

FORMATIONS  
**CORPORATE**  
CATALOGUE 2022

# SOMMAIRE

Elaborer un Business Plan	3
Construire un «Balanced Scorecard»	4
Le Diagnostic Stratégique	5
Découvrir Le LEAN Management	6
Le Management Visuel	7
Communiquer en Temps de crise	8
Les Bases de l'Amélioration Continue	9
La Motivation des Équipes	10
Gérer les Conflits au sein de l'Organisation	11
Le Manager Coach	12
Le Rôle du Manager	13
Piloter son Entreprise	14
Gestion du Temps	15
Communication Efficace et Efficacité Personnelle	16
Devenir un Manager Agile	17
Le Management de la Performance	18
Les Fondamentaux du Changement	19
Le Management du Changement	20
Coaching Individuel	21
Coaching d' Equipe	22
Management de Projets	23
Appliquer la Gestion de Projet «AGILE»	24
Gérer les Projets avec MS Project	25
Manager une Equipe	26
La Comptabilité pour Non Comptables	27
Finance pour Non Financiers	28
Elaborer les Tableaux de Bord Financiers	29
Elaborer et Suivre son Budget	30
Les Fondamentaux de la Finance	31
Introduction au Controle de Gestion	32
Gestion de la Trésorerie et Techniques Bancaires	33
Système d'Information et Veille Marketing	34
Mettre en Oeuvre une Stratégie Marketing	35
Concevoir et Déployer le Plan de Communication	36
Elaborer les Tableaux de Bord	37
Organiser le Transfert de Compétences dans l'Entreprise	38
Elaborer les Tableaux de Bord RH	39
L' Analyse des Besoins à l'Etablissement et au Pilotage du Plan de Formation	40
Piloter son Projet de Formation	41
La Taxe de Formation et d' Apprentissage	42
Créer votre Académie Interne	43
Consultant: Méthodes & Outils	44
<b>PARCOURS DE FORMATIONS</b>	
PACK: Formations de Formateur	45
PACK: Responsable Formations	46
PACK: Le 360 Chef d'Entreprise	47
PACK: Management Opérationnel	48

La réussite d'une entreprise commence par les personnes qui la composent. Notre savoir-faire vous permet d'évoluer du niveau débutant au niveau expert.

Quel que soit votre niveau de savoir et savoir-faire, nous savons adapter nos formations aux besoins de votre entreprise.

La stratégie est un processus décisionnel complexe qui engage l'entreprise sur le long terme et détermine sa direction.

Approcher au plus près la réalité des différents paramètres de l'environnement, de l'entreprise ainsi que des acteurs internes et externes permet de limiter l'incertitude, d'anticiper et d'avoir une longueur d'avance par rapport à vos concurrents.

## ELABORER SON BUSINESS PLAN

### OBJECTIFS

Comprendre les méthodes et les outils d'élaboration d'un Business Plan.  
Savoir lire et interpréter les résultats.  
Apprécier la rentabilité prévisionnelle d'un investissement.  
Appréhender les points sensibles, les variables clés, les points forts et les points faibles du plan

### QUI EST CONCERNÉ

Cadre dirigeant, DAF ou toute personne impliquée dans l'élaboration des plans de développement

### DURÉE

5 jours

### PROGRAMME

#### Les objectifs du Business Plan

- Formaliser les scénarios possibles et leurs probabilités de réalisation.
- Indiquer les facteurs clés de progression et les points de rupture.
- Traduire en chiffres les perspectives d'activité et de rentabilité pour le projet d'investissement et les actionnaires

#### Du Business Model au Business Plan

- Déterminer le modèle de rentabilité économique.
- Appréhender le modèle d'organisation.
- Définir son Business Plan comme la résultante chiffrée de la volonté stratégique

#### Le contenu du Business Plan

- Quantification des investissements et séquençement en termes de flux de trésorerie.
- Analyse et détermination du BFR d'exploitation.
- Établissement des comptes de résultat et budgets de trésorerie prévisionnels.
- Préparer le plan de financement et la recherche d'investisseurs

#### Les paramètres de la rentabilité

- Analyse de rentabilité d'un investissement.
- Estimation du taux d'actualisation et du coût des capitaux.
- Valorisation des cash-flows actualisés.
- Calcul du taux de rentabilité interne et faisabilité

#### Les séquences clés

- Estimer la croissance globale de l'activité et de l'économie.
- Mettre en cohérence la politique marketing, la politique de prix, les courbes d'expérience et d'élasticité.
- Analyser la sensibilité du résultat économique et financier.
- Anticiper un coût d'abandon du projet.

3

## CONSTRUIRE UN «BALANCED SCORECARD»

### OBJECTIFS

Intégrer dans l'entreprise un système de pilotage par les processus s'appuyant sur un tableau de bord prospectif, qui garantit une planification globale et mesurable de la stratégie.

### QUI EST CONCERNÉ

Directeurs et responsables de département .

### DURÉE

1 jour.

### PROGRAMME

#### Les bases du concept BSC .

- Les quatre groupes d'indicateurs .
- La gestion par un tableau de bord prospectif

#### Mise en oeuvre du BSC.

- Les quatre étapes de la construction du tableau de bord

#### Déclinaison de la stratégie d'entreprise en trois axes.

- Organisation.
- Pilotage.
- Management

#### Des exemples de BSC du secteur privé et public

4

## LE DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE

### OBJECTIFS

Approcher la réalité de l'entreprise pour définir les axes stratégiques.  
Faire apparaître les facteurs de compétitivité de l'entreprise.  
Repérer les facteurs environnementaux ayant une influence.

### QUI EST CONCERNÉ

Dirigeants, cadres de direction et toute personne impliquée dans l'élaboration d'un business plan ou de plans de développement stratégiques.

### DURÉE

3 jours

### PROGRAMME

#### La démarche stratégique

- La démarche stratégique, une démarche globale.
- L'adéquation de la stratégie avec la gouvernance, la politique générale, l'organisation et le management de l'entreprise.

#### Les différentes stratégies:

stratégies produits, stratégies marchés, stratégies interentreprises La démarche de diagnostic la stratégie globale.

Les différentes phases de la démarche.

Le diagnostic interne : déterminer les forces et les faiblesses de l'entreprise .

Le diagnostic externe : déterminer les opportunités et les menaces.

L'organisation du diagnostic : les outils de recueil de l'information, les différents acteurs et parties prenantes .

#### Le diagnostic interne

- Evaluer les ressources internes : les ressources humaines, les ressources physiques (moyens de production, installations techniques), les ressources financières, les ressources immatérielles et les ressources organisationnelles.
- Evaluer les compétences : identifier les compétences clés de l'entreprise.
- Identifier les forces et les faiblesses de l'organisation en place au niveau des activités productives (commercial, logistique, production, maintenance) et des activités supports (finances, RH).

#### Le diagnostic externe

- Analyse macroenvironnementale (PESTEL) : Politique, économique, socio-culturel, technologique, écologique et légal.
- Analyse microenvironnementale : clients, fournisseurs.
- Analyse concurrentielle : Porter.
- Déterminer les opportunités et les menaces, et les facteurs clés de succès.

#### L'analyse et la définition des axes stratégiques

- Les différentes matrices d'analyse stratégique.
- Définir une nouvelle stratégie.
- La décliner en axes stratégiques.

5

## DÉCOUVRIR LE LEAN MANAGEMENT

Le LEAN est avant tout un mode de management qui s'appuie sur la ressource humaine et ses capacités de se mobiliser pour rechercher l'efficacité.  
C'est un outil très efficace pour développer l'esprit d'amélioration continue au sein des équipes.

### OBJECTIFS

Découvrir la philosophie du LEAN.  
Comprendre comment mettre en place une démarche LEAN dans l'entreprise.  
Découvrir les principaux outils du LEAN

### QUI EST CONCERNÉ

Dirigeants, DG, Chefs d'unité.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Le LEAN Management

- Une philosophie, un mode de management, une méthode de travail, une méthode d'organisation.
- Les objectifs du LEAN et ses impacts sur les résultats de l'entreprise.

#### Principes et concepts

- Le Lead Time.
- La valeur ajoutée.
- Le Gemba.
- Les Mudas Les principaux outils du LEAN.
- La VSM, le JAT, la TPM
- Les 5S, le SMED.
- Le Lean Product et Process design.
- Lean office et services

#### Mettre en place une démarche LEAN.

- Les pièges à éviter et les facteurs clés de succès.

6

## LE MANAGEMENT VISUEL

Le management visuel, en tant qu'outil d'amélioration continue permet de piloter au quotidien les performances de l'organisation.

### OBJECTIFS

Améliorez la performance de votre organisation en allant à l'essentiel  
Impulser un pilotage par des tableaux de communication visuelle

### QUI EST CONCERNÉ

Cadres dirigeants, directeurs, responsables de structure.

### DURÉE

1 jour.

### PROGRAMME

#### Le besoin de communiquer et la nécessité de faire évoluer l'information

- La valeur ajoutée créée par le management visuel.
- Le management visuel, outil de pilotage des managers.

#### Mise en place d'une communication visuelle dans l'entreprise

- Choix et pertinence des indicateurs.
- Standardisation et formalisation des indicateurs retenus.

#### Le tableau de communication visuelle: carrefour d'échanges

- Différence entre informer et communiquer.
- Communiquer plus efficacement pour agir.

#### L'animation des réunions de management quotidiennes

- La préparation de la réunion.
- Savoir choisir l'indicateur prioritaire, support de la réunion.
- Impliquer les participants en cinq minutes.
- Maintenir une dynamique constructive.

## COMMUNIQUER EN TEMPS DE CRISE

Préparer une vraie stratégie et gérer la pression médiatique pour préserver et promouvoir l'image de son entreprise.

Explosion dans une usine, rappel de produits, pollution d'une rivière, bug informatique, grève sans préavis, restructuration, rumeurs... Avec un scénario évoluant en temps réel vous communiquer pour éviter la crise de confiance.

### OBJECTIFS

Anticiper et organiser la communication de crise.

Maîtriser la relation aux médias en période de crise.

Mettre en œuvre les outils adaptés à la communication de crise et savoir gérer l'après-crise.

Conforter son rôle de porte-parole.

### QUI EST CONCERNÉ

Tout collaborateur ayant une fonction de porte-parole en situation de crise, managers.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Définir les caractéristiques d'une crise

- Intégrer les indicateurs de crise potentielle.
- Avoir les bons réflexes au début de crise.
- Prendre en compte l'effet amplificateur des médias.

#### Comprendre l'organisation de crise

- Connaître les règles fondamentales d'une bonne gestion de crise.
- Le rôle et la composition de la cellule de crise.
- Le choix du porte-parole.

#### Gérer la communication de crise

- Sensibiliser à l'organisation des médias.
- Savoir gérer l'irrationnel.
- Intégrer les 3 phases d'intervention dans sa communication.
- Eviter les pièges.

#### S'entraîner sur un cas de crise en temps réel

- Mises en situation de communication : communiqué, déclaration, interview, débat, conférence de presse...

## LES BASES DE L'AMÉLIORATION CONTINUE

Comment bien utiliser le Lean, Kaizen, 6 Sigma pour embarquer vos équipes. Obtenez tous les bénéfices de votre démarche de transformation.

### OBJECTIFS

Donner aux managers et dirigeants une vue d'ensemble du système de changement. Comprendre les clés et leviers pour installer des changements durables. Identifier les axes et les actions pour votre entreprise.

### QUI EST CONCERNÉ

Cadres dirigeants, responsables de structure/service.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Vue d'ensemble sur les systèmes de transformation

- Le piège actuel.
- Pensez différemment.
- Implanter une culture de transformations.
- Exercices d'auto-diagnostic.
- Qu'est ce qu'une culture Lean?

#### Les principes du Kaizen

- Leurs origines chez Toyota.

#### Quelques outils

- Repères clés.

#### Le management et le management visuel

- Manager les standards.
- L'outil SDCA.
- Implications des personnes.

#### Communiquer son projet de transformation

- Leadership.
- Faire un diagnostic de ses processus.
- Les axes de déploiement pour mon entreprise.

## LA MOTIVATION DES ÉQUIPES

Mobiliser ses équipes pour s'auto-motivé. La motivation relève de facteurs individuels et collectifs qui varient selon les périodes et les contextes. Pour un manager, appréhender ces leviers représentent un réel atout pour permettre à chaque personne de son équipe de se sentir impliquée, utile et non utilisé, compétente et performant.

### OBJECTIFS

Savoir détecter les leviers de motivation des membres de son équipe. Agir sur les leviers de motivation individuels et collectifs. Impliquer son équipe dans une dynamique d'amélioration continue.

### QUI EST CONCERNÉ

Managers.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Identifier les conséquences de l'état de motivation d'une équipe sur la performance

- Distinguer: stimulation, motivation, implication et satisfaction.
- Identifier les liens entre : motivations, implications, initiatives, responsabilités, compétences, productivité et qualités.
- Impact de chaque individu sur la performance de l'équipe.

#### Réaliser le diagnostic des motivations/démotivations dans son équipe

- Faire le bilan des motivations dans son équipe.
- Apprendre à repérer les signes avant-coureurs de la démotivation dans l'équipe.
- Définir l'impact de son équipe sur sa propre motivation dans l'exercice managérial.

#### Maîtriser les techniques et méthodes pour motiver

- Panorama des théories et pratiques éprouvées.
- Les règles du jeu motivantes agissent sur les leviers de motivations pertinentes.
- La méthode CAC : Clarifier - Associer - Coacher.
- Savoir faire un bon usage des émotions et des sentiments pour motiver et impliquer.
- Distinguer les motivations collectives et individuelles pour choisir les actions appropriées.

## GÉRER LES CONFLITS AU SEIN DE L'ORGANISATION

Dans un environnement de plus en plus porteur de tensions, chacun doit se privilégier un climat de travail sain et une communication positive.

### OBJECTIFS

Déceler et objectiver les origines des conflits et leurs manifestations.  
Oser, aborder les situations conflictuelles.  
Utiliser la méthode la plus appropriée et les comportements visant la résolution du conflit.

### QUI EST CONCERNÉ

Toute personne amenée à gérer des situations conflictuelles.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Depuis l'apparition du conflit

- Déceler les indicateurs de situations conflictuelles.
- Identifier les différents types de conflits, les acteurs concernés.

#### analyser les causes du conflit

- L'analyse stratégique des situations de travail et les enjeux des collaborateurs.
- Les règles managériales recommandées.
- Grille des valeurs et canaux de communication privilégiés.

#### Du conflit ouvert vers le conflit assumé

- Les jeux psychologiques.
- Le traitement du conflit larvé.
- Connaitre ses forces et ses faiblesses.
- Se préparer mentalement et définir ses objectifs.
- Choisir les attitudes adaptées aux interlocuteurs.

#### Anticiper, traiter le conflit

- Les différents modes de résolution des conflits.
- Les différentes étapes pour une médiation et une négociation constructives.

#### Sortir du conflit...

- Maintenir des relations favorables et durables.
- Créer des conditions favorables à la mise en application des décisions.

## LE MANAGER COACH

Développer le potentiel de chacun de ses collaborateurs. Faire progresser ses collaborateurs en compétences et en autonomie pour leur permettre de faire face à des situations professionnelles nouvelles, fait partie des nouveaux enjeux auxquels est confronté le manager dans l'exercice de son rôle.

Néanmoins «manager» et «coacher» se conjuguent difficilement au quotidien, cela exige des compétences et des attitudes très différentes.  
Il faut apprendre à ajuster sa démarche en fonction des situations.

### OBJECTIFS

Evoluer dans son rôle de manager vers un manager coach.  
Accompagner chaque collaborateur dans sa progression vers l'autonomie.  
Intervenir de façon adaptée en fonction des personnes, des situations et des enjeux.

### QUI EST CONCERNÉ

Managers d'équipe expérimentées, avoir une expérience de manager d'équipe d'au moins 3 ans.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Evoluer vers un rôle de manager coach

- Comprendre les nouveaux enjeux de la performance managériale.
- De manager hiérarchique à manager coach.
- Résultats attendus au niveau des personnes, de l'équipe et de l'organisation.

#### Développer les compétences de coach

- Faire un diagnostic de ses pratiques managériales.
- Identifier les leviers de la motivation et les points de blocage de chaque collaborateur.
- Repérer les différents niveaux d'autonomie.

#### Se positionner en coach

- Maîtriser l'entretien de coaching.
- Choisir une stratégie d'intervention en fonction du niveau d'autonomie du collaborateur.
- Définir le plan de progression et les modalités de suivi.
- Encourager l'expression des difficultés rencontrées, valoriser les réussites.
- Renforcer les apprentissages comme levier de motivation et de performance
- Valider les résultats : performance atteinte, compétences acquises, à confirmer ou à développer.
- Aider le collaborateur à construire son plan de développement.

## LE RÔLE DU MANAGER

S'affirmer devant ses nouvelles responsabilités managériales. Dans un contexte concurrentiel et en perpétuel mouvement, le manager doit disposer de leviers d'action pour conduire ses collaborateurs vers la réussite.

### OBJECTIFS

Manager efficacement ses collaborateurs.  
Mobiliser les équipes autour des objectifs en favorisant la coopération et la cohésion.  
Assoir sa crédibilité devant ses pairs et ses collaborateurs.

### QUI EST CONCERNÉ

Toute personne accède à une position managériale.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Se positionner comme manager

- Clarifier son rôle et ses missions: responsabilités et limites
- Situer son rôle dans l'organisation en cohérence avec les objectifs de l'entreprise pour se centrer sur sa valeur ajoutée.

#### Piloter l'activité

- Repérer les enjeux de son activité: identifier les forces, les faiblesses et les axes de progrès
- Construire le tableau de bord de son activité
- Fixer les objectifs, les règles d'organisation et de fonctionnement, définir les priorités
- Mobiliser son équipe autour de l'atteinte des objectifs en favorisant la complémentarité entre objectifs individuels et collectifs
- Suivre la performance de l'équipe et des personnes : arbitrer et prendre des décisions.

#### Développer sa performance managériale

- Situer l'autorité et le pouvoir du manager au sein de l'équipe
- Identifier son style de management
- Adapter son comportement aux objectifs, à la situation et à l'autonomie du collaborateur
- Identifier les signes de son comportement sous stress, celui des autres, pour apprendre à en sortir
- Repérer les sources de motivation : les siennes, celles des autres et les moyens de les satisfaire
- Donner des signes de reconnaissance.

#### Développer la performance de l'équipe

- Identifier les compétences et l'autonomie des collaborateurs
- Identifier la maturité et l'autonomie de son équipe
- Accompagner l'évolution de son équipe et des personnes vers l'autonomie et la coresponsabilité.

#### Méthodes et outils du management

- Les différents outils : caractéristiques
- Difficultés de mise en œuvre
- Mettre en place des réunions efficaces
- Conduire des entretiens de management : types et clés de réussite
- Déléguer pour faire grandir ses collaborateurs et grandir soi-même
- Réguler et gérer les situations et personnes difficilement.

#### Construire son tableau de bord de management

13

## PILOTER SON ENTREPRISE

Mesurer toutes les formes de performance ou de contre performance dans son unité  
Pour tout manager, les tableaux de bord de gestion sont essentiels pour participer à la stratégie de l'entreprise.

### OBJECTIFS

Construire, gérer des tableaux de bord adaptés à son activité.  
Communiquer sur ces tableaux de bord.  
Mettre en place les indicateurs et les outils permettant de mesurer l'efficacité.

### QUI EST CONCERNÉ

Toute personne ayant à gérer un projet ou une entité (service, département, direction, ...)

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Le tableau de bord outil de performance

- Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?
- Quelle est sa fonction ?
- Quelle va être la diffusion de ce tableau de bord ?
- Les éléments sont-ils confidentiels ?
- Identifier les faiblesses et limites de l'outil.

#### Indicateurs : définitions et enjeux

- Définitions
- Activités et périmètres
- Les catégories d'indicateurs simples
- Pertinence des indicateurs et évolution dans le temps
- Indicateurs statistiques et synthétiques.

#### Construire des tableaux de bord pertinents

- Valider l'adéquation objectifs/indicateurs
- Identifier les différentes sources d'information
- Distinguer les données de synthèse et les données complémentaires
- Présenter clairement les données de synthèse
- Mettre en place le tableau de bord
- Comment réussir la mise en place du tableau de bord ?
- Mettre en place une méthode simple pour une mise à jour facilitée
- Faire apparaître les objectifs et les sous-objectifs
- Programmer les points de contrôle
- Identifier les réticences et les freins
- Fédérer sur les atouts
- Être à l'écoute des collaborateurs et de leurs besoins
- Faire vivre son tableau de bord et analyser les écarts
- Bâtir le tableau de bord en tant qu'outil de prise de décision.

#### Le tableau de bord : facteur de motivation de l'équipe

- Animer votre équipe autour des résultats
- Valoriser la culture des résultats : individuels et collectifs
- Fédérer autour de l'outil et viser l'appropriation par chacun.

#### Le tableau de bord : système d'évaluation des équipes

- Mettre en place des repères de performances collectives et individuelles
- Evaluer le potentiel de l'équipe
- Evaluer la capacité prévisionnelle des équipes
- Indexer les objectifs collectifs aux résultats prévisionnels
- Utiliser les valeurs individuelles pour vos entretiens d'évaluation.

14

## GESTION DU TEMPS

Pour faire face efficacement à la pression du quotidien et aux exigences, il est important de prendre conscience que « on ne gère pas son temps, mais on se gère soi-même dans le temps ».

### OBJECTIFS

Comprendre son propre fonctionnement face au temps.  
Mettre en œuvre des outils d'organisation individuels et collectifs, pour augmenter son efficacité et gérer ses priorités.  
Apprendre à faire face à la pression.

### QUI EST CONCERNÉ

Toute personne souhaitant améliorer son efficacité dans la gestion et l'organisation de son travail.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Autodiagnostic et contrat d'objectif.

- Etablir le bilan de santé de sa gestion du temps.
- Analyser ses pertes de temps.
- Définir des axes d'amélioration.

#### Analyser l'utilisation de son temps

- Identifier son comportement face au temps.
- Observer ses méthodes et ses rythmes de travail.
- Repérer les outils de gestion du temps pertinent.

#### Fixer et hiérarchiser ses priorités

- Se fixer des objectifs et des indicateurs.
- Repérer les activités à haute valeur ajoutée.

#### Organiser ses activités

- Planifier
- Prioriser
- Déléguer

#### Les 12 principes de la gestion du temps

#### Bâtir un plan d'action d'amélioration

- Bilan de ses capacités.
- Se fixer des objectifs et des indicateurs de réussite.
- Plan d'action d'amélioration.

## COMMUNICATION EFFICACE ET EFFICACITÉ PERSONNELLE

Autodiagnostic et détection des écarts. Exercices, études de cas, jeux de rôle filmés. Apports interactifs basés sur l'expérience des participants, sur leurs capacités et leurs analyse. L'analyse des apports personnels des participants et description des outils pratiques. Définition des objectifs de progrès et leur déclinaison en plan d'action.

### OBJECTIFS

Intégrer les enjeux du poste d'assistante.  
Doter l'assistante de compétences opérationnelles, lui permettant de s'affirmer et d'assister de façon fiable son manager.  
Maîtriser les mécanismes fondamentaux de la communication.  
Amener l'assistante à accroître son efficacité personnelle dans sa relation avec autrui.

### QUI EST CONCERNÉ

Secrétaires, assistant(e)s de direction ou de structure.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### L'analyse du poste d'assistant(e)

- Position de l'assistant(e) dans l'organisation.
- Missions, rôles et tâches.
- Le bilan de ses acquis professionnels.
- Définir ses axes de progrès et le plan d'action.

#### L'efficacité personnelle

- Améliorer sa communication à travers les perceptions sensorielles.
- Gérer ses émotions pour mieux communiquer.

#### Développer ses qualités relationnelles

- Adapter sa communication aux différentes personnalités.
- L'impact de nos valeurs et croyances sur la communication.

#### Communication orale

- Les fondamentaux de la communication.
- Les obstacles de la communication.
- La communication non-verbale.
- Les attitudes à adopter dans les différentes situations de communication.

## DEVENIR UN MANAGER AGILE

L'entreprise agile est une entreprise qui apporte des solutions concrètes et personnalisées à ses clients, qui coopère pour améliorer sa compétitivité, qui s'organise pour maîtriser le changement et l'incertitude, et enfin qui se nourrit de la richesse de ses collaborateurs et de son patrimoine informationnel.

### OBJECTIFS

Adapter son mode de management dans un environnement complexe.  
Développer les compétences d'agilité pour soi et son équipe.  
Adopter les postures du manager agile, utiliser les méthodes et outils pour penser et agir avec agilité.  
Composer avec l'inattendu et l'imprévisible.

### QUI EST CONCERNÉ

Managers.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

Faire face au nouveau management.  
Auto-direction et responsabilité des équipes.  
Intelligence collective et amélioration continue.  
Le management visuel et la performance .  
Devenir un manager Agile en acceptant de changer de posture.  
Développer les compétences d'AGILITE pour soi et son équipe.  
Organiser son équipe selon le mode AGILE.  
Valoriser la flexibilité et la coopération.  
Principes de base du coaching Agile.  
Travailler avec les équipes.  
Conduire le changement.  
Construire une équipe Agile.  
Standup quotidien.  
Sécuriser la démarche de transformation.

## MANAGEMENT DE LA PERFORMANCE

### OBJECTIFS

Les entreprises déploient diverses ressources afin d'atteindre les objectifs dictés par leurs stratégie & leurs mission. De nos jours, l'optimisation des ressources utilisées est une nécessité afin de préserver les avantages concurrentiels de l'entreprise.  
Cette formation passe en revue l'essentiel de l'approche de gestion axée sur les objectifs & les mécanismes pratiques avérés pour une meilleure maîtrise de la performance en entreprise.  
Ce mode de gestion à pour bénéfices d'optimiser l'exploitation des ressources afin d'atteindre les cibles tout en alignant les opérations à la stratégie et prendre des décisions pertinentes basées sur des évaluations quantifiées & objectives par les preneurs de décisions.

### QUI EST CONCERNÉ

Management & Middle Management, Cadre dirigeants, DG, Directeur stratégie, Directeur management de la performance, Manager Supply chain, Acheteurs et logistiques et réapprovisionnement, Managers Production et Manufacturing.

### DURÉE

6 jours.

### PROGRAMME

#### La Définition des objectifs Stratégique de l'entreprise

- La formulation de sa vision, mission & valeurs
- Les outils d'analyse stratégique de l'entreprise
- Les stratégies de développement des entreprises
- La mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise
- Les conditions préalables pour réussir son pilotage des objectifs
- Les différents niveaux décisionnels en entreprise et leurs suivis.

#### Le déploiement des objectifs & évaluation de la performance

- L'approche Japonaise du «Hoshin Kanri » pour la déclinaison et alignement de ces objectifs & le choix des actions qui vont permettre d'atteindre l'objectif tracé par l'entreprise en premier lieu.
- La méthode «Score-cards» pour décliner la stratégie en objectif Opérationnels
- Définitions & notions de bases en management de la performance
- Le choix des indicateurs de performance pertinents
- La détermination des résultats escomptés « Cibles »
- La gouvernance de la donnée pour assurer la fiabilité & la continuité de l'information.

#### L'interprétation opérationnelle de la performance & prise de décision

- Le management visuel & ses avantages
- Les bonnes pratiques de conception de tableaux de bord de performance
- La méthode Lean de Management et reporting : le rapport A3
- Le suivi de la performance opérationnelle par l'approche Japonaise du «Teijyo Kanri» ou contrôle quotidien .

## LES FONDAMENTAUX DU CHANGEMENT

Construisez la transformation de votre entreprise sur des fondations solides.

### OBJECTIFS

Découvrir les principes et les concepts fondamentaux du changement.  
 Comment mettre en place une démarche de transformation dans votre entreprise.  
 Comprendre les clés du succès du plan de transformation.  
 Dynamiser le Gemba.  
 Identifier les obstacles au changement.  
 Déployer les premiers chantiers de transformations rapide type Lean ou Kaizen.  
 Les systèmes Lean et ses composantes clés.

### QUI EST CONCERNÉ

Dirigeants, Cadres, Chefs de service et de secteur.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Introduction

#### L'état d'esprit

- Les principes et les concepts « les 3 principes & les 7 concepts» .
- Les clés du lean.
- La valeur Ajoutée et les Mudas.
- Le Gemba: Top Down et bottom UP.
- Le système Lean.

#### Quelques Outils LEAN

- Le SMED «Single Minute Exchange of Die».
- La VSM «Value Stream Mapping».
- Le JAT «Juste A Temps».
- La TPM «Total Productive Maintenance».
- Ergonomotricité
- Le QFD «Qualité Function Deployment»

#### Les modes de déploiement

- Le Policy Deployment.
- Chantiers de transformation rapide type Lean ou Kaizen.
- Programme, Projet, mode Blitz du Lean.
- Les facteurs clés de succès du Lean.

## MANAGEMENT DU CHANGEMENT

Soutenez efficacement vos équipes dans le plan de transformation de votre entreprise.

### OBJECTIFS

Partager une vision commune du projet et de ses enjeux.  
 S'approprier des clés de lecture sur la conduite humaine du changement.  
 Mesurer l'impact du changement sur les principaux acteurs.  
 Définir une stratégie de communication et d'accompagnement.  
 Clarifier les rôles et les engagements dans l'équipe dirigeante.

### QUI EST CONCERNÉ

Dirigeants.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Les fondements d'une démarche de changement

- Partager des représentations et des enjeux.
- Cadrage d'un projet de changement.
- Cartographie des acteurs et analyse d'impact.

#### La conduite du changement

- La communication.
- la stratégie d'implication des ressources humaines.

#### Rôles et responsabilités de l'équipe dirigeante

- Les facteurs clés de réussite.
- Les modes de management cohérents avec le plan de transformation.
- L'organisation et le rôle de chacun (pilote, animateur, sponsor...).
- Les comportements gagnants.

#### Le pilotage en équipe

- Les dispositifs de régulation et de soutien.
- Les engagements et le suivi.

## COACHING INDIVIDUEL

Un accompagnement personnalisé qui a pour finalité le développement des potentiels et le savoir - faire dans le cadre d'objectifs professionnels.

### OBJECTIFS

- Réussir une prise de poste.
- Piloter un projet de changement sensible.
- Développer son assertivité.
- Faire une situation de stress ou de souffrance au travail.
- Prendre du recul dans un moment de transition.

### QUI EST CONCERNÉ

Dirigeant, Manager, Chef de projet, Responsables de fonctions supports.

### DURÉE

2 jours.

### MÉTHODOLOGIE

Méthodologies d'analyse, de diagnostic, de questionnements ou d'entraînement issues des sciences humaines et sociales.

#### Les approches les plus souvent utilisées sont:

- L'approche systémique.
- La PNL «Programme Neuro Linguistique».
- L'analyse transactionnelle.
- Utilisation des métaphores et outils projectifs.
- Outils de management, de négociation, d'organisation « en fonction des objectifs de chaque coaching».

## COACHING D'ÉQUIPE

Un dispositif très efficace pour développer la maturité, l'efficacité et la cohésion d'une équipe.

### OBJECTIFS

- Poser les fondations d'une nouvelle équipe.
- Ressouder une équipe après une période de crise.
- Développer l'autonomie, la délégation.
- Développer une vision stratégique partagée.
- Faire un bilan de fonctionnement et définir des axes de progrès.
- Piloter l'ensemble d'un projet de changement.

### QUI EST CONCERNÉ

Comités de direction, Equipes fonctionnelles, Equipes projet.

### DURÉE

2 jours.

### MÉTHODOLOGIE

#### Processus suivi:

- Le dispositif articule plusieurs temps de travail.
- Rendez-vous avec le manager de l'équipe avant et après les sessions d'équipe.
- Sessions d'équipe de 1 à 2 jours.
- Entretiens préparatoires avec les membres de l'équipe si nécessaire.

Méthodes issues de l'approche systémique, la PNL, L'analyse transactionnelle, outils de travail en équipe, la psychologie positive, équi-coaching....

## MANAGEMENT DE PROJETS

### OBJECTIFS

Prendre en charge des projets simples et complexes en s'appuyant sur une méthode et outils éprouvés pour négocier, planifier, suivre et rendre compte sur le projet (délais, coûts, livrables...) . Optimiser son potentiel de manager et savoir mobiliser son équipe dans la réussite des objectifs.

### QUI EST CONCERNÉ

Chefs de projets, responsables d'études, Managers des opérations ayant à gérer des projets .

### DURÉE

7 jours.

### PROGRAMME

■ Définition des concepts de Management de Projets ■ Raison d'être du projet ■ Une réponse à quel besoin ? ■ Lecture et analyse du cahier des charges.

#### Organisation du projet

■ Organisation adaptée pour réussir son projet (organigramme) ■ La transversalité ■ Décomposer le projet en tâches (le WBS) ■ Identifier les acteurs et le rôle de chacun.

#### Etablir un budget avec l'équipe

■ Efficacité du travail en équipe et des règles de délégation ■ Bâtir le budget préliminaire ■ Définir les responsabilités et objectifs financiers.

#### L'anticipation par la planification

■ Méthode du chemin critique, PERT et diagramme de GANTT ■ Les données de planification : contraintes, durées, ressources ■ Visualiser les marges libres et totales ■ Affectation des ressources et élaboration d'histogrammes de charge ■ Lisser et niveler les charges pour obtenir un planning réalisable ■ Placer des jalons pour effectuer le suivi du projet ■ Optimiser la planification.

#### Savoir Négocier

■ Négocier dans un esprit de coopération ■ Préparer et conduire une négociation.

#### Réunions, Revues de Projet

■ Organisation et conduite efficace d'une réunion de projet ■ Mise en place du référentiel projet. ■ Présenter et justifier les options du projet sous les aspects performances / coûts /délais ■ Travail en équipe – Travail en groupe. ■ Pratiquer la créativité ■ Utiliser les différentes approches coopératives ■ Améliorer le travail en équipe.

#### Traiter les Conflits

■ Savoir détecter et gérer une relation conflictuelle ■ Adapter les attitudes en fonction des types de conflits.

#### Piloter avec le tableau de bord

■ Analyse des écarts, tendances ■ Choix des indicateurs, contenu d'un tableau de bord ■ Gestion des aléas et des modifications ■ Reprogrammer le reste à faire ■ Gestion des changements .

23

## APPLIQUER LA GESTION DE PROJET «AGILE»

Comprendre et appliquer les meilleures pratiques de la gestion de projets. L'approche "Agile", de plus en plus documentée, est un outil essentiel pour toute entreprise qui vise à améliorer ses performances et à augmenter son agilité organisationnelle.

### OBJECTIFS

Cette formation vise à présenter de façon concise les éléments requis pour gérer les projets selon cette approche.

Elle propose aux participants des consignes précises pour mettre le tout en pratique rapidement et réussir leur "tournant Agile".

Présenter les enjeux reliés à la gestion de projets "Agile", Connaître les outils propres à la gestion de projets "Agiles"

Donner les principaux principes de fonctionnement de l'approche "Agile"

Appliquer la gestion de projets "Agile" dans son contexte d'affaires , S'approprier les principes porteurs .

### QUI EST CONCERNÉ

Gestionnaires de projets (nouveaux et expérimentés), Responsables de bureaux de projets et autres gestionnaires intéressés par la mise en place d'une gestion de projets "Agiles" dans leur organisation.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Découverte de la GPA (Gestion de projets agile) - simulation

■ Gestion de projets en mode classique : - Simulation d'un projet par approche "classique" en mettant en place un planning, des indicateurs - Découverte des limites de la gestion de projets classique : manque d'adaptation aux changements, pas d'implication des parties prenantes ■ Gestion de projets en mode "Agile" : - Introduction des notions de backlog produit, de sprints, de burnup chart, d'implication du fournisseur - Mise en application des principes de gestion "Agiles".

#### Approfondissement

■ Principes de la GPA, et mise en oeuvre des principes : - Mise en avant des 8 principes de la GPA en s'appuyant sur la simulation du jour 1 - Analyse des retours d'expérience afin de formaliser la mise en oeuvre concrète des 8 principes de la GPA. ■ Organisation de la GPA : - Approfondissement des éléments clés de la GPA : backlog produit, release, planification de sprint, sprint, scrum quotidien, revue et rétrospective de sprint, product owner, scrum master, équipe scrum. ■ Outils de la GPA : - Planification dynamique, timeboxing, scrum, pourcent de promesses complétées. ■ Conditions de réussite de la GPA : - Ethique, ouverture, responsabilité, connaissance, méthode.

24

## GÉRER LES PROJETS AVEC MS PROJECT

Les outils de pilotage de projets sont une aide précieuse au chef de projet. MS-Project est un outil couramment rencontré dans les entreprises.

### OBJECTIFS

Être capable de planifier ses projets grâce à MS-Project.

### QUI EST CONCERNÉ

Chefs de projets, participants à un projet, maîtres d'œuvre, maîtres d'ouvrage, décideurs, Maîtrise de la gestion de projet.

### DURÉE

5 jours.

### PROGRAMME

#### Méthodologie et planification d'un Projet

- Environnement général du projet. ■ La démarche de planification ■ L'organisation des tâches ■ Le réseau d'activités ■ Marge et chemin critique ■ Planification des charges de travail ■ Communiquer sur les prévisions .

#### Les fonctionnalités de MS Project

- Construire le projet ■ Découpage du planning ■ Insertion d'une tâche et la durée ■ Les informations générales ■ Calendrier d'un projet ■ Les liens entre les tâches ■ L'échelle du temps ■ Diagramme récapitulatif.

#### Les ressources

- Création des ressources ■ Affectation des ressources aux tâches ■ Emploi des ressources (sur utilisation) ■ Les coûts et la gestion des coûts

#### Les différents tableaux et graphes

- Diagramme de Gantt ■ Gantt suivi ■ Organigramme des tâches ■ Tableau d'utilisation des tâches ■ Tableau des ressources ■ Gestion des rapports ■ Création d'un rapport ■ Impression des rapports.

#### Application du GANTT et du PERT (à partir d'un exercice concret)

- Personnaliser le logiciel ■ Saisir les tâches ■ Lier les tâches entre elles (chevauchements, retards) ■ Renseigner le calendrier du projet ■ Les ressources : les définir, les affecter, vérifier leur utilisation, Intégrer les indisponibilités et autres événements spéciaux ■ Lisser la charge ■ Définir le chemin critique ■ Optimiser les délais et les charges ■ Calculer les coûts d'un projet ■ Suivre l'avancement d'un projet ■ Ajuster en fonction des aléas ■ Editer des rapports personnalisés ■ Ingénierie simultanée de plusieurs projets gérés.

## MANAGER UNE EQUIPE

Assurer la réussite de ses projets par un management adapté. En tant qu'animateur des étapes de définition, de planification et de suivi, le chef de projet se situe systématiquement au milieu des arbitrages entre les priorités du projet, des autres projets et des opérations courantes.

### OBJECTIFS

Optimiser ses capacités de communication et son leadership dans le but de développer la mobilisation et atteindre les objectifs du projet.

Ajuster son management en fonction de la nature et des étapes du projet.

Intégrer les aspects du management interculturel.

### QUI EST CONCERNÉ

Toute personne en charge ou appelée à prendre en charge le pilotage d'un ou de plusieurs projets.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Se positionner comme chef de projets

- Fonctions/projets ■ Auto diagnostic des compétences nécessaires au management de projet : les compétences clés.

#### Construire une équipe projet performante

- Les spécificités des projets ■ Le choix des acteurs projets ■ Favoriser la synergie ■ Cadrer et suivre une équipe (teambuilding) ■ La relation triangulaire chef de projets/ressources/ hiérarchie ■ Les points clés d'une équipe efficace.

#### Organiser l'équipe projet

- Définir les objectifs ■ Déléguer ■ Contrôler ■ Les fonctions principales du management de projet ■ Les outils structurant la relation dans l'équipe ■ Informer et communiquer dans un projet, mettre en place un système efficace d'information : la matrice de communication ■ Intégrer les caractéristiques interculturelles.

#### Développer des savoir-faire de pilotage

- Animer les différents types de réunions (lancement, avancement, revue de projet) ■ Gérer les tensions et les conflits ■ Se poser en médiateur ■ Anticiper les dérives d'un groupe ■ Utiliser le bon style de management.

#### Suivre et évaluer le projet

- Repérer les éléments d'un contrôle effectif ■ Connaître les principes d'action d'un suivi efficace.

## LA COMPTABILITÉ POUR NON COMPTABLES

Intégrer les principes comptables de base.

### OBJECTIFS

Comprendre la logique générale de la comptabilité.  
Maîtriser le vocabulaire et les mécanismes comptables.  
Connaître les documents comptables.

### QUI EST CONCERNÉ

Toutes personnes ayant très peu ou pas de connaissances comptables.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Qu'est-ce que la comptabilité

- Place de l'entreprise dans le circuit économique.
- Traduire par des chiffres les opérations économiques effectuées par l'entreprise .
- Les obligations liées à la tenue d'une comptabilité dans l'entreprise.
- Notions de patrimoine ou de situation : actif, passif.
- Notions d'exploitation : charges, produits.
- Etude des mouvements, flux positifs et négatifs.

#### Les concepts de la comptabilité

- Principes de la partie double, débit/crédit.
- La chaîne comptable.
- Les journaux.
- Les comptes.
- La balance.
- Le grand livre.
- Les états comptables.
- Le Compte de Résultat : charges et produits.
- Le Bilan (actif, passif) .
- L'Annexe: Les principes d'imputation et de comptabilisation.
- Quel (s) compte (s) utiliser ? Plan comptable général et plan de comptes de l'entreprise.
- Valeur de comptabilisation.
- L'importance des pièces justificatives.
- Les comptes rattachés, les régularisations .
- Les provisions pour risques et pour dépréciation.

## FINANCE POUR NON FINANCIERS

### OBJECTIFS

Intégrer la gestion financière dans vos décisions et choix de gestion.  
Surmonter les mécanismes financiers essentiels.  
Savoir les bases de l'analyse financière.  
Maîtriser un point de vue financier l'impact des décisions opérationnelles.

### QUI EST CONCERNÉ

Personnel n'ayant pas de connaissance particulière dans le domaine financier.  
Avoir des connaissances de base en comptabilité (ou avoir suivi la formation :  
« Comptabilité pour non comptables »)

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Se positionner comme chef de projets

##### L'entreprise et son environnement

- L'entreprise face à ses enjeux économiques et financiers : les marchés, la concurrence.
- L'entreprise face à ses contraintes, risques et opportunités : obligations règlementaires, normatives, sociales, fiscales... ■ L'entreprise face aux exigences des clients, consommateurs.
- Le schéma directeur : objectifs, stratégies et politiques financières de l'entreprise ■ Le cycle économique et financier : les actionnaires et associés.

##### Le Cycle Economique

- Les différentes charges (directes et indirectes - fixes et variables) ■ Les investissements et amortissements : impact sur les charges.
- Les emprunts : impact sur les charges ■ Le business plan, le BFR ■ Les différents budgets : le prévisionnel et le réel, impact de gestion ■ Les différents calculs de coûts : prix de revient, taux horaire, prix de vente, marges ■ Notion sur les clés de répartition et impact sur le coût de revient.

##### L'analyse financière

- Le seuil de rentabilité ■ Les coûts des différents stocks ■ La trésorerie et son équilibre.
- Le compte de résultat, les composantes et les effets de levier.
- Le Bilan ; analyse et équilibre.

##### Les Indicateurs de performance

- Les Soldes Intermédiaires de Gestion.
- Les différents ratios financiers.
- Les indicateurs de performance .
- La communication interne financière.

## ELABORER LES TABLEAUX DE BORD FINANCIERS

### OBJECTIFS

Bâtir, exploiter un tableau de bord financier

### QUI EST CONCERNÉ

Managers comptables et financiers

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### Les enjeux du tableau de bord financier

- L'impact sur les choix stratégiques.
- Les impacts sur le management financier.

#### Les outils et les sources d'information du tableau de bord financier

- Les différentes sources de l'information financière.
- Les outils pour réaliser et piloter les tableaux de bord financiers.
- Le risque financier et sa prise en charge dans le tableau de bord.

#### Méthodologie de construction du tableau de bord financier

- Les étapes de la construction.
- Prise en compte des données financières de l'entreprise.
- Prise en compte des objectifs financiers à court terme et à moyen terme.
- Choix des indicateurs financiers pertinents.
- Mise en test du tableau de bord financier.
- Le reporting financier.
- Représentation du tableau de bord financier.
- Communication du tableau de bord.

#### Suivi du tableau de bord financier

- Publication du tableau de bord.
- Analyse des données issues du tableau de bord.
- Analyse des écarts.
- Mise en place et pilotage des actions correctives.

## ELABORER ET SUIVRE SON BUDGET

Elaborer, piloter le processus budgétaire sont au cœur de l'amélioration de la performance de l'entreprise.

### OBJECTIFS

Comprendre les différentes étapes du processus budgétaire.

Concevoir ou faire évoluer la procédure budgétaire de son entreprise.

Maîtriser les principales techniques de prévision des budgets.

Assurer un rôle de conseil auprès des responsables opérationnels lors de l'élaboration et du suivi budgétaire.

### QUI EST CONCERNÉ

Cadres, managers, responsables de la fonction Budget, Responsables opérationnels ou toute personne impliquées dans le processus budgétaire, Connaissance du fonctionnement de l'entreprise, Les stagiaires doivent se munir d'une calculatrice.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### La définition du processus budgétaire & l'élaboration de ses procédures

- Mettre en lien le processus budgétaire avec la politique et la stratégie de l'entreprise.
- Élaborer le processus budgétaire et les procédures associées et mesurer leur efficacité.
- Adapter le système d'information aux processus et procédures ■ Élaborer et adapter le calendrier budgétaire.

#### Maîtriser les principes de conception des budgets pour établir des prévisions de qualité

- Le budget commercial ■ Le budget de production : dimensionner et valoriser les ressources nécessaires ■ Le budget des frais généraux ■ Le budget des charges de personnel : les effectifs et la masse salariale. ■ Le budget des investissements : valoriser le montant de l'investissement et les gains attendus ■ Le budget de trésorerie : synthèse financière des choix d'exploitation et d'investissement.

#### Contrôler et analyser les performances

- La construction du budget flexible ■ L'analyse des écarts : mesure et interprétation
- Savoir présenter une information de gestion pertinente ■ Réussir la mise en place de tableaux de bord pour assurer le pilotage des activités.

#### La négociation budgétaire

- Comment favoriser le dialogue avec les opérationnels et l'appropriation de l'outil budgétaire ■ Simulations d'entretiens de négociations budgétaires ■ Identifier, analyser les étapes dans la négociation budgétaire.

## LES FONDAMENTAUX DE FINANCE

### OBJECTIFS

Se familiariser avec les notions essentielles d'économie générale et de gestion d'entreprise en lien avec l'environnement et la stratégie de l'entreprise.

Interpréter les informations comptables et financières.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsable d'unité, de centre de profit ou de service n'ayant pas ou peu de notions comptables, Les stagiaires doivent se munir d'une calculatrice.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### Découvrir l'entreprise

- L'environnement interne et externe de l'entreprise.
- Contraintes, opportunités et stratégie de veille.

#### L'analyse économique de l'entreprise

- La création de valeur.
- Les différents coûts dans une entreprise.
- Les différents niveaux de marge.
- La connaissance des charges fixes et variables.
- La constitution du prix de revient.
- La détermination du seuil de rentabilité.
- La répartition des charges.
- Rôle de la comptabilité.

#### Les documents de la comptabilité générale

- Bilan.
- Compte de résultat.
- Tableaux des flux de trésorerie.

#### Analyse financière des documents comptables La gestion d'entreprise

- Les équilibres dans l'activité (le compte de résultat).
- Les équilibres dans le patrimoine (le bilan).
- Le business plan.
- Le plan d'investissement (La rentabilité des investissements).
- Le plan de financement (Le choix du financement des investissements).
- La gestion budgétaire et le contrôle de gestion.
- Le tableau de bord outil de pilotage stratégique et opérationnel .

## INTRODUCTION AU CONTRÔLE DE GESTION

### OBJECTIFS

Connaître les outils de gestion : mesurer les résultats, analyser les marges.

Optimiser les ressources et mettre en place les outils de suivi adéquats.

Mettre en œuvre les outils de contrôle nécessaires à la gestion de son activité

Exploiter les tableaux de bord de gestion en tant que manager opérationnel ou fonctionnel.

### QUI EST CONCERNÉ

Managers, Les stagiaires doivent se munir d'une calculatrice.

### DURÉE

5 jours.

### PROGRAMME

#### Appréhender la logique du contrôle de gestion

- Fixer des objectifs, négocier des plans d'actions et les budgets, suivre les réalisations, analyser les résultats, engager des actions correctives.

#### Proposer des investissements rentables

- Définir un projet d'investissement ■ Évaluer son coût réel ■ Étudier la rentabilité économique prévisionnelle.

#### Analyser ses coûts

- Utiliser la comptabilité analytique pour calculer les coûts de revient ■ Étudier les notions de charges fixes/charges variables et de charges directes/indirectes ■ Étudier les différents types de coûts (coûts complets, coûts partiels, coûts par activité...) ■ Comprendre la logique des prix de cession interne.

#### Optimiser ses marges et la rentabilité

- Calculer les marges et seuil de rentabilité ■ Déterminer le point mort : calcul et optimisation
- Décider de maintenir ou non une activité

#### Comprendre le processus budgétaire

- La procédure budgétaire et les centres d'activités ■ La navette budgétaire et la synthèse
- Le suivi budgétaire.

#### Piloter son activité grâce au tableau de bord

- Le tableau de bord, outil de pilotage et de décision : - Les points clés de décision - Les variables d'action - Les seuils d'alerte.
- L'identification des indicateurs de pilotage et de performance.
- Formuler un commentaire percutant.
- Intégrer les outils de gestion au management des hommes.

## GESTION DE LA TRÉSORERIE ET TECHNIQUES BANCAIRES

### OBJECTIFS

Être en mesure d'assumer les fonctions de trésorier  
Bien connaître les conditions de banque, les moyens de financement et de placement à court terme pour optimiser la gestion de trésorerie de son entreprise.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables et opérationnels finances/ comptabilité, Gestionnaires de la trésorerie.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### La fonction de trésorier: La trésorerie et l'équilibre financier

- Les définitions de la trésorerie.
- L'analyse statique du bilan.
- L'analyse dynamique par les flux.

#### Les prévisions de trésorerie

- La démarche annuelle : le plan de financement.
- La démarche mensuelle : le budget de trésorerie.
- Analyse comparative des prévisions et réalisations.
- Le plan de trésorerie.
- La démarche journalière : le suivi de trésorerie en date de valeur.

#### Gestion stratégique du besoin en fond de roulement

- L'évaluation du besoin en fonds de roulement.

#### La gestion stratégique du besoin en fonds de roulement

- Les principaux moyens d'amélioration de besoin en fonds de roulement.

#### Les Conditions Bancaires

- Faire l'inventaire des conditions bancaires (catalogue des conditions bancaires).
- Jours de valeur.
- Commissions de compte : de mouvement et de plus fort découvert.
- Commissions d'opérations.
- Marge sur financement.
- Contrôler les documents bancaires : relevé de compte, échelle d'intérêt.
- Vérifier le calcul des intérêts.
- Calcul du taux effectif global (TEG).

## SYSTÈME D'INFORMATION ET VEILLE MARKETING

L'information est au Marketing ce qu'est la matière première au processus de fabrication.

### OBJECTIFS

Identifier les fondamentaux d'une mise en place d'un système d'information Marketing et de veille.  
Savoir choisir les sources d'informations en fonction des résultats attendus.  
Connaître les méthodes usuelles de collecte et de traitement des informations marketing.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables marketing, Responsables commerciaux et chefs produits souhaitant acquérir des connaissances de bases pour élaborer un système d'information marketing.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### Définition et rôle du Système d'Information Marketing

- A quoi doit répondre le SIM ?
- Identifier les sources majeures d'informations.
- Distinguer les informations formelles et informelles.
- Evaluer le degré de pertinence et de coût de l'information.
- Structure type d'un SIM.

#### Les outils du SIM

- La base de données Marketing : identifier les données pertinentes pour chaque type d'action Marketing.
- Le système de veille marketing.
- Les types de veilles.
- Animer un système de veille.
- Les études spécifiques : panels, sondages et études de marché.

#### Méthodologie de mise en place d'un SIM

- Connaître la taille et la structure de l'entreprise.
- Adapter le SIM en fonction de l'organisation.
- Identifier les fonctions relais.
- Déterminer la périodicité de la transmission des informations.
- Les Inputs et les Outputs de la base de données marketing.

## METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE MARKETING

Bâtir une stratégie marketing gagnante. Etre en capacité de définir les différents segments de marché auxquels pourrait s'adresser l'entreprise. Retenir les segments les plus pertinents. Positionner l'entreprise sur ses principales cibles en affinant les éléments qui y participent (offre, gamme de prix, image, canal de vente).

### OBJECTIFS

Apprendre à connaître un marché et à suivre son évolution.  
Participer à l'élaboration de la stratégie marketing de l'entreprise et à la définition du marketing-mix.  
Juger l'opportunité de développer de nouveaux produits ou services.  
Situier l'entreprise dans son contexte concurrentiel.

### QUI EST CONCERNÉ

Cadres dirigeants, chefs d'entreprise, responsables marketing.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Rappel des constituants principaux de la démarche marketing

- Définitions des trois notions de segmentation, ciblage et positionnement.

#### Segmenter

- Objectifs d'une démarche de segmentation ■ Les différents niveaux de segmentation : marketing, stratégique, client, produits...
- Comprendre : besoins, désirs, demandes, exigences ■ Les différentes options de segmentation
- Exemples dans l'industrie et dans les services ■ Différencier la segmentation centrée client de la segmentation centrée marché ■ L'exemple des variables en BtoB ■ Segmenter par pratiques d'achat.

#### Cibler

- Objectifs d'une démarche de ciblage : Evaluer les potentiels ■ Sélectionner et hiérarchiser les segments ■ Différencier cible et audience.
- L'évolution des pratiques de ciblage ■ Prendre en compte les différents facteurs d'influence : l'environnement ■ De la cible à la proposition commerciale.

#### Positionner

- Origine du positionnement et sa composante duale ■ L'évaluation stratégique des segments.
- L'analyse attraits-atouts ■ Positionner pour : concevoir une offre unique correspondant aux besoins et différente de celle des concurrents (Unique Selling Proposition) ■ Communiquer l'offre et la rendre accessible ■ Différencier son offre : les objectifs concurrentiels et les objectifs de rentabilité ■ L'exemple du « massprestige ».

#### Construire son plan marketing à moyen terme

- Les orientations du Marketing Mix ■ Les objectifs Marketing ■ Les tableaux de bord Marketing.

## CONCEVOIR ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION

### OBJECTIFS

Acquérir une méthodologie éprouvée permettant l'élaboration complète d'un plan de communication interne et/ou externe  
Élaborer un plan de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'entreprise.  
Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions de communication.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsable ou chargés de la communication externe/ interne, Responsable des relations publiques, des relations presse, Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### Le rôle et l'objectif de la communication d'entreprise

- Les fondamentaux de la communication : enjeux, objectifs, acteur et relais.
- La double mission du responsable de la communication : piloter la fonction communication, conseiller et "outiller" les autres fonctions .
- Les étapes de construction d'un plan de communication.
- Évaluer les besoins de communication: les trois étapes d'un audit de communication.
- Les méthodes de recueil d'information (enquêtes qualitatives/quantitative...).
- Le choix des leviers les plus adaptés au contexte pour identifier les besoins de communication
- Établir des repères pour évaluer la communication interne et bâtir un tableau de bord (méthodes, périodicité, indicateurs...).
- Concevoir un plan de communication au service de la stratégie de l'entreprise.
- Bâtir sa stratégie de communication en fonction du contexte et des cibles prioritaires.
- Définir des objectifs mesurables.
- Choisir les outils adaptés (communication managériale, relations publiques, édition, Web 2.0, communication commerciale...).
- La responsabilité sociale de l'entreprise et la communication : une nouvelle dynamique porteuse de sens
- Planifier et budgéter les actions de communication.
- Chiffrer les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs de communication.
- Élaborer le budget prévisionnel et suivre le budget.

## ELABORER LES TABLEAUX DE BORD

### OBJECTIFS

Définir et mettre en place les méthodes et les outils d'analyse et de suivi de l'activité commerciale.  
Utiliser les tableaux de bord comme un outil d'animation de son équipe.  
Prendre et faire prendre les décisions adéquates avec efficacité et réactivité.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables et Managers, Commerciaux, Animateurs Commerciaux.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### Savoir distinguer les différences entre « reporting » et « tableau de bord »

- Quelles sont les caractéristiques du « reporting » ?
- Quelles sont les caractéristiques des « Tableaux de Bord » ?
- Quelles en sont les similitudes et les différences ?
- Comment identifier les avantages du «Tableau de Bord» pour le manager commercial ?

#### Comment concevoir le «Tableau de Bord » comme un outil de management ?

- Identifier les rapports et relations entre un management adapté, un objectif personnalisé et des critères d'analyse de la performance.
- Construire et faire construire un « Tableau de Bord » :
  - Analyse de l'environnement
  - Choix et négociation des objectifs
  - Détermination des indicateurs pertinents : collecte des informations, construction de l'outil
- Utiliser le «Tableau de Bord» comme outil d'animation et de management d'une équipe commerciale.
- Apporter des réponses aux besoins d'autonomie, de compétence et de motivation des collaborateurs par la mise en œuvre de l'outil.
- Passer du rôle de manager à celui de « coach » en utilisant l'outil « Tableau de Bord ».
- Définir les indicateurs pertinents.

## ORGANISER LE TRANSFERT DE COMPÉTENCES DANS L'ENTREPRISE

Préparer la capitalisation et le transfert des savoirs et compétences de l'entreprise.

### OBJECTIFS

Identifier les compétences clés de l'entreprise.  
Evaluer les pratiques informelles (sur le tas) de formation dans l'entreprise et les conditions de leur développement.  
Emerger les connaissances et organiser le transfert des savoirs.  
Construire des parcours de développement des compétences.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables de formation et de ressources humaines, responsables de la gestion des carrières et de la mobilité professionnelle, consultants.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

#### Enjeux du transfert de compétences - Analyse des pratiques informelles de formation

- Fonctions/projets ■ Auto diagnostic des compétences nécessaires au management de projet : les compétences clés.

#### Construire une équipe projet performante

- S'approprier la notion de compétence ■ L'articulation de la compétence avec les apprentissages en situation de travail :
  - Expériences et compétences
  - Impact des apprentissages informels sur la compétence et son transfert ■ Théorie de la coopération et les communautés de pratiques ■ Analyse des pratiques professionnelles d'exploitation de l'apprentissage informel :
    - Les approches du Knowledge Management (KM) et de la gestion des savoirs dans l'entreprise
    - L'entreprise apprenante et la constitution des réseaux de savoirs :
      - Les séniors (transfert d'expériences).
      - Le tutorat (accompagnement).
    - Apport des nouvelles technologies ■ Entretien de recueil des savoirs, l'explicitation ■ Transfert des compétences à l'épreuve du terrain :
      - Le rôle de la formation.
      - Le rôle du management.
      - Les différents transferts possibles.

## ELABORER LES TABLEAUX DE BORD RH

Maîtriser les tableaux de bord RH pour une gestion optimisée.

### OBJECTIFS

Comprendre le rôle et l'utilité des tableaux de bord.  
Elaborer et acquérir des méthodes d'analyse.  
Enrichir les tableaux de bord.

### QUI EST CONCERNÉ

Directeurs des Ressources Humaines, Responsables des Ressources Humaines, Chargés de la gestion administrative du personnel, Responsables du Recrutement, Cadres d'études RH.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

#### Le tableau de bord

- Définition et objectifs L'élaboration du tableau de bord.
- Les indicateurs ■ Le recueil de l'information.
- Diffusion et adaptation du tableau de bord aux destinataires et à leur fonction.

#### Les principaux indicateurs et ratios

- Politique de rémunération.
- Effectifs, absentéisme, turnover.
- Départs et recrutements -formation.
- Maladie, congés – accidents du travail.
- Climat social Le tableau de bord et son évolution.
- Outil de pilotage : optimiser, suivre et actualiser.

## L'ANALYSE DES BESOINS À L'ETABLISSEMENT ET AU PILOTAGE DU PLAN DE FORMATION

Pour gérer efficacement les compétences de ses collaborateurs, il convient d'établir un plan de formation.

### OBJECTIFS

Analyser les besoins en formation.  
Elaborer le plan de formation en adéquation avec les besoins en compétences de l'entreprise.  
Organiser, piloter le plan de formation dans une logique d'amélioration permanente.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables de Formation, Responsables des Ressources Humaines et consultants.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### Identification des besoins de formation

- Politique et stratégie de l'entreprise.
- Opération d'identification des besoins en formation.
- Analyse et hiérachisation des besoins en formation Préparation et montage du plan de formation
- Fondements du plan de formation.
- Modalités pratiques de montage du plan de formation.
- Caractérisation des actions de formation.
- Catégories d'actions à inscrire au plan de formation.
- Planification et organisation des actions de formation.
- Chiffrage du plan et préparation du budget de formation.
- Rédaction et validation du plan de formation.
- Information et consultation des représentants du personnel.
- Budget de formation.
- Taxe de formation Diffusion du plan et pilotage des actions retenues.
- Plan de communication du PF.
- Contractualisation et relations partenariales dans la mise en oeuvre des AF.
- Elaboration et suivi des tableaux de bord : dépenses, ratios, évaluations.
- Indicateurs de performance du plan de formation.
- Accompagnement et suivi administratif et logistique des salariés de l'entreprise en formation externe et interne.

## PILOTER SON PROJET DE FORMATION

Assurer l'animation et le pilotage du projet de formation en entreprise.

### OBJECTIFS

Maîtriser les différentes étapes de l'ingénierie de formation.

Acquérir la méthodologie et les outils d'élaboration, de mise en œuvre et de suivi d'un projet de formation.

Maîtriser l'évaluation des effets de la formation.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables formation et cadres d'études RH.

### DURÉE

4 jours.

### PROGRAMME

#### La stratégie d'entreprise et le projet de formation

- Impact de la formation sur la vie de l'entreprise
- Objectifs d'évolution professionnelle et objectifs de formation
- Indicateurs de résultats
- Indicateurs de performance
- L'ingénierie de formation
- Les étapes de l'ingénierie de formation :
  - Analyser les besoins en formation : cadre général, projet de l'entreprise, veille économique et réglementaire, recensement des besoins en formation.
  - Coordonner et piloter.
  - Concevoir le projet de formation :
    - Outils de conception (cahiers des charges, référentiels de compétences).
    - Adapter les actions de formation au public concerné.
    - Réalisation du Plan de formation :
      - Pilotage.
      - Suivi de l'implication des stagiaires.
      - Suivi des actions et des dispositifs de formation.
      - Pilotage du Budget formation et contrôle des dépenses en formation
- Analyse des résultats obtenus par rapport aux objectifs escomptés.
- Evaluation de l'apport de la formation sur l'activité professionnelle.
- Analyse des écarts.
- Faire de l'évaluation un levier de changement.

## LA TAXE DE FORMATION ET D'APPRENTISSAGE

Une bonne maîtrise pour une meilleure application.

### OBJECTIFS

Cerner le dispositif légal et réglementaire relatif à la formation professionnelle et à l'apprentissage .

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables des Ressources Humaines, Responsables juridiques et toute personne intéressée par ces questions.

### DURÉE

1 jours.

### PROGRAMME

#### Encadrement juridique de la formation professionnelle et de l'apprentissage

- Lois et textes d'application : lecture et analyse

#### Détermination des quantités dues au titre de la taxe de la formation professionnelle et de l'apprentissage

- Au titre de la formation professionnelle.
  - Base de calcul référentiel.
  - Bilan des programmes de formation.
- Au titre de l'apprentissage.
  - Effectifs des apprentis.
  - Dépenses engagées par l'entreprise.

## CRÉEZ VOTRE ACADÉMIE INTERNE

L'université d'entreprise est un projet stratégique qui vise à pérenniser le capital Savoir & Savoir-faire cumulée au fil des années au sein de celle-ci et qui fait son avantage concurrentiel permanent. L'académie interne prend en charge la formation des employés avec des formations sur mesures adapté au business & à la culture interne de l'entreprise afin d'harmoniser & développer les compétences et aligner les membres d'équipes à la vision de celle-ci.

### OBJECTIFS

Former les nouveaux arrivants pour faciliter leurs intégrations à l'entreprise.  
 Améliorer les compétences des employés pour atteindre l'excellence opérationnelle.  
 Renforcer la culture d'entreprise autour d'un apprentissage collectif.  
 Attirer, fidéliser & développer des talents pour réaliser des plans de développement réussis.  
 Accompagner les changements stratégiques de l'entreprise pour s'adapter aux exigences de développement internes & externes.

### QUI EST CONCERNÉ

DRH, Operateurs désirant de créer une école, Responsables formation, Chargé(e)s de formation  
 Toute personne en charge de développer une activité de formation.

### DURÉE

2 jours.

### PROGRAMME

**Présentation de l'environnement Légal régissant le domaine de formation en Algérie.**

- Comprendre l'activité de Formation dans ses différentes dimensions
- Gérer l'activité de formation de son académie
- Se doter des ressources nécessaires.
- Elaborer son offre de formation
- Evaluation & Amélioration des formations : contenus, outils pédagogiques... etc.

## CONSULTANT: MÉTHODES & OUTILS

Le consultant intervient auprès des entreprises pour y analyser et résoudre des problèmes ponctuels. Il peut opérer dans des domaines très variés. C'est un prestataire extérieur qui travaille généralement au sein d'un cabinet mais qui peut également officier comme indépendant.

### OBJECTIFS

Développer son leadership de consultant par la maîtrise des mécanismes permettant de passer d'une logique d'expert à un processus du consulting stratégique.

Définir son positionnement par rapport au référentiel métier de consultant et à la culture professionnelle en termes de valeurs, missions et prestations pour développer son activité avec un maximum d'efficacité.

Conceptualiser une stratégie commerciale en cohérence avec son expertise de consulting et élaborer une architecture de projet marketing compatible avec les besoins de clients cibles et le réseau de business partenaires.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables des Ressources Humaines, Responsables juridiques et toute personne intéressée par ces questions.

### DURÉE

3 jours.

### PROGRAMME

**Vendre une mission de conseil**

**L'apport du consultant**

**La posture du consultant**

**Les différents types d'intervention et les nouveaux business modèles du consulting (« uberisation » du métier ?)**

**Le marché du conseil en Algérie : comprendre la stratégie des principaux acteurs.**

**Le processus d'avant-vente**

**Les opportunités de vente.**

**Se mettre à son compte.**

**Comment élaborer son business plan.**

**Les grands indicateurs de la profession.**

**Construire le plan d'action commercial.**

**Construire son offre et cibler sa clientèle.**



# PARCOURS DE FORMATIONS

## PACK: FORMATION DE FORMATEURS

Ce pack vous préparera en tant que futur formateur qui se distingue avec des contenus de formations ciblés, et une transmission de connaissance d'une manière simple & facile.

Vous aller apprendre à adapter vos formations aux différents niveaux professionnels, au types d'apprenants, à leurs besoins spécifiques, et à créer une dynamique dans votre prestation.

### OBJECTIFS

Adaptez votre style et votre contenu selon les attentes des apprenants.

Gérer les situations et les personnes difficiles.

S'adapter à tout changement facilement & rapidement.

Faire de l'expérience d'apprentissage avec vous un plaisir pour les formés, en incitant créativité & partage.

### QUI EST CONCERNÉ

Formateurs, coaches, consultants et toutes personnes ayant une expériences & un savoir-Faire qu'elle veut partager en prestations de formations.

### DURÉE

55 h dont 6 jours (48h) cours en classe  
+ 7h d'exercices & accompagnement à distance.

### PROGRAMME

Apprendre à se connaître en tant que formateur.

Créer la dynamique de groupe.

Concevoir une Formation de qualité.

## PACK: RESPONSABLE FORMATION EN ENTREPRISE

Le développement du capital humain est essentiel pour la réalisation des objectifs de l'entreprise & la continuité de sa réussite.

La formation est le levier majeur du développement du capital humain, dont le Responsable formation est la pièce maitresse.

### OBJECTIFS

La définition de la politique de formation.

Le recensement et analyse des besoins de formation dans l'entreprise.

L'identification des dispositifs d'accès à la formation.

La construction et pilotage de plan de formation.

L'évaluation des actions de formation.

La communication de la politique de formation.

### QUI EST CONCERNÉ

Responsables de Formation, Responsables de développement du capital humain; Responsables des ressources humaines, Responsables d'académies de formation, Cadre Junior des Ressources Humaines désirant évoluer vers un poste de responsable formation.

### DURÉE

110 h dont 14 jours (98h) cours en classe.  
+ 12h d'exercices & accompagnement à distance.

### PROGRAMME

Mettre En Place Une Politique Formation Performante.

Analyser Les Besoins De Formation.

Evaluer Les Actions De Formation.

Construire Et Piloter Son Plan De Formation.

Créez Votre Ecole En Interne.

Iso 29993:2017 Services De Formation Fournis En Dehors Du Cadre De L'enseignement Formel – Exigences De Services.

## PACK: LE 360° CHEF D' ENTREPRISE

La formation « Le 360° Chef d'entreprise » est un recueil de l'essentiel des connaissances & compétences dans les différentes fonctions de l'entreprise qu'un chef d'entreprise , un directeur général ou un entrepreneur doit savoir afin de mieux gérer son business et tirer le meilleur de la performance de son entreprise ainsi que de sa rentabilité.

### OBJECTIFS

La gestion d'une entreprise revient non seulement à gérer la création d'un produit ou service mais à renouer cela dans le contexte complexe de l'entreprise ainsi que les exigences à la fois commerciales, réglementaires et sociales.

Le chef d'entreprise est à l'image de son entreprise, sa maîtrise de ses fonctions ainsi que sa vision 360°, de ses savoir & savoir- faire, sont la clé de la réussite de son business.

### QUI EST CONCERNÉ

Chef d'entreprise, directeur général & entrepreneur, Créateur d'une Start-up.  
Toute personne ayant plus de 3 ans en entreprise avec un poste de responsabilités (superviseur et plus) qui veut s'initier aux différents métiers liés à la gestion de l'entreprise.

### DURÉE

200 h dont 23 jours (170h ) cours en classe  
+ 30h d'exercices & accompagnement à distance.

### PROGRAMME

Management stratégique des entreprises.  
La gestion du Capital humain.  
L'essentiel de la comptabilité de l'entreprise.  
La Finance & Fiscalité d'entreprise.  
Les bases du Marketing & Gestion commerciale.  
La gestion Opérationnelle & Management de la qualité.  
Les responsabilités juridiques du dirigeant.  
La gestion des risques & la continuité de business.

## PACK: MANAGEMENT OPÉRATIONNEL

### OBJECTIFS

La formation « Management Opérationnel» rassemble l'essentiel du savoir, savoir-faire & savoir-être qu'un manager/Cadre ou Middle Manager doit avoir afin de mieux gérer ses fonctions et tirer le meilleur de la performance de son département & son équipe.

Le rôle du Manager/ Cadre ou Middle manager revient non seulement à atteindre les objectifs tracés mais à créer de la valeur tout au long des processus opérationnels qu'il gère et des équipes qu'il mène, tout en alignant les opérations à la stratégie de l'entreprise & le contexte dans lequel elle évolue.

Le middle Management est une pièce maitresse dans l'entreprise car elle assure la déclinaison des objectifs stratégiques de celle-ci en objectifs & performances opérationnels, sa flexibilité, compétence & leadership assure l'unité de l'objectif, l'effectivité & l'efficacité des efforts fournis.

### QUI EST CONCERNÉ

Manager/Cadre ou Middle Manager.

### DURÉE

25 jours.

### PROGRAMME

Le Management stratégique des entreprises .  
L'élaboration & la gestion des Budgets.  
La gestion des marchés publics.  
Lecture & interprétation des Etats comptables & financiers.  
Les bases du Marketing & Gestion commerciale.  
La gestion des ressources humaines pour les managers.  
La Programmation Neurolinguistique (PNL) pour les Managers.  
La gestion des risques & HSE.  
Le Lean Management & l'amélioration du Management Opérationnel.

# KAIZEN ACADEMY

## CONTACTEZ NOUS

 0560 96 97 43

 [formation@kaizendz.com](mailto:formation@kaizendz.com)

## REJOIGNEZ NOUS

 [www.kaizendz.com](http://www.kaizendz.com)

 Kaizen Academy

 KAIZEN ACADEMY ALGERIA