.

Vous êtes un manager confirmé? Même si vous avez déjà une expérience professionnelle certaine, il reste conseillé de vous approprier les nouvelles méthodes pour cultiver l'agilité dans votre entreprise: elles sont très différentes de celles employées dans le traditionnel top-down management.

Bon à savoir

L'intégration du changement en continu repose sur plusieurs piliers. Parmi les principaux d'entre eux figurent l'awareness organisationnelle (capacité d'écoute de l'entreprise), la confiance et la culture du risque. Contrairement à ce que son nom pourrait laisser croire, cette dernière ne consiste pas à prendre des risques inconsidérés : il s'agit plutôt de les minimiser et de transformer les éventuelles erreurs en moteur d'innovation.

Programme

1. Innover, c'est mettre en œuvre
2. 12 façons d'innover
3. Les bases d'une stratégie d'innovation
4. « Océan Bleu », ou la stratégie de la disruption
5. Un impératif : se différencier
6. Le canevas stratégique de l'innovation
7. Concilier Ordre et Désordre
8. Le premier pilier : la confiance et le droit à l'erreur
9. Les leviers pour installer la confiance
10. Le deuxième pilier : la dynamique collective
11. Le troisième pilier : la motivation
12. Travaillez les « motivations supérieures » !
13. Du nouveau sur la motivation
14. S'engager vers l'innovation ou le changement : du contrôle à l'autonomie des équipes
15. Capacité à innover : le diagnostic
16. Le processus créatif
17. Divergence et convergence : les méthodes de la créativité collective
18. Le Design Thinking : principes directeurs
19. Les 3 premières phases du Design Thinking : empathie / écosystème / idéation
20. Les phases 4 et 5 : prototypage & test / itérations
21. Les principes du développement agile
22. Les méthodes agiles en pratique
23. SCRUM : les bases / l'équipe
24. Le travail selon SCRUM : le « Backlog Produit » et le « Sprint »
25. Comment commencer avec SCRUM ?
26. Avantages et limites de SCRUM et des méthodes agiles
27. Nouvelles compétences, nouvelles qualités
28. Le Manifeste Agile à la rescousse !
29. Trois mots-clés pour conclure



Implémenter une politique de Cybersécurité Niv 2

Organiser la sécurité numérique en entreprise

Vous souhaitez faire de l'espace informatique de votre organisation un espace plus sûr ? Cette formation vous permettra d'appréhender et de maîtriser les concepts liés à l'organisation et à la mise en place d'une cybersécurité efficace en entreprise.

Objectifs

- ▶ Appréhender les méthodes pour organiser durablement la cybersécurité en entreprise
- ▶ Mettre en place une hygiène cybersécurité de base en entreprise
- ▶ Prévoir et réagir à une cyberattaque
- ▶ Identifier les prestations de cybersécurité adaptées à ses besoins

Présentation de la formation

Une cyberattaque peut avoir des impacts catastrophiques sur une entreprise : vol de données, impacts sur la réputation, pertes financières, etc. Ce quelle que soit la taille de sa structure.

Pour autant, il n'existe pas de fatalité : lorsque la simple bonne volonté des employés ne suffit plus à maintenir un niveau de sécurité adéquat, il est temps de passer à la vitesse supérieure !

Cette formation vous permettra ainsi de maîtriser les concepts liés à l'organisation et à la mise en place d'une cybersécurité efficace en entreprise.

Pourquoi suivre cette formation ?

Croissance du numérique oblige, les cyberattaques sont de plus en plus importantes, tant en nombre qu'en intensité. Il est donc devenu essentiel de protéger toutes les données en circulation sur le web.

La cybersécurité est donc devenue un enjeu majeur pour toutes les organisations publiques ou privées.

Grâce à cette formation, implémentez une stratégie sécuritaire efficace au sein de votre organisation!

Bon à savoir

En France, 9 entreprises sur 10 sont touchées par des attaques ou tentatives d'attaques. 43% d'entre elles sont des PME, or seulement 17% des PME disposent de moyens de défense et d'assurance contre les cyberattaques.

Programme

1. Les systèmes d'informations
2. Les cyber-attaques contre des entreprises
3. Paysage institutionnel de la cybersécurité
4. Implémenter la cybersécurité en entreprise
5. Organisation de la cybersécurité
6. Sensibiliser les collaborateurs à la cybersécurité
7. Sécuriser l'accès aux ressources
8. Sauvegarder les données
9. Sécuriser un réseau informatique
10. Maintenir un parc à jour
11. Sécuriser les postes de travail
12. Sécuriser un site web
13. Réagir à un incident de cybersécurité
14. Souscrire une assurance cyber
15. Faire appel à des prestations de cybersécurité
16. Effectuer une veille cybersécurité



Management, Marketing et Communication Startup

Maîtriser la boîte à outils du startupper

Vous souhaitez monter votre startup ? Cette formation vous permet d'acquérir toutes les compétences clés en marketing, management et communication pour réussir son lancement.

Objectifs

- ▶ Savoir manager sa startup
- ▶ Maîtriser les outils du startupper
- ▶ Mettre en place et déployer une stratégie de communication efficace lors du lancement de sa startup

Présentation de la formation

Cette formation professionnelle est spécialisée dans les outils de management, de communication et de marketing utiles pour les créateurs de startups.

Elle développe notamment les techniques de management du futur, le processus Agile, le Growth Hacking, le content marketing et passe en revue les derniers outils notamment ceux du manager 2.0.

Pourquoi suivre cette formation ?

Pour lancer et développer votre activité de manière exponentielle, vous devez maîtriser, entre autres, les modes de management 2.0, orientés vers l'organisation horizontale et le travail collaboratif. Sans oublier les techniques de web marketing et de communication digitale les plus innovantes !

Dans la mesure où elles sont éloignées des techniques de marketing, de management et de communication traditionnelles, assimiler ces nouvelles méthodes par soi-même est un travail souvent long et délicat, même pour les professionnels les plus expérimentés :

Il est ainsi judicieux de suivre une formation professionnelle spécialisée pour acquérir rapidement toutes les connaissances et compétences nécessaires au développement de votre start-up BtoB ou BtoC !

Bon à savoir

Pour bien cerner les objectifs de cette formation, il faut savoir qu'une startup (ou start-up) n'est pas une entreprise comme les autres. Compte tenu de ses particularités, elle ne se dirige pas de la même manière que les autres structures. Pour la développer, vous avez notamment besoin de maîtriser les techniques de management les plus innovantes...

Programme

1. Introduction management Startup
2. Le management du futur (donner de la liberté, mais fixer des objectifs)
3. Répondre au besoin de grossir rapidement son équipe
4. Apprentissage constant et mission de l'entreprise
5. Processus agile
6. Les outils à utiliser pour bien manager
7. Les canaux de communication à utiliser
8. La création du contenu et création de communauté
9. L'achat d'espace publicitaire
10. Les partenariats
11. La crédibilité
12. Les objectifs
13. Le positionnement marketing
14. Le budget
15. Le ROI
16. Le planning éditorial
17. Les bons outils à utiliser pour la communication



Conduite de Projet Entrepreneurial

Structurer et mettre en œuvre un projet de création/reprise d'entreprise

Vous comptez bientôt lancer votre propre activité ? Nous vous proposons une formation pour acquérir les nombreuses compétences indispensables à la conduite de projet entrepreneurial : création du business model canvas, gestion des coûts, anticipation des risques, techniques de management, de communication et de marketing...

Objectifs

- ▶ Appréhender les particularités liées au statut d'indépendant
- ▶ Structurer son projet de création reprise d'entreprise
- ▶ Mettre en œuvre un projet entrepreneurial cohérent, acceptable par le marché, finançable et durable

Présentation de la formation

Cette formation vous apprend comment remplir l'une des tâches les plus difficiles pour les futurs créateurs et repreneurs d'entreprises. À savoir : comment piloter efficacement votre projet de création ou de reprise d'entreprise.

En pratique, la conduite de projets entrepreneuriaux regroupe de très nombreuses missions comme :

- effectuer une étude de marché et interpréter ses résultats pour préparer votre stratégie commerciale ;
- identifier les différentes ressources nécessaires au lancement de votre entreprise ;
- maîtriser les grands principes de la gestion (ex. : seuil de rentabilité, plan de financement) ;
- présenter et défendre votre projet auprès de différents interlocuteurs (ex. : banques, investisseurs), etc.

Cette formation permet donc de développer une grande palette de compétences indispensables au lancement de votre future entreprise, quel que soit le secteur d'activité.

Pourquoi suivre cette formation ?

Entre autres effets notables, l'essor du digital a provoqué une forte recrudescence de la concurrence dans tous les secteurs d'activité (ou presque). Rien d'étonnant à cela, sachant que les clients peuvent désormais choisir facilement entre des centaines d'offres sur la toile.

Dans ce contexte, bâtir et piloter un projet entrepreneurial viable est loin d'être une tâche aisée. C'est encore plus vrai si vous n'avez encore aucune expérience dans la matière...

Cette étape occupe une place fondamentale pour réussir le lancement de votre entreprise.

Cette formation vous permettra notamment de mieux structurer votre projet d'entreprise et de gagner confiance en vous : un atout pour convaincre plus facilement vos futurs partenaires commerciaux, votre banque et/ou vos éventuels investisseurs.

Bon à savoir

Sous l'expression "conduite de projet entrepreneurial" se dissimulent plusieurs tâches fondamentales pour lancer votre activité. Pour les mener à bien, vous devez tenir compte des récentes évolutions du marché, fortement impactées par la digitalisation.

Programme

1. Esprit entrepreneurial
2. Identifier ses besoins
3. Les grandes étapes
4. Business model canvas : de l'idée au projet
5. Identification des leviers et des freins
6. Du business plan au cahier des charges
7. Passer au lean canvas
8. Gestion de projet - ressources
9. Gestion de projet - planification
10. Gestion de projet - coûts
11. Gestion de projet - risques et rentabilité
12. Se préparer au pivot
13. Marketing, communication et commerciale
14. Les enjeux du digital pour l'entrepreneur
15. Savoir entreprendre = savoir manager
16. Influences juridiques
17. Dépôt de marque



Évaluer la faisabilité et la viabilité d'un projet de création d'activité sur Internet

Adopter une approche stratégique pour assurer le succès de son entreprise

Vous souhaitez assurer vos arrières avant de lancer votre projet d'entreprise online ? Vous aimeriez être à même d'évaluer le potentiel de votre idée de business en ligne ? Cette formation vous donne toutes les clés pour évaluer la faisabilité de votre projet ainsi que sa viabilité, et vous permettra ainsi de vous lancer sereinement avec une approche stratégique solide.

Objectifs

- ▶ Formaliser une idée pour la transformer en projet d'activité
- ▶ Réaliser une étude de marché
- ▶ Chiffrer un projet de création d'activité professionnelle sur internet
- ▶ Intégrer la démarche marketing dans la stratégie de performance de l'entreprise

Présentation de la formation

Se lancer dans un projet d'entrepreneuriat demande une bonne dose de préparation, et le lancement d'une activité sur internet ne déroge pas à la règle.

Monter son site, ouvrir ses réseaux sociaux... ces démarches peuvent paraître très faciles et rapides avec les bons outils, mais le lancement d'une activité en ligne doit être accompagné d'une approche stratégique solide si on veut qu'elle dure dans le temps.

Comment transformer son idée en véritable projet d'activité ? Comment évaluer le coût de son lancement ? Cette formation vous permettra de maîtriser les étapes préalables au lancement de votre activité online afin de la faire évoluer en business pérenne !

Pourquoi suivre cette formation ?

Avant de se lancer dans la mise en œuvre d'un projet, il est absolument essentiel de se demander si le projet sera rentable, réalisable ou encore si l'entreprise dispose des ressources (financières, compétence, ...) pour le mettre objectivement en œuvre.

Ne remettez pas le succès de votre projet d'activité online entre les mains du hasard ! Grâce à cette formation, planifiez son lancement de manière stratégique en maîtrisant toutes les étapes majeures d'une étude de faisabilité.

Bon à savoir

Une étude de marché a pour but de valider votre idée de business grâce à des informations économiques. Elle vous permet d'affiner votre offre commerciale, de vous démarquer de la concurrence et de créer votre clientèle.

Programme

- Chapitre 1 - La naissance d'une idée
- Chapitre 2 - L'équipe "projet"
- Chapitre 3 - De l'idée au concept
- Chapitre 4 - La cible
- Chapitre 5 - Le marché
- Chapitre 6 - Les concurrents
- Chapitre 7 - Site marchand ou vitrine ?
- Chapitre 8 - Est-ce faisable ?
- Chapitre 9 - Le bon statut
- Chapitre 10 - Chiffrer le projet
- Chapitre 11 - Calculer le seuil de rentabilité
- Chapitre 12 - Les bases de la démarche marketing
- Chapitre 13 - Vision ROIste de la démarche marketing



Études de marché

Maîtriser la méthodologie d'une analyse marketing

Vous souhaitez mieux connaître vos concurrents directs et indirects, établir au mieux votre stratégie commerciale, et asseoir la crédibilité de votre projet aux yeux de votre hiérarchie ou de vos partenaires commerciaux ? Customer journey map, construction de personas, indicateurs de marché, analyse concurrentielle, focus group, entretien introspectif... Notre formation vous permettra de maîtriser les meilleurs outils et méthodes off et online pour réaliser vos études de marché et orienter efficacement vos décisions marketing !

Objectifs

- ▶ Comprendre les enjeux de l'étude de marché
- ▶ Maîtriser le recueil et l'analyse des besoins
- ▶ Mettre en œuvre et exploiter une étude fiable

Présentation de la formation

La réalisation d'études de marché nécessite un grand travail de collecte et d'analyse de données afin, entre autres, de :

- vous assurer que la clientèle que vous ciblez existe réellement. Avez-vous assez de clients pour que votre projet soit viable ? Sont-ils suffisamment solvables ?
- définir plus précisément vos produits ou vos services en fonction de vos différentes cibles;
- fixer le prix juste, selon les tarifs pratiqués par la concurrence, les attentes de vos clients et vos propres objectifs de rentabilité;
- estimer votre part de marché potentielle et votre chiffre d'affaires prévisionnel;
- affiner le choix de vos techniques de vente, de distribution et de communication autour de vos produits et/ou services.

Une étude de marché doit notamment être effectuée lors de la création d'une entreprise: elle est alors intégrée au business plan.

Notre formation Études de marché vous permettra ainsi de maîtriser les techniques et outils spécialisés nécessaires à la réalisation d'une étude de marché fiable, de manière qualitative et quantitative.

Pourquoi suivre cette formation ?

Quand le travail d'exploration marketing est bien effectué, il permet de réduire drastiquement les incertitudes et les risques liés à votre projet.

Plus largement, l'étude de marché représente un outil précieux pour réussir le lancement de nouveaux produits/de nouvelles gammes ou pour réorienter le cap de votre marque. Autant dire que cette étape ne doit surtout pas être négligée! Elle vous permettra de mieux cerner les évolutions de votre environnement économique.

Bon à savoir

La méthode des personas ou personae, largement utilisée en marketing, a été créée par le célèbre développeur américain Alan Cooper. Elle a d'abord été utilisée pour optimiser l'ergonomie des sites web. Depuis, elle s'invite dans de nombreux autres domaines.

Programme

1. Qu'est-ce qu'un marché ?
2. Indicateurs de marché : approche
3. Analyse des clients dans une étude de marché
4. Motivations et freins d'achat
5. Analyse concurrentielle (benchmark)
6. Le « non-marché » existe-t-il ?
7. Cadrage de l'étude de marché
8. Clarification de la problématique
9. Préparation : étude préparatoire ou non ?
10. Exploitation des données disponibles
11. 10 conseils pour être certain de rater son étude de marché
12. L'approche qualitative
13. Entretien individuel
14. Investigation pour le groupe
15. Observation
16. L'étude qualitative et sciences humaines
17. L'approche quantitative
18. Étude quantitative : Population et échantillonnage
19. Enjeux du questionnaire
20. Recueil de l'information
21. Analyse des données : exemples
22. Le rapport d'études : bonnes pratiques
23. Les recommandations et le conseil
24. Évaluation de l'efficacité de l'étude



Création de site e-commerce

Concevoir un site marchand, rendre son offre attractive et générer du trafic

Vous souhaitez lancer votre propre site e-commerce ? Business model, hébergement et nom de domaine de votre site, création des maquettes de vos pages, développement de vos fiches produits, techniques SEO... Cette formation professionnelle vous permet de maîtriser les principes fondamentaux de la création de site e-commerce pour bien débiter vos ventes en ligne et développer votre chiffre d'affaires !

Objectifs

- ▶ Connaître les fondamentaux d'un site e-commerce
- ▶ Mettre en œuvre un site marchand opérationnel
- ▶ Animer et promouvoir son site e-commerce
- ▶ Connaître les possibilités d'un site e-commerce

Présentation de la formation

Le e-commerce croît d'année en année, sur tous les continents, à des vitesses différentes, certes, mais la déferlante est là. Cela sans parler de la croissance et de l'emprise des marketplaces.

La transformation numérique est ainsi devenue un impératif de survie pour les groupes traditionnels et une formidable opportunité pour les pure players de gagner des parts de marché à partir de rien.

Ce cours vous permet d'appréhender le fonctionnement des entreprises performantes, de mettre en place un suivi efficace et de modifier le modèle économique de votre entreprise.

Pourquoi suivre cette formation ?

Grâce à votre site e-commerce, vous pourrez vendre vos produits dans une zone géographique beaucoup plus étendue. Du moins s'il a été bien conçu...

L'erreur classique est de se lancer immédiatement sur le net alors que la création d'un e-shop nécessite une solide préparation, loin en amont. Cette erreur est d'autant plus simple à commettre qu'il existe de nombreux CMS permettant de mettre rapidement sa boutique en ligne, sans connaissances informatiques particulières. Ils sont très pratiques, mais avant de les utiliser, vous devez définir votre business model, pensez à la logistique d'acheminement des commandes, bâtir votre stratégie de référencement...

À ce stade, le moindre faux pas peut avoir de lourdes conséquences : la conception d'un site e-commerce ne s'improvise pas, surtout dans un environnement de plus en plus concurrentiel. Dans ce contexte, suivre une formation spécialisée en création de site e-commerce est un atout pour atteindre vos objectifs.

Bon à savoir

Un site e-commerce peut être bien plus que la vitrine internet d'une boutique physique. De nombreuses entreprises vendent exclusivement leurs services et produits en ligne : on parle de "pure players de l'e-commerce". À titre d'exemple, Amazon a longtemps compté parmi les plus grands d'entre eux avant qu'il ne se lance aussi dans le commerce physique.

Programme

1. État des lieux du e-commerce
2. Définir des objectifs
3. Choisir son Business Model
4. Répondre aux enjeux écologiques
5. Avoir un site e-commerce et un magasin physique
6. Passer du modèle achat/vente au modèle vente/achat
7. Pourquoi pas la marketplace ?
8. Avoir conscience de la progression du CtoC
9. Être performant sur la logistique
10. Être performant sur le transport
11. Créer un site compatible avec le droit
12. Choisir le bon CMS
13. Les plugins
14. Hébergement et nom de domaine
15. Créer un site rapide & mobile
16. Avoir une approche mobile first
17. Éliminer les Pain Points
18. Disposer d'un moteur de recherche interne performant
19. Créer un moteur de recherche intelligent
20. Créer une page catégorie efficace
21. Créer une fiche produit qui transforme
22. Capitaliser sur les Avis clients
23. Mettre en place le UGC (User Generated Content)
24. Rassurez les visiteurs
25. Créer un tunnel de commande efficace
26. Proposez plusieurs options de paiement en ligne
27. Mesurer la rentabilité de votre e-commerce
28. Créer un site SEO technique
29. Créer un site SEO compatible en termes de contenu
30. Générer du trafic via Google Ads
31. Mettez en place des KPIs



Amorçage et Croissance de l'activité

Financer et développer son projet de création d'entreprise

Comment financer votre projet de création d'entreprise et sa croissance ? Comment intégrer correctement votre entreprise dans l'écosystème ? De quelle manière vous faire accompagner durant la mise en œuvre de votre projet ? Comment échanger la casquette de créateur d'entreprise contre celle du dirigeant d'entreprise ? Autant de questions auxquelles il est nécessaire de répondre avant de vous lancer dans l'aventure entrepreneuriale !

Objectifs

- ▶ Financer son projet au départ
- ▶ Appréhender les stratégies de croissance de l'entreprise

Présentation de la formation

Lancer un projet innovant et maintenir un bon taux de croissance nécessite de réunir des moyens matériels et humains qui doivent être financés aux différents stades de l'évolution du projet.

En effet, si une startup en création d'activité aura nécessairement besoin de fonds pour financer son lancement (étude de marché, ressources humaines, commercialisation, etc.), une entreprise en phase de croissance rencontrera également des besoins de financement liés à sa stratégie (croissance externe, développement à l'international, innovation et frais de R&D, etc.).

Quel que soit le type d'innovation concerné (technologique, sociale, numérique...), des aides peuvent être mobilisées par les porteurs de projets. Encore faut-il les identifier et les solliciter au bon moment.

Pourquoi suivre cette formation ?

De manière générale, il est déconseillé de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale sans avoir un minimum de connaissances et de compétences techniques.

Parvenir à constituer un solide capital d'amorçage ne s'improvise pas. Pas plus que le déploiement d'une stratégie de croissance d'ailleurs...

Cette formation vous apportera des bases solides dans :

- la définition de votre stratégie
- sa déclinaison opérationnelle
- la conception de business plan et des prévisions financières associées
- l'identification des aides publiques
- la présentation de vos dossiers auprès d'investisseurs

Bon à savoir

Le financement d'entreprise et de start-up est une problématique qui peut se poser aussi bien au démarrage de votre activité que lors de son développement.

Programme

1. Approche historique
2. Le contexte de l'entreprise d'aujourd'hui
3. La mondialisation
4. Entrepreneuriat et intrapreneuriat : les enjeux
5. Quelques mythes à rediscuter
6. Les approches psycho-sociologiques
7. Les cohérences à vérifier
8. Vision et mission
9. La valeur
10. L'innovation
11. Les stratégies de croissance
12. L'approche du marché
13. Les risques
14. Prévoir son chiffre d'affaires et son seuil de rentabilité
15. Les aspects financiers
16. La traduction financière
17. Effectuation et opportunité
18. L'orientation entrepreneuriale
19. Entre intuition et analyse
20. La gouvernance
21. L'esprit d'entreprendre
22. Du créateur au dirigeant entrepreneur
23. La formalisation du projet



Optimiser sa gestion du temps et son organisation personnelle

Les techniques avancées pour mieux gérer son temps et structurer son organisation

Vous souhaitez optimiser votre temps et mettre en place une organisation personnelle optimale ?

Cette formation vous donne toutes les clés pour devenir expert dans la gestion de vos tâches professionnelles quotidiennes.

Objectifs

- ▶ Apprendre à maîtriser son temps et booster sa productivité
- ▶ Tirer parti du digital pour le mettre au service de sa productivité
- ▶ Progresser sur les aspects incontournables : se concentrer, prioriser, apprendre à déléguer...

Présentation de la formation

Avec l'expansion du numérique, mais aussi à cause de nos modes de vie où les sollicitations sont nombreuses et constantes, nous manquons de temps et cela peut causer un certain stress.

Nous sommes nombreux à constater que très souvent nous n'avons pas assez d'heures pour faire tout ce que nous aurions aimé accomplir au cours d'une journée. Si cela est valable dans nos vies privées, cela l'est également côté pro. Ne pas se laisser déborder au travail est devenu difficile pour de très nombreux actifs à l'ère du digital. Tout comme le fait de ne pas se laisser envahir par le stress et les émotions négatives. La gestion du temps et la priorisation des tâches deviennent alors des clés essentielles en termes d'efficacité professionnelle et de bien-être dans son emploi.

De la mise en place de processus efficaces, à la bonne gestion des équipes en passant par l'application de bonnes pratiques de priorisation, notre formation "Optimiser sa gestion du temps et son organisation personnelle" a pour objectif de vous aider à gagner en efficacité au travail, et de vous permettre d'optimiser la production d'une équipe tout en respectant les délais, même en cas d'imprévus.

Pourquoi suivre cette formation ?

La maîtrise du temps est l'un des principaux leviers de réussite professionnelle. Elle vous permet en effet de gagner en efficacité au travail, d'optimiser la production de votre ou vos équipes, et de respecter les délais même en cas d'imprévus.

En d'autres termes, votre capacité à gérer votre temps est un gage de sérieux et de professionnalisme. À ce titre, suivre cette formation peut être intéressant pour obtenir un poste à plus forte responsabilité, d'autant plus si vous souhaitez obtenir un bon poste dans le management.

À l'issue de cette formation professionnelle, vous aurez acquis toutes les compétences clés pour bien gérer votre temps au cours de vos différentes missions.

Bon à savoir

La vie professionnelle apparaît comme la plus importante source de stress pour 36% des Français.

Programme

- 1 - Comprendre son rapport au temps pour mieux le gérer !
- 2 - Comprendre son rapport au temps selon sa culture
- 3 - Comprendre son rapport au temps selon son éducation
- 4 - Comprendre son rapport au temps selon sa personnalité
- 5 - Identifier la répartition actuelle de son temps de vie
- 6 - Faire le bilan de son temps de travail
- 7 - Diriger sa vie
- 8 - Définir ses priorités de vie
- 9 - Définir son équilibre de vie idéal
- 10 - Se définir des objectifs efficaces
- 11 - Utiliser la stratégie des petits pas
- 12 - Prioriser ses tâches à l'échelle de la journée ou de la semaine
- 13 - Réduire les activités secondaires ou chronophages
- 14 - Maîtriser les différentes lois de l'organisation
- 15 - Gérer sa motivation pour atteindre ses objectifs
- 16 - Tromper ses diabolos du temps
- 17 - Anticiper
- 18 - Apprendre de ses erreurs
- 19 - Faire des outils digitaux ses alliés, non ses ennemis
- 20 - Gérer ses emails
- 21 - Gérer son smartphone
- 22 - Du bon usage de l'agenda
- 23 - De l'art de la todo list : la checklist structurée
- 24 - Les outils de planning
- 25 - Trier pour gagner du temps
- 26 - Identifier son rythme
- 27 - Identifier son rythme d'efficacité avec Pomodoro
- 28 - L'art de faire des pauses
- 29 - Les techniques express pour se ressourcer
- 30 - Réduire son stress pour se préserver
- 31 - Gérer son temps avec les autres
- 32 - Définir son périmètre de responsabilité
- 33 - Demander de l'aide
- 34 - Faciliter le partage d'informations
- 35 - S'entourer des bonnes personnes
- 36 - Déléguer
- 37 - Mettre fin à la réunionite
- 38 - Gérer les interruptions
- 39 - Dire non
- 40 - Maîtriser l'art de décider et de trancher



Innovation et business models

Innover dans le modèle économique de son organisation

Vous souhaitez penser ou réinventer votre Business Model ? Business Model canvas, approche bottom-up, construction de votre proposition de valeur... Cette formation professionnelle vous permet d'appréhender et de maîtriser les outils et techniques clés pour créer un Business Model innovant et durable pour votre entreprise.

Objectifs

- ▶ Maîtriser la notion de business model
- ▶ Appréhender les derniers concepts en matière de stratégie et de management
- ▶ Réinventer son business grâce aux possibilités offertes par les transformations technologiques

Présentation de la formation

L'innovation de modèle économique est un levier de création de valeur. A l'ère du digital, de nouveaux acteurs bousculent l'ordre établi en créant des business models inédits. Comment penser ou réinventer son business model de façon innovante ?

En pratique, le Business Model vous permet de formaliser votre idée pour développer le chiffre d'affaires de votre entreprise. Il décrit globalement comment vous comptez :

- créer de la valeur durable;
- délivrer de la valeur aux clients;
- capturer de la valeur.

Il permet de comprendre comment votre entreprise est organisée de manière à dégager des bénéfices pour votre entreprise et ses parties prenantes !

Pourquoi suivre cette formation ?

L'économie numérique oblige les entreprises à réinventer les valeurs et les approches dans tous les domaines. Le modèle freemium, le modèle de l'abonnement, le modèle data-driven, l'économie collaborative, le modèle circulaire sont des exemples de business models récents ou émergents.

Cette formation vous permettra de maîtriser les piliers essentiels d'un Business model :

- La proposition de valeur (= votre offre)
- L'architecture de valeur (= vos ressources et compétences)
- L'équation du profit

Elle vous donnera aussi toutes les clés pour inventer ou réinventer votre Business model de manière innovante.

Bon à savoir

Le Business Model est parfois confondu, à tort, avec le Business Plan (plan d'affaires). Ce dernier est conçu en prolongement du modèle économique : il permet de préciser et budgétiser les actions stratégiques à mettre en place. Il est souvent utilisé dans un but argumentaire, pour obtenir un prêt bancaire ou convaincre des investisseurs.

Programme

1. Invention, innovation, nouveaux produits
2. Innovation et marché
3. Les sources d'innovation
4. Innovation et consommation
5. Perception et comportements de consommation face à l'innovation
6. Les consommateurs face aux produits innovants
7. Repenser les biens et les services
8. Impact du numérique sur les biens et services
9. Impact du numérique sur l'innovation
10. L'émergence des biens immatériels
11. Innovation et business model : comment créer de la valeur pour l'entreprise et le consommateur
12. La stratégie océan bleu, principes fondamentaux
13. Stratégie océan bleu, approche méthodologique
14. Comment redéfinir la proposition de valeur
15. Qu'est-ce qu'un business model
16. Concevoir un business model innovant
17. Principes fondamentaux du business model canvas
18. Comment créer de la valeur
19. Comment optimiser les coûts
20. Les différents modèles d'affaires



Définir et déployer une veille professionnelle

Optimiser sa veille et ses recherches

Comment s'y retrouver et s'organiser entre toutes les sources d'information à votre disposition ? Comment tirer profit de ces données professionnellement ? Quelle méthode pour mettre en place une veille stratégique efficace ? Cette formation vous permettra d'optimiser l'efficacité de vos recherches, et vous donnera les clés pour mettre en place un système de veille stratégique efficace.

Objectifs

- ▶ Comprendre les enjeux liés à la veille dans le cadre professionnel
- ▶ Cadrer ses besoins et définir un plan de veille
- ▶ Opérer et mettre en œuvre un plan de veille
- ▶ Identifier et utiliser les outils de veille

Présentation de la formation

Dans un contexte plus que jamais volatile, incertain et complexe, la veille devient vitale pour répondre aux enjeux actuels des organisations, mais également des professionnels dans leurs activités quotidiennes. Mieux appréhender les évolutions de l'environnement, identifier les opportunités et les menaces sur son secteur d'activité, avoir un appui solide pour la décision et contribuer au développement de son activité... Autant d'objectifs auxquels répond la mise en place d'une veille efficace.

Quelles sont les meilleures techniques, méthodes et outils pour réaliser une veille performante ? Comment mettre en place un dispositif efficace ? Cette formation vous donnera toutes les bonnes pratiques à adopter pour faire une veille professionnelle alliant digital, médias traditionnels, informations terrain et veille collaborative.

Pourquoi suivre cette formation ?

Recherches sur Internet, veille concurrentielle, veille stratégique, veille terrain... Exploiter toutes les sources d'information à la disposition de l'entreprise lui est utile pour être encore plus compétitive.

Quelles sont les meilleures techniques et méthodes pour organiser ses recherches ? Comment mettre en place un système de veille stratégique efficace ? Cette formation vous donnera toutes les bonnes pratiques à adopter dans la mise en place et l'utilisation d'une veille professionnelle.

Bon à savoir

Lorsque vous commencez à penser veille, vous devez définir ses objectifs pour collecter des données pertinentes. Sans cette première étape indispensable, vous regrouperez des informations sans valeur ajoutée, et donc inutilisables.

Programme

Partie 1 : Comprendre la veille et ses enjeux

- Chapitre 1 - Qu'est-ce que la veille ?
- Chapitre 2 - Les différents types de veilles
- Chapitre 3 - Les différentes approches de la veille
- Chapitre 4 - Les différents outils de veille
- Chapitre 5 - L'information de veille
- Chapitre 6 - L'information provenant du web
- Chapitre 7 - L'information provenant du terrain

Partie 2 : Cadrer ses besoins

- Chapitre 8 - Définir les objectifs et le périmètre de la veille
- Chapitre 9 - Identifier la ou les veilles à réaliser
- Chapitre 10 - Définir un plan de veille
- Chapitre 11 - Faire un bilan des activités existantes de veille
- Chapitre 12 - Définir le dispositif de veille
- Chapitre 13 - Tester le plan de veille

Partie 3 : Mise en œuvre de la veille

- Chapitre 14 - Tirer profit des moteurs de recherche pour faire de la veille
- Chapitre 15 - Quelques moteurs de recherche utiles pour faire de la veille
- Chapitre 16 - Créer son propre moteur de recherche personnalisé
- Chapitre 17 - Adopter les bonnes pratiques de recherche pour faire de la veille
- Chapitre 18 - Utiliser des sources d'information pour faire de la veille
- Chapitre 19 - Identifier des sources pertinentes d'information sur le web
- Chapitre 20 - Exemples d'identification de sources pertinentes sur le web
- Chapitre 21 - Qualifier une source d'information
- Chapitre 22 - Exemples de qualification de sources d'information
- Chapitre 23 - Automatiser sa veille

Chapitre 24 - Suivre des mots clés

- Chapitre 25 - Exemple d'utilisation d'un outil de suivi de mots clés
- Chapitre 26 - S'abonner à des flux d'information
- Chapitre 27 - Mettre des sites internet sous surveillance
- Chapitre 28 - Exemple d'utilisation d'Inoreader pour surveiller des flux RSS et des pages web
- Chapitre 29 - Mettre en place un dispositif de remontées terrain
- Chapitre 30 - Traiter l'information de veille
- Chapitre 31 - Améliorer le processus de collecte d'information
- Chapitre 32 - Définir et mettre en place un tableau de bord de veille
- Chapitre 33 - Réaliser des analyses
- Chapitre 34 - Produire et diffuser des livrables de veille
- Chapitre 35 - Faire de la veille collaborative
- Chapitre 36 - Adopter les réflexes d'un bon veilleur



Marketing Digital - Web Marketing

Maîtriser la boîte à outils du webmarketing

De l'email marketing au social advertising en passant par le vidéo marketing et les techniques de web conversion, cette formation professionnelle vous permet d'appréhender les diverses opportunités qu'offre le marketing digital aux entreprises qui souhaitent augmenter leur visibilité sur Internet.

Objectifs

- ▶ Comprendre les enjeux du Marketing digital
- ▶ Maîtriser la « boîte à outils » du Web marketing
- ▶ Connaître les différents leviers web marketing
- ▶ Analyser les coûts et ROI des outils de marketing online

Présentation de la formation

Cette formation vous permet de vous approprier les dernières techniques et outils essentiels du marketing digital.

Que l'on parle d'e-marketing, de marketing digital, de marketing électronique, de marketing online ou encore de marketing numérique, cela recouvre la même réalité. Quel que soit le nom qu'on lui donne, le web marketing consiste encore et toujours à promouvoir une entreprise ou ses services et produits (physiques ou dématérialisés) via internet. L'objectif final étant généralement d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise...

Bâtir une stratégie webmarketing efficace implique de déployer différents leviers digitaux tels que:

- des campagnes d'emailing;
- des campagnes de référencement (nature / publicitaire)
- des campagnes de remarketing ou ciblage publicitaire, qui permet de «relancer» les prospects n'étant pas allés jusqu'au bout de leur processus d'achat;
- des campagnes de vidéo marketing...

Mais ce ne sont que quelques exemples : le marketing digital peut encore prendre de nombreuses autres formes.

Pourquoi suivre cette formation ?

Aujourd'hui, toutes les sociétés ou presque sont touchées par la révolution numérique.

Si bien que la plupart des entreprises BtoC et BtoB amorcent ou sont en train d'effectuer leur transformation digitale pour s'adapter aux évolutions du marché.

Dans ce contexte, vous approprier les techniques de marketing online vous permettra notamment :

- d'optimiser votre performance à votre poste actuel ;
- de rester compétitif sur le marché de l'emploi;
- d'obtenir éventuellement un poste plus intéressant, par promotion interne ou recrutement.

Bon à savoir

Bien entendu, les outils de marketing numérique ont un coût. Il ne s'agit donc pas seulement de les maîtriser mais aussi d'être à même de calculer leur ROI (retour sur investissement) pour faire les bons choix stratégiques.

Programme

Chapitre 1 - Présentation du Mooc et définition
Chapitre 2 - Ce que le webmarketing a définitivement changé dans la communication ?
Chapitre 3 - Le modèle économique du digital
Chapitre 4 - La boîte à outils du webmarketing
Chapitre 5 - Le webmarketing en équation
Chapitre 6 - Les chiffres du secteur
Chapitre 7 - Pas de communication sans contenu
Chapitre 8 - Cinq étapes pour imaginer du contenu
Chapitre 8 - Cinq étapes pour imaginer du contenu (Démonstration)
Chapitre 9 - Organiser la veille de son secteur
Chapitre 9 - Organiser la veille de son secteur (Démonstration)
Chapitre 10 - Acquisition de trafic - Le système OPES
Chapitre 11 - Inbound vs Outbound
Chapitre 12 - Le SEO ou le référencement naturel
Chapitre 13 - SEO, les expressions clés
Chapitre 13 - SEO, les expressions clés (Démonstration)
Chapitre 14 - SEO, les balises méta
Chapitre 15 - Structure de page
Chapitre 16 - Travail sur les images
Chapitre 16 - Travail sur les images (Démonstration)
Chapitre 17 - Rapidité du site
Chapitre 18 - Le suivi des positions

Chapitre 19 - Les filtres et changements d'algorithme
Chapitre 20 - Le Paid, marketing à la performance
Chapitre 21 - Paid sur search ou réseau social ?
Chapitre 22 - Google Adwords
Chapitre 23 - Le display
Chapitre 24 - Le retargeting
Chapitre 25 - Vidéos Ads
Chapitre 26 - Google Shopping
Chapitre 27 - Base d'optimisation et suivi
Chapitre 28 - Le social ads
Chapitre 29 - Le trafic gagné - Contenu à partager et netlinking
Chapitre 30 - E-book et webinaires
Chapitre 31 - Le trafic partagé, panorama des réseaux sociaux
Chapitre 32 - Facebook et ses autres marques
Chapitre 33 - Instagram
Chapitre 34 - LinkedIn, le roi des pros
Chapitre 35 - Twitter, le règne de l'instantané
Chapitre 36 - YouTube, bien plus qu'un réseau social
Chapitre 37 - Beaucoup d'autres réseaux sociaux
Chapitre 38 - Construire une stratégie sociale
Chapitre 39 - L'e-mail marketing
Chapitre 40 - La législation de l'e-mail marketing

Chapitre 41 - Comprendre la délivrabilité
Chapitre 42 - Construire sa base
Chapitre 43 - Rédiger un mail efficace
Chapitre 44 - Choisir et évaluer sa solution de routage
Chapitre 45 - Les métriques de l'e-mail marketing
Chapitre 46 - Le marketing automation
Chapitre 47 - Améliorer l'efficacité de son site / Lever les objections
Chapitre 48 - Trouver et tester son UVP / Soigner ses CTA
Chapitre 49 - Principales lois du webdesign
Chapitre 50 - Les pages d'atterrissage
Chapitre 51 - Les études comportementales
Chapitre 52 - Focus Google Analytics
Chapitre 52 - Focus Google Analytics (Démonstration)
Chapitre 53 - Refonte partielle ou globale de son site ?
Chapitre 54 - Les outils de tests
Chapitre 55 - Méthodologie de refonte
Chapitre 56 - Focus e-commerce / Les fiches produits
Chapitre 57 - Les avis clients
Chapitre 58 - Choisir ses indicateurs de suivi
Chapitre 59 - Compérateurs, places de marchés et affiliation
Chapitre 60 - Les bases d'une stratégie digitale globale



Marketing et Management

Manager une stratégie marketing adaptée

Comment élaborer et piloter la stratégie marketing de son entreprise ? Si le marketing et le management poursuivent indépendamment de nombreux objectifs, ils se rejoignent lorsqu'il s'agit pour une organisation de devenir ou de rester compétitive sur son marché dans un univers concurrentiel et dynamique. Nous vous proposons ici de maîtriser des solutions concrètes aux problématiques du management de projets marketing.

Objectifs

- ▶ S'approprier les outils et la démarche du marketing
- ▶ Bâtir un plan marketing stratégique et opérationnel
- ▶ Mettre en œuvre le plan marketing opérationnel multicanal

Présentation de la formation

L'univers du marketing et du management est en constante évolution, notamment en raison de la révolution digitale. Dans ce contexte, une formation continue en marketing et gestion est une bonne solution pour rester compétitif sur le marché de l'emploi.

Cette formation spécialisée vous donne toutes les clés pour exécuter au mieux les nombreuses missions du marketing management : choisir vos marchés cibles, puis attirer, fidéliser et développer une clientèle grâce à une offre d'une valeur supérieure à celles de vos concurrents.

Pourquoi suivre cette formation ?

Construire et déployer une stratégie marketing efficace, cela ne s'improvise pas à l'ère du digital !

Maîtriser et intégrer les nouveaux leviers digitaux devient une nécessité au sein des directions marketing.

Grâce à cette formation, vous apprendrez à intégrer toutes les techniques du marketing digital au service d'une stratégie cohérente et performante pour assurer rentabilité, notoriété et fidélisation.

Cette formation vous permettra notamment de découvrir les bonnes pratiques du marketing moderne, mais aussi de maîtriser les dernières techniques de marketing numérique.

Bon à savoir

Le marketing management comporte des étapes bien précises. La planification, l'organisation, la direction, et enfin du contrôle de la prise de décision.

Programme

1. Présentation de la démarche marketing
2. Gérer les gammes d'offres
3. Innover
4. Le consommateur
5. La marque - la communication
6. Le digital - la distribution
7. La valeur - le prix
8. La place du marketing dans l'organisation
9. Vers une co-construction du marketing ?
10. Le plan marketing
11. Le budget marketing
12. La recommandation d'action
13. Les études qualitatives
14. Les études quantitatives
15. Les panels
16. La recommandation marketing



Marketing Stratégique

Définir, mettre en œuvre et piloter une stratégie marketing performante

Vous souhaitez vous approprier la méthodologie et les outils nécessaires à l'élaboration et au déploiement d'une stratégie marketing pertinente ? Diagnostic stratégique, segmentation de la clientèle, positionnement marketing, intégration du digital dans une stratégie marketing omnicanale, cette formation vous donnera les clés pour un marketing mix performant !

Objectifs

- ▶ Recommander une stratégie marketing gagnante pour conquérir et fidéliser sa clientèle
- ▶ Appliquer les dernières tendances du marketing en tenant compte des évolutions du comportement des consommateurs
- ▶ Mesurer et estimer les retombées d'une stratégie marketing

Présentation de la formation

Le marketing stratégique s'appuie sur diverses analyses et études pour fixer la stratégie marketing de l'entreprise. Cette formation vous apprend comment bâtir et déployer une stratégie marketing performante.

Cette dernière consiste à coordonner différentes actions afin de conquérir des clients, de gagner des parts de marché et d'augmenter le chiffre d'affaires. Elle peut porter sur l'ensemble de l'offre, sur une gamme ou seulement sur un produit particulier.

Plus concrètement, l'élaboration d'une bonne stratégie marketing implique de respecter de nombreuses étapes dont :

- le diagnostic marketing;
- la segmentation et le ciblage du meilleur segment de clientèle;
- le choix de la bonne stratégie concurrentielle (ex. : stratégie de leader, stratégie du spécialiste);
- la définition des objectifs quantitatifs (ex.: chiffre d'affaires à atteindre) et qualitatifs (ex.: satisfaction client);
- le positionnement de votre offre...

Pourquoi suivre cette formation ?

Quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité, construire une solide stratégie marketing est vital pour toutes les entreprises B2B et B2C. Sans stratégie, les efforts entrepris pour positionner une marque ou attirer les clients risquent d'être inefficaces.

Concevoir et mettre en application une stratégie marketing pertinente ne laisse pas de place à l'improvisation: il est essentiel de maîtriser de nombreux outils et techniques pour atteindre ses objectifs.

Cette formation vous apprendra à maîtriser les nouveaux outils et canaux digitaux permettant d'optimiser la conception et le déploiement de la stratégie marketing.

Bon à savoir

Pour se développer, les entreprises doivent s'adapter constamment aux nouvelles habitudes des consommateurs : après le multi-canal et le cross-canal, la tendance va de plus en plus à l'omnicanal. En substance, une stratégie marketing omnicanale optimise l'utilisation des différents canaux digitaux et physiques. Au lieu d'être indépendants les uns des autres, ils sont utilisés de manière complémentaire pour proposer la meilleure expérience client possible.

Programme

Chapitre 1 - Le marketing n'est pas une option, mais une nécessité
Chapitre 2 - Pourquoi faire du marketing une stratégie de son entreprise
Chapitre 3 - Quelle stratégie marketing adopter dans une entreprise
Chapitre 4 - Concepts clés du marketing opérationnel
Chapitre 5 - Comprendre son client - Modèle Customer Centricity
Chapitre 6 - Testez votre produit avec vos clients
Chapitre 7 - Votre marque
Chapitre 8 - L'expérience de la marque
Chapitre 9 - Comment fidéliser vos clients

Chapitre 10 - KPI/ROI indicateurs de pilotage
Chapitre 11 - Déclarez votre positionnement
Chapitre 12 - Connaître les concurrents
Chapitre 13 - Comment réagir face aux concurrents
Chapitre 14 - Analyses SWOT
Chapitre 15 - Définir le prix du produit
Chapitre 16 - La smart data
Chapitre 17 - Marketing insights
Chapitre 18 - Définir le plan de distribution marketing mix - loi Paréto
Chapitre 19 - Élaborer le plan de communication
Chapitre 20 - Storytelling, créer l'histoire
Chapitre 21 - Content marketing

Chapitre 22 - Marketing digital - composants principaux
Chapitre 23 - Marketing digital - outils supplémentaires
Chapitre 24 - A/B testing
Chapitre 25 - Les médias sociaux
Chapitre 26 - Blogging
Chapitre 27 - Influenceurs
Chapitre 28 - Thought leadership
Chapitre 29 - Metrics généraux
Chapitre 30 - Metrics promotionnels
Chapitre 31 - Metrics digitaux
Chapitre 32 - Marketing stratégique - les points importants à retenir



Concevoir et développer une stratégie marketing cross-canal

Construire et mettre en place un dispositif performant

Comment conquérir et fidéliser des consommateurs connectés et mobiles grâce à différents canaux de communication et d'achat en simultané ? Grâce à cette formation, offrez à vos clients la meilleure exposition aux spécificités de chaque canal : site web, publicité, réseaux sociaux, boutique physique, etc.

Objectifs

- ▶ Sélectionner les bons canaux selon les types de contact tout au long des différents parcours clients
- ▶ Identifier les éléments clés d'une stratégie cross-canal réussie
- ▶ Construire une stratégie de conquête et de fidélisation cross-canal efficace

Présentation de la formation

Vous avez sans doute déjà entendu parler de la stratégie «multicanal»? La stratégie marketing cross-canal ou cross-channel strategy en est le prolongement logique.

Là où le multicanal s'appuie sur plusieurs canaux de vente et de prospect relativement indépendants les uns des autres (ex.: boutique physique, site internet, réseaux sociaux), le cross-canal va plus loin en fusionnant les canaux pour:

- offrir aux clients une expérience de même qualité quel que soit le canal qu'il emploie;
- fluidifier la transition d'un canal à l'autre, en particulier entre les canaux digitaux et les boutiques physiques;
- multiplier les opportunités de vente tout en accompagnant les clients d'un bout à l'autre de leur parcours d'achat.

En d'autres termes, une formation spécialisée en stratégie marketing cross-canal vous apprend comment faire fonctionner vos différents canaux de manière complémentaire et en parfaite synergie.

Pourquoi suivre cette formation ?

Le cross-canal n'a rien d'un effet de mode: la naissance de cette technique marketing est la conséquence logique de l'évolution du marché et des nouvelles habitudes de consommation. La difficulté réside à les «suivre» pour identifier correctement leurs attentes et leur proposer une offre pertinente: c'est là que la stratégie cross-canal entre en jeu! Elle permet de:

- collecter et analyser au mieux les données des consommateurs;
- optimiser leur expérience client avant, pendant et après la vente;
- proposer des offres ultra-personnalisées;
- accroître vos ventes online et offline;
- augmenter la notoriété de votre marque.

Mais pour obtenir de tels résultats, vous devez d'abord vous approprier les différents outils et techniques du marketing cross-canal.

Bon à savoir

On parle aussi de plus en plus de stratégie « omnicanal ». Pour simplifier, il s'agit d'une stratégie cross-canal optimisée, où la frontière entre magasin physique et virtuel est gommée au maximum : les magasins hyper-connectés, notamment, sont dans la logique de l'omnicanal.

Programme

1. Bienvenue dans un monde phygital
2. Identifier ses buyers personas
3. Se fixer des objectifs SMART
4. Le tunnel de vente
5. Du multi-canal au cross-canal vers l'Omnicanal
6. L'Inbound marketing > attirer / convertir/ conclure la vente / fidélisation
7. Les canaux d'acquisition
8. Les canaux de conversion
9. Les canaux de vente
10. Les canaux de fidélisation
11. Le cross-canal en B2B
12. Le cross-canal en B2C
13. POEM
14. Le content marketing
15. La digitalisation des points de vente
16. Showrooming, Web-to-store Click & Collect
17. Le mobile marketing
18. La digitalisation de la relation client
19. Les Réseaux Sociaux
20. Le Social Selling
21. Le Big Data et la RGPD
22. L'employee advocacy
23. La mesure de la performance



Construire et déployer sa stratégie commerciale

Atteindre les objectifs commerciaux de l'entreprise

Stratégie de positionnement, conception du Plan d'Action Commercial, suivi de la performance commerciale... Cette formation professionnelle vous permet d'acquérir toutes les compétences essentielles à la construction et au déploiement d'une stratégie commerciale réaliste et efficace à l'ère du digital !

Objectifs

- ▶ Décider de la stratégie commerciale et fixer les objectifs
- ▶ Définir les outils et les moyens de l'action commerciale
- ▶ Construire, déployer et évaluer le plan d'action commercial

Présentation de la formation

En pratique, la conception d'une solide stratégie commerciale comporte de nombreuses étapes dont :

- l'analyse concurrentielle;
- la segmentation du marché et le ciblage de la clientèle;
- la conception d'une offre de produits ou services claire ;
- le choix des canaux de vente physiques et/ou virtuels à utiliser;
- la fixation des objectifs de vente dans le Business Plan Commercial ;
- la construction du Plan d'Action Commercial(PAC), détaillant toutes les actions à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs commerciaux...

Cette formation vous apprend comment élaborer, déployer et piloter votre stratégie commerciale. Cette dernière consiste à définir et mettre en œuvre différentes actions marketing et commerciales de manière coordonnée pour atteindre des objectifs précis.

Pourquoi suivre cette formation ?

Trop de sociétés négligent encore la conception de leur stratégie commerciale. Ce qui revient plus ou moins à partir pour un voyage en haute mer sans outils de navigation et sans avoir la moindre idée de sa destination finale... Difficile d'obtenir des résultats probants dans ces conditions!

D'autres encore consacrent des efforts pour bâtir une bonne stratégie commerciale, mais omettent de la traduire en un PAC solide, alors que ce document facilite grandement le management de la force de vente...

Ne faites pas les mêmes erreurs si vous voulez vous démarquer de vos concurrents, développer votre clientèle et optimiser la croissance de votre entreprise !

Bon à savoir

La stratégie commerciale n'est pas « gravée dans le marbre ». Certaines actions, comme une veille concurrentielle active et l'analyse de vos indicateurs de performance par exemple, vous permettent de la perfectionner au fil du temps.

Programme

1. Définition
2. Constats
3. Bénéfices
4. Le livré
5. Les 4 dimensions
6. Votre Produit
7. Le Marché
8. Les Cibles
9. Convergence
10. Des 4P à SAVE
11. Stratégie de Positionnement
12. Distribution Commerciale
13. Inbound & Outbound Marketing
14. Décider de ses Orientations Commerciales
15. Traduire ses décisions en objectifs de vente
16. Objectifs du PAC
17. Les moyens
18. Actions marketing
19. Actions commerciales
20. Tableau de bord et indicateurs de performance
21. Mesurer l'atteinte des objectifs
22. Mettre en place des actions de veille clients/prospects/concurrents
23. Mettre en place des actions correctives



Piloter et booster la performance commerciale

Outils et méthodes de pilotage pour optimiser la performance commerciale

Vous souhaitez piloter votre performance commerciale et atteindre, voire dépasser, vos objectifs business ? Appropriiez-vous les meilleurs outils et méthodes de gestion pour optimiser la force de vente de votre entreprise ! Piloter son marché, booster sa performance et analyser ses résultats sont les maîtres-mots de cette formation.

Objectifs

- ▶ Piloter son activité commerciale
- ▶ Booster sa performance
- ▶ Analyser ses résultats
- ▶ Manager son équipe en s'appuyant sur les tableaux de bord

Présentation de la formation

La performance commerciale représente la capacité de votre entreprise à satisfaire ses clients, notamment via une offre de produits/services répondant à leurs besoins et leurs attentes.

Elle permet de mesurer l'étendue de la réussite (ou de l'échec) d'une stratégie commerciale.

Plus concrètement, manager et booster la performance commerciale implique :

- d'animer les équipes commerciales. Vous devez motiver et coacher vos équipes de vente pour atteindre les objectifs fixés par la stratégie commerciale
- d'effectuer une veille de marché et une veille concurrentielle
- de fidéliser et acquérir de nouveaux clients via la création d'offres commerciales adaptées

Pourquoi suivre cette formation ?

La performance commerciale repose sur 3 piliers importants :

- Le pilotage
- L'optimisation
- Le suivi et l'analyse

Piloter son marché, booster sa performance, analyser ses résultats... Suivre une formation sur la performance commerciale vous aidera à atteindre les objectifs de vente de votre entreprise. Ou mieux encore, à les dépasser!

Bon à savoir

Comment récompenser la performance ? La stimulation et les récompenses sont des facteurs clés pour booster les résultats de vos équipes commerciales !

Programme

1. La cycle de vente vs le cycle d'achat => les grands principes de la vente
2. Adresser son marché : les 3 axes et organiser ses priorités
3. Les incontournables réseaux sociaux
4. L'Elevator pitch : une présentation efficace
5. Négociateur au travers de l'OCF
6. Le closing : projeter le client
7. Icing : la méthode
8. Les éléments de la stratégie commerciale et objectif
9. L'offre
10. L'équipe
11. La relation client
12. Le marché et la distribution
13. La vision
14. Le process management commercial bouclant
15. Point annuel et fixation des objectifs
16. Le Suivi d'Actions Mensuel
17. Le point hebdomadaire
18. L'accompagnement journalier
19. Définir un PAC
20. La génération de leads
21. Réaliser et animer un challenge
22. Insuffler l'esprit de conquête
23. Réaliser un Plan de Rémunération Variable motivant
24. Mettre le client au centre
25. Gérer les conflits
26. Conduire un entretien de recadrage
27. Bien recruter un commercial pour son équipe



Social Selling

Prospecter et vendre grâce à LinkedIn et aux réseaux sociaux

Comment adopter une nouvelle démarche commerciale adaptée aux réseaux sociaux ? Quels sont les stratégies du social selling à adopter ? Quelles sont les bonnes techniques pour communiquer avec des clients potentiels et générer des leads sur les réseaux sociaux ? Cette formation professionnelle dédiée à la prospection et la vente via les réseaux sociaux vous aide à trouver de nouveaux prospects, générer une relation personnalisée et à atteindre vos objectifs commerciaux.

Objectifs

- ▶ Bâtir une stratégie commerciale sur les réseaux sociaux professionnels
- ▶ Connaître les bonnes pratiques et les outils indispensables au social selling
- ▶ Développer sa visibilité professionnelle sur les réseaux sociaux, grâce au personal branding et au content marketing
- ▶ Concevoir des mécaniques de prospection sur les réseaux sociaux, pour entrer en relation avec des contacts ciblés et qualifiés

Présentation de la formation

Le social selling, c'est l'art de prospecter et vendre grâce aux réseaux sociaux ! Ces derniers sont en effet devenus un point de contact essentiel dans le processus de vente : les consommateurs s'informent, comparent et se nourrissent des avis et recommandations de leur réseau. Avec cette formation, maîtrisez les bonnes pratiques pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie de social selling efficace qui saura influencer la décision des futurs clients lors de leur processus de préachat !

Pourquoi suivre cette formation ?

Dans une optique de business développement et en particulier pour les cycles de vente complexes, le social selling est un levier incontournable pour identifier de nouveaux prospects, initier de nouveaux contacts et interagir dans la durée avec ses clients. En B2B par exemple, LinkedIn est LE réseau sur lequel sont connectés les professionnels. La plateforme a ainsi développé au fil du temps des outils et des fonctionnalités spécialement pensées pour les besoins des entreprises, et en particulier des fonctions commerciales. Grâce à cette formation, maîtrisez les techniques pour déployer la présence de votre entreprise sur les réseaux sociaux, identifier les bons prospects, et développer votre réseau pour booster vos ventes !

Bon à savoir

Le social selling ne se substitue pas aux autres techniques marketing et commerciales. Il agit plutôt en complémentarité avec elles pour optimiser votre génération de leads et votre taux de conversion.

Programme

Partie 1 : Approche stratégique du social selling

- 1 : La prospection commerciale à l'ère du digital
- 2 : Les composantes du social selling
- 3 : Le social selling dans une stratégie de business development
- 4 : Différences entre social selling et growth hacking
- 5 : LinkedIn, LE réseau B2B pour développer une activité grâce au social selling
- 6 : Faire du social selling en B2C sur les autres réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok...)
- 7 : Définir ses objectifs - La méthode S.M.A.R.T.

Partie 2 : Cibler ses audiences

- 8 : La méthode buyer persona
- 9 : Les insights consommateurs
- 10 : Benchmark de vos concurrents sur LinkedIn
- 11 : Stratégie de lead nurturing dans une approche social selling
- 12 : Segmentation des leads & lead scoring
- 13 : L'approche stratégique ABM (Account Based Marketing)

Partie 3 : Prospecter en social selling

- 14 : Le profil LinkedIn, au service de votre professional branding
- 15 : Optimiser son profil business developer sur LinkedIn
- 16 : SEO - travailler le référencement d'un profil LinkedIn

- 17 : Optimiser sa visibilité sur LinkedIn
- 18 : Sécuriser son profil et gérer sa confidentialité sur LinkedIn
- 19 : La page entreprise LinkedIn : création, administration et animation
- 20 : Trouver les bons prospects
- 21 : Accédez aux requêtes complexes avec les opérateurs booléens
- 22 : Concevoir des séquences d'approche et d'engagement efficaces
- 23 : Stratégie de veille - Identifier les opportunités commerciales grâce aux signaux sociaux
- 24 : Gestion des données personnelles : le RGPD appliqué au social selling

Partie 4 : Les outils du social selling

- 25 : LinkedIn Sales Navigator, l'offre premium pour les business developers
- 26 : Le marketing automation en social selling
- 27 : Créer une campagne de marketing automation sur LinkedIn avec Waalaxy
- 28 : Utiliser un outil CRM pour optimiser le suivi commercial et la relation client

Partie 5 : Stratégies de contenus

- 29 : L'approche inbound marketing en social selling
- 30 : Le content marketing pour créer et diffuser des contenus à forte valeur ajoutée

- 31 : L'approche éditoriale sur LinkedIn
- 32 : Les formats de contenus du social selling
- 33 : Algorithme et diffusion des contenus sur LinkedIn
- 34 : Optimiser sa stratégie de contenu en social selling
- 35 : Stratégie de publication pour animer votre réseau professionnel

Partie 6 : Social Ads

- 36 : Contenus sponsorisés : l'offre publicitaire sur LinkedIn
- 37 : Créer une campagne LinkedIn Ads en 5 min
- 38 : Mécanique de génération de lead avec les LinkedIn Ads
- 39 : Social ads - Les best practices pour des campagnes réussies
- 40 : Optimiser ses campagnes et ses budgets LinkedIn Ads
- 41 : L'Insight Tag LinkedIn

Partie 7 : Mesure et optimisation de la performance

- 42 : Conduite du changement - Déployer un projet de social selling en entreprise
- 43 : Les indicateurs de performance sur LinkedIn
- 44 : Choisir les bons KPIs pour une stratégie de social selling
- 45 : Optimisation du tunnel de conversion
- 46 : Mesurer l'impact de ses campagnes marketing
- 47 : Concevoir un dashboard de suivi de la performance



Mesurer le ROI de ses actions Online / Offline

Comprendre et interpréter les résultats de la mesure d'audience

Vous souhaitez mesurer efficacement le retour sur investissement de vos différentes actions marketing ? Définition des KPIs, logique de performance, élaboration de tableaux de bord... Cette formation professionnelle vous permettra de maîtriser les outils et techniques nécessaires pour déterminer les indicateurs clés de performance les plus adaptés à vos objectifs.

Objectifs

- ▶ Définir des indicateurs clés de performance
- ▶ Construire des tableaux de bord pertinents et les faire évoluer
- ▶ Utiliser ses tableaux de bord comme de véritables outils de pilotage

Présentation de la formation

En pratique, le ROI est l'acronyme de Return Of Investissement. Il constitue un précieux indicateur de réussite pour vos actions de marketing direct ou de marketing digital, aussi appelé web marketing.

Mesurer votre ROI vous permet entre autres de déterminer:

- les actions marketing qui fonctionnent le mieux;
- les actions dont la rentabilité pourrait encore être optimisée;
- les actions à stopper, car elles font perdre de l'argent à votre entreprise.

Cette formation spécialisée dans le calcul du ROI des actions marketing vous permettra ainsi de mesurer la rentabilité de vos différentes opérations.

Pourquoi suivre cette formation ?

Le calcul du ROI s'appuie sur le ratio bénéfices/coût de l'investissement marketing. Certes, mais si vous voulez obtenir des résultats vraiment pertinents, les choses se compliquent... Par exemple, la rentabilité d'un investissement peut sembler négligeable à court terme, mais être très importante sur le long terme: vous devez donc être capable de déterminer sur quelle période mesurer votre ROI.

De plus, vos actions marketing ne visent pas toutes nécessairement un gain financier: retenez que seul un choix judicieux des indicateurs de performance vous permettra d'évaluer correctement leur rentabilité.

En résumé: mesurer le ROI de ses actions online et offline est extrêmement utile, mais plus complexe qu'il n'y paraît. Suivre une formation spécialisée vous permettra d'évaluer la performance de vos choix et vous apportera les méthodes et outils pour optimiser vos outils de pilotage marketing.

Bon à savoir

Du marketing direct à l'inbound marketing (« marketing entrant » consistant à faire venir le client jusqu'à vous) en passant par le social media marketing, le ROI est primordial pour savoir si vos actions sont gagnantes !

Programme

- 1 - Comprendre l'enjeu business pour définir la stratégie webmarketing
- 2 - Les grandes vertus du tableau de bord
- 3 - Les trois dimensions des tableaux de bord
- 4 - Quelle forme ?
- 5 - Zoom sur les KPIs
- 6 - Quel est votre trafic réel ?
- 7 - Les erreurs à éviter
- 8 - Conseils de tracking
- 9 - KPIs de la performance technique
- 10 - KPIs de la performance mobile
- 11 - KPIs liés au SEO
- 12 - KPIs liés au SEA
- 13 - KPIs liés aux réseaux sociaux
- 14 - KPIs de l'e-commerce



Droit social et du travail dans un monde nouveau

S'approprier les bases du droit social et sécuriser ses pratiques

Vous souhaitez maîtriser sur le bout des doigts les règles essentielles liées au contrat de travail, les motifs de licenciement ou encore les obligations légales en tant qu'employeur ? Cette formation vous permet de faire le point et d'appréhender avec justesse les aspects du droit social et du travail qui impactent le monde de l'entreprise.

Objectifs

- ▶ Identifier les principaux droits et devoirs des salariés et des employeurs
- ▶ Maîtriser les évolutions de l'environnement de travail et leurs implications juridiques
- ▶ Distinguer les modes de rupture des contrats de travail
- ▶ Repérer les situations à risque pour éviter le contentieux prud'homal

Présentation de la formation

Le droit du travail regroupe l'ensemble des textes réglementant la relation entre l'employeur et ses salariés, et s'articule autour de moments et de situations clefs, comme le recrutement, le licenciement ou encore les accidents du travail. Il définit aussi les droits et devoirs de chaque partie au contrat de travail, et ce tout au long de la relation contractuelle. Particulièrement mouvant, le droit du travail évolue chaque jour pour s'adapter aux changements du monde professionnel.

Cette formation vous permet d'être au plus proche des actualités du monde du travail et de leurs implications juridiques.

Pourquoi suivre cette formation ?

Pour rappel, en France, "nul n'est censé ignorer la loi". En d'autres termes, invoquer la méconnaissance de la réglementation en vigueur (même en étant de bonne foi) ne protège pas des pénalités judiciaires...

Cette formation spécialisée en droit du travail est particulièrement utile aux managers et futurs dirigeants d'entreprise afin de connaître les règlements essentiels pour recruter, gérer et éventuellement licencier vos salariés en conformité avec la loi.

Bon à savoir

Les récentes évolutions du code du travail visent surtout à implanter le concept de "flexisécurité" en France. Le principe est de donner plus de flexibilité aux entreprises, notamment en facilitant les licenciements tout en renforçant la sécurité des salariés via diverses mesures, dont le versement d'indemnités chômage sur une durée plus longue.

Programme

Chapitre 1 - Le droit du travail en perpétuel mouvement
Chapitre 2 - Le bien-être des salariés
Chapitre 3 - Les clauses du contrat de travail
Chapitre 4 - La période d'essai
Chapitre 5 - La fonction du salarié
Chapitre 6 - La rémunération du salarié
Chapitre 7 - Le lieu de travail
Chapitre 8 - Durée légale du travail
Chapitre 9 - L'organisation du travail
Chapitre 10 - Le télétravail
Chapitre 11 - Les accessoires au contrat de travail
Chapitre 12 - Les obligations du salarié
Chapitre 13 - Le harcèlement moral et sexuel

Chapitre 14 - La grève
Chapitre 15 - La formation professionnelle
Chapitre 16 - Le contrôle de l'exécution du contrat de travail
Chapitre 17 - Les fautes du salarié et le pouvoir disciplinaire
Chapitre 18 - Le licenciement pour motif personnel
Chapitre 19 - Le licenciement économique
Chapitre 20 - La procédure de licenciement économique
Chapitre 21 - La rupture conventionnelle
Chapitre 22 - Les autres modes de rupture du contrat de travail
Chapitre 23 - La transaction
Chapitre 24 - Les formalités de départ de l'entreprise



Nouvelles tendances du management

Encadrer son équipe efficacement dans un monde nouveau

Vous souhaitez acquérir les nouvelles pratiques de management pour impliquer vos collaborateurs et les encadrer efficacement ? Cette formation vous permet de comprendre les nouveaux enjeux de l'entreprise, et de maîtriser les dernières tendances du management qui vous permettront de bâtir une relation de confiance avec votre équipe.

Objectifs

- ▶ Comprendre l'impact de la transformation digitale sur le rôle du manager
- ▶ Appréhender les nouveaux modes de management à l'ère du digital
- ▶ Maîtriser la boîte à outils du manager de demain

Présentation de la formation

Manque de reconnaissance, sentiment de solitude, course après le temps... la vie d'un manager est loin d'être un long fleuve tranquille. Et dans un contexte où le monde du travail connaît des transformations à la fois profondes et rapides, les challenges du manager sont exacerbés. Organisation hybride, digitalisation qui s'accélère, guerre des talents... le manager, en première ligne de ces bouleversements, a deux grands choix possibles : résister à ces changements et donc les subir, ou bien les accueillir et s'adapter en revoyant ses pratiques. Grâce à cette formation, maîtrisez les techniques de management qui vous permettront de vous adapter aux nouveaux enjeux de l'entreprise et d'engager votre équipe pour un encadrement efficace.

Pourquoi suivre cette formation ?

Les nouvelles générations qui arrivent sur le marché du travail challengent totalement notre rapport à l'entreprise. Ce n'est plus juste un lieu où l'on vient pointer contre un salaire, mais un lieu de vie dans lequel on vient s'épanouir, créer du lien, grandir et trouver du sens. Face à cela, les méthodes managériales historiques ne fonctionnent plus. Les pratiques doivent se réinventer pour coller au mieux aux besoins des talents, pour les fidéliser et leur offrir le meilleur environnement possible au service de leur performance. Cette formation est très utile pour un futur manager, mais également si vous occupez déjà un poste d'encadrement. Elle vous permettra en effet de perdre vos automatismes et d'assimiler rapidement les nouvelles bonnes pratiques du management. Ces dernières font appel à des techniques innovantes, en rupture avec les modèles classiques, et nécessitent une réelle formation pour être véritablement acquises.

Bon à savoir

Les soft skills, dites aussi « compétences douces », occupent une place grandissante dans la fonction de manager. La bienveillance, l'agilité (capacité à s'adapter rapidement et efficacement) et le leadership comptent parmi les plus recherchées.

Programme

Chapitre 1 - Le management nouvelle génération
Chapitre 2 - Les mantras du manager nouvelle génération
Chapitre 3 - Le manager hybride, magie blanche ou magie noire ?
Chapitre 4 - Le manager débordé
Chapitre 5 - Bien préparer son recrutement
Chapitre 6 - Un recrutement aux petits oignons
Chapitre 7 - L'onboarding parfait
Chapitre 8 - Poser le cadre
Chapitre 9 - Le one to one, pourquoi c'est le meilleur outil du manager
Chapitre 10 - LA préparation des one to one
Chapitre 11 - Mener des one to one percutants (

Chapitre 12 - Des réunions d'équipe qui donnent du peps
Chapitre 13 - Des entretiens annuels engageants
Chapitre 14 - Les autres rituels d'équipe
Chapitre 15 - Enfin des réunions efficaces
Chapitre 16 - Les pièges du feedback
Chapitre 17 - Insuffler la culture du feedback
Chapitre 18 - Recadrer n'est pas joué
Chapitre 19 - Droit au but avec des objectifs
Chapitre 20 - Le pilotage des objectifs
Chapitre 21 - Renforcer le sens du job des collaborateurs
Chapitre 22 - Valoriser les talents
Chapitre 23 - La confiance se gagne en gouttes mais se perd en litres

Chapitre 24 - Désamorcer les conflits
Chapitre 25 - L'écoute active
Chapitre 26 - Savoir changer de costumes
Chapitre 27 - La responsabilisation express
Chapitre 28 - Déléguer pour gagner en efficacité
Chapitre 29 - LA méthode pour une délégation réussie
Chapitre 30 - La montée en compétences de l'équipe
Chapitre 31 - La gestion de sa propre motivation
Chapitre 32 - L'offboarding d'un membre de l'équipe



Manager à distance

Mode d'emploi pour mobiliser, fédérer et motiver son équipe à distance

Vous souhaitez garantir l'efficacité professionnelle de vos équipes en réseau et vous familiariser avec les techniques et outils permettant de favoriser la cohésion lors d'un management à distance ? Cette formation vous permettra d'intégrer les spécificités de la gestion d'équipes en distanciel et d'acquérir les techniques nécessaires pour les fédérer et garantir le maintien de leur efficacité.

Objectifs

- ▶ Comprendre les enjeux du management à distance
- ▶ Définir le style de management qui s'adapte le mieux à ce type d'organisation
- ▶ Maîtriser les méthodes, les outils, et les techniques pour réussir ce challenge
- ▶ Connaître les erreurs, identifier les signaux d'alerte, mais aussi les clés et les leviers à actionner immédiatement au quotidien

Présentation de la formation

Aujourd'hui, et encore plus qu'avant, le travail nomade, le home office, le télétravail ou encore le travail à distance sont devenus bien plus qu'une tendance.

Alors qu'ils constituaient une exception, ils sont désormais la norme !

De cet état de fait résulte la nécessité pour les managers souvent éloignés de leurs collaborateurs, d'être capables de les gérer à distance. Les managers doivent s'organiser pour s'adapter et rester performants malgré l'éloignement physique. Pour y parvenir, ils doivent se familiariser avec les bonnes pratiques de télétravail pour préserver les échanges, et doivent également réussir à instaurer une relation de confiance avec leurs collaborateurs.

Devoirs et obligations liées au télétravail, déployer son leadership à distance, optimisation du travail collaboratif, engagement des équipes... autant de points qui seront abordés au cours de cette formation pour vous permettre de manager vos équipes à distance efficacement.

Pourquoi suivre cette formation ?

La crise sanitaire a plongé dans le désarroi bon nombre de managers qui se sont soudainement retrouvés en télétravail à gérer une équipe éloignée de leur site d'activité.

Suite à cet épisode sans précédent, quels sont les nouveaux défis et les difficultés à relever ? Sur quels outils s'appuyer ? Le salarié en retire-t-il une meilleure qualité de vie ? L'employeur s'y retrouve-t-il ?

Que vous soyez dans une petite ou grande structure (TPE, PME, grand groupe), en France ou à l'international, un manager d'expérience ou novice en la matière, le management à distance est indéniablement devenu un enjeu majeur dans nos organisations.

Bon à savoir

Diverses études ont montré que le télétravail augmente la productivité des employés d'une entreprise de 25% en moyenne.

Programme

1. Management et travail à distance: Quésako
2. Devoirs et obligations liés au télétravail
3. Les conditions d'un bon management à distance
4. Les règles de fonctionnement à distance
5. Les différents types de management
6. Les méthodes de management à distance
7. Réinventons notre approche du management
8. Les principes de l'entreprise responsabilisante/libérée
9. Accompagner efficacement le changement
10. Notre mission, notre rôle, nos objectifs
11. Savez-vous définir votre profil ?
12. Déployer son leadership à distance
13. Savoir s'appuyer sur les profils et atouts de l'équipe
14. Pas de management à distance sans autonomie
15. Gagner et entretenir la confiance de vos collaborateurs
16. La nécessité d'avoir une organisation sans faille
17. Les modes de communication et le rythme de la relation à distance
18. La circulation et le traitement de l'information
19. Les bons outils pour piloter à distance
20. Le RSE ou Réseau Social d'Entreprise*
21. Optimiser le travail collaboratif
22. Entretenir le lien informel malgré la distance
23. Déterminer ou réviser les objectifs d'une organisation à distance
24. Conserver la motivation d'équipe et le lien d'appartenance
25. La gestion des crises & conflits à distance
26. Sachez dire NON !
27. Prenez soin de l'humain !
28. Mes bonnes pratiques
29. Best of des 10 erreurs du manager à distance
30. Les 7 clés de la réussite
31. Les 7 alertes qui interpellent
32. Les 5 leviers à actionner immédiatement



Leadership et Management

Construire et développer son leadership

Vous souhaitez garantir votre posture managériale professionnelle ou encore développer des qualités de leader afin de motiver et impliquer vos équipes ? Sous l'effet de la transformation digitale, l'univers du management est en pleine mutation. Appréhendez les enjeux du management à l'ère du digital, maîtrisez les nouvelles techniques managériales ainsi que les nouveaux outils d'encadrement d'équipe et affirmez votre leadership en toute situation !

Objectifs

- ▶ Garantir sa posture managériale professionnelle
- ▶ Développer des qualités de leader afin de motiver et impliquer son entourage
- ▶ Susciter l'adhésion autour des objectifs à atteindre
- ▶ Trouver le bon niveau d'influence et de contrôle

Présentation de la formation

Le management est la mise en œuvre des moyens humains et matériels d'une entreprise pour atteindre ses objectifs. Il correspond à l'idée de gestion et de pilotage appliquée à une entreprise ou une unité de celle-ci. Le leadership quant à lui est la capacité à mobiliser un groupe de personnes vers la réalisation d'un objectif.

On associe souvent la figure de leader à celle de manager. Souvent confondues, ces deux qualités englobent pourtant des compétences différentes. Or, un manager n'est pas forcément un leader et vice versa ! Leadership et management sont complémentaires et indispensables pour mener ses équipes et ses projets vers le succès, et, de manière générale, au bon fonctionnement des entreprises.

Avec notre formation, travaillez votre posture managériale professionnelle, et développez des qualités de leader afin de motiver et impliquer vos équipes et collaborateurs.

Pourquoi suivre cette formation ?

Quand on évoque l'apprentissage du leadership, on pense souvent au management. Cela se comprend facilement, car un bon leadership fait partie des qualités essentielles des cadres dirigeants. D'ailleurs, beaucoup d'entre eux décident effectivement de se former pour devenir de bons leaders...

Pour autant, ce type de formation n'est pas destinée uniquement aux plus hauts échelons hiérarchiques.

Par exemple, un chef de projet a aussi intérêt à développer son leadership et à mettre à jour ses connaissances en management pour optimiser les performances de son équipe.

Montez en compétences et valorisez votre profil grâce à notre formation !

Bon à savoir

Outre la place grandissante du leadership, on peut aussi citer l'apparition de nouvelles techniques managériales comme le management transversal ou le management à distance par exemple. Retenez qu'on parle aussi de plus en plus d'e-manager et de leader digital.

Programme

1. Management et Leadership : deux notions proches mais pourtant différentes
2. Les composantes du Leadership
3. Les différences entre le "Leader" et le "Manager"
4. Le Leadership, cela se travaille : l'exemple de Kimberly-Clark
5. Leader et Manager : complémentaires... selon la situation de l'entreprise - l'exemple d'Apple
6. L'alliance gagnante : l'exemple de Google
7. Les 4 styles de management, le management situationnel : le modèle de Hersey et Blanchard
8. Développer son propre leadership 1/3 : quelques pistes concrètes
9. Développer son propre leadership 2/3 : le « charisme »
10. Développer son propre leadership 3/3 : l'intelligence émotionnelle et l'intelligence sociale
11. Gérer les crises... et savoir se faire aider
12. L'énergie, la confiance et l'empathie
13. Le feedback et le coaching
14. Le bien-être des équipes
15. L'exigence... et l'exemplarité : les objectifs
16. Une communication claire
17. Le développement des collaborateurs
18. Partager la vision et la stratégie
19. 4 remarques de synthèse
20. Le nouveau paradigme
21. Une conception obsolète du leadership
22. Choisir, piloter, et renégocier ses engagements-clés
23. S'imposer la transparence
24. Mobiliser sur des projets
25. Piloter à vue



Management transversal

Réussir ses missions et être influent dans une relation non-hiérarchique

Alternative aux méthodes classiques, cette nouvelle forme de management est de plus en plus prisée en entreprise notamment pour développer un véritable leadership, fédérer les équipes en rupture avec le modèle hiérarchique traditionnel, atteindre plus efficacement les objectifs en les fixant au travers de nouvelles techniques... Cette formation vous permettra d'obtenir les connaissances nécessaires à la mise en place de ce nouveau mode de management.

Objectifs

- ▶ Se positionner dans une relation transversale
- ▶ Être influent dans une relation non hiérarchique
- ▶ Développer son leadership au sein d'une équipe transversale
- ▶ Adapter sa communication à la diversité des profils et des fonctions, gagner en fluidité et efficacité

Présentation de la formation

L'apparition du management transversal est directement liée à la transformation du monde du travail, elle-même fortement influencée par la révolution digitale.

Ainsi, dans un milieu ultraconcurrentiel, elle répond à un besoin croissant de gagner en réactivité en décloisonnant les barrières hiérarchiques. Par ailleurs, elle met en avant la culture de partenariat et l'esprit collaboratif, généralement très appréciés par les Millennials (génération Y) et les Digital Natives (génération Z).

Comment assurer la coordination et développer la coopération sans lien hiérarchique? Comment réussir à piloter vos missions dans ce contexte? Notre formation en management transversal vous initie aux bonnes pratiques d'un management innovant, basé sur la coopération horizontale plutôt que sur le respect de la pyramide hiérarchique traditionnelle.

Pourquoi suivre cette formation ?

Le management horizontal s'est d'abord répandu dans les grandes entreprises internationales avant d'atteindre les PME. Aujourd'hui, ce nouveau mode de management s'est étendu à tous les secteurs d'activités.

Il est donc indispensable de développer des compétences relationnelles et de collaborer efficacement avec des personnes de niveaux hiérarchiques et de groupes différents.

Tenter d'assimiler les grands principes de la transversalité par vous-même peut s'avérer long et difficile. Cette nouvelle approche requiert des compétences spécifiques : ce n'est pas si simple de faire travailler ensemble autant d'acteurs différents sans pouvoir utiliser la célèbre méthode sanction/récompense par exemple. Notre formation vous permettra d'atteindre vos objectifs grâce à ce nouveau mode de management efficacement.

Bon à savoir

Le management transversal est parfois désigné sous d'autres appellations : on peut ainsi parler de formation en management d'influence, en management collaboratif, en management non-hiérarchique ou encore en management horizontal.

Programme

1. Les différentes situations de management transversal
2. Le management transversal vs management hiérarchique : les spécificités
3. Se positionner dans un rôle transversal : renforcer le cadre, passer du persécuteur au facilitateur
4. Les 3 leviers du management transversal : gérer l'activité, la relation et le temps
5. Gérer la tâche, l'activité, le projet : les outils clés de la gestion de projet
6. Planifier le projet ou l'activité
7. Préciser et mieux cerner les attentes envers vos interlocuteurs
8. L'impact de l'environnement et du temps
9. Établir une relation de qualité et de confiance
10. Mieux communiquer et développer son agilité relationnelle
11. S'adapter aux différents profils : Trait Introversion vs Extraversion (pour-soi et les autres)
12. S'adapter aux différents profils : Trait Sensation vs Intuition (pour-soi et les autres)
13. S'adapter aux différents profils : Trait Pensée vs Sentiment (pour-soi et les autres)
14. S'adapter aux différents profils : Trait Organisation vs Adaptation (pour-soi et les autres)
15. Adapter sa communication en fonction des métiers : Traits prédominants par fonction.
16. Conduire le Changement en fonction des profils
17. Gérer l'opposition : la résistance comme comportement de collaboration
18. La collaboration générative, les attitudes Crash et Coach face à l'opposition ou aux blocages
19. Transformer les blocages : l'attitude de résolution de problème et la négociation par les intérêts
20. S'affirmer en transversal : développer un leadership transversal assertif et authentique
20. Communiquer sur sa vision pour favoriser l'adhésion et la mobilisation
21. Oser animer le groupe transversal et développer une dynamique d'équipe
22. Être conscient des critères de motivation individuels permettant de mieux vendre son projet transversal
22. Une communication influente : développer son réseau d'interlocuteurs
23. En résumé : Se positionner et poser le cadre en transversal
24. En résumé : Renforcer la relation et communiquer avec efficacité et congruence
25. En résumé : oser prendre le leadership
26. En résumé : transformer les résistances en collaboration positive et créative



Réussir sa prise de fonction de manager

Les clés pour être rapidement et pleinement opérationnel auprès de ses équipes

Vous souhaitez aborder sereinement votre prise de poste en tant que manager ? Cette formation Réussir sa prise de fonction de manager vous donne toutes les clés pour être pleinement opérationnel auprès de vos équipes le plus rapidement possible.

Objectifs

- ▶ Se situer dans son rôle de responsable d'équipe
- ▶ Réussir son intégration et la prise en main de sa nouvelle équipe
- ▶ Adapter son style de leadership tout en maîtrisant les principes de la communication managériale
- ▶ Pratiquer les techniques d'animation d'une équipe

Présentation de la formation

La prise de fonction de manager est un moment délicat qu'il ne faut pas sous-estimer. En effet, c'est une période où le nouveau manager développe sa crédibilité, met en œuvre la relation de confiance avec l'équipe et s'assure d'une bonne mise en dynamique. Comment préparer au mieux sa prise de poste ? Quelle communication adopter auprès de ses équipes ? Comment engager ses collaborateurs, les fédérer, et les accompagner dans le développement de leurs compétences ? Autant de sujets et bien plus encore qui seront abordés au cours de cette formation grâce à laquelle vous maîtriserez les principes essentiels pour assurer avec succès votre prise de poste en qualité de manager.

Pourquoi suivre cette formation ?

Tout en rappelant qu'il n'existe pas une seule et unique bonne méthode pour gérer une équipe : un bon manager se reconnaît aussi à sa capacité à s'adapter en fonction de l'environnement de l'entreprise et des attentes de ses collaborateurs... Des recommandations avisées, certes, mais qui déstabilisent bien des nouveaux cadres qui se demandent quelle attitude adopter pour que la phase de premier contact se déroule bien.

Pourtant, il n'y a pas vraiment lieu de s'angoisser. En effet, en agissant avec méthode et en appliquant les bonnes techniques, réussir sa prise de fonction de manager n'a rien d'une mission impossible.

À travers cette formation, vous maîtriserez toutes les compétences nécessaires pour analyser l'attitude des membres de votre équipe, adapter votre style de management en fonction et instaurer rapidement une relation de confiance avec vos collaborateurs. Vous pourrez ainsi aborder sereinement votre prise de poste le jour J.

Bon à savoir

Désormais, un bon manager ne peut plus se contenter de « gérer » son équipe : on attend aussi de lui qu'il devienne rapidement un leader charismatique, capable d'inspirer ses collaborateurs et de propager l'innovation au sein de l'entreprise.

Programme

Chapitre 1: Rôles et missions du manager
Chapitre 2: Ni victime, ni persécuteur, ni sauveur
Chapitre 3: Sortir des cas particuliers de management
Chapitre 4: S'organiser
Chapitre 5: Contacter son manager pour organiser sa prise de poste
Chapitre 6: Travailler son pitch
Chapitre 7: Les 8 erreurs à éviter
Chapitre 8: Le 1er jour - La première semaine
Chapitre 9: 1er mois : Rencontrer les personnes
Chapitre 10: 2ème mois : La phase d'observation + Les quick wins
Chapitre 11: La méthode PESTEL
Chapitre 12: 3ème mois : Le SWOT pour synthétiser ses observations
Chapitre 13: 3ème mois : La réunion de lancement des équipes

Chapitre 14: 3ème mois : Les réunions de lancement individuelles
Chapitre 15: Se positionner en tant que manager
Chapitre 16: La relation de confiance
Chapitre 17: « Négocier » avec sa hiérarchie
Chapitre 18: Les 4 styles de management
Chapitre 19: Les 3 piliers du management
Chapitre 20: Écoute et feedback
Chapitre 21: Améliorer l'efficacité de son management
Chapitre 22: Développer son leadership
Chapitre 23: Développer son leadership dans sa prise de parole
Chapitre 24: Gérer des situations « conflictuelles »
Chapitre 25: Fixer des objectifs de ses collaborateurs et mesurer l'atteinte de ces derniers
Chapitre 26: Indicateur Clé de Performance

Chapitre 27: Système de pilotage : la feuille de route
Chapitre 28: La mise en œuvre des rythmes managériaux individuels et collectifs
Chapitre 29: Le lancement d'année collectif
Chapitre 30: La réunion mensuelle collective
Chapitre 31: Le briefing
Chapitre 32: L'entretien annuel individuel
Chapitre 33: L'entretien individuel mensuel
Chapitre 34: Le brief / débrief / contrôle individuel
Chapitre 35: Accompagner le changement
Chapitre 36: Les 9 erreurs à éviter pour motiver ses équipes
Chapitre 37: Motiver et favoriser l'engagement de son équipe
Chapitre 38: La reconnaissance
Chapitre 39: Les bonnes conditions de travail



Animer et encadrer une équipe

Méthodes et outils pour manager une équipe au quotidien

Comment manager efficacement vos équipes ? Cette formation vous initiera aux pratiques les plus innovantes, mais vous permettra également de vous approprier les principes et les enjeux du management d'équipe à l'ère du numérique. Vous maîtriserez ainsi les nouvelles techniques de communication et de motivation afin d'adopter la posture de manager-coach.

Objectifs

- ▶ Maîtriser les styles de management, la bonne posture managériale et le leadership
- ▶ Réussir l'intégration et la constitution de son équipe
- ▶ Engager et responsabiliser ses équipes
- ▶ Créer une cohésion d'équipe et mettre en dynamique ses équipes
- ▶ Résoudre les conflits

Présentation de la formation

Avec la transformation du monde de travail, l'apparition de nouveaux outils digitaux ultra-perfectionnés et l'arrivée des Digital Natives (*génération Z*) sur le marché de l'emploi, les pratiques managériales connaissent de profonds bouleversements.

Par ailleurs, il est important de bien intégrer qu'animer et encadrer nécessite de savoir «faire faire» et ne plus simplement faire. Ainsi, le passage d'un poste d'expert à un poste de manager nécessite l'acquisition de certaines compétences clés pour bien gérer les dynamiques au sein de son équipe.

Dans ce contexte, cette formation vous permettra d'animer et encadrer efficacement votre équipe grâce aux dernières techniques de management, que vous soyez devenu manager il y a peu, ou que vous souhaitez mettre à jour vos compétences.

Pourquoi suivre cette formation ?

Parce que le management est un métier à part entière, il est nécessaire d'en maîtriser les outils, techniques et méthodes. Bien appliquées, les nouvelles pratiques d'encadrement et de gestion d'équipe boostent en effet la performance de vos collaborateurs, améliorent la qualité de vie au travail et aident votre entreprise à rester compétitive.

De l'intégration du collaborateur à la délégation totale, le manager devra ainsi activer les bons leviers pour motiver son équipe, fixer des objectifs pertinents tout en communiquant de façon collective et individuelle.

Grâce à cette formation, adoptez la bonne posture managériale pour engager et responsabiliser vos équipes !

Bon à savoir

Bien que le management hiérarchique « traditionnel » soit toujours appliqué, il cède de plus en plus la place aux nouvelles pratiques managériales. D'où la naissance de formations spécialisées en leadership ou en management transversal par exemple.

Programme

Chapitre 1 - Les fondamentaux du management
Chapitre 2 - Intégration du manager
Chapitre 3 - Recrutement
Chapitre 4 - Intégration d'un collaborateur
Chapitre 5 - Les quatre styles de management
Chapitre 6 - La posture idéale
Chapitre 7 - Le modèle DISC
Chapitre 8 - Le modèle Herrmann
Chapitre 9 - Les croyances limitantes et les drivers
Chapitre 10 - L'intelligence émotionnelle
Chapitre 11 - La confiance en soi et l'exemplarité
Chapitre 12 - Fonctionnement de la confiance mutuelle
Chapitre 13 - Le triangle de Karpman

Chapitre 14 - La posture d'adulte responsable à adulte responsable
Chapitre 15 - Les leviers de la relation de confiance
Chapitre 16 - Les principes de la communication
Chapitre 17 - La CNV
Chapitre 18 - Trois méthodes complémentaires de communication
Chapitre 19 - Fonctionnement et prévention des conflits
Chapitre 20 - Les différentes méthodes pour gérer les conflits
Chapitre 21 - Recadrer respectueusement
Chapitre 22 - Les sources de motivation
Chapitre 23 - Définir les objectifs
Chapitre 24 - Feuille de route

Chapitre 25 - Tableau de bord prospectif
Chapitre 26 - Déploiement des objectifs avec les rythmes managériaux
Chapitre 27 - Les rythmes managériaux collectifs
Chapitre 28 - Les rythmes managériaux individuels
Chapitre 29 - Lean management
Chapitre 30 - Le management agile
Chapitre 31 - Créer une forte cohésion d'équipe
Chapitre 32 - La mise en dynamique individuelle
Chapitre 33 - La mise en dynamique collective
Chapitre 34 - Entreprises libérées ou opales
Chapitre 35 - Exemple de l'entreprise Buurtzorg
Chapitre 36 - Exemple de l'entreprise FAVI

FORMATIONS

Regroupement méthodologie pédagogique digital learning



KICK-OFF : Comment bien commencer sa formation Visiplus ?

1. Par où commencer la formation ?
2. Quelles sont les bonnes pratiques de visionnage ?
3. Comment se déroule la formation ?
4. Où trouver les bonnes informations ?
5. Quelles sont les modalités pour le mémoire et la soutenance ?
6. A qui s'adresser et pourquoi ?



Apprendre à apprendre

1. Pourquoi commencer par savoir qui l'on est ?
2. Comment notre cerveau apprend-il ?
3. Quels sont les piliers de l'apprentissage ?
4. Comment fonctionne la mémoire ?
5. Comment améliorer ses capacités de mémorisation ?
6. Quels sont les perturbateurs et comment les maîtriser ?
7. Quel est le lien entre motivation et apprentissage ?
8. Comment agir sur sa motivation ?
9. Pourquoi scénariser son parcours de formation ?
10. Comment fixer ses propres objectifs ?
11. Comment choisir une formation adaptée ?
12. Quelles sont les conditions d'une préparation réussie ?
13. Comment s'organiser de façon réaliste ?
14. Pourquoi l'évaluation est-elle indispensable au pilotage de votre formation ?
15. Comment construire son propre parcours ?
16. Comment doser son effort ?
17. Quels outils pour garder son cap ?
18. Comment aborder la phase de formation proprement dite ?
19. Quels rôles jouent les interactions dans l'apprentissage ?
20. Comment communiquer efficacement durant la formation ?
21. Quels outils utiliser pour mieux s'organiser ?
22. Quels outils utiliser pour améliorer et organiser sa pensée ?
23. Quels outils utiliser pour communiquer efficacement dans la formation ?
24. Comment construire son environnement personnel d'apprentissage ?
25. Comment travailler de façon collaborative ?
26. Pourquoi la période post-formation est essentielle ?
27. Quels outils adopter pour s'engager dans une démarche réflexive ?



Comment bien s'organiser pour réussir sa formation e-learning ?

1. L'apprenance
2. L'apprenant
3. L'elearning
4. L'accompagnement
5. La plateforme VISIPLUS
6. Organiser sa formation
7. Organiser son environnement
8. Organiser sa formation
9. Organiser l'apprentissage



Savoir rédiger un dossier professionnel

1. Définition d'un mémoire professionnel
2. Pourquoi réaliser un mémoire professionnel ?
3. Pourquoi réaliser un mémoire professionnel ?
4. Comment choisir un bon sujet pour son mémoire ?
5. Quelle est la structure type du mémoire ?
6. Les critères d'évaluation du rendu écrit
7. Les bonnes pratiques
8. Les pièges à éviter



Réaliser des présentations professionnelles (PowerPoint)

1. Introduction
2. Savoir mettre en avant son message
3. Savoir impacter par l'image
4. Mettre en scène sa présentation en intégrant des effets dynamiques et de transitions



Réussir sa soutenance devant un jury

1. Introduction – Mettons-nous en jambe
2. Juste avant la soutenance
3. Adopter la juste distance avec son diaporama PPT
4. Ne pas lire ses diapositives : entre mémorisation et improvisation
5. Utiliser l'écran de contrôle de l'animateur avec le mode présentateur
6. Maintenir l'intérêt de l'auditoire et développer sa force de conviction
7. Savoir gérer le temps
8. Conseils



Comment réussir sa soutenance en visioconférence ?

1. Se mettre dans les meilleurs conditions matérielles possibles
2. Organiser un environnement propice à une soutenance en visioconférence
3. Se préparer pour maîtriser les spécificités d'une soutenance en visioconférence
4. Déroulement de la soutenance en visioconférence
5. Gestion du planning
6. Posture à tenir pour réussir sa soutenance à distance
7. Comment réagir en cas d'imprévu ?

FORMATIONS

Regroupement emploi et carrière



Workshop Emploi & Carrières : comment valoriser sa formation professionnelle

1. Votre question
2. Retour sur le bilan de la formation
3. Photo Avant (A) / Après (B) – avec B = nouveau Projet Professionnel
4. Communiquer sur votre nouveau projet (B)
5. Plan d'actions vers (B)
6. Pratique des outils – Pitch et fiche Projet Pro
7. Conclusion



Construire et optimiser son marketing personnel

1. Définition & contexte
2. Les enjeux
3. Les risques & opportunités
4. Le personal branding des dirigeants
5. Stratégie de communication
6. Focus linkedin
7. Manager son personal branding
8. Best practises
9. Success stories
10. Mesurer ses actions



Dynamiser son évolution professionnelle

1. Découvrez votre Ikigai!
2. Clarifiez votre objectif professionnel
3. Décrivez vos réalisations!
4. Votre marché du travail est un iceberg!
5. Vos mots clés sont vos amis pour la vie!
6. Identifiez les bons interlocuteurs
7. Maintenant, passez à l'action!
8. Techniques d'efficacité professionnelle
9. À la recherche du CV parfait
10. La lettre de motivation
11. Les candidatures spontanées
12. Réussissez vos entretiens de recrutement
13. Panorama des réseaux sociaux en recherche d'emploi
14. Incontournable LINKEDIN
15. 7 stratégies sur LINKEDIN
16. Pour aller plus loin (Techniques de recherche d'emploi avancées)
17. Devenir apporteur de solutions
18. Apprenez à «hacker» les offres d'emploi
19. La lettre de motivation est morte. Vive l'Offre de solutions!
20. Votre offre de solutions en entretien de recrutement
21. Vous allez aimer le networking IRL
22. La PHRASE-RÉSEAU
23. La méthode APEROT!