

Systememis

FORMATIONS 2012

*L'humain au cœur
de la performance*

MANAGEMENT

- Le nouveau rôle du manager	8
- Délégation et responsabilité de l'équipe	9
- Réussir ses entretiens de management	10
- L'entretien annuel d'évaluation	11
- L'entretien professionnel	12
- Animer des réunions et des groupes de travail efficaces	13
- Prendre une décision et la faire accepter	14
- Gestion des conflits et médiation	15
- Motivation et animation d'une équipe	16
- Animer une équipe projet	17
- Pratique de la négociation et de la médiation	18
- Comprendre et conduire le changement	19
- Tuteur en entreprise	20
- Intégrer le rôle des Institutions Représentatives du Personnel dans le management	21
- Gestion des conflits organisationnels	22

MANAGEMENT DES SENIORS

- L'entretien de 2ème partie de carrière	24
- Management des seniors	25

RESSOURCES HUMAINES

- Optimiser les négociations sociales	27
- Formation de formateurs occasionnels	28- 29
- Préparer le recrutement d'un collaborateur	30
- Conduire l'entretien de recrutement	31
- Identifier et gérer les potentiels et les compétences	32
- Elaborer le plan de formation	33

INTERNATIONAL

- Travailler en contexte culturel	35
- Préparation à la mobilité internationale	36

RELATION AVEC LE PUBLIC

- Accueil et relation avec le public	38
- Accueil téléphonique	39

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- Préparer un plan de communication percutant	41
- Organiser une manifestation ou un événement professionnel	42

STRATEGIE - INTELLIGENCE ECONOMIQUE - INNOVATION

- Intelligence économique et veille stratégique	44
- Optimiser la veille sur Internet.....	45
- Marketing stratégique	46
- Marketing Mix des produits et des services	47
- Développer l'innovation dans les PME	48
- Développer la créativité des équipes	49

WEB—INTERNET

- Stratégie « Web Marketing »	51
- Comprendre et gérer les réseaux sociaux sur Internet.....	52
- Gérer sa réputation numérique sur Internet et bâtir sa marque personnelle (Personal branding)	53

PERFORMANCE COMMERCIALE

- Le marketing de conquête	55
- Conduire efficacement un entretien commercial	56
- Renforcez votre maîtrise de l'entretien commercial	57
- Réaliser une présentation commerciale percutante	58
- Professionnalisez vos négociations commerciales	59
- Développer ses ventes avec la PNL	60
- Développer un accueil téléphonique performant	61
- Booster ses ventes au téléphone	62
- Manager une équipe commerciale	63
- Gestion commerciale performante	64

PILOTAGE DES AFFAIRES

- La démarche commerciale de l'affaire	66
- Piloter une affaire	67
- Coopérer au sein d'une équipe affaire	68

GESTION

- Montez vos budgets	70
- De la comptabilité à la gestion	71

COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

- La communication dans le travail	73
- Conflits et communication	74
- Réussir ses communications avec la PNL	75
- Comprendre les relations avec l'Analyse Transactionnelle	76
- Réussir ses écrits professionnels	77
- Communiquer vrai	78

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

- Maîtriser les principales difficultés de l'orthographe, de la grammaire, et de la conjugaison	80
- Accompagnement vers la Certification VOLTAIRE	81
- Construire son portefeuille de compétences	82
- Mieux se connaître avec le MBTI ©.....	83
- Comprendre et accompagner les émotions	84
- Organiser son temps	85
- Animer des réunions efficaces	86
- Mieux gérer sa mémoire	87
- Parler avec aisance et convaincre un auditoire	88
- Renforcez l'impact de vos présentations orales	89
- Découvrir sa voix	90
- S'affirmer soi et ses différences	91
- Look professionnel	92

- Ecriture et créativité	93
- Préparer sa retraite et changer de cap	94
BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL <hr/>	
- Stress et performance des équipes	96
- Le harcèlement moral dans l'organisation	97
- Agir pour un stress positif ©.....	98
- Relax Training ©.....	99
- Respiration et relaxation sophronique	100
- Prendre en charge les conduites addictives	101
- Corps conscient.....	102
ANGLAIS PROFESSIONNEL <hr/>	
- Liste des modules d'anglais spécifique	104
	105
- La négociation à l'International	106
- La prise de contact à l'International	107
- Les déjeuners-dîners d'affaires	108
- Préparation au TOEIC	109
- Anglais des professionnels de santé	110

*L'humain au cœur
de la performance*

QUALITE

- Sensibilisation à la démarche Qualité	112
- Système de management de la Qualité ISO 9001	113
- Les bases de l'audit interne	114

INFORMATIQUE

- Création de site Web avec le CMS JOOMLA	116
- Installer et administrer une base de données libres MySQL 5.5/PostgreSQL	117
- Base de données propriétaire ORACLE 10G OU 11G	118
- Maîtriser les bonnes pratiques informatiques avec ITIL 2011	119

*L'humain au cœur
de la performance*

Systememis

MANAGEMENT

*L'humain au cœur
de la performance*



MANAGEMENT ET MOTIVATION DES EQUIPES PERFORMANTES 3 JOURS

OBJECTIFS

Faire le point sur ses pratiques de management
S'entraîner aux outils d'organisation et de motivation des équipes
Renforcer la cohésion de son équipe

POINTS-CLÉS

Manager

- Evolution historique des organisations
- Autodiagnostic du manager
- Approfondissement des modes de management : Imposition – Transaction - Animation
- Missions et responsabilité du manager
- Compétences clés du manager

Organiser et piloter l'équipe

- Objectifs et stratégie d'action
- Répartition des rôles et des responsabilités dans l'équipe
- Définir et mettre à jour les fonctions
- Contrôler l'activité de l'équipe : mise en place d'indicateurs, tableaux de bord et budget

Développer une dynamique de motivation individuelle et collective

- Panorama historique des recherches en motivation
- Réflexion sur la dynamique motivationnelle de l'équipe actuelle et définition de priorités et moyens d'action précis d'amélioration
- Conduire des entretiens de motivation

Mettre en place le coleadership

- Les différents profils de co-leaders et leurs rôles
- Instaurer une complémentarité d'équipe
- Renforcer la coopération entre co-leaders

Créer des dynamiques de travail transversales

- Développer le travail en équipe
- Mettre en place des groupes de travail ou des groupes "projet"
- Animer un groupe "projet"

Accompagner et développer les compétences

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives,
Autodiagnostic, de réflexions en groupes
Mises en situations
Un diagnostic global des compétences du manager
Chaque participant est amené à se positionner et à s'auto-évaluer

DELEGATION ET RESPONSABILITE DE L'EQUIPE

1 jour

OBJECTIFS

Intégrer la délégation comme outil du management quotidien
Développer l'autonomie, la motivation, la responsabilité de ses collaborateurs
Accroître l'intelligence collective de l'équipe

POINTS-CLÉS

Autodiagnostic de la délégation

La délégation :

- Outil de motivation, de développement des compétences et de Responsabilisation
- Démarche du mode participatif de management

Mettre en place la délégation dans l'équipe

- Analyse globale de la dynamique de l'équipe (compétences, formation et motivation) et de besoins du manager : *entraînement réel à partir d'une grille d'analyse de l'équipe*
- Définir un plan de délégation d'équipe
- Intégrer les résistances personnelles et collectives à la pratique de la délégation
- Les conditions d'une bonne délégation à un collaborateur
- Le cadre indispensable de toute délégation

L'entretien de délégation

- Structure et conduite de l'entretien : *simulations à partir de cas réels*

Le suivi d'une délégation / Instauration d'une culture de délégation dans l'équipe

METHODE PEDAGOGIQUE

Exposés
Echange de pratiques
Entraînement : préparation et simulation d'entretiens de délégation.

REUSSIR SES ENTRETIENS DE MANAGEMENT **1 Jour**

OBJECTIFS

Intégrer l'entretien en face à face comme outil de management
Différencier et cibler ses entretiens
Développer des comportements adaptés aux objectifs de l'entretien

POINTS-CLÉS

Les finalités d'un entretien en face-à-face

Les différents types d'entretien

Préparation de l'entretien

Conduite de l'entretien

- Structuration
- Attitudes psychologiques : Porter - Rogers

Exploitation et suivi d'entretien

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques, échange d'expériences
Entraînement aux différents types d'entretien à partir de cas types et de situations d'entretien réel.

L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION 2 jours

OBJECTIFS

Connaître les enjeux de l'entretien annuel d'évaluation
Appréhender les processus de gestion globale des ressources humaines en lien avec l'évaluation
Mettre en œuvre un entretien répondant aux objectifs d'efficacité et d'évolution des équipes

Définir un cadre commun d'utilisation de l'outil et des documents
Favoriser l'échange d'expérience
Mise en œuvre de solutions dans des situations difficiles

POINTS-CLÉS

L'entretien d'évaluation : outil de management et de développement des compétences

- Le contexte
- Les enjeux et la finalité de la démarche
- Les objectifs de l'entretien : différencier l'entretien annuel d'évaluation de l'entretien professionnel
- La démarche

Les bases de l'entretien

- La fiche de poste :
 - ⇒ base opérationnelle pour identifier les missions principales et les compétences associées
- Les différents types d'objectifs
 - ⇒ Définition d'objectifs du collaborateur et formulation d'objectifs sur support

Les outils de l'entretien et la préparation

- Présentation du support
- Guide de préparation de l'entretien :
- Guide du Manager
- Guide du collaborateur

La conduite de l'entretien d'évaluation

- Déroulement d'un entretien : logigramme de l'entretien
- Les bases d'une conduite d'entretien d'évaluation réussie
- Modélisation des cas réels du groupe
- Simulation et exploitation d'entretiens individuels d'évaluation
- Rappel des points clés d'efficacité en entretien en face à face
- Résolutions des situations difficiles ou conflictuelles lors de l'entretien individuel
- Le suivi de l'entretien et l'accompagnement individuel du collaborateur

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques, échange d'expériences
Entraînement aux différents types d'entretien à partir de cas types et de situations
Adapter la bonne posture pour réussir ces entretiens professionnels
Adapter la bonne posture pour réussir ces entretiens professionnels

L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL**2 jours****OBJECTIFS**

Connaître la finalité et les dispositifs de la Réforme sur la formation professionnelle continue
Faire le point sur les compétences et les potentialités du collaborateur
Identifier des scénarios d'évolution professionnelle et les moyens correspondant

POINTS-CLÉS**L'entretien professionnel : outil de management**

- Le contexte, les enjeux et la finalité de la démarche
- Les objectifs de l'entretien, la démarche

Les bases de l'entretien

- La fiche de poste : base opérationnelle pour identifier les missions principales et les compétences associées
- Comprendre et utiliser la « grille de compétence du collaborateur » : positionner les compétences du collaborateur dans le poste

La loi sur la Formation Professionnelle tout au long de la vie

- Le financement de la formation professionnelle
- Les dispositifs de la loi sur la Formation continue tout au long de la vie

La préparation du plan d'évolution professionnelle

- les scénarios envisagés
- les moyens de formation du collaborateur

Les outils de l'entretien et la préparation

- Présentation du support
- Guide de préparation de l'entretien :

- *Guide du Manager*
- *Guide du collaborateur*

La conduite de l'entretien

- Déroulement d'un entretien : logigramme de l'entretien
- Les bases d'une conduite d'entretien réussie
- Modélisation des cas réels du groupe
- Simulation et exploitation d'entretiens individuels
- Résolutions des situations difficiles ou conflictuelles lors de l'entretien
- Le suivi de l'entretien et l'accompagnement professionnel du collaborateur

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques, échange d'expériences

Entraînement aux différents types d'entretien à partir de cas types et de situations d'entretien réel

Adapter la bonne posture pour réussir ces entretiens professionnels

Elaboration de grilles d'analyse utiles pour réussir vos entretiens

-

ANIMER DES REUNIONS ET DES GROUPES DE TRAVAIL EFFICACES **3 jours**

OBJECTIFS

Réaliser des réunions productives
Intégrer des pratiques d'animation performantes
Développer une motivation forte par la participation
S'entraîner à la résolution de problèmes en groupe

POINTS-CLÉS

Les différents types de réunion

Le rôle de l'animateur

Préparation de la réunion

- Structuration de la réunion
- Plans types
- Documents de préparation

Techniques d'animation

- Entraînement aux débats participatifs
- Gestion des incidents

Le suivi de la réunion

L'animation d'un groupe de travail ou groupe projet

La Méthode de résolution de problèmes

- La MRP
- Les outils d'efficacité en réunion de travail (diagramme des causes à effet...)

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Exposés
Nombreux exercices et entraînement en vidéo

PRENDRE UNE DECISION ET LA FAIRE ACCEPTER 2 jours

OBJECTIFS

- Connaître le processus de décision
- Améliorer ses stratégies personnelles de décision
- Agir efficacement après une prise de décision

POINTS-CLÉS

Connaître son style de décision

- Autodiagnostic du décideur
- Analyse des difficultés personnelles en situation de décision

Les modèles de décision

- La théorie économique de la décision
- Le processus psychologique du décideur
- Les erreurs types des décideurs

Une démarche globale de prise de décision

- MRP : méthode de résolution de problèmes
- La collecte d'informations
- Tirer une conclusion et choisir
- Analyser le feed-back des décisions
- Entraînement sur un cas à la prise de décision

Les outils et techniques de prise de décision

- Rôle et limites de l'intuition
- Identifier les risques liés à la décision
- Les règles de filtrage et classement
- Les règles empiriques du métier
- La méthode de Franklin : modèle linéaire subjectif
- Analyse de choix à critères multiples
- Le processus de décision en groupe
- Décision et apprentissage

Transformer les décisions en résultats

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, de réflexions en groupes, Analyses de cas d'entreprise et de mises en situations

GESTION DES CONFLITS ET MEDIATION

2 jours

OBJECTIFS

Le recours à la médiation est utile dans toutes les situations où des hommes ou des groupes sont en rupture de communication, autant à titre préventif qu'au cours ou à la suite d'un conflit. Elle s'exerce dans tous les domaines : familial, social, interculturel, scolaire, professionnel, patrimonial, économique, humanitaire, politique...

Ce module vise à :

Prendre conscience de la dynamique des conflits intérieurs et avec les autres
Développer un rôle de médiateur en toute situation

POINTS-CLÉS

1ère journée – La dynamique du conflit

Dans le dialogue avec soi-même

- l'origine et le rôle des émotions
- l'attachement

Dans les relations inter-personnelles

- les types et phases du conflit
- les jeux relationnels

Dans les organisations

- analyse à partir d'une étude de cas

2ème journée – La démarche de médiation

Champs d'application de la médiation

- un outil de management pour l'entreprise
- un exemple de médiation : relations difficiles entre collègues

Entraînement à la communication non-violente

- observation, questionnement, reformulation, recherche des besoins

Développer le sentiment d'empathie par des jeux de rôle

- animer une confrontation dans un esprit de médiation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Une attention particulière sera accordée à la traduction pratique dans des situations concrètes des méthodes et principes généraux énoncés.

MOTIVATION ET ANIMATION D'UNE EQUIPE 2 jours

OBJECTIFS

- Intégrer le mode de management participatif dans sa réflexion et sa pratique de manager
- Renforcer la cohésion de son équipe
- Instaurer des pratiques de travail motivantes et productives

POINTS-CLÉS

L'animation : un mode de management clé

- Le mode participatif : clé de voûte du management moderne
- De la qualité à la gestion de projet, jusqu'à l'intelligence économique

Les clés de la motivation individuelle et collective

- Panorama des théories de la motivation en organisation
- Etude de leur application en entreprise.

Mettre en place le coleadership

- Les différents profils de coleader et leurs rôles : modèle de Dilts
- Instaurer une complémentarité d'équipe
- Renforcer la coopération entre coleader

Mettre en place une dynamique de motivation concrète

- Gérer par objectifs
- Encourager le développement des compétences
- Savoir récompenser, et aussi sanctionner
- Comprendre les jeux de pouvoir et les dynamiques relationnelles

Créer des dynamiques de travail transversales

- Développer le travail en équipe
- Mettre en place des groupes de travail ou groupes projet
- Animer un groupe projet

La Carte des Partenaires

- Le cadre de la Sociodynamique des organisations
- Analyser un changement réel avec la Carte des Partenaires de son équipe

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives et d'échanges d'expériences
Travail en sous-groupes et jeux de rôles

ANIMER UNE EQUIPE PROJET 2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre le mode Projet
- Savoir piloter un projet
- Savoir animer une équipe Projet

POINTS-CLÉS

Les finalités du mode Projet

- La force de la transversalité : anticiper et construire la réalité future
- Un mode d'action collectif motivant
- Une dynamique orientée « résultat »

La méthode Projet

- Les objectifs : coût, délai, qualité
- Cadrer le projet
- Conduire le projet
- Conclure et évaluer le projet

Les outils de gestion du projet

- Les outils de préparation, pilotage et de progression du projet

Le management du projet

- Organiser le projet
- Identifier les rôles : chef de projet et membres équipe projet
- Planification
- Pilotage du projet à chaque étape
- La dynamique d'animation de l'équipe Projet
- La communication sur le projet

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, de réflexions en groupes.
Analyses de cas d'entreprise et de mises en situation

PRATIQUE DE LA NEGOCIATION ET DE LA MEDIATION 2 + 2 jours

OBJECTIFS

- Identifier les différents modes de résolution d'un conflit
- S'entraîner aux pratiques de la négociation et de la médiation

MODULE 1 - 2 jours

Les modes de résolution d'un conflit

- L'arbitrage
- La conciliation
- La négociation
- La médiation
- Les contextes d'application de chaque mode de résolution

La médiation

- Champs d'application de la médiation
- Les grands principes en médiation
- Le rôle et les qualités du médiateur
- Les domaines d'intervention du médiateur
- Les effets de la médiation dans l'organisation
- La démarche et le processus d'une médiation
- Etude de cas
- Entraînement à l'animation de médiations

MODULE 2 - 2 jours

La négociation

- La négociation :
 - un mode de décision spécifique
 - les caractéristiques de la négociation
- Autodiagnostic du négociateur : les profils de négociateur
- Les différents types de négociation :
 - négociation compétitive
 - négociation coopérative
- La préparation d'une négociation
- Les étapes clés d'une négociation
- Les tactiques en négociation
- Entraînement à différents types de négociation managériales

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, d'études de cas jeux de rôles en médiation et négociation.

COMPRENDRE ET CONDUIRE LE CHANGEMENT 3 jours

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

- Maîtriser la dimension humaine et sociale d'un changement d'organisation
- Acquérir de nouvelles grilles de lecture pour analyser et réaliser des opérations de changement
- Identifier le rôle de l'équipe RH, porteur de projet dans la conduite du changement

OBJECTIFS COMPORTEMENTAUX

- Développer les compétences analytiques dans des situations complexes
- Développer la pensée systémique

POINTS-CLÉS

Le changement

- Les types de changement
- Les paliers du changement
- Le champ global du changement

La Sociodynamique

Une démarche structurée d'analyse et de préparation de la négociation sociale

- Analyse du contexte et du processus amenant à la négociation
- La Carte des Partenaires
- Les choix stratégiques
- Construire une stratégie adaptée aux différents publics : les logiciels stratégiques

La conduite du changement

- Dynamique psychologique du changement au sein d'un groupe
- Méthodologie globale de conduite de changement dans l'organisation
- Les différentes stratégies de changement
- Construction d'un parcours de changement
- Application pratique sur cas réel en sous-groupe

Les résistances et les leviers du changement

Les moyens mis en œuvre dans la construction du changement

- Rôle et finalité du comité de pilotage
- Les moyens d'accompagnement du changement

Les facteurs de réussite du changement

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Exposés

Application pratique de la méthodologie et analyse sur un cas réel en sous-groupes

Analyse critique de cas à partir de témoignages réels

Etude de cas en sous-groupe avec correction de cas en groupe

TUTEUR EN ENTREPRISE

2 jours

OBJECTIFS

- **Connaître les enjeux et la place du tuteur en entreprise**
- **Appréhender le cadre juridique et institutionnel du tutorat**
- **Intégrer les différentes missions du tuteur**
- **Elaborer et coordonner la progression pédagogique**
- **Suivre, contrôler et évaluer les acquisitions du tuteur**

POINTS-CLÉS**Enjeux et place du tuteur en entreprise**

- La place du tutorat dans le parcours de formation
- Définition et limites de la mission du tuteur
- Implication, motivation et responsabilité du tuteur
- La fonction tutorale en entreprise
- Les finalités du tutorat

Cadre juridique et institutionnel du tutorat

- Les types de contrats et leurs incidences sur le rôle du tuteur
- Identification de l'environnement du tuteur et de ses différents acteurs
- Discrimination et droit du travail : se dégager du poids des représentations

Accueil et intégration

- Préparation de l'arrivée du tuteur au sein de l'entreprise
- Inscription de la relation dans un cadre de coopération clair
- Contractualisation des rôles, limites et prérogatives du tuteur
- Identification des objectifs, des attentes et des besoins
- Présentation des outils de suivi

Transmission des savoirs en situation de travail

- Elaboration et coordination de la progression pédagogique avec le centre de formation
- Elaboration des outils de suivi
- Identification des compétences-clés à maîtriser
- Organisation du poste de travail
- Transmission des savoir-faire

Suivi, contrôle et progression

- Les éléments à contrôler
- Les méthodes de suivi et d'analyse du réalisé, du planning
- Le bilan global intermédiaire à établir et la prévision à terme
- Les actions correctives
- La réunion de suivi

Evaluation

- Mesure et sens des enjeux de l'évaluation
- Compréhension et appropriation des référentiels métier et formation
- Evaluation des acquisitions professionnelles et autres
- Analyse des incidents ou échecs
- Définition des axes de progrès

Clôture de la formation

- Etablir le bilan de fin de formation et communiquer
- Analyser et exploiter le retour d'expérience
- Définir la suite à donner lors de la réunion de fin de mission

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, de réflexions en groupes et de mises en Situations.

Chaque participant est amené à se positionner et à s'auto évaluer sur l'ensemble des domaines de compétences du tuteur, afin de choisir des objectifs d'amélioration globaux.

Les participants acquièrent des outils à utiliser dans leur pratique quotidienne.

INTEGRER LE RÔLE DES IRP DANS LE MANAGEMENT

2 jours

Une communication active et respectueuse avec les instances représentatives du personnel est la garantie d'un bon climat social et un élément majeur pour gérer au mieux des difficultés potentielles. Elle passe aussi par une connaissance approfondie de leurs rôles, responsabilités et missions.

OBJECTIFS

- Acquérir une connaissance synthétique et structurée des représentants du personnel
- Connaître le fonctionnement et les missions des IRP
- Savoir gérer un représentant du personnel dans le management quotidien

POINTS CLÉS

La nouvelle dimension des relations sociales

- Cartographie et historique des syndicats en France
- Evolutions récentes des positions respectives
- Rôle des syndicats dans la gestion sociale de l'entreprise
- Les bases du droit social dans l'entreprise

Définition, rôles et fonctionnement des différentes Instances Représentatives du Personnel

- Rôle majeur des représentants du personnel dans la politique sociale
- Comment motiver les salariés à cette responsabilité ?
- Les Délégués du personnel
- Le Comité d'Entreprise
- Le CHSCT
 - les règles juridiques du fonctionnement des représentants du personnel : droits et devoirs réciproques

Gérer les représentants du personnel

- Concilier rôle social et fonction dans l'équipe : absences, motivation
- Contrôle de l'activité professionnelle des représentants des salariés
- Faire remonter les attentes et les besoins des salariés à la Direction
- Parer à la discrimination pour activité syndicale
- Gérer les conflits de rôles dans l'équipe

Accompagnement de l'évolution professionnelle des représentants

- Quelle politique de gestion de carrière mettre en place pour les représentants du personnel ?
- Rôle de l'entretien professionnel dans le déroulement de carrière

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives (exposés), autodiagnostic, échanges et réflexions en groupe, mises en situation

GESTION DES CONFLITS ORGANISATIONNELS 2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre les conflits organisationnels
- Identifier les situations conflictuelles dans les services et l'organisation
- Prévenir et résoudre les conflits au travail

POINTS-CLÉS

Le conflit

- Qu'est-ce qu'un conflit ?
- Les types de conflit
- Les familles de conflit

Analyse d'un conflit

- Le cycle de développement d'un conflit
- Les phases d'un conflit au travail
- Analyse d'un conflit :
 - le jeu des acteurs
 - les cartographies du conflit
 - l'analyse des revendications

Le rôle du manager dans un conflit de travail

- Les règles du jeu et le cadre défini par l'Institution
- Les mesures à prendre sur le terrain pendant le conflit
- Jouer le rôle de médiateur

Gérer une crise

- La cellule de crise : objectifs, rôles, acteurs
- Stratégie et communication pendant la crise

Prévenir les conflits dans les équipes et dans l'Institution

- Ecouter les indicateurs sociaux
- Mesurer le climat social dans l'équipe et l'organisation
- Jouer son rôle de régulateur des tensions en tant responsable des ressources humaines

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, d'échange d'expériences et de simulations

Systememis

MANAGEMENT

SENIORS

*L'humain au cœur
de la performance*

L'ENTRETIEN DE 2^{ème} PARTIE DE CARRIERE

2 jours

OBJECTIFS

Proposer une réflexion sur l'évolution professionnelle des salariés de plus de 45 ans
Concevoir et conduire les entretiens de 2^{ème} partie de carrière
Mettre en place un plan d'action individualisé pour la poursuite du développement professionnel

POINTS CLÉS

Identifier les enjeux de la 2^{ème} partie de carrière

- Situer le cadre légal, les différents types d'entretien et les informations à diffuser à ses collaborateurs
- Repérer les bénéficiaires de l'entretien de 2e partie de carrière et les spécificités des seniors (tranches d'âge, motivations, besoins...)
- Identifier les enjeux sociaux et les enjeux de performance pour les salariés et l'entreprise

Construire l'entretien de 2^e partie de carrière

- Organiser le déroulement des entretiens
- Préparer des entretiens individualisés avec ses collaborateurs
- Identifier les étapes de l'entretien et les enjeux associés
- Définir les objectifs de l'entretien de 2e partie de carrière
- Formaliser les outils supports de l'entretien (grille, guides...)

Conduire et animer les entretiens de seconde partie de carrière

- Identifier les différentes techniques d'entretien
- S'entraîner à la conduite d'entretiens en utilisant les outils supports

Mettre en place le suivi RH de l'entretien

- Etablir le compte-rendu et définir les suites de l'entretien
- Elaborer un plan d'action concerté avec le salarié, le manager et la direction
- Intégrer efficacement ces entretiens dans la gestion des ressources humaines

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences d'information, de réflexions individuelles et en groupes
Entraînement aux entretiens, en jeux de rôles

MANAGEMENT DES SENIORS

2 jours

OBJECTIFS

- Répondre aux nouvelles obligations de la loi sur la gestion des Séniors en entreprise
- Entretenir la motivation des seniors dans leur emploi
- Identifier les risques de perte de compétences dans les équipes
- Anticiper les fins de carrière
- Développer et valoriser les compétences

POINTS CLÉS

Le cadre légal

La problématique globale des Seniors dans l'entreprise

- La problématique des seniors dans le management stratégique des compétences
- Le recrutement des seniors et les aides au recrutement
- Le maintien dans l'emploi des seniors

Les Seniors et l'équipe

- La motivation :
 - Comment conserver ou développer la motivation des seniors dans l'équipe ?
 - Comment aménager les fonctions ?
 - Quels objectifs donner aux seniors ?
- La gestion des compétences de l'équipe :
 - Comment équilibrer les compétences entre seniors et les autres membres de l'équieoe
 - Evaluer le "risque Compétences" lié au départ des seniors
 - Anticiper les mesures de transfert et de capitalisation des compétences des seniors dans l'entreprise

Les solutions

- Le programme Management des seniors dans l'entreprise et les équipes
- Le plan d'action Senior :
 - le tutorat
 - la formation de formateur pour les seniors
 - la VAE pour la poursuite de carrière
 - la formation des seniors
 - les périodes des professionnalisation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Séquences d'informations

Grilles d'analyse, échanges et travail en groupes

Les participants construisent un "Plan d'action Senior" pour leurs équipes ou leur entreprise.

Systememis

RESSOURCES HUMAINES

*L'humain au cœur
de la performance*

OPTIMISER LES NEGOCIATIONS SOCIALES 2 jours

OBJECTIFS

- Appréhender le contexte global d'une négociation sociale pour l'optimiser
- Acquérir une démarche structurée de préparation de la négociation sociale
- Développer des stratégies adaptées à chaque situation de négociation
- S'entraîner aux techniques de conduite de la négociation sociale

POINTS-CLÉS

Les styles de négociateur

- Identifier les tendances personnelles prédominantes (autodiagnostic)
- Les profils de négociateur

Analyse du contexte global d'une négociation sociale

- Echange sur les pratiques actuelles collectives et individuelles
- Cadre et limites d'une négociation
- Rappel des différents types de négociation sociale

La Sociodynamique : Une démarche structurée d'analyse et de préparation de la négociation sociale

- La Carte des Partenaires
- Les choix stratégiques : stratégies haute, intermédiaire et basse
- Construire une stratégie de représentation interne pertinente
- Comment communiquer pendant le processus de négociation ?
- Les trois modes de négociation : « samouraï », « diplomatique », « stratégique » et leurs comportements associés.
- Le cadre commun et les critères de négociation
- Entraînement à la préparation de négociations sociales à partir d'une démarche type de préparation

Conduire la négociation

- Les processus de la négociation : compréhension et suivi du processus dans le temps
- Les différentes étapes de la négociation
- Les techniques de négociation
- Entraînement à la conduite de négociations sociales

Devenir un communicateur performant

- Entraînement aux outils de communication efficace, indispensables à la performance du Négociateur

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

L'entraînement utilise les moyens pédagogiques suivants : séquences d'information, réflexions individuelles et collectives, autodiagnosics, échanges de pratiques, exercices focalisés, simulations en vidéo.

FORMATION DE FORMATEURS OCCASIONNELS

2 + 2 jours

OBJECTIFS

- Appréhender la formation comme un investissement au service d'objectifs d'évolution des compétences de l'Institution
- Construire une progression pédagogique à partir d'objectifs précis
- Etre plus performant en matière d'animation de groupe

POINTS-CLÉS

Le rôle de la formation

- Les enjeux de la formation continue
- Le contrat tripartite

La mission du formateur

- Les différentes logiques de formation
- Les fonctions du formateur
- Les aptitudes-clés du formateur
- Les conditions d'apprentissage de l'adulte

Construire un module de formation

- Analyser la demande
- Définir des objectifs clairs et précis à la formation
- Construire un cheminement pédagogique
- Choisir une pédagogie adaptée au public et au contenu
- Construire un système d'évaluation de l'intégration des contenus

Choisir une méthode pédagogique adaptée

- Les différentes méthodes pédagogiques
- Construire un « mix » des méthodes adaptées au public et aux conditions techniques

Définir une méthode d'animation

- Les schémas d'animation de groupes et sous-groupes
- Les techniques d'animation participative et interactive dans un groupe
- Utiliser les supports d'animation adaptés : tableau de papier, documents sur vidéo projecteur ou rétroprojecteur, cas, jeux de rôles, travaux de groupes...

Concevoir les supports d'animation

- Réaliser rapidement des supports pédagogiques et de documentation efficaces et Attractifs

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Au cours de ce module, les participants seront amenés à construire une formation dans leurs domaines de compétences techniques, ainsi que d'en animer une séquence. Utilisation de la vidéo pour des simulations d'animation de séquences de formation.

PREPARER LE RECRUTEMENT D'UN COLLABORATEUR

1 jour

OBJECTIFS

Créer un processus de recrutement en adéquation avec la culture de l'entreprise
Optimiser le temps passé au recrutement
Explorer de nouvelles pistes de recrutement

POINTS-CLÉS

La détection et l'analyse des besoins de recrutement

La définition des fonctions, l'analyse des postes à pourvoir

La recherche des candidats

Les outils préparatoires à l'entretien de recrutement

- Tri des lettres et CV
- Tests et questionnaires
- Décision en groupe

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques adaptés à la culture de l'entreprise
Cas pratique de la définition du besoin à la décision d'embaucher

CONDUIRE L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT 2 jours

OBJECTIFS

- Identifier clairement le besoin en recrutement
- Maîtriser les techniques de l'entretien de recrutement
- Sélectionner le candidat final.

POINTS-CLES

INTRODUCTION

- Définition : « recruter c'est apporter une réponse à un besoin complexe »
- Cadre légal – point sur la discrimination au recrutement
- Structuration du recrutement (parcours avec acteurs et modalités) et plan d'action *GRILLES*

PRÉSÉLECTION SUR DOSSIERS DE CANDIDATURES

Etablir une grille de présélection *GRILLE*

- Analyse de la LM
- Analyse du CV
- Préparation de questions
- Exercice pratique

Sélectionner les candidats à recevoir

- Candidatures à écarter : faire réponses négatives
- Candidatures retenues
- Candidatures mitigées

Affiner la présélection par un entretien téléphonique

Convoquer à l'entretien

L'ENTRETIEN

Sélectionner les enjeux

- Facilitation
- Production
- Elucidation
- Point sur la notion de pouvoir

Les différents types d'entretien

- Face-à-face
- Collectif
- Jury
- Multiple ou successif

CONDUIRE L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT (Suite)

Les différentes phases

Préparer : **GRILLE** de questionnement

Accueillir : présentation (soi, déroulement de l'entretien et durée)

Faire connaissance : présentation du candidat puis de l'entreprise, recherche d'informations complémentaires par rapport au CV et LM, point sur la motivation

- *Convaincre* : présentation précise du poste, motivation du candidat par rapport à une future collaboration

- *Conclure* : faire retour sur entretien, questions du candidat, remerciements, étapes à suivre et échéances

- *Suivre*

Portrait du recruteur

- Attitudes : écoute...

- Questionnement : types de question (exercice pratique)

- Les attitudes de Porter = Exercice pratique

- 4 types de communication du recruteur

Le non verbal

- Liste des attitudes non verbales caractéristiques

Simulations d'entretien

- Mise en situation avec grille de lecture

CHOISIR LE CANDIDAT

Analyser les candidatures **GRILLE**

- Exploiter les notes

- Analyser les critères de motivation

- Faire le bilan des compétences (S – SF – SE) par rapport au profil du poste

- Choix de retenir ou non la candidature avec argumentation

Prendre des références auprès des employeurs précédents

Approfondir la candidature lors d'un second entretien

Prendre une décision

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Les participants travaillent sur des cas concrets tout au long de l'apprentissage et utilisent les outils pratiques nécessaires au recrutement.

L'accent est mis sur les échanges d'expériences.

Les jeux de rôles en vidéo permettent une meilleure appréhension des aspects comportementaux de la conduite de l'entretien.

IDENTIFIER ET GERER LES POTENTIELS ET LES COMPETENCES **1 jour**

OBJECTIFS

Cerner et promouvoir les compétences clés de ses salariés
Gérer les emplois et carrières
Identifier les risques - compétences de l'entreprise

POINTS-CLÉS

Les finalités de l'évaluation des compétences

Identifier les compétences

Référentiel métier et compétences

Capitaliser, formaliser et transférer les compétences

Référentiel de formation

Evaluer et recruter les compétences

Rémunérer les compétences

Orienter et développer la mobilité

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques et entraînement sur des outils spécifiques

ELABORER LE PLAN DE FORMATION

1 jour

OBJECTIFS

Savoir élaborer un plan de formation, d'un point de vue administratif et financier, dans le respect des obligations légales

Maîtriser les aspects pratiques de la gestion du plan de formation, et des interactions avec la gestion des ressources humaine

POINTS-CLÉS

Identifier la place du plan de formation en entreprise

- Les dispositions de la réforme de la formation continue tout au long de la vie
- Le DIF et sa gestion

Gérer les départs en formation des salariés

- Droits et obligations des salariés

Elaboration et gestion budgétaire du plan de formation

- Phases du plan, aides à la formation

La gestion administrative de la formation

- Obligations légales et fiscales

Organiser les relations avec les prestataires de formation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques et entraînement sur cas pratique.

Systememis

INTERNATIONAL

*L'humain au cœur
de la performance*



TRAVAILLER EN CONTEXTE INTERCULTUREL 2 jours

DUREE 2 jours

PUBLIC

Toute personne évoluant en contexte Interculturel : Responsable export, Commercial export, Responsable de filiale à l'étranger, Responsable international, Directeur international

OBJECTIFS

- **Prendre conscience des différences interculturelles**
- **Intégrer les différences culturelles dans les pratiques relationnelles et de business**

POINTS CLES

Le contexte de globalisation

Les échanges
Un monde multipolaire

Les tendances naturelles

- Peurs et craintes des différences
- Préjugés et clichés

Relations et négociations interculturelles

- Autres modes d'évaluation
- Comprendre la logique d'autrui
- Pièges à éviter
- Convergences des besoins

La barrière du langage

- Langage et culture
- Jamais trop d'efforts
- Petites et grandes déconvenues

Richesses de la diversité

- Mutualiser les apports
- Entreprises interculturelles

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance théorie et pratique, concepts et mise en situation. Cette formation est finalisée par un plan d'action personnel

PREPARATION A LA MOBILITE INTERNATIONALE 2 Jours

DUREE : 2 JOURS (14 heures)

PUBLIC : Toute personne amenée à vivre une mobilité internationale : expatrié, futur expatrié, responsable de filiale à l'étranger

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la mobilité internationale
Préparer concrètement sa mobilité
Réfléchir au parcours de carrière lié à la mobilité internationale

POINTS-CLES

Ce module aborde toutes les étapes de la mobilité internationale

Le contexte de globalisation

De plus en plus d'échanges
Un monde multipolaire

Raisons et motivations du départ

Pour l'employeur
Pour l'employé

Préparation en amont

Administrative et culturelle
Professionnelle et personnelle

Réussir son adaptation

Rôle de la cellule familiale et du conjoint
Règles à méditer, pièges à éviter

Défis de l'interculturel

Vie professionnelle
Environnement quotidien

La question du retour

Planification
Souplesse

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternant théorie et pratique, concepts et mises en situation, cette formation est finalisée par un plan personnel d'action.

Systememis

RELATION AVEC LE PUBLIC

*L'humain au cœur
de la performance*

ACCUEIL ET RELATION AVEC LE PUBLIC

2 jours

OBJECTIFS

Développer un esprit « Client » dans la fonction d'accueil
Comprendre les demandes exprimées par les usagers
Développer les attitudes les plus favorables, en particulier en situation difficile

POINTS-CLÉS

Les situations d'accueil

- Les différents styles d'accueil : administratif, commercial, convivial
- De la nécessité d'un accueil « Client » dans l'administration moderne
- Organiser l'espace de l'accueil
- Comprendre la position d'une personne « accueillie »

Professionaliser l'accueil

- Autodiagnostic de votre accueil
- Les règles d'un accueil efficace
- Adopter les comportements efficaces
 - qualité de l'attention
 - respect et écoute
 - clarté
 - conseil avisé
- La mise en confiance au premier contact
- Identifier rapidement la demande de l'interlocuteur
- La structure d'un entretien d'accueil
- Eviter les pièges de la dépersonnalisation et de la standardisation
- La responsabilité dans l'accueil

Gérer les situations difficiles dans l'accueil du public

- Gérer les situations d'attente
- Recevoir une réclamation
- Faire face à l'agressivité
- Accueillir des publics handicapés ou âgés

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques et entraînement sur cas pratique.

ACCUEIL TELEPHONIQUE 2 jours

OBJECTIFS

Renforcer son efficacité au téléphone
Contribuer au développement d'une image positive de l'organisation

POINTS-CLÉS

Le téléphone : un média à part entière

- Le téléphone est créateur d'image
- Connaître les possibilités techniques de l'installation
- Un téléphone et un standard bien géré optimise l'efficacité d'une équipe

L'attitude physique et psychologique au téléphone

- Le rythme et le ton
- Une attitude physique optimale
- La respiration

L'écoute active en réception d'appels

- Les situations-types en réception d'appels :
 - l'accueil
 - la demande d'information
 - la prise d'information
 - la prise de rendez-vous
- L'attitude-clé en réception d'appel : l'attention d'écoute
- Identifier la demande et la traiter
- Prendre des messages précis et exploitables

Gérer les situations délicates

- Savoir aller à l'essentiel
- Développer une attitude désamorçant l'agressivité
- Rassurer les inquiets
- Faire face à l'intimidation et aux menaces

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, d'échange d'expériences et de simulations au téléphone.

Systememis

COMMUNICATION

D'ENTREPRISE

*L'humain au cœur
de la performance*

PREPARER UN PLAN DE COMMUNICATION PERCUTANT 2 jours

Dans une procédure partenariale, l'animation et la communication sont des aspects aussi importants que le lancement des études ou des travaux : obtenir l'adhésion et le soutien actif non seulement des principaux acteurs mais aussi de l'ensemble de la population concernée est un facteur primordial de réussite du projet.

OBJECTIFS

- Évaluer la communication existante
- Choisir les supports les plus adaptés aux objectifs de communication
- Aligner ses actions sur la stratégie de l'entreprise.
- Élaborer le plan de communication avec une méthodologie rigoureuse.
- Passer avec succès du plan de communication au plan d'actions.

PUBLIC

- Responsables de la communication, des relations publiques, des relations presse, conseillers en communication.

POINTS-CLÉS

Bilan et évaluation des actions de communication de l'entreprise

- Réaliser le bilan des actions menées.
- Établir le diagnostic de sa communication externe : points forts et points faibles.

Les outils d'animation et de communication

- plaquette "institutionnelle"
- bulletin d'information
- presse locale (privée et institutionnelle)
- actions ponctuelles
- conférence de presse
- exposition
- panneaux informatifs
- actions vis-à-vis des partenaires
- site internet...

Concevoir un plan de communication

- Savoir combiner les outils de communication pour générer des retombées optimales, en fonction de l'objectif souhaité.
- Mise en place d'un processus de réflexion globale en vue de garantir l'efficacité de l'énergie dépensée.
- Fixer les objectifs et le ou les publics à toucher
- Identifier les moyens médias dont on peut disposer (publicité et relations médias ; relations publiques ; événementiel ; promotion des ventes ; marketing direct ; e-communication...)
- Choisir la combinaison de médias la plus efficace en fonction des résultats recherchés
- Elaborer un calendrier prévisionnel des actions à mener
- Estimer le budget nécessaire
- Mobiliser l'entreprise autour du plan de communication

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Mises en application directe au cours de la formation

ORGANISER UN EVENEMENT PROFESSIONNEL 2 + 1 jours

OBJECTIFS

Acquérir une méthodologie et des outils pour réussir manifestations et événements
Identifier les enjeux de la communication événementielle dans la stratégie de l'entreprise
Vendre son événement en interne
Préparer, gérer et évaluer l'événement.

PUBLIC

- Responsables et chargés de communication, Collaborateurs des services marketing,
Assistant(e)s de communication.

POINTS-CLÉS

L'organisation d'un événement : étapes clés et méthodologie

- Création en fonction des objectifs (type de manifestation, enjeux et retours attendus,...)
- Préparation en collaboration avec les différents acteurs (contraintes matériel, planning, intervenants, lieux,...)
- Etablissement du budget prévisionnel et suivi
- Gestion et déroulement de l'évènement (avant, pendant et après le jour J)
- Création, présentation et utilisation outils de suivi
- Evaluer le retour sur investissement : méthode et outils (image commerciale, retombées internes,...)

Réussir sa communication autour de l'événement

LES RELATIONS PARTENAIRES, PARTICIPANTS, CLIENTS, PRESSE,...

- Identifier les publics cibles
- Utilisation des fichiers
- Les communiqués
- Le dossier de presse
- Les vecteurs de communication

LES SUPPORTS ECRITS LIES A L'EVENEMENT

- Choix et pertinence en fonction de la manifestation
- Internet, cartes invitation, affiches, plaquettes,...

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Mises en application directe au cours de la formation

Les participants sont invités à apporter une proposition issue de leur entreprise.

Systememis

STRATEGIE INTELLIGENCE ECONOMIQUE INNOVATION

*L'humain au cœur
de la performance*



43

02.98.46.91.86 - 7, rue Jean Jaurès , BP 61036 29200 BREST cedex 01
www.systememis-management.fr www.ereussite.com



INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET VEILLE STRATEGIQUE 2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre la portée de l'intelligence économique dans la prise de décision stratégique
- Intégrer les pratiques de veille dans le management de l'entreprise
- Mettre en place des pratiques de veille commerciale et concurrentielle

POINTS-CLÉS

L'intelligence économique : définition et enjeux

- Historique de l'intelligence économique
- Les systèmes d'intelligence économique dans les principales puissances économique
- Le système d'intelligence économique en France : l'incitation et le rôle de l'état
- L'intelligence économique territoriale

Mise en place d'un processus de gestion de l'intelligence économique dans l'entreprise

- La gestion de l'information et la prise de décision stratégique
- Les acteurs
- Les produits d'information

Pratique des veilles dans l'entreprise

- Les différents types de veille
- La veille commerciale et concurrentielle : organisation, outils et acteurs
- Outils de veille
- Méthode de veille
- Application sur des cas d'entreprise

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'études de cas et d'exercices pratiques.
Appui sur des séquences vidéo d'application en entreprise

OPTIMISER LA VEILLE SUR INTERNET

1 jour

OBJECTIFS

- Organiser la veille Internet dans une équipe opérationnelle ou une équipe projet
- Connaître et savoir utiliser les outils de veille
- Améliorer les pratiques individuelles pour un résultat collectif rapide et productif

POINTS-CLÉS

La finalité d'une veille organisée sur Internet

- la veille au service d'objectifs précis
- les différents types de veille

Démarche de veille organisée dans une équipe ou l'entreprise

- Définition des priorités
- Les acteurs de la veille
- Les produits d'information

Les sources de veille

- Les bases de données
- Internet
 - ⇒ Les sites
 - ⇒ Les répertoires de recherche
 - ⇒ Les moteurs de recherche
 - ⇒ Les forums de discussion
 - ⇒ Les listes de diffusion

Les outils de la veille individuelle et collective

- collecte de l'information
- traitement de l'information
- mise en forme et diffusion
- capitalisation et gestion de l'information

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'études de cas et d'exercices pratiques.
Appui sur des séquences vidéo d'application en entreprise

MARKETING STRATEGIQUE 2 jours

OBJECTIFS

- Identifier le rôle du marketing stratégique dans la stratégie globale de l'entreprise
- Intégrer les outils d'analyse de l'environnement et d'aide à la décision stratégique

POINTS-CLÉS

Diagnostic stratégique de l'entreprise

- Analyse de l'environnement, des compétences organisationnelles : Pestel, forces de Porter,
- Analyse interne
- Analyse Swot

Segmentation stratégique des activités

- Couples produits-marchés, critères de segmentation

Portefeuille d'activités

- Segmentation stratégique
- Analyse du portefeuille d'activités : Matrices BCG, Mac Kinsey ...

Orientations stratégiques du portefeuille d'activités

- Cibles nouvelles
- Positionnement et priorités

Objectifs de la stratégie Marketing

Formulation et évaluation du Marketing-mix

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exposés et d'entraînements sur des cas réels.
Mise en application sur les entreprises des participants

MARKETING MIX DES PRODUITS ET DES SERVICES 2 jours

OBJECTIFS

- Intégrer une méthode globale de démarche marketing des produits et des services
- Construire un plan marketing, base de l'action commerciale

POINTS-CLÉS

Définition, enjeux et finalité du marketing

MARKETING PRODUIT

L'étude de marché

- Etude des comportements et attitudes des consommateurs
- Les grandes évolutions historiques jusqu'à aujourd'hui
- Démarche et techniques de segmentation

L'action Marketing mix

- La politique de Produit
- La politique de Prix
- La distribution
- Les outils de la force de vente
- La politique de communication
- La communication médias et hors médias

MARKETING DES SERVICES

Le Marketing dans une économie de services

- Comportements du client dans les services
- La culture du service

Construire l'offre et le modèle de service

Gérer l'interface client

- Identifier et manager les processus de services
- Equilibrer demande et production
- Gérer le personnel de contact

Efficacité et qualité de service

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exposés, d'entraînements individuels et collectifs.
Entraînement en binômes et trinômes.

DEVELOPPER L'INNOVATION DANS LA PME 2 jours

OBJECTIFS

- Intégrer une démarche d'innovation dans l'entreprise
- Rendre les collaborateurs acteurs de l'innovation
- Créer de la valeur ajoutée par l'innovation

POINTS-CLÉS

La nécessité de l'innovation pour les PME

- Qu'est-ce qu'innover aujourd'hui ?
- Les enjeux de l'innovation
- Les différents types d'innovation

Innovation et choix stratégiques

- Intelligence économique et innovation
- Stratégies d'offres innovantes
- Le marketing de l'innovation

Management de l'innovation

- L'innovation technologique
- Le management multi-projets
- Gérer la vie d'un projet d'innovation

S'organiser pour innover

- Les différents types d'organisation
- Les acteurs internes de l'innovation
- Les compétences individuelles et collectives

Le financement et les aides au financement de l'innovation

- Les aides publiques
- Le CIR
- Les partenariats

Protéger l'innovation

- Les différents moyens de protection

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exposés, de réflexions en groupes, Etudes de cas
Applications aux entreprises participantes.

DEVELOPPEZ LA CREATIVITE DE VOTRE EQUIPE

2 jours

L'innovation est un ressort vital du développement des entreprises. Dans cette dynamique, chaque équipe de l'entreprise est quotidiennement mise au défi de l'évolution, de l'optimisation, du « faire autrement ». Cette formation a pour objectif de permettre à chaque manager de piloter avec méthode, aisance et succès des groupes de créativité efficaces et productifs.

OBJECTIFS

- Intégrer les techniques de créativité comme outils de travail du manager
- Savoir préparer et dérouler un processus de créativité
- Découvrir et pratiquer les différentes méthodes de créativité
- S'entraîner à la conduite de groupe en créativité

POINTS-CLÉS

La créativité : un outil, un environnement, des conditions de succès

- Le processus
- Les attitudes créatives
- Les ressorts de la créativité
- Le processus créatif
- Les étapes d'une séance de créativité

Développer la coopération dans un groupe en travail créatif

- De la confrontation à la coopération, des freins à lever
- Les conditions de réussite d'un travail d'équipe
- Les conditions propices à la créativité

Définir une équipe de créativité efficace

- Analyse du potentiel de créativité de son équipe et l'augmenter
- Diagnostic de la position des acteurs
- Définition de l'équipe

S'outiller

- Pour s'échauffer
- Pour formuler le problème
- Pour produire des idées nouvelles et créatives
- Pour trier et évaluer les idées produites

Dérouler la séance de créativité

- Préparer la réunion
- Choisir les outils pertinents
- Piloter la réunion et faire émerger des résultats concrets
- Gérer les difficultés

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exposés, et d'entraînements collectifs.

Systememis

WEB 2.0 MEDIAS SOCIAUX

*L'humain au cœur
de la performance*

WEB MARKETING 2 Jours

Apprenez à utiliser les outils de dernière génération disponibles sur Internet, et parlez et vendez à vos clients là où ils sont, c'est-à-dire sur le web.

Les outils sont accessibles aux entreprises de toutes tailles et aussi aux auto-entrepreneurs. Ils sont hébergés en externe et s'apprennent intuitivement. N'attendez plus, développez votre activité grâce au Web.

DUREE : 2 Jours (14 heures)

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux du web marketing

Développer de nouvelles stratégies pour développer les ventes et la notoriété on-line

Utiliser les nouveaux outils du net de manière pertinente

POINTS-CLES

Etat des lieux sur le web et le mobile en France

Profils et comportement des internautes

Evolution des usages du web

Panorama de la publicité en ligne

Le mobile : un nouveau media

Les enjeux du web marketing pour les entreprises de toutes tailles

Les nouvelles tendances du web marketing

Les communautés

Les influenceurs et le bouche-à-oreille

Advergaming

Marketing viral

Rich media

Le web mobile

Les mediaux sociaux incontournables

Mise en oeuvre du web marketing

Le plan web marketing intégré au plan marketing

Les types de campagne web

Améliorer son image de marque

Accroître ses ventes

Optimiser ses relations clients

Les stratégies et les outils propres au web marketing

Site Web : construction d'un site d'entreprise

Référencement naturel et optimisation du site pour les moteurs de recherche

Construire une campagne d'emailing : réaliser le message sur un logiciel spécifique et utiliser un logiciel de postage d'emailing

Blog marketing : Pourquoi et comment créer un blog d'entreprise avec les outils en ligne

Utiliser les réseaux sociaux : Quels réseaux utiliser et à quelle fin ? Comment animer une communauté ?

Publicité en ligne : les dernières évolutions

Les outils du marketing mobile

Le Géomarketing

Les aspects juridiques du web

METHODE PEDAGOGIQUE

Les participants sont amenés à travailler sur des projets réels. Ils construisent leurs outils du web marketing (site web, blog, campagne d'emailing) sur des outils internet de dernière génération. La formation est extrêmement concrète.

COMPRENDRE ET UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX SUR INTERNET

1 jour

Le Web évolue de façon constante. Une couche sociale est venue se greffer sur le réseau et des outils de participation, de collaboration et de mise en relation ont fait florès.

Le Web est l'accès à un immense vivier de contacts en ligne. Il permet aux professionnels de cibler les décideurs de façon plus rapide et directe.

Les réseaux sociaux se sont professionnalisés et sont un espace privilégié de mise en contact entre pairs, professionnels, experts divers pour trouver des partenaires, fournisseurs, clients, candidats...

Ces réseaux en ligne instaurent de nouvelles médiations, de nouveaux modes de socialisation incontournables dans un monde professionnel ouvert, multiple...

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la notion de capital relationnel
- Identifier les générateurs directs ou indirects de réputation en ligne
- Bâtir, gérer et développer sa réputation de façon contrôlée

POINTS-CLÉS

Les origines

Notions de base

Le Web 2 comme contexte d'émergence

Mapping des réseaux

Ordre de grandeur des réseaux

Un réseau social pour quoi faire ?

Réseaux sociaux et recrutement

Exemple de fonctionnalités des réseaux sociaux

Exemple d'un réseau social professionnel

Du bon usage des réseaux sociaux

Perspectives

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Application d'une méthode explicative et participative lors d'échanges de groupe.

A la fin du stage, chaque participant a saisi l'importance et la pratique des réseaux sociaux

GERER SA REPUTATION NUMERIQUE SUR INTERNET BÂTIR SA MARQUE PERSONNELLE (Personal Branding) 1 jour

A l'heure d'Internet, où nos actions, nos productions de contenus (textes, audio, vidéos, photos...) laissent des traces sur la toile, des réputations individuelles peuvent se faire et se défaire. Dans les domaines de la recherche d'emploi, dans les cadres officiels ou parallèles de production de contenus (sites officiels, professionnels ou blogs personnels) dans nos contributions et nos relations au sein des réseaux sociaux en ligne, à tout instant un recruteur, votre directeur, un client...peut consulter ce que vous dites de vous sur Internet et ce que l'on dit de vous. Il devient donc stratégique de savoir construire et gérer sa marque personnelle ou brand building.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la notion de capital relationnel
- Identifier les générateurs directs ou indirects de réputation en ligne
- Bâtir, gérer et développer sa réputation de façon contrôlée.

POINTS-CLÉS

A propos des marques

De la réputation des marques

De la réputation d'une personne

Identité numérique et réputation personnelle

Les modes d'appréhension de la réputation

Développer son Personal Branding ou Self Marketing

Suivre sa réputation en ligne

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Application d'une méthode explicative et participative lors d'échanges de groupe.

A la fin du stage, chaque participant a saisi l'importance et la pratique des réseaux sociaux

Systememis

PERFORMANCE COMMERCIALE

*L'humain au cœur
de la performance*

MARKETING DE CONQUETE 2 jours

Combien de structures en France souffrent d'un manque de cohérence dans leur développement commercial? Trop peu d'entreprises mettent en place les bons outils et processus nécessaires à un développement commercial de qualité. C'est pour cette raison que le marketing de conquête s'attache à cette problématique en générant vos Affaires d'aujourd'hui comme celles de demain!

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du marketing de conquête
- Identifier et Générer un fond d'affaires à court, moyen et long termes
- Mettre en place le marketing de conquête au sein de votre structure

PUBLIC

- Les services marketings et directions commerciales,
- Les chefs d'entreprises en recherche de développement commercial
- Tous les acteurs du monde de l'entreprise qui mettent le développement commercial au cœur de leur politique de développement.

POINTS-CLES

Marketing de conquête & apport d'affaires

Définition

Le marketing de conquête: périmètre d'action et approche stratégique

Résultats attendus du marketing de conquête: générez vos affaires d'aujourd'hui et de demain!

Procédé et méthode à employer

Le marketing de conquête, une démarche globale !

Un outil indispensable : La base de donnée « prospective »

Connaître ses prospects: L'importance de la qualification et de la segmentation 'prospective'

L'entretien de « conquête

Pérenniser et suivre son action pour générer le business d'aujourd'hui et de demain!

Les outils du marketing de conquête

La base de donnée: Quelle base de donnée pour quels résultats?

Le téléphone et la prospection « Marketing »

L'emailing: L'information au bon endroit, au bon moment, à la bonne personne!

Mais aussi:

- Le fax/ mailing
- Internet
- Le réseau

Mettre en place le marketing de conquête au sein de votre structure

Un choix stratégique: Internalisation Vs Externalisation

Planification et retour sur Investissement

Marketing de conquête et apport d'affaires: La démarche 'gagnante'.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Méthode qui alterne jeux de rôle et exercices de communication ainsi que des temps d'analyse et d'enseignement sur les Techniques.

CONDUIRE EFFICACEMENT UN ENTRETIEN COMMERCIAL

2 jours

OBJECTIFS

- Acquérir une culture commerciale
- Développer ses qualités commerciales.
- Utiliser les techniques de vente et de communication pour répondre aux demandes de ses clients.

POINTS-CLÉS

La Vente :

Définir la vente et ses différentes stratégies.

Préparer l'entretien commercial

Définir les outils du vendeur

Développer ses qualités et compétences commerciales

Accroître son écoute active, sa faculté à se synchroniser, à reformuler et à gérer ses émotions

Identifier et utiliser les 7 étapes de la vente

Accueillir / Découvrir / Reformuler / Proposer / Conclure / Prendre Congé / Fidéliser

Reconnaître et traiter les objections de ses clients

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Méthode qui alterne jeux de rôle et exercices de communication ainsi que des temps d'analyse et d'enseignement sur les Techniques.

Méthode active et participative où le stagiaire est au cœur de l'apprentissage.

RENFORCEZ VOTRE MAITRISE DE L'ENTRETIEN COMMERCIAL 2 jours

OBJECTIFS

- Maîtriser toutes les étapes de la vente.
- Développer sa capacité à identifier les besoins de ses clients.
- Accroître sa force de persuasion en s'affirmant et en osant.

POINTS-CLÉS

Connaître les facteurs influençant les comportements d'achat de ses clients.

Identifier et recenser les besoins et motivations de ses clients
en développant ses facultés d'empathie et son écoute active, verbal et non verbal.

Maîtriser les techniques de vente et particulièrement la négociation du prix et la conclusion de vente
en décodant les signaux d'achat.

Traiter les objections de ses clients et gérer les conflits commerciaux.

Développer son charisme en faisant le point sur ses forces, et ses faiblesses.

Apprendre à être à l'écoute de ses émotions et de celles des autres.

Gérer son stress et le transformer en positif.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Méthode qui alterne jeux de rôle et exercices de communication ainsi que des temps d'analyse et d'enseignement sur les Techniques.

Méthode active et participative où le stagiaire est au cœur de l'apprentissage

REALISER UNE PRESENTATION COMMERCIALE PERCUTANTE

2 jours

OBJECTIFS

- Préparer et animer ses présentations commerciales
- Acquérir méthodes et attitudes pour convaincre son auditoire
- Construire un scénario d'intervention
- S'exprimer à l'oral

PUBLIC

- Tous commerciaux devant présenter des offres commerciales à des clients, des distributeurs, des prescripteurs, des partenaires

POINTS-CLÉS

Préparer la présentation de votre offre

- Définir l'objectif et le public visé, le but à atteindre
- Obtenir les informations nécessaires à la création d'une présentation adaptée et les structurer
- Les avantages et les contraintes des supports numériques
- Définir les supports de présentation adéquats : diapositives, vidéo, multimédia, outils portables
- Se préparer à l'oral : gérer son stress en public

Trouver les mots justes

- Rendre les messages clairs
- Choisir des mots courts, dynamiques correspondant à la culture de votre client
- Concevoir une idée et un titre stimulants par diapositive
- Identifier l'accroche adaptée pour maintenir l'intérêt du client
- Equilibrer les différents éléments de la diapositive : titre, mots-clés, paragraphes
- Le choix des couleurs : symbolique, harmonie, quantité
- La mise en page, le format, la ponctuation, la typographie à adopter
- Jouer sur la police pour hiérarchiser les informations sur la diapositive

Illustrer par des images

- Utiliser et valoriser la charte graphique de votre entreprise
- Illustrer par un schéma, une image, une vidéo, un son, un graphique, des courbes...
- Vérifier l'adéquation entre messages et illustrations
- Faire concorder le verbal et l'illustration pour donner une image de cohérence au client

Présenter et impacter pour vendre

- Rester maître de sa présentation : les erreurs à éviter
- Comment accrocher, expliquer, convaincre et marquer les esprits
- Développer sa force de conviction : choisir des mots forts, rester positif
- Susciter l'écoute et la réflexion

Adapter sa présentation aux différentes contraintes

- Savoir gérer le temps et les imprévus
- Répondre aux questions efficacement
- Savoir s'adapter à l'auditoire : Directeur commercial, marketing, acheteurs, DAF, DRH...
- Savoir conclure et laisser un souvenir très positif

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Mises en situation, vidéo ; chaque participant travaille sur ses présentations *commerciales*.

PROFESSIONALISEZ VOS NEGOCIATIONS COMMERCIALES 2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre le champ d'application d'une négociation
- Préparer une stratégie de négociation adaptée au contexte
- Atteindre ses objectifs en négociation

POINTS-CLÉS

Connaître son profil de négociateur

- Identifier les tendances et les pratiques personnelles en matière de négociation
- Les deux grands courants en négociation

Le cadre de la négociation

- Définition de la négociation
- La négociation : un mode de décision spécifique
- Le contexte indispensable à toute négociation

La démarche de préparation de la négociation

- Les critères de la négociation
- Savoir fixer des objectifs réalistes
- Savoir construire une stratégie à partir des objectifs fixés

Les 3 phases de la négociation

- Approfondissement des 3 phases

Les techniques de négociation

- Techniques majeures et techniques mineures
- Le répertoire des techniques classiques des négociateurs

Les techniques d'influence en négociation

Les pratiques d'excellence des grands négociateurs

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pédagogie active avec autodiagnostic, exercices, jeux de rôles en vidéo et débriefings personnalisés.

DEVELOPPER SES VENTES AVEC LA PNL 2 jours

OBJECTIFS

- Identifier les motivations d'achat de ses clients
- Développer une argumentation influente
- Créer la relation et les émotions favorables à la décision

POINTS-CLÉS

Identifier les stratégies spécifiques du client

- Stratégies sensorielles
- Stratégies rationnelles

Identifier et mettre en œuvre les métaprogrammes du client

Faire vivre l'offre au client

- Répondre aux critères rationnels et à la stratégie sensorielle du client
- Développer une argumentation influente

Développer un climat émotionnel favorable à l'achat

- Identifier les ancrages du client
- Mettre en œuvre la technique de l'ancrage pendant l'entretien de vente

Faciliter la prise de décision

- Savoir aider à la décision sans stress pour le vendeur
- Développer une relation positive pour l'avenir

Comment développer un mental de gagnant

- Fixer et atteindre ses objectifs
- Gérer sa stratégie de motivation personnelle
- Optimiser son énergie personnelle

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pédagogie active avec exercices, jeux de rôles, enregistrements et grilles d'évaluation des résultats.

DEVELOPPER UN ACCUEIL TELEPHONIQUE PERFORMANT 2 jours

OBJECTIFS

Intégrer la notion de qualité de service dans l'accueil

Acquérir, développer, perfectionner des techniques d'accueil performantes et irréprochables

POINTS-CLÉS

Attitude du personnel d'accueil

- Maîtrise de soi, de son stress et de celui de son interlocuteur
- Identifier, rassurer et valoriser l'interlocuteur
- Posture au téléphone: courtoisie et brièveté
- Savoir communiquer l'image de l'entreprise

Accueil téléphonique

- Spécificités du média - téléphone
- Structures d'entretiens et d'appels
- Typologies d'entretiens et d'appels
- Placer sa voix au téléphone
- Transmission efficace de l'appel
- Garder le contrôle de la conversation
- Savoir canaliser l'interlocuteur en fonction de sa typologie
- Savoir être directif

Structure de l'appel

- Importance du premier contact avec l'interlocuteur
- Ecoute de l'interlocuteur
 - Découverte et prise en charge de la requête
 - Analyse des motivations
- Faire face aux interlocuteurs et aux situations difficiles
- Techniques d'argumentation, choix des mots et des expressions
- Le transfert accompagné
- La prise de congé

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pédagogie active avec des exercices, jeux de rôles, simulation d'appels (...)

BOOSTER SES VENTES AU TELEPHONE

2 jours

OBJECTIFS

- Prospecter et vendre efficacement par téléphone
- Gérer efficacement la relance prospects/clients

POINTS-CLÉS

Préparation de l'appel

- ⇒ cible, élaboration du guide d'entretien
- ⇒ objectifs et stratégie de l'appel,
- ⇒ organisation de la prospection

Les aspects de la communication téléphonique

- ⇒ relationnel, physique, attitudes au téléphone

Gestion de l'appel

- technique de prise de rendez-vous,
- gestion d'agenda,
- savoir faire preuve de conviction,
- expressions à utiliser et à proscrire

Les phases-clés de l'appel

- méthodes AIDA et des 4 C

Les techniques optimisant la relation téléphonique

Le suivi des appels

- analyse des appels, organisation des actions de relance, fidélisation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pédagogie active avec exercices, jeux de rôles, enregistrements
et grilles d'évaluation des résultats.

MANAGER UNE EQUIPE COMMERCIALE 2 jours

OBJECTIFS

- Développer son leadership de manager commercial
- Mettre en œuvre un Plan d'Action Commerciale performant
- Piloter et développer la performance de l'équipe commerciale

POINTS-CLÉS

Les nouveaux défis des forces de vente

- ⇒ Changements environnementaux, marketing relationnel, valeur client
- ⇒ Approche processus
- ⇒ Types de vente attendus par les clients

Diriger et organiser la force de vente

- ⇒ Elaborer la stratégie et le Plan d'Action Commerciale
- ⇒ Type de vendeur et type de vente attendue
- ⇒ Construire le système « Force de vente »
- ⇒ Dimensionner la force de vente
- ⇒ Définir les secteurs de vente
- ⇒ Structurer la force de vente
- ⇒ Recruter l'équipe commerciale

Direction opérationnelle de l'équipe commerciale

- ⇒ Démarche Marketing et Plan d'Action Vendeur
- ⇒ Organisation du travail dans les secteurs
- ⇒ Plan de rémunération
- ⇒ Animation, motivation et stimulation de l'équipe de vente
- ⇒ Productivité des secteurs et contrôle d'activité
- ⇒ Système d'information de la force de vente

Développer la compétence de l'équipe commerciale

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'exposé, d'entraînements et d'études de cas.

GESTION COMMERCIALE PERFORMANTE

2 jours

OBJECTIFS

- L'établissement correct d'un devis et le calcul d'un véritable coût de revient , source de rentabilité
- Améliorer ses plans d'actions commerciales
- Suivre ses résultats et apporter des actions correctrices grâce aux tableaux de bord

POINTS-CLÉS

Gestion de l'offre commerciale

- Les charges et les coûts
- La détermination des coûts de revient
- La détermination du prix de vente : le taux de marge brut, le taux de marque, le coefficient multiplicateur, le taux de valeur ajoutée, le taux de marge net, le tableau différentiel
- L'établissement d'un devis
- La relation du prix et de la demande

L'évaluation des performances

- L'évaluation des performances de l'unité commerciale :
- La conception d'un tableau de bord (budget des ventes, des charges, des stocks, des achats).
- L'identification des écarts et les actions correctrices à mener
- Le seuil de rentabilité : principe et calcul
- Le point mort
- La rentabilité financière et la rentabilité économique.

Les prévisions et le suivi des actions

- Les prévisions
- La répartition des prévisions de vente
- L'application des coefficients saisonniers
- La correction des valeurs monétaires
- Les prévisions de charges (approvisionnements, personnel, charges fixes et variables)
- Les prévisions de marges.
-

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie participative, alternance de théorie et exercices pratiques

Systememis

PILOTAGE DES AFFAIRES

*L'humain au cœur
de la performance*

LA DEMARCHE COMMERCIALE DE L'AFFAIRE

2 + 1 jours

Les marchés se durcissent, la concurrence s'accroît : Gagner en affaire nécessite, plus qu'hier encore, de se différencier. Donnez à votre client l'envie de travailler avec vous avant de négocier avec lui ou ses acheteurs ! Cela nécessite de construire auprès de lui crédibilité, légitimité et en tout premier lieu, de lui donner confiance : Réduire au maximum l'écart entre ce qu'il achète et ce que vous lui vendez, et lui en faire prendre conscience. Une démarche commerciale organisée et stratégique doit alors être déroulée.

OBJECTIFS

- Comprendre la logique du client et développer des actions commerciales efficaces et rentables
- Savoir définir une stratégie commerciale liée à l'affaire
- Elaborer la tactique
- Construire des offres commerciales de forte valeur
- Vendre l'offre

POINTS-CLÉS

Changer son angle de vue sur l'environnement des affaires

- Le fossé entre la logique du client et celle du commercial
- Un projet pour le client, une affaire pour nous
- Quatre situations commerciales potentielles : des conditions de succès différentes

Construire de la confiance chez le client : passer du discours aux actes

- L'importance de la confiance dans la relation client
- Les exigences objectives et subjectives du client : une confiance à construire
- Les actions qui construisent la confiance, les erreurs qui détruisent

Caractériser le client et l'affaire, déduire la tactique

- Caractériser l'affaire : les éléments et les outils
- La cartographie des acteurs: le spectre d'influence et de décision
- Définir sa stratégie de communication et d'influence

Acquérir des comportements adaptés aux entretiens avec le client

- Les savoir-faire de la communication en affaire
- Préparer un entretien avec le client
- Techniques pour faire parler son client
- Dérouler l'entretien avec un client : doser la projection et oser l'empathie

Elaborer une offre efficace

- Comment les clients évaluent-ils les offres ?
- L'approche créative : entrer dans la bulle du client, susciter l'intérêt, construire un projet
- Construire une vraie offre marketing
- La lettre d'accompagnement : aller jusqu'au bout de la débanalisation !

Défendre son offre

- Suivre son offre commercialement
- Poursuivre la vente pendant la procédure d'évaluation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie participative, alternance de théorie et de cas

PILOTER UNE AFFAIRE

4 jours

OBJECTIFS

- Présenter et analyser les différentes composantes du métier d'ingénieur d'Affaires
- Maîtriser les méthodes et outils de pilotage d'affaire
- Développer les connaissances et les pratiques de management d'équipe
- Améliorer ses pratiques d'organisation pour optimiser son énergie et son temps

POINTS-CLÉS

Ancrer la logique de l'affaire et ses conditions de réussite

- Appréhender les particularités du cycle de l'affaire
- Etablir les facteurs de succès et les conditions de réussite
- Définir rôle et missions du responsable d'affaires

Comprendre le client et l'affaire

- Analyser les différents types de clients
- Identifier les informations et les acteurs à maîtriser durant le cycle d'affaires
- Mesurer opportunité, faisabilité et enjeux d'une affaire

Le management d'affaires

- Préparer et démarrer rigoureusement l'affaire : transformer le contrat en projet
- Organiser et planifier le projet
- Identifier, analyser et maîtriser les risques
- Suivre l'avancement de tous les domaines de l'affaire et anticiper
- Optimiser la réalisation
- Gérer et négocier les situations délicates avec le client durant la réalisation
- Maintenir et développer la relation client
- Clôturer le projet et capitaliser le retour d'expérience

Manager et renforcer l'efficacité de l'équipe d'affaire

- Rôle et missions d'un manager d'équipe affaire
- Mettre en œuvre les conditions de réussite d'une équipe efficace
- Traiter les situations courantes et/ou délicates de management

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie participative, alternance de théorie et de cas

COOPERER AU SEIN D' UNE EQUIPE AFFAIRE 2 jours

OBJECTIFS

- Développer la compréhension de la logique affaire
- Définir les enjeux d'un travail coopératif pour la réussite d'une affaire
- Appréhender le mode de fonctionnement d'une équipe
- Identifier les mécanismes et mettre en œuvre les conditions d'un travail coopératif

POINTS-CLÉS

Analyser le processus particulier de l'affaire, identifier les caractéristiques et les facteurs de succès

Comprendre les mécanismes du travail coopératif dans une équipe affaire

- Les difficultés
- Les antagonismes
- Les voies du succès

Communiquer utilement et efficacement tout au long d'une affaire

Adopter des comportements efficaces pour l'affaire et l'équipe

Différencier confrontation et conflits

- Accepter les confrontations productives
- Gérer les conflits, vecteurs de freins et de difficultés

S'organiser, gérer son temps pour répondre efficacement aux exigences du projet de l'équipe

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie participative, alternance de théorie et de cas

Systememis

GESTION

*L'humain au cœur
de la performance*



69

02.98.46.91.86 - 7, rue Jean Jaurès , BP 61036 29200 BREST cedex 01
www.systememis-management.fr www.ereussite.com



MONTEZ VOS BUDGETS

3 jours

OBJECTIFS

- **Elaborer les budgets annuels et mensuels**
- **Préparer les plans de trésorerie**
- **Monter un dossier de financement**
- **Simuler la rentabilité d'exploitation**

POINTS-CLÉS

Le budget de ventes

- Détermination des prix, des marges
- Prévisions quantitatives
- Gestion des règlements clients

Les budgets de charges de fonctionnement

- Frais de personnel : salaires et charges sociales
- Services extérieurs
- Frais financiers
- Amortissements linéaire ou dégressif

Les budgets d'investissements

- La Rentabilité des investissements
- L'Etude des modes de financement
- La Maîtrise de l'endettement

Le budget de trésorerie

- Les délais de règlements (encaissements / décaissements)
- Incidence des délais de règlements
- le BFR (Besoin en Fonds de Roulement) et la Trésorerie

Synthèse Résultat prévisionnel

- Le Compte de résultat
- Les SIG (Soldes Intermédiaires de Gestion)
- Le Tableau de financement : emplois / ressources.
- La Rentabilité économique et financière

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie participative, alternance de théorie et de cas pratiques

DE LA COMPTABILITE A LA GESTION 3 jours

OBJECTIFS

- Comprendre les principes de la comptabilité
- Lire et analyser les documents de synthèse pour
- Optimiser sa gestion de service ou d'entité
- Favoriser la prise de décision

POINTS-CLÉS

Les principes de la comptabilité : *l'utilité de tenir les comptes*

- Débit / Crédit
- Principe de la partie double
- Le plan comptable

Le fonctionnement des comptes : *lecture pratique*

- Achat et son règlement (cycle Fournisseur)
- Vente et son règlement (cycle Client)
- TVA
- Immobilisation et amortissements linéaire ou dégressif
- Salaires et charges sociales
- Clôture annuelle (Inventaires, écritures de régularisation, provisions).

Etude des états comptables : *comprendre leur articulation*

- Journal, grand-livre, balance
- Bilan
- Compte de résultat
- SIG (Soldes Intermédiaires de Gestion)
- Tableau de financement : emplois / ressources.

La gestion : *rendre sa comptabilité utile*

- le BFR (Besoin en Fonds de Roulement) et la Trésorerie.
- La Comptabilité Analytique
- Le Seuil de Rentabilité ou Point mort

Analyse financière et de gestion : *interpréter pour bien gérer*

- de la Structure
- de la Rentabilité
- de l'Activité
- de la Liquidité

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie participative, alternance de théorie et de cas

Systememis

COMMUNICATION

INTERPERSONNELLE

*L'humain au cœur
de la performance*

LA COMMUNICATION DANS LE TRAVAIL

2 jours

Dans les relations professionnelles, il faut faire preuve de capacités de compréhension et de disponibilité, à travers l'écoute et le dialogue pour apprécier les besoins et les difficultés des personnes auxquelles on s'adresse. Il faut décoder les demandes implicites et apporter les réponses les plus appropriées. Face aux multiples sollicitations, les professionnels sont confrontés à leurs propres limites qui peuvent générer de sentiments d'impuissance, de culpabilité, de trop grande distance ou proximité relationnelle qui sont autant de pièges à la compréhension de la situation et au maintien d'un climat serein.

OBJECTIFS

- Repérer les enjeux et les conséquences de toute communication.
- Apprendre à décoder le sens des différentes communications (verbales et non verbales) qui s'expriment lors de l'échange.
- S'approprier différentes méthodes pour s'adapter aux différentes situations de communication.
- Identifier son propre mode de fonctionnement dans les échanges et s'adapter aux différents interlocuteurs

POINTS-CLÉS

Les principes de toute communication interpersonnelle

Les différents types d'entretien : accueil, information, aide, soutien, conseil, formation, résolution de problèmes, évaluation, etc.

Méthodologies préparatoires

- à l'entretien (élaboration du questionnement)
- à la conduite de l'entretien (reformulation, recadrage, relance du dialogue, etc.)
- à la prise de notes.

L'écoute et la non directivité

- l'écoute compréhensive d'autrui, le langage positif, l'empathie

Les éléments de l'entretien

- le langage, le non verbal, les attitudes, le contexte institutionnel

La perception d'autrui, ses étapes et ses principes

- Les thèmes essentiels en lien avec la perception d'autrui :
⇒ stéréotypes, représentations, préjugés, interprétations

L'image de soi et ses composantes

METHODE PÉDAGOGIQUE

- Articulation entre des apports théoriques et méthodologiques et des exercices individuels et collectifs.

CONFLITS ET COMMUNICATION 2 jours

OBJECTIFS

- Identifier les situations conflictuelles
- Prévenir et résoudre les conflits au travail
- S'entraîner aux bases de la négociation relationnelle et de résolution de conflits

POINTS-CLÉS

Le conflit

- Définition du conflit
- Les sources de conflit
- Les différents types de conflit

Analyse d'un conflit

- Diagnostic d'un conflit : causes et acteurs
- Modèle d'analyse d'un conflit : le Jeu relationnel
 - le triangle dramatique
 - les différents types de jeu relationnel
 - l'analyse de chaque acteur du jeu
 - illustration par un film vidéo

Sortir d'un conflit et le prévenir

- Comprendre les émotions en jeu lors d'un conflit
- Appliquer le D.E.S.C
- Utiliser la démarche de la C.N.V : communication non-violente

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, d'échange d'expériences
- Appui sur un film vidéo
- Entraînements sur l'identification de conflits et simulations à des entretiens de résolution de conflits.

COMMUNIQUER EFFICACEMENT AVEC LA PNL 2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre les principes de bases de la PNL
- Intégrer les techniques de communication efficace
- Créer les conditions d'une relation réussie

POINTS-CLÉS

Définition de la PNL et ses principes fondamentaux

- historique de la PNL et champs d'application
- les principes et le cadre de la PNL

Comprendre le modèle du monde et la vision de l'autre

- les filtres de perception de la réalité
- la synchronisation et ses applications pratiques
- identifier la motivation de l'autre

Construire des stratégies efficaces

- identifier des objectifs clairs et efficaces
- préparer l'action par des stratégies pertinentes

Influencer sans manipuler

- communiquer avec précision : le langage de la précision
- comprendre les différents modes d'influence dans la relation

Créer les conditions d'une relation réussie

- pratiquer l'auto-ancrage de ressource positive
- comprendre les ancrages dans la communication

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'exposés, d'entraînements individuels et collectifs.
- Entraînement en binômes et trinômes.

COMPRENDRE LES RELATIONS AVEC L'ANALYSE TRANSACTIONNELLE 2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre les bases de relations réussies
- Augmenter son efficacité en se concentrant sur les mécanismes de la communication
- Instaurer des relations sereines et équilibrées

POINTS-CLÉS

Origine et finalité de l'analyse transactionnelle

Mieux se connaître par le système P.A.E

Satisfaire le besoin vital d'être reconnu

Mieux communiquer par des transactions réussies

Les positions de vie

L'art de la gestion du temps en relation

Le jeu relationnel

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'exposés, d'entraînements individuels et collectifs.
- Entraînement en binômes et trinômes.

REUSSIR SES ECRITS PROFESSIONNELS

2 jours

OBJECTIFS

L'amélioration des écrits professionnels passe par une prise de conscience de son rapport à l'écriture
et

l'apprentissage de méthodes concrètes adaptées à des situations variées en entreprise.

Ce module vise :

- à acquérir une approche de journaliste dans le cadre de l'écriture sous contrainte
- à s'entraîner à écrire avec créativité

POINTS-CLÉS

1ère journée – La spécificité de l'écrit

Présentation et recensement des écrits classés selon 3 critères : longueur, public, activité

Méthode

Le journalisme est la meilleure école pour apprendre à faire un bon article.

Faire ressortir l'essentiel immédiatement.

Code documentaire et code discursif.

Transmettre une information

La recherche d'objectivité et ses limites

Applications : Rendre compte et synthétiser

exercices en 3 sous-groupes : compte-rendu entretien ou de réunion,

- note de procédure et note de service à reformater
- restitution en grand groupe et évaluations

2ème journée – Ecriture et créativité

La recherche d'idées

- Identification des principaux mécanismes de la construction d'idées
- La carte mentale : construction en groupe

L'image et le mot : le potentiel créatif

- Les logiques de la découverte : association d'idées, analogies

La mémoire : stimulation, prises de notes

- Les 5 étapes du processus créatif

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Une attention particulière sera accordée à la traduction pratique dans des situations concrètes des méthodes et principes généraux énoncés. A la fin de ces deux jours, les stagiaires ont fait le point sur leur manière d'aborder l'écriture et repartent avec des outils permettant d'affiner leur efficacité dans le cadre professionnel.

COMMUNIQUER VRAI

2 jours

OBJECTIFS

Les relations humaines sont le plus souvent limitées par le jugement, la peur de l'autre et le refus de reconnaître l'enrichissement des différences.

Exprimer ce qui est vivant en nous à chaque instant permet de rencontrer l'autre de manière authentique

Ce module vise :

- à développer une qualité d'écoute et d'accueil
- à acquérir la technique de la communication vraie

POINTS-CLÉS

1ère journée – Les 3 niveaux de perception

Physique, émotionnel, mental

- le sens des mots
- les idées préconçues et les a priori

Distinguer le discours explicite et implicite

- recherche de l'intention
- l'importance du questionnement

2ème journée – Modalités de la communication vraie

La technique : entraînement aux quatre étapes de la communication non-violente

- observation, reformulation
- expression des sentiments,
- recherche des besoins
- demandes

Développer le sentiment d'empathie par des jeux de rôle

- vivre une confrontation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Une attention particulière sera accordée à la traduction pratique dans des situations concrètes des méthodes et principes généraux énoncés. A la fin de ces deux jours, les stagiaires ont fait le point sur leur manière de communiquer et repartent avec des outils permettant d'exprimer plus clairement ce qui les habitent dans le but de créer des relations plus nourissantes et plus durables.

Systememis

EFFICACITE PERSONNELLE ET PROFESSIONNELLE

*L'humain au cœur
de la performance*



79

02.98.46.91.86 - 7, rue Jean Jaurès , BP 61036 29200 BREST cedex 01
www.systememis-management.fr www.ereussite.com



EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

MAITRISER LES PRINCIPALES DIFFICULTES DE L'ORTHOGRAPHE, DE LA GRAMMAIRE ET DE LA CONJUGAISON

2 jours

L'écrit est devenu incontournable dans la communication professionnelle. La qualité du français reste fondamentale pour un bonne compréhension, et aussi pour préserver son image professionnelle. Révisez, avec des pédagogies actives et ludiques, les fondamentaux de l'orthographe et de la grammaire afin de rester au top de votre communication ! Ce programme inclut l'accompagnement en ligne du projet Voltaire.

PUBLIC

Assistant manager, cadre et toute personne soucieuse d'améliorer son orthographe

OBJECTIFS

- Revoir les principales règles de l'orthographe, de la grammaire et de la conjugaison
- Utiliser des moyens simples et efficaces pour retenir ces règles
- Être capable de les appliquer dans des écrits professionnels
- Détecter les fautes d'orthographe et les corriger

POINTS-CLÉS

Les enjeux de l'orthographe

Etat des lieux

- Les fautes les plus fréquemment rencontrées
- Mémorisation de l'orthographe. Des outils pour progresser
- Le correcteur d'orthographe et ses limites
- Les fautes commises par inattention. Apprendre à se relire

De la théorie à la pratique : des moyens simples et efficaces pour en finir avec les fautes les plus courantes

- Les règles typographiques
- Le vocabulaire. Ces mots que l'on confond (se ou ce, quoique ou quoi que, voir ou voire, ...)
- L'orthographe d'usage. Des erreurs sur des mots courants (doublement de consonnes, ad- verbes en « ment »,...)
- Les accords : les noms composés, les adjectifs de couleur, les chiffres,...
- La conjugaison : les règles générales et les particularités, la concordance des temps, le futur et le conditionnel, l'accord du verbe,...
- Le participe passé : les terminaisons et les accords

Les outils en ligne du Projet Voltaire

- **Pour aller plus loin...** Présentation du **Projet et de la Certification Voltaire**

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Test initial de diagnostic

Phase d'acquisition de la règle, phase d'entraînement, phase d'évaluation

Travail individuel et échanges entre les stagiaires

Accompagnement sur internet de l'entraînement du programme "Voltaire"

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

ACCOMPAGNEMENT VERS LA CERTIFICATION VOLTAIRE 1 jour

L'objectif de la Certification Voltaire est de certifier le niveau de maîtrise des difficultés de la langue française (à l'écrit) des candidats, avec fiabilité et objectivité.

PUBLIC

Personnes qui ont participé à la formation « maîtriser les principales difficultés de l'orthographe, de la grammaire et de la conjugaison » et qui ont suivi l'entraînement du Projet Voltaire Supérieur (formation en ligne)

OBJECTIFS

- Réviser les 7 niveaux de la formation VOLTAIRE avec un travail plus approfondi sur les règles non maîtrisées
- Préparer à la Certification Voltaire

POINTS-CLÉS

Quelques statistiques sur les difficultés les plus fréquemment rencontrées au cours de la formation en ligne

Test de diagnostic afin de repérer les règles non acquises

Révision des règles, entraînement et acquisition

Questions-réponses avant d'aborder la Certification Voltaire

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

CONSTRUIRE SON PORTEFEUILLE DE COMPETENCES

2 jours

OBJECTIFS

- Cerner et promouvoir ses compétences clés
- Devenir acteur de son parcours professionnel
- Préparer les entretiens professionnels et la mobilité professionnelle

POINTS-CLÉS

Qu'est-ce qu'une compétence ?

Les 3 niveaux du professionnalisme

Les finalités de l'évaluation des compétences

Elaborer son passeport de formation

Identifier les compétences-clés de son parcours

Le portefeuille de compétences

- Qu'est-ce que c'est ?
- A quoi ça sert ?

Elaborer son portefeuille de compétences personnel

Portefeuille de compétences et dynamique professionnelle

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Application d'une méthode progressive, à travers des grilles et des étapes de recueil d'information et de réflexion individuelle, suivant d'échanges de groupe. A la fin du stage, chaque participant repart avec son passeport de formation et son portefeuille de compétences.

MIEUX SE CONNAÎTRE AVEC LE MBTI © 2 jours

OBJECTIFS

- Développer une meilleure connaissance de soi à partir du MBTI ©
- Augmenter sa confiance en soi
- Développer de meilleures relations et la cohésion dans l'équipe

POINTS-CLÉS

LE MBTI : Indicateur de personnalité accessible et universel

- Origine et finalité de l'indicateur de personnalités
- Principes généraux de la démarche MBTI
- Présentation du MBTI
- Les polarités
- Profil par questionnaire
- Profil choisi sur présentation des 4 dimensions psychologiques + entraînement en sous-groupes
- Découvrir son type
 - Profil général
 - Profil organisationnel

Se développer à partir de son type MBTI

- Mieux comprendre son évolution personnelle
- Comprendre le type des autres personnes
- Développer des relations harmonieuses et complémentaires

Développer une meilleure cohésion dans l'équipe

- Faire jouer les complémentarités de profil dans l'équipe
- Utiliser les différences personnelles pour une meilleure efficacité

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'exposés, d'entraînements individuels et collectifs.
- Entraînement en groupes
- Ce module est animé par des animateurs certifiés MBTI

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

COMPRENDRE ET ACCOMPAGNER LES EMOTIONS 2 jours

OBJECTIFS

- Développer son intelligence émotionnelle
- Comprendre les émotions fondamentales et leur rôle
- Gérer les émotions personnelles et accompagner les émotions de l'autre

POINTS-CLÉS

Le rôle de l'intelligence émotionnelle dans notre société

- ⇒ L'intelligence émotionnelle : un savoir-faire indispensable
- ⇒ point sur les compétences personnelles et les compétences sociales

Les émotions fondamentales

- ⇒ les théories des émotions
- ⇒ Origine des émotions fondamentales
- ⇒ Comprendre, reconnaître et gérer nos émotions fondamentales
- ⇒ « Carte des émotions »
- ⇒ Intégrer les émotions dans la vie relationnelle et sociale

Accompagner les émotions de l'autre

- ⇒ Reconnaître, accepter et répondre à l'émotion de l'autre
- ⇒ Savoir intervenir en cas de conflit, de choc émotionnel, d'inhibition
- ⇒ Aider à l'intégration et à la transformation des émotions de l'autre

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- ⇒ Alternance d'exposés, de réflexions individuelles et d'autodiagnostic
- ⇒ Entraînements individuels et collectifs.

ORGANISER SON TEMPS

2 jours

OBJECTIFS

- Réfléchir à son mode d'organisation personnelle
- Elaborer une méthode d'organisation du temps
- Inventer une écologie personnelle du temps

POINTS-CLÉS

Les conceptions culturelles du temps

- Monochrome/polychrone
- Histoire du temps dans l'organisation

Diagnostic en groupe des situations problématiques d'organisation personnelle

Démarche d'analyse personnelle de l'emploi du temps

- Grille d'analyse personnelle de l'emploi du temps
- Identifier les voleurs du temps personnels

Les outils de la gestion du temps

- Les 4 générations de la Gestion du temps
- L'évolution des outils du temps
- Utiliser les moyens technologiques actuels
- Les lois du temps

Méthode d'organisation personnelle du temps

- Comment gérer ses priorités personnelles ?
- Comment planifier et gérer son agenda ?
- Comment gérer son temps en permanence ?

Cas "Organiser la journée de travail d'un manager"

Cas « Analyse de la journée de travail d'un dirigeant » : gérer ses priorités

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic
- Etude de cas et entraînements en réel aux outils du temps

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

ANIMER DES REUNIONS EFFICACES

2 jours

OBJECTIFS

- Réaliser des réunions productives
- Intégrer des pratiques d'animation performantes
- Développer une motivation forte par la participation

POINTS-CLÉS

Les différents types de réunion

Le rôle de l'animateur

Préparation de la réunion

- Structuration de la réunion
- Plans types
- Documents de préparation

Techniques d'animation

- Entraînement aux débats participatifs
- Gestion des incidents

Le suivi de la réunion

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Nombreux exercices et entraînement en vidéo

MIEUX GERER SA MEMOIRE

2 jours

OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement de la mémoire
- S'entraîner à différentes techniques de mémorisation
- Améliorer l'outil-mémoire au quotidien

POINTS-CLÉS

Les différentes mémoires

- Les registres de l'information sensorielle
- La mémoire à court terme
- La mémoire de travail
- La mémoire à long terme

Le fonctionnement de la mémoire

- Les différents schémas
- Freins et troubles de la mémoire
- L'oubli
- La mémorisation
 - le processus
 - les stratégies
 - les conditions de réussite

Les techniques de mémorisation

- Autodiagnostic de la mémoire
- La mnémotechnie
- L'imagerie mentale
- L'association
- La mémorisation sensorielle
- La créativité

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, de démonstrations et d'exercices pratiques

Au cours de ce module, les participants seront amenés à s'entraîner sur chacune des techniques de mémorisation proposées.

Ce stage est animé par une neuro-psychologue.

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

PARLER AVEC AISANCE ET CONVAINCRE UN AUDITOIRE

2 jours

OBJECTIFS

- Développer une attitude professionnelle dans des situations d'expression orale en public
- Préparer et réaliser des présentations orales professionnelles en externe ou en interne
- Savoir construire et développer un discours convaincant en public

POINTS-CLÉS

L'attitude comportementale face à un auditoire

- Les attentes principales d'un auditoire
- Les paramètres d'une présentation animée
- Les paramètres vocaux et non verbaux
- Autoévaluation par grille et en situation

La gestion du stress face à un auditoire

- Le contact avec le public
- Outils d'interruption et de gestion du stress en public

La préparation d'un support informatique pour une présentation claire

- La confection du support
- La présentation avec l'appui d'un support visuel ou vidéo

Structurer et préparer le cheminement d'une intervention

- Elaboration d'un plan à partir de plans types

Accrocher l'attention d'un auditoire

- Développer des arguments convaincants
- Utiliser les effets persuasifs

Structurer et présenter clairement ses idées dans le cadre d'une allocution improvisée

- Méthode « cerveau droit –cerveau gauche »

Développer une présence forte et des arguments convaincants au cours d'un débat

- Utiliser l'attitude d'efficacité en réunion
- Développer une approche stratégique de ses arguments

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'exposés, d'entraînements individuels et collectifs en vidéo
- Entraînement en équipes
- Au cours de ce module, chaque participant reçoit un retour personnalisé d'information après les entraînements, de façon à relever les éléments d'apprentissage intégrés et les pistes de progrès.

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

RENFORCEZ L'IMPACT DE VOS PRESENTATIONS ORALES 2 jours

Comment bâtir vos supports et optimiser votre message pour gagner en impact lors de vos prises de parole ?

Réaliser une présentation visuelle consiste à développer un argumentaire précis et rigoureux devant un auditoire restreint et identifié, pour l'informer, voire le convaincre. Ce moment privilégié pendant lequel on peut être écouté et entendu par ceux dont on attend une prise de position, un soutien ou un engagement doit être soigneusement préparé et mis en œuvre pour en tirer tout le profit possible.

OBJECTIFS

- Structurer un message synthétique et percutant.
- Captiver l'attention de votre auditoire tout en faisant passer vos messages clés
- Piloter sa présentation avec aisance pour une communication gagnante.

PUBLIC: Toute personne animant réunions, conférences

POINTS-CLÉS

Préparer la présentation

- le but de la présentation, qui doit être en totale adéquation avec l'auditoire, ses besoins et ses centres d'intérêt ;
- le style général à donner à la réunion ;
- les moyens logistiques nécessaires.
- Dans quel but cette présentation est-elle réalisée ? (informer, convaincre, décider...)
- Quel doit être le contenu de la présentation ?
- Quel va être l'auditoire ? Sera-t-il a priori hostile, favorable, neutre ? Quelle est sa capacité à digérer le thème présenté ? Comment et par quoi peut-il être intéressé ?
- Quelle doit être la durée de la présentation ou de la réunion dans son ensemble ? Quel style faut-il lui donner (sérieux, décontracté...) ? Faut-il envisager une discussion, un débat ?
- Quel sera le lieu de la présentation ? Quels sont les outils (audiovisuels) disponibles ?

Concevoir la présentation

L'auditoire est d'autant plus réceptif que l'organisation de l'exposé lui apparaît clairement et que l'interlocuteur lui semble motivé

- L'introduction autour d'un objectif : reposer sur un intérêt commun et focaliser l'attention des participants sur leurs besoins et les solutions qui vont leur être présentées.
- Le développement : méthodes et outils
- La conclusion : notion de synthèse et/ou d'ouverture au débat qui peut suivre la présentation

Assurer la logistique

- Méthodologie et check-lists

Répétition et documents associés

- Tester l'impact de la présentation et s'assurer de son timing.
- Documents d'accompagnement et rédaction d'un CR du déroulement de la présentation (à usage personnel)

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'exposés, d'entraînements individuels et collectifs en vidéo

DECOUVRIR SA VOIX

2 jours

OBJECTIFS

Ce module contribue à une meilleure révélation de soi à travers une plus grande prise de conscience de sa voix.

A travers ce module, vous pourrez :

- **Mieux vous affirmer à travers votre voix**
- **Grandir votre confiance en vous**
- **Développer votre créativité**

POINTS-CLÉS

Préparer son corps et son mental à la libération de sa voix

Lâcher-prise face à sa voix et aux autres

- Par la conscience du rythme : rythmes binaires et ternaires (swing)
- Par l'échauffement progressif de la voix
- Par le jeu dynamique de l'échange vocal et musical avec le groupe
- Par la pratique progressive de l'improvisation

Prendre conscience de son outil vocal

- Une attitude et une dynamique corporelle optimales pour une voix authentique et résonnante
- Exprimer la réalité d'un morceau vocal
- Entrer dans l'univers d'un morceau
- Exprimer sa personnalité et « enlever le masque » dans l'interprétation

Exprimer un texte dans toutes ses dimensions

- Entrer dans l'univers du texte
- Comprendre et exprimer la finalité du message
- Utiliser sa voix dans ses différentes dimensions émotionnelles

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- L'animation de ce module est basée sur une prise de conscience progressive de sa voix et de ses composantes techniques à travers une multitude d'exercices ludiques.
- Le répertoire choisi permet de rencontrer des cultures musicales différentes (swing, rythmes latins, chanson française) et différents univers textuels.
- Les participants sont amenés progressivement à s'affirmer à l'intérieur et devant le groupe.
- Les participants seront en tenue décontractée.

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

S’AFFIRMER SOI ET SES DIFFERENCES

2 jours

OBJECTIFS

- **Mieux exprimer votre personnalité**
- **Augmenter votre confiance dans vos relations**
- **Savoir exprimer tout type de demande**

POINTS-CLÉS

Les bases de l’Estime de Soi

Qu’est-ce que l’Assertivité ?

- Autodiagnostic
- Mise à plat des situations difficiles
- Le cercle vicieux de l’anxiété sociale
- Les conditions de l’affirmation de soi et les raisons de la non affirmation
- Les différentes attitudes relationnelles et leurs conséquences

Démarche globale d’affirmation de soi

- Démarche globale
 - ⇒ La boîte à outils de l’affirmation de soi
 - ⇒ Entraînement progressif à différentes stratégies de demande, de refus ...

L’affirmation de soi en groupe et en public

- ⇒ S’affirmer dans un débat
- ⇒ Savoir défendre un projet

Ancrer une ressource interne pour mieux s’affirmer au quotidien

Identifier les discriminations stéréotypes et savoir y faire face

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance de séquences informatives, d’autodiagnostic, d’études de cas
- Au cours de ce module, les participants seront amenés à s’entraîner au cours de jeux de rôles.

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

LOOK PROFESSIONNEL

2 jours

OBJECTIFS

- Intégrer les conseils et "outils" nécessaires à une apparence socialement correcte en entreprise et dans la vie de tous les jours.
- Se mettre en valeur en fonction de sa personnalité.

POINTS-CLÉS

Les couleurs, votre personnalité et les saisons : Langage et symbolique des couleurs

- Les associations de couleurs pour les femmes
- Les associations de couleurs pour les hommes
- Nuanciers modèles pour les différents types saisonniers

Comment se mettre en valeur avec une tenue vestimentaire en harmonie avec la silhouette ?

- Les différentes formes de silhouette homme
- Les différentes formes de silhouette femme
- Comment habiller les différentes formes de silhouette ?
- Coiffure et morphologie (intervention d'un coiffeur-visagiste)
- Les différentes formes de visage homme et les coupes et coiffures adaptées
- Les différentes formes de visage femme et les coupes et coiffures adaptées

Soins de la peau

- Les soins du visage
- Comment cacher les imperfections du visage de façon discrète et élégante

Le choix des accessoires : lunettes qui reflètent notre personnalité, le choix des sacs à mains ou pochettes professionnelles, les chapeaux

Le positionnement dans l'espace

- L'occupation de l'espace par notre corps dans une salle de réunion
- Nos gestes accompagnent notre discours pour une communication plus efficace

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- pédagogie participative, visionnage DVD, intervention d'un visagiste.

EFFICACITE PROFESSIONNELLE ET PERSONNELLE

ECRITURE ET CREATIVITE

2 jours

OBJECTIFS

Explorer le processus créatif dans le domaine de l'écriture passe par une prise de conscience de son rapport à l'écriture et l'apprentissage de méthodes concrètes.

Ce module vise :

- à donner des pistes pour stimuler son potentiel créatif
- à s'entraîner à écrire avec créativité

POINTS-CLÉS

1ère journée – Construire ses idées

La recherche d'idées

- identification des principaux mécanismes de la construction d'idées
- la carte mentale : construction en groupe

L'image et le mot : le potentiel créatif

- les logiques de la découverte : association d'idées, analogies, rêve éveillé...

La mémoire : stimulation, prises de notes

- mise en scène de la mémoire : exercice à partir d'une vidéo

2ème journée – Le Processus créatif

Les 5 étapes du processus créatif

- communication créative en sous-groupes

Méthode personnelle et programme d'entraînement

- bilan et évaluation personnalisée

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Stage interactif, spontanéité encouragée dans le respect des règles d'écoute mutuelle. Prise en compte des attentes des participants recueillies en début de session.

A la fin de ces deux jours, les stagiaires ont fait le point sur leur manière d'aborder l'écriture et repartent avec des outils permettant d'élargir leur champ d'action par l'écriture.

PREPARER SA RETRAITE ET CHANGER DE CAP 2 jours

OBJECTIFS

- Comment aborder sereinement la cessation d'activité
- Elaborer son "Projet Retraite" : « inventer le futur »
- Construire un nouvel avenir sur ses centres d'intérêts et son réseau social

POINTS-CLÉS

Anticiper la phase de transition

- Comment procéder ?
- La nouvelle législation

Comprendre les étapes du cycle du changement individuel

- Identifier les changements à venir:
 - . statut, relations, rythmes, activités
 - . besoins fondamentaux : physiques, sociaux, intellectuels

Le Projet Retraite

- Formaliser son projet de vie à court, moyen et long terme
 - . Environnement, nouvelles relations familiales et sociales
 - . Nouveau rythme temporel
 - . Nouvelles activités, loisirs, bénévolat.
- Harmoniser son projet de vie avec ses valeurs personnelles

Gérer son capital santé

- La lutte contre le vieillissement physique et psychique : garder la forme
- Le tonus intellectuel, la mémoire
- Santé, hygiène, équilibre de vie.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic
- Au cours de ce module, les participants seront amenés à réfléchir en groupe et à partir de cas réels.

Systememis

BIEN-ETRE AU TRAVAIL

SYSTEMEMIS est agréé par la Carsat dans le
cadre de la prévention des risques psychosociaux

*L'humain au cœur
de la performance*

STRESS ET RISQUES PSYCHOSOCIAUX DES EQUIPES

2 jours

OBJECTIFS

- Identifier et gérer son stress de manager
- Equilibrer les exigences de performance et les ressources de l'équipe
- Identifier les signes de stress et de mal-être de l'équipe et agir en conséquence

POINTS-CLÉS

Le Stress

- Définition et dynamique du stress
- Stress personnel et stress professionnel
- Le stress en situation de travail
- Le stress des équipes commerciales

Les causes de stress de l'équipe

- Impact du management sur le stress de l'équipe
- L'organisation du travail
- L'organisation du temps et des priorités du manager et de son équipe
- La gestion du changement et des projets dans les équipes
- Profil de personnalité et stress : le type A
- Equilibre du management entre pression des objectifs et bien-être des équipiers
- Qualité relationnelle du manager et reconnaissance des équipiers
- Motivation, stimulation et harcèlement
- Le stress personnel du manager
- La prévention des conflits
- Le burn-out

Les nouvelles responsabilités sociales et pénales des managers et des dirigeants dans le bien-être des salariés

- La loi de modernisation sociale de 2002
- L'impact économique du stress et du mal-être des salariés
- Le champ d'application d'une politique de bien-être dans l'entreprise
- Les freins culturels à la gestion du bien-être des équipes

Agir sur le stress, et le mal-être des équipes

- Identifier les symptômes du stress et du mal-être de l'équipe
- Répondre aux obligations légales du dirigeant et des managers
- Changer la gestion de la relation du manager vers l'équipe
- Allier pression de la performance et écoute individuelle orientée vers les personnes
- Utiliser les techniques de la communication non violente
- Gestion personnelle du stress du manager
- Mettre en place des plans d'action individuelle et collective pour faire face au stress et au mal-être
- Accompagner le stress individuel ou collectif

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance de séquences informatives, d'autodiagnostic, d'échange d'expériences, de simulations
- Appui sur des séquences vidéo et des cas réels en entreprise

LE HARCELEMENT MORAL DANS L'ORGANISATION 1 jour

OBJECTIFS

- Comprendre et identifier le processus du harcèlement moral
- Savoir identifier le phénomène chez les personnes et dans l'organisation
- Prévenir et agir en cas de phénomène de harcèlement

POINTS-CLÉS

Définition du harcèlement moral

- Concept
- Historique

Cadre légal du harcèlement moral

- La loi de modernisation sociale
- Comprendre les éléments constitutifs spécifiques au harcèlement moral
- Les obligations de l'employeur et du salarié
- Le rôle des différents acteurs de l'entreprise :
 - les IRP
 - la Direction, la DRH
- Les sanctions possibles
 - Procédure pénale
 - Procédure civile

Le processus du harcèlement

- Les acteurs
- Le processus de mise en place du harcèlement
- Les cibles privilégiées
- Les indicateurs de harcèlement
- Les conséquences chez la victime de harcèlement

Responsabilité et rôle du management dans la prévention du harcèlement

- Identifier les situations de harcèlement

Agir face aux situations de harcèlement dans l'entreprise

- Accompagnement de la personne harcelée
- Analyse de la situation de harcèlement
- Entretiens avec la victime
- Entretien avec le harceleur
- Entretien avec témoins
- Médiation
- Plan action

Mettre en place un plan de prévention du harcèlement dans l'entreprise

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance de séquences informatives, de réflexions en groupes
- Analyse de cas

AGIR POUR UN STRESS POSITIF © 2 jours

Vous êtes confronté dans le cadre de votre activité professionnelle à des situations stressantes et vous recherchez une meilleure compréhension du phénomène du stress ainsi que des outils simples pour un meilleur équilibre au quotidien.

OBJECTIFS

- Identifier instantanément l'installation du stress chez vous et les autres.
- Résoudre des tensions résultant du passé
- Se préparer à des situations futures de manière optimale
- Mieux maîtriser vos émotions

POINTS-CLÉS

Qu'est-ce que le Stress ?

Identification des formes et des domaines de stress et solutions pratiquées par chacun

- Diagnostic de situations stressantes en sous-groupes
- Identification des stratégies mentales à partir de quelques situations du diagnostic

Application d'un processus original visant à identifier, en situation, l'origine de pressions, à pratiquer des interrupteurs de stress adaptés aux situations

- Exercices de détente physique
- Respiration régulée
- Entraînement sur les ressources personnelles
 - grille d'analyse d'une situation problématique
 - états internes ressources et limitants
 - ancrage d'état ressource
 - programmation de ressources pour le futur

Entraînement progressif à la relaxation

- Relaxation dynamique
- Relaxation profonde

Réflexion sur le stress dans les relations personnelles et au travail

- Réseau relationnel et stress
- Importance des signes de reconnaissance

Réflexion sur les valeurs personnelles

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

A partir de leur propre expérience et par l'échange dans le groupe, les participants sont amenés à prendre conscience de leur processus personnel de création de stress, en particulier dans les situations de travail. Ils sont amenés à s'entraîner à une palette d'outils permettant d'interrompre le stress en création, et de réguler le stress en toute situation.

RELAX TRAINING ©

2 jours

« *Opter pour le bien-être pour cultiver le bien-vivre* »

Ce module est à destination de toute personne désireuse de développer ses capacités propres à agir de façon instantanée, par des techniques de relaxation rapide, sur sa dynamique et sa réactivité.

OBJECTIFS

- **Diminuer le niveau de stress et de tension musculaire**
- **Acquérir les techniques nécessaires pour une utilisation personnelle simple et régulière**
- **Identifier les situations adéquates à une utilisation pertinente**

POINTS-CLÉS

Les risques associés au mal-être

- Préoccupation, inquiétude, malaise, maux de tête, migraines, nausées
- Anxiété, appréhension, fièvre, agitation, énervement
- Angoisse, désarroi, tension, agressivité, rupture
- Détresse, désespoir, isolement moral, social, réclusion

L'intérêt de la relaxation rapide

- Diminuer le niveau général de stress immédiatement
- Se détendre et se reposer rapidement
- Faciliter un sommeil profond et réparateur
- Faire des expériences de calme et de douceur

Le schème corporel

- L'image du corps
- Les composants du schème corporel
- La constitution du schème corporel
- Les habitudes psychomotrices
- Exercices de prise de conscience

Le schème comportemental

- Les types de comportement
- Exercices de prise de conscience

Pratiques de relaxation

- La Relaxation Progressive de Jacobson
- La Méthode Activo-Passive de Wintrebert
- Le Training Autogène de Schultz
- Le Yoga
- La Sophrologie
- La Relaxation Dynamique

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Chaque participant dans le groupe est amené à acquérir des techniques simples de respiration et de relaxation rapide, et apprend à les mettre en œuvre consciemment pour mieux s'adapter et répondre aux contraintes du quotidien.

RESPIRATION ET RELAXATION SOPHRONIQUE

2 jours

"Le corps, l'esprit, la conscience et l'âme forment une unité existentielle appelée être humain" CAYCEDO

OBJECTIFS

- Comprendre le phénomène de la respiration
- Appréhender les bases de la relaxation sophronique
- Identifier les situations adéquates à une utilisation pertinente
- Acquérir les techniques nécessaires pour une utilisation personnelle simple et régulière

PUBLIC

Toute personne désireuse de développer ses capacités propres à appréhender la vie en agissant sur ses ressources personnelles profondes de réaction positive et de relaxation

POINTS CLÉS

La Respiration : Prise de conscience

Exercices de Prise de conscience

Les Spécificités de la Relaxation Dynamique Sophronique

Exercices de Relax - Training Sophronique

1er degré ou Relaxation Dynamique Concentrative

Sophronisation - Exercices respiratoires - Relaxation récupérative

Méditation sophronique - Exercices respiratoires - Visualisation

2ème degré ou Relaxation Dynamique Contemplative

- Sophronisation – Respiration Synchronique

- Visualisation sur le sujet et sur l'objet - Réflexivité

- Exercices

- Perception du « respir » et Perception des cinq sens

- Respiration synchronique support de la pensée positive

3^{ème} degré ou Relaxation Dynamique Réflexive

- Sophronisation - Respiration

- Méditation avec le corps / Posture du 3^{ème} degré / Energie - Harmonie - Vie

- Méditation Réflexive / Posture du 3^{ème} degré /Energie – Harmonie - Vie - Acceptation progressive - Désophronisation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Une démarche structurée, qui s'adresse à des groupes de 3 à 8 participants, permet d'appréhender la réalité des états sophroniques.
- Une traduction pratique, dans des exercices précis, des méthodes et principes énoncés permet aux participants de prendre conscience de leur capacité à assurer eux-mêmes la relaxation dynamique sophronique afin de l'utiliser au quotidien.

PRENDRE EN CHARGE LES CONDUITES ADDICTIVES 3 JOURS

OBJECTIFS

- Actualiser les connaissances en matière de dépendance aux différents produits
- Savoir évaluer le retentissement de l'usage, au plan organique, psychologique et relationnel, social et économique
- Savoir évaluer les troubles associés psychiatriques et somatiques
- Connaître les modalités de repérage et les modes de prise en charge
- Développer, le cas échéant, un projet d'équipe en lien avec les structures périphériques de soin
- Développer des stratégies adaptées à chaque situation

POINTS-CLÉS

Aspects théoriques

- Notions de risque, d'usage occasionnel dangereux et/ou régulier à faible risque, d'usage à haut risque et/ou premiers dommages sans dépendance avérée, de dépendance vraisemblable ou certaine
- Variation du risque selon les individus, risque épidémiologique et risque personnel
- Données cliniques et épidémiologiques : usages, voies métaboliques, effets toxiques, incidences organiques et psychiques, tolérance, dépendances physique et psychologique
- Etat des lieux en France
- Législation et aspects juridiques

Modalités de repérage

- Symptomatologie clinique
- Biologie
- Questionnaires systématiques
- Entretiens ; déclinaison de l'intervention en plusieurs niveaux selon la gravité du risque et du retentissement, la réceptivité du patient et les produits concernés (message oral, documents informatifs, intervention brève, approche motivationnelle)

Présentation de la prise en charge et de l'organisation des soins

- Modalités de sevrage, en ambulatoire ou en hospitalisation
- Connaissance des techniques de prévention des accidents de sevrage (surtout pour l'alcool et benzodiazépines)
- Organisation du suivi et prévention de la rechute
- Suivi individuel et de groupe
- Liens avec les médecins de ville et le secteur médico-social concerné
- Dépistage et prévention des complications

Le vécu des patients et des soignants – Prise en charge relationnelle

Patients / Famille

- Les comportements fréquemment rencontrés
- La relation avec l'entourage et la famille
- Le contexte de l'hospitalisation

Les soignants

- Le mode relationnel des soignants avec les personnes, leur famille et leurs collègues
- Modes de réaction des soignants vis-à-vis des personnes
- Les mécanismes de défense de la personnalité

Prise en charge relationnelle

- Les obstacles à la relation interpersonnelle
- Les compétences relationnelles à développer, favorisant notamment la confiance mutuelle
- Le compromis entre :
 - besoins alimentaires liés à la conduite addictive lors du sevrage
 - les contraintes diététiques liées aux pathologies

La gestion de l'agressivité et de la violence

- La rechute : → nécessiter de la travailler, de la prévenir, de l'accepter
 - dédramatiser une étape inhérente à la maladie

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Information didactique et études de cas

CORPS CONSCIENT 2 JOURS

OBJECTIFS

- Par la respiration et les postures, prendre conscience des sources de notre énergie
- Analyser le langage du corps, miroir de la conscience
- Par la relaxation, apprendre à diriger sa propre énergie
- Développer sa capacité de réalisation personnelle

POINTS-CLÉS

Initiation à la maîtrise du souffle

- Présentation des pratiques du souffle dans les différentes traditions
- Entraînement aux quatre respirations pour accompagner les postures
 - > abdominale pour trouver le calme en soi
 - > complète pour coordonner diaphragme et amplitude thoracique
 - > avec rétention du souffle
 - > alternée

Relation Corps / Conscience

- Décodage des messages du corps pour réaliser son potentiel
- Relaxation avec les couleurs

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'exposés théoriques et d'exercices pratiques.
- A la fin de ces deux jours, les participants ont acquis des outils permettant de développer la conscience du corps.

Systememis

ANGLAIS PROFESSIONNEL

*L'humain au cœur
de la performance*

- A tous niveaux et dans tous les secteurs, la formation à l'anglais spécifique (English for Specific Purposes) pour un poste visé ou occupé devient une nécessité. Pourtant, le parcours initial n'a pas convenablement intégré l'anglais.
- Le temps disponible pour l'acquisition d'un anglais opérationnel est limité. Aussi, les moyens et méthodes à mettre en œuvre seront nécessairement ciblés et optimisés au maximum.

1 - Formation de base « Kit de survie » anglais

QUOI ? Se présenter, échanger poliment pour obtenir ou transmettre des informations en direct, au téléphone ou par e-mail, l'interlocuteur vers une personne ressource.

POUR QUI ? Tous les personnels débutants ou faux débutants, et celles et ceux qui ont des contacts épisodiques avec l'étranger.

2 - Formations Premium

QUOI ? Etre opérationnel et efficace dans son domaine de management à l'international.

Connaître les critères interculturels de communication. Module sur mesure conçu spécifiquement après définition des besoins et besoins.

POUR QUI ? Les femmes et hommes d'affaires pour qui l'anglais s'impose comme une condition d'aisance et de réussite.

3 - Formations ciblées métier

QUOI ? Anglais de l'accueil et du secrétariat - Anglais pour les achats (Supply Chain) - Anglais pour les relations commerciales.

POUR QUI ? Les personnels ayant des besoins précis liés à leur poste.

4 - Formations ciblées compétences

QUOI ? Téléphone - Emails - Conference calls - Négociations

POUR QUI ? Les personnels qui se trouvent régulièrement dans les mêmes situations de communication et veulent être plus efficaces lorsqu'elles se présentent.

5 - Formation Business et Culture

QUOI ? Les écueils classiques de la communication avec les anglophones : comment les éviter et optimiser nos différences.

POUR QUI ? Les personnels se trouvant en interface avec des Anglais, Américains ou anglophones non natifs et

6 - CV, lettre de motivation et entretien en anglais

QUOI ? Module à orientation RH, incluant la rédactionnel et la technique de l'entretien

POUR QUI ? Les personnels en recherche d'emploi ou en mobilité vers des postes à l'international.

7 - Repas d'affaires en anglais

QUOI ? Formation mise en pratique au cours de véritables repas business lunches en face-to-face avec le Formateur ou en mini-groupe.

POUR QUI ? Toutes celles et ceux qui auront à partager des repas avec des clients, fournisseurs, partenaires...où l'anglais sera la langue de communication.

MODES DE FORMATION

vosre DIF, individuel ou intensif, dans vos murs ou dans nos locaux

vos plans de formation intra-entreprise

des modules inter-entreprises dans nos locaux

des séminaires et conférences

LA NÉGOCIATION À L'INTERNATIONAL 2 jours

PUBLIC

Commerciaux, chefs d'entreprises, responsables et acteurs Supply Chain, Purchase Department, assistant(e)s

Niveau pré-requis : anglais de base + notions d'anglais professionnel (niveau B2)

OBJECTIFS

- Acquérir suffisamment d'autonomie pour négocier, vendre, développer des relations commerciales
- Atteindre vos objectifs en termes de prix, quantité, délai
- Limiter le stress, se sentir à l'aise, grâce à des astuces de communication en anglais

POINTS-CLÉS

Négociier

- Savoir-> les phrases-types et le lexique approprié ;
- Savoir être-> la dynamique de négociation en anglais ;
- Savoir faire->accepter, refuser, faire avancer le processus, trouver un compromis

Vendre

- Lexique et phrases-types pour les ventes (nombre, délai, prix, livraison)

Acheter

- Lexique et phrases-types pour les achats (quantité, délai, prix, livraison)

Développer des relations commerciales

- Phrases-clefs et attitudes positives (aspect culturel)
- Attitudes mal perçues à éviter

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Observation de situations réelles (vidéos)
- Echange sur l'expérience et mise en forme des points-clés
- Simulation et jeux de rôles sur des cas-types
- Situations problématiques et réponses à vos questions
- Elaboration de fiches-mémo incluant les tournures, le vocabulaire, les astuces

PRISE DE CONTACT A L'INTERNATIONAL

1 jour

DUREE

1 Jour ou 5 séances de 1h30

PUBLIC

Acteurs des Achats/Supply Chain
Contract Managers
Assistants, réceptionnistes, responsables de l'accueil

Niveau pré-requis : tous niveaux de départ (groupes adaptés)

OBJECTIFS

- Etre de plus en plus autonome pour utiliser en anglais les outils suivants :
TELEPHONE , EMAIL, LETTRE
- Etablir un contact efficace et ciblé avec votre interlocuteur anglophone
- Les erreurs communes à éviter dans les échanges en anglais
- L'attitude positive dans les échanges

POINTS-CLÉS

Savoir exposer son objectif et atteindre son but par :

téléphone,

- Joindre l'interlocuteur souhaité
- La prise de rendez-vous et la planification, l'annulation, la replanification, la confirmation
- transférer un appel
- Laisser un message/prendre un message

Formules-types et techniques de communication spécifiques selon l'outil utilisé

- se présenter, s'excuser, demander de répéter, prévoir un rappel

email et lettres

- Les différences et usages entre les 2 supports
- Les formules de politesse et phrases-types
- la méthode de construction d'un écrit simple et efficace en anglais

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Observation de situations réelles (vidéos)
- Partage d'expérience et réponses à vos questions
- Simulations, jeux de rôle, mise en situation avec problématiques-types
- Elaboration de fiches mémo

LES DEJEUNERS-DINERS D'AFFAIRES

1 jour

DUREE

Repas animés de 1h45 sur rendez-vous, intra et/ou inter-entreprises

PUBLIC

Cadres et dirigeants travaillant à l'international

Niveau pré-requis : niveau B2

OBJECTIFS

- **Organiser, Animer un repas en anglais**
- **Suivre et échanger par des conversations simples et productives**
- **Garder le contact et développer les affaires**

- **Faire bonne impression sur un interlocuteur anglophone**
- **Etre à l'aise et optimiser sa communication, même avec des connaissances limitées**

POINTS-CLÉS

Les savoirs (formules, lexique, structures) et savoir-faire (aspect culturel) seront abordés pour acquérir aisance et autonomie.

En amont du repas :

Prendre rendez-vous, planifier
Fournir/obtenir des indications géographiques,
Réserver

Le repas :

La conversation sociale (« Ice-breakers »)
Passer la commande,
Choix du menu/boissons et notions de gastronomie
Le moment de l'addition
Les développements du business

Et les réponses à vos questions...

Les savoirs (formules, lexique) et savoir-faire (aspect culturel) seront abordés pour acquérir aisance et autonomie.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Repas réels en situation
- Retours d'expérience
- Elaboration de fiches-mémo

MODULE DE PREPARATION AU TOEIC ET AUTRES TESTS DE NIVEAU DE LANGUE

DUREE : Cours du soir, par sessions de 1.5 heures, tout matériel fourni.

L'ENJEU DU TEST

Passer un test reconnu à l'international par les entreprises, et obtenir un score élevé, c'est attester aux yeux de l'employeur de votre motivation, de votre aisance et de votre autonomie en anglais professionnel

PUBLIC

Tous les personnels en évolution vers l'international,
Personnels souhaitant optimiser leur CV,
Dirigeants et personnels devant attester de leur niveau,

OBJECTIFS

- **Obtenir au test d'anglais ciblé un score adapté à votre objectif initial**

POINTS-CLÉS

Notre formateur dédié assure une préparation exclusive qui fait ses preuves, en petits groupes jusqu'à 8 stagiaires.

Nous vous préparons au contenu du test mais aussi aux indispensables stratégies de réussite

Entraînement à partir de tests authentiques et travail ciblé point par point

- Grammaire ciblée
- Lexique attendu au test
- Ecoute et compréhension dans le format du test
- Astuces et gestion optimale de l'épreuve

Aide au travail en autonomie

Préparation donnant lieu à la remise d'un dossier récapitulatif

PASSAGE de TESTS BLANCS. Evaluation initiale gratuite. Passage du test au centre de Brest ou à votre convenance

ANGLAIS DES PROFESSIONNELS DE SANTE

2 Jours

**Une offre de formation unique et exclusive proposée par une traductrice spécialisée.
Délivrance d'un Memo de vocabulaire et planches récapitulatives illustrées à l'issue de la formation**

DUREE : Cours du soir ou modules de demi-journée

PUBLIC

Acteurs de santé « pharmaciens, médecins de ville et hospitaliers, infirmier(ères) »
Niveau pré-requis : anglais de fin de lycée (B1-B2)

OBJECTIFS

- **Comment aborder un patient/client non francophone ? Comment bien le comprendre, établir et expliquer un diagnostic, appréhender l'expression de ses symptômes et mener l'examen clinique ? Comment expliquer la conduite du traitement ? ...Rassurer, conseiller.**
- **Ce module vous donne les bases indispensables dans ces types de situation**

POINTS-CLÉS

Pharmaciens :

- L'accueil du client anglophone, l'écoute et le conseil.
 - La prescription, les modes d'administration, la dispensation, la posologie... et les précautions.
 - La conduite de l'entretien en pharmacie.
 - La vente OTC.
- (approche globale, commerciale, thérapeutique, administrative et commerciale)

Médecins :

- L'accueil du Patient, l'écoute.
- Les antécédents, les allergies connues.
- Les symptômes. L'examen.
- La prescription. Les conseils.
- Le suivi. Les démarches.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Observation de situations réelles (vidéos) représentatives des cas-types
- Echanges sur les expériences et réponses à vos questions
- Elaboration des fiches mémo

Systememis

QUALITE

*L'humain au cœur
de la performance*

SENSIBILISATION A LA DEMARCHE QUALITE **3 Jours**

PUBLIC

Toute personne concernée par une démarche Qualité

OBJECTIFS

- **Connaître les termes de la qualité, le langage et les axes fondamentaux relatifs à la qualité**

POINTS CLES

- **Historique qualité, stades, enjeux**
- **Les normes applicables : environnement, management, informatique, industrie**
- **Attentes : qualité perçus, attendus**
- **Rôle du client, autres parties prenantes**
- **Animer la démarche**
- **Techniques d'animation**

METHODE PEDAGOGIQUE

- Outils qualité (interviews, arbre causes/effets, Pareto, brainstorming, diagramme de flux...)
- Documents applicables : référentiel, documents obligatoires
- Outils et guide de présentation

SYSTEME DE MANAGEMENT QUALITE ISO 9001

3 JOURS (21 heures)

PUBLIC

Responsable projets, technicien, futur auditeur interne, responsables qualité, pilotes processus, groupes de travail

OBJECTIFS

Acquérir bases de la norme ISO 9001 pour comprendre le système management de la qualité de l'entreprise

POINTS CLES

- **Historique qualité, chapitres de la norme ISO 9001**
- **Engagement direction**
- **Gestion des documents**
- **Création de processus, cartographie et interfaces**
- **Amélioration continue**
- **Analyse et méthode, audits**
- **Gestion des risques, détermination des indicateurs, cas pratiques**

METHODE PEDAGOGIQUE

- Vidéos, Cas pratiques
- Logiciels qualité

LES BASES DE L'AUDIT INTERNE 3 Jours

DUREE : 3 JOURS (21 heures)

PUBLIC

Qualiticien, Auditeur interne, Responsable Qualité, futur Auditeur

OBJECTIFS

Etre capable de préparer et de réaliser des audits internes

POINTS CLES

- Préparer un audit relation auditeur/audité
- Types d'audit (norme ISO 19011)
- Classification des écarts
- Étapes du déroulement de l'audit
- Phase documentaire
- Phase de réalisation de l'audit
- Conclusions de l'audit
- Rapport d'audit (exemple, mise en situation)
- Suivi d'audit

METHODE PEDAGOGIQUE

- Exemples de rapport d'audit, cas pratiques sur des processus clés, implication sur cas réels en entreprise

Systememis

INFORMATIQUE

*L'humain au cœur
de la performance*

CREATION DE SITE WEB AVEC LE CMS JOOMLA

3 Jours

JOOMLA est un outil de dernière génération, un CMS extrêmement complet. Apprenez à créer des sites web, blogs, forums et autres wikis avec Joomla.

DUREE : 3 Jours (21 heures)

PUBLIC : Informaticien, Gestionnaire, Commerciaux

OBJECTIF :

- **Maîtriser l'ensemble des modalités de Joomla**

POINTS CLES

- **Création de sites web, blog, forums, agendas, projets, wiki, tags Web**
- **Installation**
- **Prise en main**
- **Gestion des contenus privés et publics**
- **Principe de création de sites web : catégories, menus, administration**
- **Ouverture de blogs, forums, agendas, projets, wiki, tags**
- **Accès à la base de données**
- **Installation des nouveaux modules**
- **Administrer votre site**

METHODE PEDAGOGIQUE

- Exemples sur des projets réels, installation et dépannage, mise en place d'un serveur, gestion des pages et des composants, des modules

INSTALLER ET ADMINISTRER UNE BASE DE DONNEES LIBRES MySQL 5.5/PostgreySQL

3 Jours

Apprenez les fondamentaux pour mettre en place les bases de données MySQL 5.5 et PostgreySQL

DUREE : 3 jours (21 heures)

PUBLIC : Techniciens en informatique, BTS, SSII

OBJECTIFS :

- **Installer et administrer une base de données**

PROGRAMME

- **Caractéristiques et objectifs de la base de données**
- **Installation dans l'environnement (Linux, Windows) et tests de fonctionnement**
- **Démarrage, arrêt de la base de données**
- **Principales commandes du langage SQL**
- **Environnement d'exploitation et commandes**
- **Outils de gestion : administrateur, utilisateurs**
- **Interprétation des codes d'erreurs, diagnostics**
- **Sauvegarde, restauration, duplication**

METHODE PEDAGOGIQUE

- **Exemples sur des bases installées, ateliers de bases de données, cas pratiques**

BASE DE DONNEES PROPRIETAIRE ORACLE 10G OU 11G

3 Jours

Apprenez les fondamentaux de la mise en place de la base de données ORACLE, application leader aujourd'hui en entreprise.

DUREE : 3 JOURS (21 heures)

PUBLIC : Techniciens en informatique, BTS, SSII

OBJECTIF :

- Maîtriser l'ensemble des modalités de ORACLE

POINTS CLES

- Caractéristiques et objectifs de la base de données
- Installation dans l'environnement (Linux, Windows) et tests de fonctionnement
- Démarrage, arrêt de la base de données
- Principales commandes du langage SQL
- Environnement d'exploitation et commandes
- Outils de gestion : administrateur, utilisateurs
- Interprétation des codes d'erreurs, diagnostics
- Sauvegarde, restauration, duplication

METHODE PEDAGOGIQUE

- Exemples sur des bases installées, ateliers de bases de données, cas pratiques

MAITRISER LES BONNES PRATIQUES INFORMATIQUES AVEC ITIL 2011

2 Jours

Améliorez vos bonnes pratiques informatiques en utilisant le référentiel ITIL

DUREE : 2 Jours (14 heures)

PUBLIC : Techniciens, SSII, responsable informatique, gestionnaire

OBJECTIFS

- **Présenter les nouvelles pratiques et les appliquer**

POINTS CLES

- **Rôles des services dans l'informatique**
- **Présentation de l'approche processus ITIL**
- **Maîtriser l'approche service dans l'informatique**
- **Mise en place du Helpdesk et sa gestion au quotidien**
- **Mise en place de la gestion des incidents**
- **Contenu de la base de connaissances, outils**
- **Comment mettre en place l'amélioration continue**

METHODE PEDAGOGIQUE

- **Exemples sur des outils installés, ateliers de help desk, gestion des incidents et du changement, cas concrets**

FORMATIONS 2012



BREST

Tél. : 02 98 46 91 86

Fax : 02 98 46 85 92

7, rue Jean-Jaurès

BP 61036

29210 BREST cedex 1

Sites Internet

www.systememis-management.com

www.ereussite.com



contact@systememis.com

contact@ereussite.com

*L'humain au cœur
de la performance*